

Fortsatt försäljningstillväxt för Lindex med stärkt digital andel



Lindex presenterar idag sin delårsrapport för första kvartalet 2024 och redovisar fortsatt försäljningstillväxt i både fysiska butiker och digitala kanaler.

Lindex försäljning under första kvartalet ökade med 2,7 procent i lokala valutor och med 4,0 procent i SEK. Modeföretaget fortsatte sin tillväxt i fysisk butik med en ökning på 1,8 procent jämfört med motsvarande period föregående år. Den digitala försäljningen ökade med 8,9 procent under kvartalet och utgör 22,9 procent av Lindex totala försäljning (21,6 procent 2023).

”Vi fortsätter vår fina försäljningstillväxt under första kvartalet och ökar försäljningen i såväl våra fysiska butiker som digitala kanaler, med en stärkt digital andel. Dam var vårt starkaste affärsområde med en försäljningsökning på 7,4 procent. Det är också glädjande att vi tar ytterligare marknadsandelar och fortsätter växa med både nya och aktiva kunder samt ökar snittköpet, trots tider med minskad köpkraft. Vi har under kvartalet även stärkt vår närvaro och tillväxtpotential genom lansering med partners”, säger VD Susanne Ehnbåge.

Modeföretagets justerade rörelseresultat* för första kvartalet uppgick till 47 MSEK (62 MSEK 2023). Lindex försäljningstillväxt påverkade resultatet positivt men på grund av ökade fraktpriser, med anledning av situationen i Röda havet, minskade resultatet jämfört med motsvarande period föregående år. Lindex rörelseresultat* för första kvartalet 2024 uppgick till 86 MSEK (62 MSEK 2022).

Lindex har under första kvartalet släppt sin hållbarhetsrapport för 2023 som beskriver modeföretagets betydande framsteg såväl som utmaningar samt den omfattande transformation som genomsyrar hela företaget.

”Vi fortsätter vår transformation till en mer hållbar affär och accelererar våra framsteg i att uppfylla vårt hållbarhetslöfte. Jag är stolt över vad vi lyckats åstadkomma hittills inom bland annat våra material och minskad klimatpåverkan, där vi under föregående år minskade våra totala utsläpp med 21 procent och med 41 procent jämfört med basåret 2017, trots en stark försäljningstillväxt. Vi har höjt ambitionsnivån ytterligare och ansökt om ett nytt science based target-mål som också inkluderar hela Lindex koncernen. För att fortsätta lyckas nå våra mål

och minska vårt klimatavtryck vidtar vi åtgärder inom nästan alla aspekter av vår verksamhet. De viktigaste hörnstenarna är att minska energianvändningen och övergå till förnybar energi i vår leverantörskedja. Andra viktiga delar är att fortsätta utforska och skala cirkulära affärsmodeller liksom att fokusera på innovation i material”, säger Susanne Ehnbåge.

Modedeforetagets investeringar för sin fortsatta globala, digitala och hållbara tillväxt fortlöper med full kraft liksom den digitala transformationen där Lindex bygger en stark grund för effektivitet, flexibilitet och innovation.

”Som en del av vår fortsatta resa och transformation genomför vi under året många viktiga lanseringar för att accelerera vår tillväxt på ett effektivt sätt. Ett avgörande steg är implementeringen av vårt nya högautomatiserade omnilager, vilket vi planerar och ser fram emot att ta i drift under hösten. Vi arbetar även intensivt med vårt digitala butiksprogram, med bland annat utrullning av nytt mobilt kassasystem och RFID-teknologi, för att förbättra kundupplevelsen ytterligare. Vi fokuserar också på att digitalisera vår leverantörskedja för att öka flexibiliteten och minska ledtiderna. Ja, det är många stora milstolpar som vi närmar oss med stor entusiasm och engagemang. Genom våra samlade insatser och innovationskraft strävar vi mot en ännu mer framgångsrik framtid, där vi inte bara accelererar vår tillväxt utan också stärker vår position som ett globalt, varumärkesdrivet och hållbart modedeföretag”, 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