

## Sterkt forbedret resultat for Lindex i tredje kvartal av 2020

I dag presenterer Lindex sitt resultat og salg for tredje kvartal av 2020. Sterk vekst på nett og effektive, kostnadsbesparende tiltak bidro til betydelig forbedring av kvartalsresultatet.



Lindex' driftsresultat for tredje kvartal økte med 88 MSEK og utgjorde 211 MSEK, en økning på 72 prosent sammenlignet med samme periode i fjor (123 MSEK 2019). Selskapets sterke salgsvekst på nett samt raske og effektive tiltak for kostnadsreduksjon bidro til den sterke resultatutviklingen.

*«Med klare mål, effektive, kostnadsbesparende tiltak og fleksible løsninger for å møte den sterke digitale veksten har vi sammen lyktes i å snu trenden. Vi kan rapportere et sterkt forbedret resultat for tredje kvartal, og vi har til og med økt resultatet for de første ni månedene av året. Takket være vår vekst på nett er det totale salget i kvartalet nesten på linje med samme periode i fjor, noe som er et bevis på vår raske tilpasning for å dekke kundenes behov. Vårt tilbud, sammen med våre iverksatte tiltak og dedikert innsats fra alle våre ansatte i den vedvarende utfordrende perioden, har vært avgjørende faktorer for vår positive utvikling»,* sier administrerende direktør Susanne Ehnåge.

Lindex' totale salg for tredje kvartal falt med 1 prosent i lokal valuta, og med 3,2 prosent i SEK. Moteselskapet viser en bedre salgsvekst enn markedet i kvartalet for alle de nordiske salgslanene. Lindex fortsatte sin sterke vekst på nett med en salgsøkning på 104 prosent i tredje kvartal. Selskapets e-handel ble doblet og til og med tredoblet i enkelte markeder, og salget med eksterne nettpartnere ble mer enn fordoblet i løpet av kvartalet. Det digitale salget utgjorde totalt 13,2 prosent av Lindex' salg i kvartalet, sammenlignet med 6,4 prosent for samme periode i fjor.

Den globale koronasituasjonen har bydd på store utfordringer for bransjen. Lindex startet et kostnadsreduksjonsprogram i slutten av august, med sikte på å spare 150 MSEK, for å sikre et robust selskap med en lavere kostnadsstruktur fremover.

*«Å fortsette å tilpasse virksomheten til ny kundeatferd er en viktig del av vårt kostnadsreduksjonsprogram, som vi forventer vil oppnå full effekt i 2021. Vi intensiverer integrasjonen av salgskanalerne våre, og optimalisering av vår butikkportefølje er en annen viktig del. Butikkplasseringer og leiekostnader er kritiske områder der de nye forholdene har endret forutsetningene. Vårt nåværende butikknettverk gir oss fleksibilitet til å reforhandle og tilpasse mer enn en tredel av butikkene våre hvert år»,* forklarer Susanne Ehnåge.

Moteselskapet viderefører dets sterke investeringer i digital utvikling, innovasjon og bærekraftighet for å sikre virksomheten fremover.

*«Vi fortsetter å utvikle våre konkurransedyktige og mer bærekraftige tilbud, med kundens behov i fokus. Fremtiden vil fortsette å by på utfordringer, men jeg er sikker på at med vårt fantastiske sortiment, i kombinasjon med alles store fleksibilitet, engasjement og bidrag, vil vi også møte tiden foran oss på best mulig måte»,* avslutter Susanne Ehnåge.

### For mer informasjon, kontakt:

Nina Haugen  
Customer Experience Manager Norge  
Mobil: 99 51 43 53  
E-mail: [nina.haugen@lindex.com](mailto:nina.haugen@lindex.com)

Lindex er en av Europas ledende motekjeder, med rundt 460 butikker i 18 land og salg online. Lindex tilbyr inspirerende og prisgunstig mote til den moteinteresserte og bevisste kvinnen. Sortimentet inneholder flere ulike konsepter innen damemote, barnemote, undertøy og kosmetikk. Lindex vokser, både i egne kanaler, franchise og sammen med globale moteplattformer. Lindex bærekraftsløfte er å gjøre en forskjell for fremtidige generasjoner ved å styrke kvinner, respektere planeten og sikre menneskerettighetene. Lindex er et heleid datterselskap av STOCKMANN plc. Mer informasjon på <http://www.lindex.com/no/>