

Lindex når 7 miljarder i omsättning och presenterar sitt starkaste årsresultat



Lindex redovisar idag sin delårsrapport för fjärde kvartalet samt helåret 2022 och presenterar sitt starkaste helårsresultat någonsin. Omsättningen ökade under året med 14,1 procent och överstiger nu 7 miljarder kronor. Lindex ökade sin försäljning för alla marknader och för alla affärsområden under året.

Lindex rörelseresultat* för 2022 uppgick till 875 MSEK, vilket är en ökning med 27 procent mot föregående år och 156 procent jämfört med 2019, året före pandemin (690 MSEK 2021, 340 MSEK 2019). Lindex rörelseresultat* för fjärde kvartalet 2022 uppgick till 230 MSEK (226 MSEK 2021, 153 MSEK 2019).

”2022 var ett omskakande år på många sätt, med stor osäkerhet och många utmaningar såsom ökade inköps- och fraktpriser, historiskt hög US-dollar samt inflation. Att vi trots den utmanande omvärldssituationen lyckas ta Lindex till nya nivåer och leverera vårt starkaste helårsresultat samt når över 7 miljarder i omsättning är en stor milstolpe. Jag är mycket stolt över alla Lindex fantastiska medarbetare som med sitt stora kundfokus, engagemang och dedikerade insatser möjliggjort vår framgångsrika utveckling, där vi har vuxit både hållbart och lönsamt”, säger VD Susanne Ehnbåge.

Lindex försäljning för 2022 ökade med 14,1 procent vilket innebär att modeföretagets omsättning överstiger 7,0 miljarder kronor för året. Jämfört med 2019 ökade försäljningen med 15,6 procent och Lindex visar en bättre försäljningstillväxt än marknaden för alla nordiska försäljningsländer. Försäljningen för fjärde kvartalet ökade med 4,5 procent och jämfört med motsvarande period 2019 ökade försäljningen med 11,0 procent.

Modeföretaget fortsatte sin tillväxt i fysisk butik med en ökning på 13,6 procent under året. Den digitala försäljningen minskade med 0,7 procent och uppgick till 18,5 procent av den totala försäljningen.

”Vi ökar vår försäljning på alla våra marknader och för alla affärsområden, där underkläder ökar mest med en tillväxt på 20 procent under året. Vi har en starkt digital försäljning samtidigt som vi fortsätter vår fina tillväxt i våra fysiska butiker, vilket är glädjande. Under året har vi attraherat över 1 miljon nya kunder och vi har nu över hela 5,7 miljoner registrerade

kunder, vilket är ett fint kvitto på Lindex starka varumärke. Detta ger oss en fantastisk möjlighet att fortsätta fördjupa vår kundkunnsdom och vidareutveckla vårt erbjudande utifrån insikter och våra kunders behov”, säger Susanne Ehnbåge.

Under året har Lindex fortsatt att ta viktiga kliv i sin transformation till en mer hållbar affär. Lindex växer på nya sätt där cirkulära affärsmodeller och att fortsätta utveckla sitt kunderbjudande med nya tjänster är viktiga delar i modeföretagets omställning.

”Att skapa hållbar tillväxt och vidareutveckla vårt erbjudande med kundens behov i fokus är centrala delar för oss. Vi har under det gångna året gått in på femtechmarknaden och framgångsrikt lanserat vårt nya varumärke Female Engineering och våra första femtechprodukter. Vidare har vi skalat upp vårt secondhand-erbjudande till att omfatta alla barnkläder, öppnat popup-butik och initierat testpilot online, vilket ger oss värdefulla insikter i hur affärsmodellen kan utvecklas för att säkerställa långsiktig skalbarhet och lönsamhet. Ett annat viktigt steg i vår omställning till ett mer hållbart och cirkulärt sortiment är vår investering i en ny viskosfiber baserad på OnceMore®, som är en unik, innovativ process för storskalig textilåtervinning av blandmaterial. Vi är i en transformation och har högt ställda mål att växa både hållbart och lönsamt där våra strategiska investeringar samt digitala utveckling är avgörande på vår väg framåt”, 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