

Lindex rapporterar fortsatt tillväxt i alla försäljningskanaler



Lindex presenterar idag sin delårsrapport för tredje kvartalet 2022 samt årets första nio månader och redovisar fortsatt försäljningstillväxt i såväl fysiska butiker som i digitala kanaler.

Lindex försäljning för tredje kvartalet 2022 ökade med 1,1 procent i lokala valutor och med 3,0 procent i SEK. Jämfört med motsvarande period 2019, innan pandemin, ökade försäljningen med 13,8 procent i lokala valutor och med 12,9 procent i SEK. Försäljningen för årets första nio månader ökade med 15,7 procent i lokala valutor och 18,0 procent i SEK.

”Vi fortsätter vår fina försäljningstillväxt och når Lindex högsta försäljning för tredje kvartalet. Att vi ökar både i våra fysiska butiker och i våra digitala kanaler är ett fint bevis på vår förmåga att möta våra kunders behov och önskemål samt att vårt erbjudande står sig starkt trots den utmanande omvärldssituationen. Vi har också fortsatt stärka vår kundbas och attraherat 775 000 nya medlemmar och online-kunder hittills i år och har nu hela 5,4 miljoner registrerade kunder som vi har en fin möjlighet att fortsätta bygga långsiktiga relationer med”, säger VD Susanne Ehnbåge.

Lindex försäljning i fysisk butik ökade under tredje kvartalet med 0,7 procent jämfört med motsvarande period föregående år. Modeföretaget fortsatte sin tillväxt online med en försäljningsökning på 0,4 procent under kvartalet och den digitala andelen uppgick till 17,8 procent av Lindex totala försäljning.

Lindex rörelseresultat* för tredje kvartalet uppgick till 219 MSEK (301 MSEK 2021, 123 MSEK 2019). Rörelseresultatet för årets första nio månader uppgick till 645 MSEK, vilket är en ökning med 39 procent jämfört med föregående år och mer än tredubblat mot 2019 (464 MSEK 2021, 188 MSEK 2019).

”Vi redovisar ett starkt resultat för perioden, där vi är kraftigt över 2019 års nivåer, men vi nådde inte förra årets extraordinära resultat för tredje kvartalet. Den kraftigt försvagade svenska kronan har medfört lägre marginaler. Vi har inte kompenserat för detta fullt ut då det är av stor vikt för oss att vårt kunderbjudande har ett högt prisvärde. Vårt resultat påverkas också av våra kraftfulla satsningar där vi, i linje med vår långsiktiga strategi, investerar för vår fortsatta globala, digitala och hållbara tillväxt”, säger Susanne Ehnbåge.

Som en del i modeföretagets tillväxtstrategi och hållbara affärsutveckling satsar Lindex inom femtech. Under kvartalet har Lindex lanserat sitt nya varumärke Female Engineering som genom innovation och teknologi utvecklar produkter med kvinnans behov i fokus.

”Vår varumärkesportfölj växer och med Female Engineering positionerar vi oss på en tillväxtmarknad med stor potential. Vi har utvecklat produkter för den kvinnliga kroppen i över 65 år och vår satsning inom femtech är ett sätt att förvalta vår expertis på nya sätt – en milstolpe i Lindex historia. Att skapa hållbar tillväxt och vidareutveckla vårt erbjudande med kundens behov i fokus är centrala delar på vår väg framåt. Vi står inför en fortsatt utmanande tid men där vi med rätt prioriteringar, högt kostnadsfokus och vår flexibilitet och snabbhet kommer möta även den kommande tiden på bästa möjliga sätt och fortsätta stå starka”, 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