

# LINDEX

## Lindex øker salget og forbedrer resultatet sitt betraktelig

I dag presenterer Lindex sitt resultat og salg for andre kvartal i 2021 og rapporterer en fortsatt god utvikling med sterkt forbedret resultat og økt salg.



Lindex' driftsresultat\* for andre kvartal i 2021 økte med 141 MSEK og utgjorde 308 MSEK, en økning på 84 prosent sammenlignet med samme periode i fjor og 56 prosent sammenlignet med 2019 (167 MSEK 2019).

Lindex' driftsresultat for det første halvåret utgjorde 162 MSEK (-12 MSEK 2020, 65 MSEK 2019). Det justerte driftsresultatet for det første halvåret utgjorde 217 MSEK, noe som er mer enn tredoblet sammenlignet med samme periode både i fjor og i 2019. En god salgsvekst og styrket margin, samt god kostnadskontroll, er elementer som har bidratt til det sterke resultatet.

*“Det er veldig gledelig at vi har klart å øke salget kraftig i det andre kvartalet, sammenlignet med både foregående år og 2019, til tross for utfordringene med periodevis lukkede butikker i de fleste av salgsmarkedene våre. Vi leverer et sterkt forbedret resultat både for andre kvartal og første halvår, noe som gjenspeiler Lindex' vellykkede utvikling og vekst, der vårt fantastiske sortiment og våre engasjerte ansatte har hatt stort kundefokus der innsatsen har vært sentral“, sier administrerende direktør Susanne Ehnbåge.*

Lindex' totale salg for andre kvartal økte med 25,6 prosent i lokal valuta, og med 26,2 prosent i SEK. Sammenliknet med samme periode i 2019, økte salget med 4,1 prosent i lokal valuta og med 0,9 prosent i SEK. Moteselskapet viser en bedre salgsvekst enn markedet i det andre kvartalet for alle de nordiske salgslanene.

Lindex fortsatte sin sterke vekst på nett med en salgsøkning på 51,4 prosent for kvartalet. Det digitale salget utgjorde totalt 19,5 prosent av Lindex' salg i det andre kvartalet, sammenlignet med 16,2 prosent for samme periode i fjor.

*“Etter hvert som vi har åpnet butikkene igjen, har det digitale salget vårt fortsatt sin sterke vekst, noe som viser at kundene våre setter pris på tilbudet vårt og muligheten til å handle der de vil. Kjøpsmønstre og kundens adferd endres stadig raskere, og vi arbeider kontinuerlig med å gi en enda mer inspirerende handleopplevelse og møte kunden der de ønsker å bli møtt. I løpet av våren lanserte vi den verdsatte Lindex-appen vår i flere markeder, og der ser vi et stort potensial fremover, ettersom den introduseres i flere og flere markeder”, sier Susanne Ehnåge.*

Lindex har en sterk digital vekst både gjennom egen e-handel og sammen med globale moteplattformer. Moteselskapet fortsetter å utvikle sitt sterke tilbud basert på kundens behov, mens de strategiske investeringene i den digitale utviklingen, integreringen av salgskanaler, optimalisering av butikkporteføljen, i tillegg til at innovasjon og bærekraftighet fortsetter.

*“Vi har tatt viktige skritt i vårt bærekraftsløfte og vår sirkulære endring, der innføringen av second hand hos Lindex og en ny, sirkulær forretningsmodell er et eksempel på vårt arbeid om å forlenge levetiden på klær og spare naturressursene. Vi er stolte av å ha blitt rangert som en av de globale lederne i overgangen til mer bærekraftige materialer og sirkularitet av Textile Exchange. I dag er mer enn 70 prosent av plaggene våre laget av resirkulerte materialer, eller mer bærekraftige materialer, og vi fortsetter arbeidet vårt med å prøve og nå målet på 100 prosent innen 2025. I løpet av det siste året har vi styrket merkevaren vår, og vi som et selskap står sterkere enn tidligere. Suksessen vår er basert på hvordan vi skaper verdier og overgår kundenes forventninger”, sier Susanne Ehnåge.*

\*Lindex' driftsresultat og justerte driftsresultat blir rapportert, med unntak av IFRS16-leieavtaler.

#### **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 19 land og salg online over hele verden gjennom tredjepartspartnerskap. Lindex tilbyr inspirerende og prisgunstig mote, og sortimentet inkluderer flere ulike konsepter innen damemote, barnemote, undertøy og kosmetikk. Lindex vokser, både i egne kanaler, franchise og sammen med globale moteplattformer. Lindex høyere formål er å styrke og inspirere kvinner overalt, og Lindex bærekraftløfte er å utgjøre en forskjell for fremtidige generasjoner ved å styrke kvinner, respektere planeten og sikre menneskerettighetene. Lindex er et heleid datterselskap av STOCKMANN plc. Mer informasjon er tilgjengelig på [www.lindex.com](http://www.lindex.com).