

## Clas Ohlson tremånadersrapport 2018/19

### Första kvartalet – 1 maj till 31 juli 2018

- Försäljningen ökade med 10 procent till 1 958 Mkr (1 783), en organisk tillväxt om 6 procent och en ökning om 3 procent i jämförbara enheter
- Satsning online ger resultat – försäljningstillväxten uppgick till 60 procent
- Affärssystemet sCORE implementerat
- Strategi omsatt i handlingsprogrammet CO100+, förutom pågående tillväxtdrivande initiativ, är även effektivitetsförbättrande åtgärder om 200–250 Mkr hittills identifierade
- Rörelseresultat, inklusive kostnader av engångskaraktär och kostnader kopplade till handlingsprogrammet CO100+, uppgick till 32 Mkr (100)
- Underliggande rörelseresultat uppgick till 62 Mkr (100)
- Resultat efter skatt uppgick till 30 Mkr (77)
- Vinst per aktie uppgick till 0,47 kr (1,22)
- Pär Christiansen tillträdde som ekonomi- och finansdirektör den 1 juli 2018

### Händelser efter rapportperiodens slut

- Försäljningen i augusti ökade med 8 procent till 725 Mkr (671), en organisk tillväxt om 4 procent
- Rörelsemarginalen för innevarande och nästa helår beräknas enligt tidigare kommunikation att ligga i intervallet 4 – 6 procent

### Kommentar från VD

#### Ett stabilt underliggande resultat i ett utmanande marknadsklimat

Vi har fortsatt implementera vår nya strategi i högt tempo, och initiativen för lönsam tillväxt genomförs enligt plan. Vi börjar successivt se positiva effekter av vårt arbete vilket stärker vår övertygelse om att vi har slagit in på rätt väg.

Förutom en fortsatt hård konkurrens om kundernas plånbok har sommaren varit väder-mässigt utmanande för detaljhandeln generellt sett. Clas Ohlson har en styrka i ett relevant sortiment för såväl olika väderlekar som över tid. Jämfört med utgången av fjärde kvartalet har lagernivån minskat med cirka 100 Mkr.

Kvartalets kommersiella satsningar driver trafik till våra butiker och online vilket ger ökad försäljning per kund och kvadratmeter nu och på längre sikt. Därtill ökar vi omsättningshastigheten av vårt sortiment och inte minst stärker vi positionen ytterligare i vår breda kundbas inför julhandeln. För kvartalet levererar vi ett stabilt underliggande rörelseresultat om 62 Mkr (100).

#### Strategin har konkretiserats i handlingsprogrammet CO100+

Vägen framåt omfattar ett fortsatt tydligt fokus på ett antal utvalda strategiska initiativ inom områdena ”skapa ett unikt kunderbjudande, ge service i världsklass samt förenkla och effektivisera verksamheten”. Allt för att leverera på de fastställda målen om en organisk tillväxt på 5 procent och en rörelsemarginal på 6–8 procent.

Som tidigare kommunicerats investerar vi 1–2 procentenheter av rörelsemarginalen i våra strategiska initiativ under en tvåårsperiod, vilket innebär att rörelsemarginalen beräknas att ligga i intervallet 4–6 procent för innevarande och nästa helår.

Det fortlöpande arbetet innebär att de strategiska initiativen har konkretiserats i ett handlingsprogram, CO100+. Förutom tillväxtdrivande initiativ har effektivitets-förbättrande åtgärder motsvarande cirka 200–250 Mkr hittills identifierats, vilka successivt kommer att ge effekt under tvåårsperioden 2018/19–2019/20 och med full effekt från och med helåret 2020/21.

### ***Fullt fokus på genomförande***

Inom ramen för att utveckla kunderbudandet samt effektivisera verksamheten har vi redan nu omsatt ett antal åtgärder till konkret kundnytta och ökad effektivitet.

#### *Bekvämare för våra kunder*

Efter det positiva mottagandet av konceptet Click & Collect i Norge lanserar vi nu denna bekväma lösning i 92 svenska butiker. Därmed är Click & Collect introducerat på hela vår nordiska hemmamarknad. Genom samarbetet med Klarna har vi förenklat utcheckningen för våra online-kunder.

#### *Fler och fördjupade samarbeten ökar tillgängligheten för våra kunder*

Vi har inlett ett flertal strategiska samarbeten för att ge kunderna bättre tillgänglighet och mer kompletta erbjudanden. I augusti utvidgade vi samarbetet med MatHem när sortimentet utökades från 700 till 2 000 produkter. Vi ser en stark tillväxtpotential för "non-food" produkter online, vilket kommer att vara en viktig del i vårt offensiva tillväxtmål att dubbla vår försäljning online vartannat år. "Hemma hos" i centrala Oslo, som öppnade i juni, är den första Clas Ohlson-butik där kunderna kan uppleva delar av sortimentet i en hemmalik miljö. I höst kommer Clas Ohlson att inleda ett samarbete med Amazon där vi använder deras plattform för att erbjuda våra produkter till kunder i Storbritannien.

#### *Ett mer optimerat sortiment*

Ett av våra viktigaste initiativ för att öka försäljningen per kvadratmeter är att säkerställa rätt produktmix. I ett första steg har vi under sommaren utarbetat en handlingsplan för produkter motsvarande 50 procent av vår försäljning. Nu inleder vi tester i våra butiker och påbörjar en dialog med våra leverantörer. Utfallet kommer att resultera i att produkter successivt utgår och att nya produkter tillkommer.

#### *sCORE lanserat – ökad intern effektivitet och ökad flexibilitet*

sCORE, som initierades 2013/14, är nu i drift. Med sCORE har vi etablerat en skalbar plattform för att nå effektivitetsvinster i vår leverantörskedja och centrala administrativa funktioner samtidigt som vi med ökad flexibilitet kan anpassa sortimentet till olika områden och kanaler.

#### *Förbättrad kampanjprecision*

Med stöd av avancerad dataanalys skräddarsyr vi våra kampanjer på ett smartare och betydligt mer kostnadseffektivt sätt med beaktande av produktval och rabattstorlek i förhållande till effekt.

### ***Lönsam tillväxt i 100 år till***

Nu fortsätter vi vårt målmedvetna arbete med att ta vara på de möjligheter som identifierats i vår strategiöversyn som översatts i ett konkret handlingsprogram. Clas Ohlson har en unikt stark marknadsposition i Norden. Med en solid finansiell ställning kan vi under trygga former fortsätta att utveckla verksamheten, skapa lönsam tillväxt och leverera aktieägarvärde nu och i framtiden. Med sCORE har vi också etablerat en skalbar plattform där kraftfulla effektiviseringar inom centrala områden som inköp och administration kommer att ge konkret avtryck på brutto- och rörelsemarginal. Det ger även ett ökat handlingsutrymme för att snabbare kunna lansera nya produkter och tjänster som underlättar våra kunders vardag i hemmet.

*Lotta Lyrå, Vd och koncernchef Clas Ohlson AB*

### **Analytiker- och medieträff**

Rapporten presenteras onsdagen den 5 september klockan 08:30 på Drottninggatan 53. För de som inte har möjlighet att närvara kan presentationen även följas på [about.clasohlson.com/rapporter](http://about.clasohlson.com/rapporter). Det går också bra att följa presentationen direkt via telefonkonferens. För att delta, ring: +46856642698 (Sverige), +442030089808 (Storbritannien) eller +18558315948 (US).

### **För mer information:**

Elisabet Johansson, Interim IR-chef telefon 072-22 11 650

Detta är sådan information som Clas Ohlson AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 5 september 2018 klockan 07:00.

*Clas Ohlson grundades 1918 som en postorderfirma i Insjön, Dalarna. När vi i år firar 100 år som företag gör vi det med kunder på fem marknader, med drygt 5 000 medarbetare och med en omsättning om över 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 vår historia på [clasohlson100.com](http://clasohlson100.com) eller om var vi står idag på [about.clasohlson.com](http://about.clasohlson.com).*