

# LINDEX

## Lindex viser økende salgsvekst og det beste resultatet noensinne for tredje kvartal

I dag presenterer Lindex sin delårsrapport for tredje kvartal og de første ni månedene av året. Moteselskapet viser økende salgsvekst for alle markeder og forretningsområder samt rapporterer det beste resultatet noensinne for tredje kvartal.



Lindex' driftsresultat\* for tredje kvartal i 2021 økte med 90 MSEK og utgjorde 301 MSEK, en økning på 43 prosent sammenlignet med samme periode i fjor og 145 prosent sammenlignet med 2019 (211 MSEK 2020, 123 MSEK 2019). Lindex' driftsresultat for de første ni månedene av året utgjorde 463 MSEK, noe som er mer enn doblet sammenlignet med både foregående år og 2019 (199 MSEK 2020, 188 MSEK 2019).

*«Jeg er veldig stolt av å presentere Lindex' beste resultat noensinne i tredje kvartal. Vi fortsetter den økende digitale veksten vår og sammen med styrkede marginer og god kostnadskontroll, kan vi oppsummere et fantastisk resultat både for tredje kvartal og de første ni månedene av året», sier CEO Susanne Ehnbåge.*

Lindex' totale salg for tredje kvartal økte med 13,5 prosent i lokal valuta, og med 13,3 prosent i SEK. Sammenliknet med samme periode i 2019, økte salget med 12,4 prosent i lokal valuta og med 9,7 prosent i SEK. I løpet av året økte moteselskapet markedsandelene sine i alle nordiske markeder.

I løpet av tredje kvartal økte Lindex salget i fysiske butikker med 7,4 prosent sammenlignet med samme periode i fjor og holdt seg på samme nivå med tredje kvartal 2019. Lindex fortsatte sin sterke vekst på nett med en salgsøkning på 54,5 prosent for kvartalet. Salget på nett utgjorde totalt 17,9 prosent av Lindex' salg i det tredje kvartalet, sammenlignet med 13,2 prosent for samme periode i fjor.

«Det er fantastisk at salget i butikkene nå er tilbake, og at vi er på samme nivå for tredje kvartal som i 2019. Vi økte salget i alle våre markeder og for alle våre forretningsområder, der undertøy var vårt sterkeste forretningsområde med en salgsøkning på 18 prosent. Den sterke veksten sammen med økte markedsandeler er et tydelig bevis på at kundene våre setter pris på vårt sortiment og tilbud», sier Susanne Ehnåge.

Moteselskapet utvikler stadig tilbudet sitt basert på kundens behov og fortsetter å utvikle sine vellykkede og utvidede online editions. Lindex' strategiske investeringer i digital utvikling, integrasjon av salgskanaler og optimalisering av butikkporteføljen, samt innovasjon og bærekraft, fortsetter fremover i full fart.

«Vi fortsetter transformasjonen til en mer bærekraftig virksomhet og gjør fremgang innenfor bærekraftløfte vårt. Styrking av kvinner er et av våre fokusområder, og vi er glade for å ha utnevnt en leder for Global Women Empowerment hos Lindex. Det er en viktig rolle i å akselerere og lede vårt arbeid med å skape rettferdige og like arbeidsplasser i forsyningskjeden vår. Som en del av vår sirkulære transformasjon og for å forlenge levetiden til klær, tilbyr Lindex salg av bruktklær i noen utvalgte butikker. Det gir oss verdifull innsikt i hvordan vi kan skalere opp forretningsmodellen, men også hvordan vi kan utvikle designet vårt til å ha en lang levetid. Vi jobber hardt for å nå målet om at hele sortimentet skal være designet for lang levetid og sirkularitet innen 2025. Vi holder på å transformere oss og har store ambisjoner fremover på vår reise som et globalt, merkevareledet og bærekraftig moteselskap. Jeg er ydmyk for fremtiden, men takket være helhjertet engasjement og fantastisk innsats fra alle Lindex-ansatte hver dag, står vi sterkere enn noensinne og er klare for fremtiden», sier Susanne Ehnåge.

\*Lindex' 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 450 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).