

Lindex fortsätter nå nya resultat- och försäljningsnivåer



Lindex presenterar idag sin delårsrapport för andra kvartalet samt första halvåret 2023 och redovisar försäljningstillväxt i såväl fysiska butiker som digitala kanaler samt fortsatt förbättrad lönsamhet.

Lindex rörelseresultat* för andra kvartalet ökade med 2 MSEK och uppgick till 411 MSEK (409 MSEK 2022). Rörelseresultatet* för första halvåret 2023 ökade med 8 MSEK och uppgick till 474 MSEK (466 MSEK 2022).

”Vi fortsätter vår försäljningstillväxt och tillsammans med stärkta marginaler samt god kostnadskontroll kan vi summera ett starkt resultat för både andra kvartalet och första halvåret av 2023. Jag är stolt över att vi når nya försäljnings- och resultatnivåer trots vår fortsatt utmanande omvärldssituation med minskad köpkraft, en stark US-dollar samt kraftig inflation. Vi stärker vår lönsamhet, växer med nya kunder och ökar vår försäljning i såväl våra fysiska butiker som i våra digitala kanaler, en strålande prestation tack vare alla medarbetares fantastiska engagemang”, säger VD Susanne Ehnbåge.

Lindex försäljning under andra kvartalet ökade med 2,0 procent i lokala valutor och med 2,2 procent i SEK. Försäljningen under första halvåret ökade med 1,4 procent i lokala valutor och med 1,7 procent i SEK. Modeföretaget fortsatte sin tillväxt i fysisk butik med en ökning med 0,2 procent under andra kvartalet och med 1,1 procent under första halvåret jämfört med motsvarande period föregående år. Lindex digitala försäljning ökade med 9,7 procent under kvartalet och med 2,1 procent under första halvåret. Totalt utgör den digitala försäljningen 19,0 procent av Lindex totala försäljning under första halvåret (18,9 procent 2022).

”Vi vidareutvecklas som ett starkt globalt varumärke som stärker och inspirerar kvinnor – både med vårt fantastiska sortiment och kommunikation såväl genom våra olika initiativ kopplade till vår verksamhet. Vi har under våren till exempel lanserat vårt långsiktiga initiativ 'Reinvent the Model' där vi arbetar för att öka mångfalden och bredda inkluderingen. Ett annat exempel på hur vi aktivt arbetar med vårt högre syfte är att vi lyfter tabun kring mens och där vi kommer att donera en del av försäljningen av menstrosor från vårt femtech-varumärke Female Engineering till WaterAid”, säger Susanne Ehnbåge.

Lindex har högt ställda mål att växa både hållbart och lönsamt och tar vidare steg i sin cirkulära omställning. Modeföretaget fortsätter också sin digitala transformation och bygger en stark grund för innovation, effektivitet och flexibilitet genom en rad investeringar.

”Våra kraftfulla investeringar för vår globala, digitala och hållbara tillväxt fortlöper. Vår byggnation av vårt nya högautomatiserade omnilager, för att öka leveranskapaciteten och säkerställa en effektiv distribution och lagerhantering, pågår för fullt. Samtidigt har vi, som en del av vårt digitala butiksprogram, bland annat inlett implementering av ett nytt mobilt kassasystem och RFID-teknologi för att ytterligare förbättra kundupplevelsen. Vi testar och vidareutvecklar också ett unikt AI-verktyg ’Lindex Copilot’ framtaget för att stötta våra butiksmedarbetare i sitt dagliga arbete. Att erbjuda rätt vara, på rätt plats, i rätt tid och kvantitet är avgörande för att förbli konkurrenskraftiga, där våra investeringar och digitala utveckling är centrala”, säger Susanne Ehnåge.

**Lindex rörelseresultat redovisas inklusive IFRS16 leasingavtal.*

För mer information, kontakta;

Kristina Hermansson, Senior PR & Communications Manager

Telefon: +46 (0) 31 739 50 70

E-mail: press@lindex.com