

Stockholm den 20 februari 2019

STABILT LÄGE I LEXINGTON

OKTOBER – DECEMBER 2018

- Totala rörelseintäkter för perioden ökade till 76,9 (76,7) MSEK
- Bruttomarginalen förbättrades till 68,6 (68,4) procent
- EBITDA minskade till 5,8 (6,2) MSEK
- EBITDA-marginalen sjönk till 7,6 (8,1) procent
- Periodens resultat uppgick till 4,2 (4,0) MSEK
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 17 410 (9 181) KSEK
- Resultat per aktie, före och efter utspädning, uppgick till 0,70 (0,67) SEK

JANUARI – DECEMBER 2018

- Totala rörelseintäkter uppgick till 271,2 (273,1) MSEK
- Bruttomarginalen uppgick till 66,0 (65,7) procent
- EBITDA uppgick till 3,8 (6,4) MSEK
- EBITDA-marginalen uppgick till 1,4 (2,4) procent
- Årets resultat uppgick till -3,1(-2,1) MSEK
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 3 088 (-4 966) KSEK
- Resultat per aktie, före och efter utspädning, uppgick till -0,48 (-0,33) SEK

Kvartalet visar fortsatta framgångar online. Bolaget gör framsteg inom viktiga strategiska områden och totalt sett hamnar försäljning och resultat i nivå med föregående år under ett kvartal där marknaden generellt fortsätter vara utmanande och under stark förändring.

Affärsområdet Home visar god tillväxt i kvartalet, framförallt drivet av online-handeln. Affärsområdet Clothing minskar försäljningen främst påverkat av den varma hösten och en svag julhandel. Ackumulerat för helåret växer både Home och Clothing, och försäljningsminskningen totalt härrör främst från minskade licensintäkter och utförsäljningar.

Lexingtons egen webbshop ökade försäljningen med 16% i kvartalet och 33% ackumulerat. Bolaget noterar också en försäljningsökning på över 100% till E-handlare, både i kvartalet och för helåret. Totala online-försäljningen är nu uppe i 19% av omsättningen.

De egna butikerna minskade försäljningen i kvartalet med -3%, och jämförbara butiker minskade med -6%, framförallt beroende på en svagare julhandel än väntat. På årsbasis ökade försäljningen i egna butiker med 1%, men jämförbara butiker minskade -3%. Trafiken till shoppingcenter, handelsplatser och varhus har minskat generellt under året. Det gör att läget i det egna butiksnätet ses över. Två butiker stängdes under 2018 och ytterligare en stängs nu i februari. Bolaget ser över avtal och effektiviserar driften för att förbättra lönsamheten.

Huvudmarknaderna i Norden visar god tillväxt i kvartalet. Däremot konstateras en svagare utveckling på flera europeiska marknader. Även här är det den fysiska handeln som viker, medan online-handeln utvecklas positivt.

Bruttomarginalen stärktes i kvartalet jämfört med samma kvartal föregående år och även för helåret ackumulerat. En ökad försäljning genom egna kanaler, förändringar i sortimentet och flytt av viss produktion har bidragit till förbättringen. Bolagets lagernivåer har sänkts och kassaflödet förbättrats.

Rekrytering av ny digital kompetens, högre kostnader för personal i butik och hyra för nya butiker gör att resultatet hamnar i nivå med motsvarande kvartal föregående år, trots stabil försäljning och förbättrad bruttomarginal.

Under kvartalet har bolaget också fortsatt investera i befintliga affärssystem för att möjliggöra en snabbare och effektivare integration med nya internationella online-kunder. I december påbörjades ett samarbete med en av Tysklands ledande onlineföretag, Otto, som kommer att följas av fler liknande samarbeten och integrationer under första halvåret 2019.

Under den förändring som pågår på marknaden är det viktigt att fortsätta utveckla, och bygga värde i, varumärket Lexington. Starka varumärken kommer att spela en allt viktigare roll för kunden framöver när en ökande del av handeln sker online. Mer resurser har allokerats till digitala media och influencer-aktiviteter i perioden, och marknadsföringen i egna kanaler ökar. Det sker en betydande överflyttning av resurser från traditionell till digital marknadsföring. Bolaget anställer också mer personal som arbetar med digitaliseringen.

Hösten har varit särskilt framgångsrik för Homesortimentet där höstens nyheter, i kombination med en stark julkollektion, har bidragit till framgången i kvartalet. I januari i år lanserades den nya kollektionen "Lexington Hotel Collection", som kommer att fortsätta den positiva Home-trenden under 2019. En unik linje med ny design och nya kvalitéer för att kunna skapa den äkta hotellkänslan hemma.

Arbetet med bolagets andra varumärke - Urban Collective® - fortsätter och varumärket vann nyligen tidningen Elle Decorations designpris för "årets sovrumsprodukt 2019". Urban Collective är ett internationellt designkollektiv med full fokus på hållbara produkter. Målgruppen är yngre, medvetna, cityboende kunder som är intresserade av kombinationen design, mångfald och hållbarhet; www.urbancollective.com

Welcome to our world. Welcome to our Dream.

Kristina Lindhe
Verkställande direktör

Denna information är sådan information som The Lexington Company AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades för offentliggörande den 20 februari 2019 kl. 08.00 CET. Lexingtons aktier är noterade på Nasdaq Stockholm First North under kortnamnet LEX. Arctic Securities är Bolagets Certified Adviser, email: certifiedadviser@arctic.com, tel: +46 844 68 61 00.