

Lindex rapporterar stark resultatökning och fortsatt försäljningstillväxt



Lindex presenterar idag sin delårsrapport för tredje kvartalet 2023 och årets första nio månader. Modeföretaget redovisar en stark resultatökning samt fortsatt försäljningstillväxt i såväl sina fysiska butiker som i digitala kanaler.

Lindex rörelseresultat* för tredje kvartalet uppgick till 307 MSEK, vilket är en ökning med 30,1 procent jämfört med motsvarande period föregående år (236 MSEK 2022). Rörelseresultatet* för årets första nio månader uppgick till 781 MSEK, vilket är en ökning med 10,2 procent jämfört med föregående år (709 MSEK 2022).

”Det har varit en varm inledning på hösten men vi har haft en bra kollektionsövergång, med ett inspirerande och välbalanserat sortiment, som uppskattats av våra kunder och som givit oss en framgångsrik höststart. Vi fortsätter vår försäljningstillväxt i både våra fysiska butiker och digitala kanaler och tillsammans med förbättrad marginal samt god kostnadskontroll levererar vi ett starkt förbättrat resultat för både tredje kvartalet och årets första nio månader. Vår positiva utveckling och fina tillväxt är ett resultat av vårt målinriktade arbete och alla medarbetares fantastiska engagemang och stora kundfokus”, säger VD Susanne Ehnbåge.

Lindex försäljning under tredje kvartalet 2023 ökade med 4,9 procent i lokala valutor och med 7,5 procent i SEK. Försäljningen under årets första nio månader ökade med 2,6 procent i lokala valutor och 3,7 procent i SEK. Modeföretaget fortsatte sin tillväxt i fysisk butik under kvartalet med en ökning på 3,2 procent jämfört med motsvarande period föregående år. Lindex digitala försäljning ökade med 13,8 procent under kvartalet och den digitala andelen uppgick till 19,4 procent av Lindex totala försäljning (17,8 procent 2022).

”Vi ökar vår försäljning för alla våra affärsområden, där dam ökar mest med en tillväxt på 8,9 procent under kvartalet. Det är också glädjande att vi fortsätter växa med både nya och aktiva kunder samt att vi ökar vårt snittköp trots tider med minskad köpkraft. Det är ett fint kvitto på hur vi stärker Lindex varumärke ytterligare. Vidare utforskar vi nya sätt att göra affärer och piloterar nya försäljningskanaler och har under kvartalet lanserat via partners på nya

marknader och marknadsplatser. Det är med entusiasm jag blickar framåt på vår fortsatta resa som ett globalt, varumärkesdrivet och hållbart modeföretag där våra investeringar och digitala utveckling är centrala”, säger Susanne Ehnbåge.

** 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