

## Lindex visar stark försäljningstillväxt och bästa resultatet någonsin för tredje kvartalet



Lindex presenterar idag sin delårsrapport för tredje kvartalet och årets första nio månader. Modeföretaget visar stark försäljningstillväxt för samtliga marknader och affärsområden och redovisar bästa resultatet någonsin för tredje kvartalet.

Lindex rörelseresultat\* för tredje kvartalet 2021 ökade med 90 MSEK och uppgick till 301 MSEK, vilket är en ökning med 43 procent jämfört med samma period föregående år och 145 procent jämfört med 2019 (211 MSEK 2020, 123 MSEK 2019). Lindex rörelseresultat för årets första nio månader uppgick till 463 MSEK, vilket är mer än fördubbling mot både föregående år och 2019 (199 MSEK 2020, 188 MSEK 2019).

*”Jag är mycket stolt över att presentera Lindex bästa resultat någonsin för tredje kvartalet. Vi fortsätter vår starka digitala tillväxt och tillsammans med stärkta marginaler och god kostnadskontroll kan vi summera ett fantastiskt resultat för både tredje kvartalet och årets första nio månader”, säger VD Susanne Ehnbåge.*

Lindex totala försäljning för tredje kvartalet ökade med 13,5 procent i lokala valutor och med 13,3 procent i SEK. Jämfört med motsvarande period 2019 ökade försäljningen med 12,4 procent i lokala valutor och med 9,7 procent i SEK. Modeföretaget har under året ökat sina marknadsandelar på samtliga nordiska marknader.

Under tredje kvartalet ökade Lindex försäljning i fysisk butik med 7,4 procent jämfört med motsvarande period föregående år och var i nivå med tredje kvartalet 2019. Lindex fortsatte sin starka tillväxt online med en försäljningsökning på 54,5 procent under kvartalet. Totalt utgjorde den digitala försäljningen 17,9 procent av Lindex försäljning under tredje kvartalet, jämfört med 13,2 procent samma period föregående år.

*”Det är glädjande att vår försäljning i butik nu har återhämtat sig och att vi är tillbaka på 2019 års nivå för tredje kvartalet. Vi ökade försäljningen på alla våra marknader och för alla affärsområden, där underkläder var vårt starkaste affärsområde med en försäljningsökning på 18 procent. Vår starka tillväxt tillsammans med ökade marknadsandelar är ett tydligt kvitto på att våra kunder uppskattar vårt erbjudande och våra satsningar, säger Susanne Ehnbåge.*

Modedeföretaget vidareutvecklar ständigt sitt erbjudande utifrån kundens behov och fortsätter att utveckla sitt framgångsrika och utökade onlinesortiment. Lindex strategiska satsningar inom den digitala utvecklingen, integrering av försäljningskanalerna och optimering av butiksportföljen, såväl som inom innovation och hållbarhet fortlöper med full kraft.

*”Vi fortsätter vår transformation till en mer hållbar affär och gör framsteg inom vårt hållbarhetslöfte. Women empowerment är ett av våra fokusområden och vi är glada över att ha tillsatt en Global Women Empowerment Manager på Lindex. En viktig roll för att accelerera och leda vårt arbete med att skapa rättvisa och jämlika arbetsplatser i vår leverantörskedja. Som en del i vår cirkulära omställning och att förlänga kläders livslängd erbjuder vi Lindex second hand i några utvalda butiker. Det ger oss värdefulla insikter dels kring hur vi kan skala upp affärsmodellen men också hur vi kan utveckla vår design för lång livslängd, där vi arbetar mot målet att 2025 ska hela vårt sortiment vara designat för lång livslängd och cirkularitet. Vi är i en transformation och har stora ambitioner framåt på vår resa som ett globalt, varumärkesdrivet och hållbart modedeföretag. Jag är fortsatt ödmjuk inför framtiden men tack vare alla Lindex medarbetares helhjärtade engagemang och fantastiska insatser varje dag står vi starkare än någonsin inför framtiden”, säger Susanne Ehnbåge.*

*\* Lindex rörelseresultat redovisas exklusive IFRS16 leasingavtal.*

**För mer information, kontakta;**

Kristina Hermansson, Senior PR & Communications Manager

Telefon: +46 (0) 31 739 50 70

E-mail: [press@lindex.com](mailto:press@lindex.com)