

Lindex initierar kostnadsreduceringsprogram för att framtidssäkra verksamheten



Lindex inledde året med en stark försäljningstillväxt och ökad lönsamhet men med anledning av den globala coronasituationen förändrades läget. För att möta effekterna och minska konsekvenserna genomförde modeföretaget snabba och effektiva åtgärder. Nu initierar Lindex ytterligare åtgärder för att framtidssäkra ett motståndskraftigt bolag.

”Under våren och sommaren har vi verkligen visat att vi kan utmana oss själva. Vi har lyckats ställa om snabbt för att möta kundens förväntningar och både lärt oss och åstadkommit väldigt mycket på kort tid. För att säkra vår fortsatta affär och ett motståndskraftigt Lindex även för framtida utmaningar genomför vi nu ytterligare åtgärder och reducerar våra kostnader”, säger VD Susanne Ehnbåge.

Lindex presenterade i sin delårsrapport för andra kvartalet att modeföretaget fortsätter växa starkt digitalt och fokuserar på att möta försäljningstillväxten online. Till följd av den globala coronasituationen minskade Lindex sin totala försäljning för andra kvartalet med 18 procent i lokala valutor. Försäljningen under juni månad var i nivå med föregående år. Även om utvecklingen vände under slutet av det andra kvartalet når försäljningen inte den planerade nivån och modeföretaget initierar nu ett kostnadsbesparingsprogram som innebär en reduktion på 150 miljoner kronor.

”Vi behöver anpassa vår organisation till det nya rådande läget där vi är mer snabbfotade, flexibla och innovativa. För Lindex huvudkontor ser vi över en ny, anpassad organisation vilket också kommer innebära personalneddragningar med cirka 5 procent. För våra försäljningsländer genomförs ett arbete med att skapa effektivare arbetsflöden för att underlätta det dagliga arbetet och vi ser över timmar i våra butiker med kunden i fokus. En annan viktig del i vårt kostnadsreduceringsprogram är vårt pågående arbete med att se över våra hyresavtal och optimera vår butiksportfölj. Parallellt fortgår kraftfulla satsningar inom den digitala utvecklingen, våra försäljningskanaler samt hållbarhet och innovation”, säger Susanne Ehnbåge.

För mer information, kontakta;

Kristina Hermansson, Corporate Communications Manager
Telefon: +46 (0) 31 739 50 70
E-mail: press@lindex.com