

Clas Ohlson sexmånadersrapport 2019/20

Viktiga steg mot långsiktig lönsam tillväxt

Andra kvartalet – 1 augusti till 31 oktober 2019

- Försäljningen i Norden ökade med 3% till 2 145 Mkr (2 089), en organisk tillväxt om 3% och den totala försäljningen var oförändrad till 2 165 Mkr (2 157), en organisk tillväxt om 1%
- Försäljningen online ökade med 21% till 115 Mkr (95)
- Rörelseresultatet, inklusive kostnader av engångskaraktär och kostnader kopplade till handlingsprogrammet CO100+, uppgick till 133 Mkr (33). Exklusive effekten av IFRS 16 uppgick rörelseresultatet till 107 Mkr
- Underliggande rörelseresultat uppgick till 153 Mkr (124) (exkl IFRS 16)
- Rörelsemarginalen uppgick till 6,1% (1,6)
- Nettoskuld/EBITDA exklusive effekten av IFRS 16 (12 mån) uppgick till 0,6 ggr (0,5)
- Resultat efter skatt uppgick till 91 Mkr (25)
- Vinst per aktie uppgick till 1,43 kr (0,40)
- I september inleddes ett samarbete med Kolonial.no, Norges största matbutik på nätet

Sex månader – 1 maj till 31 oktober 2019

- Försäljningen i Norden ökade med 4% till 4 157 Mkr (3 978), en organisk tillväxt om 4% och den totala försäljningen ökade med 2% till 4 209 Mkr (4 115), en organisk tillväxt om 2%
- Rörelseresultat, inklusive kostnader av engångskaraktär och kostnader kopplade till handlingsprogrammet CO100+, uppgick till 212 Mkr (65). Exklusive effekten av IFRS 16 uppgick rörelseresultatet till 159 Mkr
- Underliggande rörelseresultat uppgick till 244 Mkr (186) (exkl IFRS 16)
- Rörelsemarginalen uppgick till 5,0% (1,6)
- Resultat efter skatt uppgick till 139 Mkr (55)
- Vinst per aktie uppgick till 2,21 kr (0,87)

Händelser efter kvartalets slut

- Försäljningen i Norden ökade i november med 4% till 988 Mkr (948), en organisk tillväxt om 4% och den totala försäljningen ökade med 2% till 995 Mkr (979), en organisk tillväxt om 2%
- Försäljningen online i november ökade med 7% till 65 Mkr (61)

Vd Lotta Lyrå kommenterar kvartalet:

Vi växer organiskt i Norden

Hösten har präglats av ett utmanande marknadsklimat på våra nordiska hemmamarknader. Det är därför glädjande att konstatera att vi i kvartalet ökade vår försäljning i Norden organiskt med 3 procent, som ett resultat av tillväxt i såväl Sverige, Norge som Finland och i både butik och online. Att kunna erbjuda kunderna tillgänglighet och bekvämlighet är avgörande för vår fortsatta tillväxtresa. Den större uppgradering av vår e-handelsplattform som genomfördes i mitten av

oktober var därför ett viktigt steg. Den ger en förbättrad kundupplevelse i såväl mobil, platta som dator, samt en mer skalbar plattform som möjliggör en snabbare utvecklingstakt framåt.

Vi ser även resultat på kort sikt. Försäljningen online i november, där Black Friday var vår bästa försäljningsdag någonsin, visar att satsningen på en bättre digital upplevelse och vässade kampanjer uppskattas av våra kunder.

Bruttomarginalen landade på 41,1 procent (41,6) för kvartalet och påverkades främst av en starkare inköpsvaluta i USD.

Lägre kostnader möjliggör lönsam tillväxt

Sedan starten av vårt handlingsprogram CO100+ har vi haft ett högt tempo i omställningen för att uppnå en lägre kostnadsbas och en mer effektiv organisation. Vid den här tidpunkten förra året presenterade vi en tydlig online-inriktning för våra marknader utanför Norden och vi har nu stängt våra butiker i Storbritannien och Tyskland. Vi är också i mål med den organisatoriska översyn som vi kommunicerade i februari som vi ser full effekt av inför nästa verksamhetsår. Parallellt jobbar vi vidare med andra viktiga initiativ som exempelvis att se över våra inköpskostnader.

De genomförda åtgärderna inom ramen för CO100+ är en viktig förklaring till att det underliggande rörelseresultatet under andra kvartalet förbättrades med 23 procent från 124 Mkr till 153 Mkr. Vi rör oss i rätt riktning och följer vår plan att uppnå vårt rörelsemarginalmål på 4 till 6 procent under innevarande år.

Ett samspel mellan kanaler driver vår affär

Majoriteten av vår försäljning sker fortsatt i butik. Vi arbetar därför intensivt med att kontinuerligt förbättra både lönsamheten i butiks nät och upplevelsen i butik.

Ett annat viktigt fokus är att erbjuda våra produkter i fler kanaler. När vi i början av september inledde ett nytt samarbete med Kolonial.no, Norges största matbutik på nätet, såg vi tidigt ett positivt mottagande från kunderna och utvecklingen följer samma trend som för MatHem i Sverige. Vi har också genomfört ett spännande pilotprojekt med Amazon i UK där vi är nöjda med utfallet och avser att utöka vårt produktutbud för att skala upp denna affär.

Vi ser också en kontinuerligt ökande efterfrågan på vår tjänst Clas Fixare. Vi fortsätter att trimma och utveckla vårt erbjudande och med att förbereda oss inför utrullning till fler geografiska områden i Sverige.

Fokus på tillväxt och kundupplevelse

Vi får fler och fler bevis på att vårt handlingsprogram CO100+ ger de effekter vi hoppats på, vilket bland annat syns i lönsamhetsutvecklingen i kvartalet. Vi har på kort tid skapat en mer flexibel kostnadsstruktur och byggt flera nya sätt att möta våra kunder i våra butiker, online och i kundernas hem.

Ett viktigt fokus framåt i implementeringen av CO100+, är att ytterligare förbättra och koppla samman vårt produkt erbjudande med vårt serviceerbjudande. På så sätt skapar vi ett unikt mervärde för våra kunder och förutsättningar för en ökad försäljning.

Jag är stolt över vad vi, Clas Ohlsons alla medarbetare, tillsammans åstadkommit under kvartalet. Nu pågår den så viktiga julhandeln. Vi har förberett oss noggrant för att leverera bästa möjliga kundupplevelse såväl i butik som online. Genom att kombinera ett envist fokus på den dagliga verksamheten och fortsatt implementering av CO100+ skapar vi ett lönsamt Clas Ohlson och värde för våra aktieägare.

Webbsänd telefonkonferens kl. 09.00

En webbsänd telefonkonferens hålls kl. 09.00 idag där vd och koncernchef Lotta Lyrå tillsammans med CFO Pär Christiansen presenterar rapporten samt svarar på frågor. Webbsändningen nås genom följande länk:

<https://about.clasohlson.com/webbsandning-201920-q2>

För att delta i telefonkonferensen och kunna ställa frågor muntligen, vänligen ring in på något av följande nummer några minuter innan konferensen börjar:

+46 8 50558352 (Sverige), +44 3333009272 (Storbritannien) eller +18 335268398 (USA)

För mer information, vänligen kontakta:

Carolina Strömlid, IR-chef, 070-880 71 73, carolina.stromlid@clasohlson.se

Detta är sådan information som Clas Ohlson AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknads-missbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 4 december 2019 klockan 07:00.

Clas Ohlson grundades 1918 som en postorderfirma i Insjön, Dalarna. Idag är vi ett detaljhandelsbolag med kunder på fem marknader, cirka 5 000 medarbetare och en omsättning om cirka 8,8 miljarder kronor. Vår aktie är noterad på Nasdaq Stockholm. Mycket har hänt sedan starten, men en sak har varit densamma genom alla år: att vi varje dag vill hjälpa och inspirera människor att förbättra sin vardag genom att erbjuda smarta, enkla, praktiska lösningar till attraktiva priser. Läs mer om oss och hur vi brinner för att förenkla livet i varje hem på about.clasohlson.com.