

Starkt förbättrat resultat för Lindex under tredje kvartalet 2020



Lindex presenterar idag sitt resultat och sin försäljning för tredje kvartalet 2020. En stark digital tillväxt och effektiva kostnadsåtgärder bidrog till ett kraftigt förbättrat delårsresultat.

Lindex rörelseresultat för tredje kvartalet ökade med 88 MSEK och uppgick till 211 MSEK, vilket är en ökning med 72 procent jämfört med samma period föregående år (123 MSEK 2019). Företagets starka digitala försäljningstillväxt samt snabba och effektiva kostnadsåtgärder bidrog till den fina resultatutvecklingen.

”Med tydliga mål, effektiva kostnadsåtgärder och flexibla lösningar för att möta den starka digitala tillväxten har vi tillsammans lyckats vända utvecklingen. Vi redovisar ett kraftigt förbättrat resultat för tredje kvartalet och vi ökar till och med vårt resultat för årets första nio månader. Den totala försäljningen under kvartalet är tack vare tillväxten online nästan i nivå med motsvarande period föregående år, vilket är ett kvitto på vår snabba omställning för att möta kundernas behov. Vårt erbjudande tillsammans med våra genomförda åtgärder och alla medarbetares dedikerade insatser, under den fortsatt utmanande perioden, har varit helt avgörande för vår positiva utveckling”, säger VD Susanne Ehnbåge.

Lindex totala försäljning för tredje kvartalet minskade med 1 procent i lokala valutor och med 3,2 procent i SEK. Modeföretaget visar en bättre försäljningstillväxt än marknaden under kvartalet för alla nordiska försäljningsländer. Lindex fortsatte sin starka tillväxt online med en försäljningsökning på 104 procent för tredje kvartalet. Företagets e-handel fördubblades och till och med tredubblades för vissa marknader, och försäljningen med externa online-partners mer än fördubblades under kvartalet. Totalt utgjorde den digitala försäljningen 13,2 procent av Lindex försäljning under kvartalet, jämfört med 6,4 procent samma period föregående år.

Den globala coronasituationen har inneburit stora utmaningar för branschen. För att framtidssäkra ett motståndskraftigt bolag med en lägre kostnadsstruktur initierade Lindex, i slutet av augusti, ett kostnadsreduceringsprogram på 150 MSEK.

”Att fortsätta anpassa vår verksamhet för att möta det förändrade kundbeteendet är en viktig del i vårt kostnadsreduceringsprogram som förväntas nå full effekt 2021. Vi intensifierar integreringen av våra försäljningskanaler och optimeringen av vår butiksportfölj är en annan viktig del. Våra butikers lägen och hyreskostnader är kritiska delar där det nya rådande läget har förändrat förutsättningarna. Vårt nuvarande butiksnätverk ger oss flexibiliteten att omförhandla och anpassa mer än en tredjedel av våra butiker årligen”, säger Susanne Ehnbåge.

För att framtidssäkra verksamheten fortlöper också modeföretagets kraftfulla satsningar inom den digitala utvecklingen, innovation och hållbarhet.

”Vi fortsätter att utveckla vårt konkurrenskraftiga och mer hållbara erbjudande med kundens behov i fokus. Framtiden kommer innebära fortsatta utmaningar men jag är säker på att vi med vårt fantastiska sortiment, i kombination med allas stora flexibilitet, engagemang och bidrag, kommer att möta även den kommande tiden på bästa möjliga sätt”, säger Susanne Ehnbåge.

För mer information, kontakta;

Kristina Hermansson, Corporate Communications Manager

Telefon: +46 (0) 31 739 50 70

E-mail: press@lindex.com