

Delårsrapport januari – mars 2025

Stabilt kvartal med ökad orderingång och stärkt lönsamhet

Första kvartalet

- Nettoomsättningen uppgick till 210,1 MSEK (209,0)
- Det justerade rörelseresultatet ökade till 0,9 MSEK (-9,6)
- Orderingången ökade med 11,9% och uppgick till 214,0 MSEK (191,3)
- Orderstocken uppgick till 206,7 MSEK (162,8), en ökning med 27,0%

VD och koncernchef Susanna Hilleskog kommenterar

Stabil inledning på 2025

Vi inleder året med ett stabilt kvartal i den underliggande affären. Orderingången ökade med 11,9 procent jämfört med det första kvartalet 2024, vilket innebär att orderstocken vid utgången av perioden var 27,0 procent högre jämfört med samma tidpunkt ett år tidigare. Försäljningen under kvartalet var i nivå med föregående år på en fortsatt dämpad marknad. Den justerade bruttomarginalen ökade med 2,2 procentenheter till 35,9 procent och det justerade rörelseresultatet (EBIT) förbättrades med 10,5 MSEK till 0,9 MSEK jämfört med första kvartalet föregående år.

Ökad orderingång i båda affärsområdena

Marknaden i Skandinavien är fortsatt svag, medan vi ser positiva tendenser på flera av våra exportmarknader. Orderingången ökade inom båda våra affärsområden; Library Interiors var upp 25,4 procent och Office Interiors upp 6,5 procent jämfört med samma period 2024.

Förbättrad effektivitet och kostnadskontroll

Resultatförbättringen i den underliggande affären på 10,5 MSEK med en försäljning i linje med föregående år är ett tydligt tecken på att vi successivt börjar bli en effektivare organisation med bättre kontroll på våra kostnader. Vi ser också att det åtgärdsprogram som lanserades under slutet av 2024 börjar ge effekt. Samtidigt är det viktigt att understryka att vi fortfarande bedömer att programmets fulla effekt kommer att realiseras först mot slutet av 2025.

Gasa och bromsa samtidigt

Inom ramen för vår kostnadskontroll arbetar vi kontinuerligt med att utvärdera och prioritera våra aktiviteter för att säkerställa att vi satsar på de som ger störst effekt – med fokus på långsiktigt hållbar och lönsam tillväxt. Parallellt med åtgärdsprogrammet pågår även andra interna aktiviteter utanför programmets ram, som på olika sätt kommer att bidra till en stärkt marknadsposition och förbättrad lönsamhet. Vi fortsätter att vara aktiva i branschens nyckelforum och har under året deltagit i viktiga evenemang, såsom Stockholm Design Week i februari och Salone del Mobile i Milano i början av april.

Kunden i fokus

Våra varumärken har länge verkat under samma tak – men vi har inte fullt ut utnyttjat den styrka och de synergier som detta möjliggör. Genom att på ett mer samordnat och medvetet sätt arbeta över affärsområdes-, bolags- och varumärkesgränser är vår avsikt att både förstärka varje varumärkes individuella styrkor och samtidigt dra nytta av vår gemensamma kapacitet. Varje varumärke har sin

unika röst, ett unikt arv och formspråk – och genom nära kundsamarbeten, digitala verktyg och samlad expertis skapar vi lösningar som är större än summan av delarna. Vår strävan är att göra det ännu enklare och mer värdeskapande för våra kunder och samarbetspartners att arbeta med oss – genom kompletta lösningar, flexibla processer och personlig vägledning.

Fortsatta digitala satsningar

Genom vår samlade kompetens och med kundnyttan i fokus fortsätter vi arbetet med att förenkla kundresan. Som ett aktuellt exempel lanserades i samband med Salone del Mobile i Milano produkter från Lammhults Möbel på den digitala plattformen "pCon Planner". Plattformen möjliggör för arkitekter, återförsäljare med flera att på ett enkelt sätt specificera och inkludera produkter i en 3D-simulering och konvertera kreativa förslag till offerter. Parallellt med den digitala kundresan arbetar vi även med effektiviseringen av våra interna arbetssätt och processer för att kunna använda tid och resurser på ett mer värdeskapande sätt.

Ny organisation inom affärsområdet Office Interiors

Som en del av åtgärdsprogrammet ökar vi den interna samordningen för att göra Office Interiors till ett effektivare och lönsammare affärsområde. Under kvartalet lanserade vi därför en ny organisation som innebär att affärsområdet nu har fokuserade landsorganisationer inom försäljning i Sverige, Danmark och Norge för att öka kundfokus, effektivitet och synergier kombinerat med ett mer hållbart arbetssätt. Utöver detta samordnas viktiga koncerngemensamma funktioner tvärs över bolagsgränserna inom affärsområdet för att säkerställa fokus, kompetens och möjlighet till spridning av "best practice" inom nyckelområden.

Vår förändringsresa

Med hänsyn till var vi kommer ifrån avseende företagskultur, koncernstruktur, storlek och tidigare arbetssätt, genomgår vi en betydande förändring i både vårt sätt att tänka och arbeta. Vi eftersträvar en successiv och väl avvägd övergång under 2025, för att behålla vårt kundfokus och samtidigt ge våra medarbetare tid och utrymme att hitta rätt och känna sig trygga i sina nya eller förändrade roller. På vår förändringsresa möter vi både små och större utmaningar som kräver engagemang, nytänkande, förtroende och samarbete. Med en positiv attityd, nyfikenhet och laganda kommer förändringarna skapa förutsättningar för utveckling både för den enskilda medarbetaren och för koncernen som helhet. Vi ser betydande möjligheter att fullt ut kunna få ut den potential som den nya koncernstrukturen ger.

Dämpad marknad i en turbulent omvärld

Vi verkar i en värld som är både osäker och snabbt föränderlig. Vår direkta exponering mot USA – både vad gäller kunder och inköp – är för närvarande marginell, men den indirekta påverkan är mer svårbedömd. Därför har vi en förhöjd beredskap för att kunna anpassa verksamheten i takt med att omvärldsläget förändras. Våra marknader är generellt sett fortsatt dämpade och vi fokuserar på aktiviteter som förbättrar den interna effektiviteten och successivt höjer lönsamheten för att vi ska kunna nå vårt finansiella mål om en EBIT på 8-10%. Vår ambition är att vara väl rustade när marknadsförutsättningarna förbättras.

Inbjudan till presentation av rapporten

Idag kl. 14:30 arrangeras en direktsänd webcast för press och aktiemarknad, där VD och koncernchef Susanna Hilleskog samt CFO Jesper Langebro presenterar resultatet. För att ta del av presentationen, gå in på nedan länk. Via webcasten finns möjlighet att ställa skriftliga frågor.

<https://lammhults-design-group.events.inderes.com/q1-report-2025>

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Susanna Hilleskog, VD och koncernchef, tel. +46 (0) 709 55 13 37

Jesper Langebro, CFO, tel. +46 (0) 708 63 70 30

Om Lammhults Design Group

Lammhults Design Group är en svensk möbelkoncern som utvecklar produkter för inredning av offentliga miljöer och kontor. Verksamheten är organiserad i två affärsområden, Office Interiors och Library Interiors. Koncernen skapar lönsam tillväxt genom långsiktigt ägande av möbel- och inredningsföretag. Grunden för verksamheten ligger i design, innovation, hållbarhet och kundinsikt. I portföljen finns några av Skandinaviens starkaste varumärken och produkterna utvecklas tillsammans med branschens främsta formgivare.

Lammhults Design Group är noterat på Nasdaq Stockholm Small Cap.

Läs mer på www.lammhultsdesigngroup.com

Denna information är sådan som Lammhults Design Group AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 25 april 2025 kl. 13:30 CEST.