

Clas Ohlsons tremånadersrapport 2021/22

Ett stabilt kvartal med stark lönsamhet

Första kvartalet – 1 maj till 31 juli

- Försäljningen minskade med 1 procent till 2 056 Mkr (2 074), en organisk minskning om 2 procent och en minskning om 2 procent i jämförbara enheter
- Försäljningen online ökade med 19 procent till 219 Mkr (184)
- Rörelseresultatet, uppgick till 147 Mkr (166). Exklusive effekten av IFRS 16 uppgick rörelseresultatet till 128 Mkr (147)
- Rörelsemarginalen uppgick till 7,2 procent (8,0). Exklusive effekten av IFRS 16 uppgick rörelsemarginalen till 6,2 procent (7,1)
- Nettoskuld/EBITDA exklusive effekten av IFRS 16 (12 mån) uppgick till -1,0 ggr (-0,5)
- Resultat efter skatt uppgick till 103 Mkr (117)
- Vinst per aktie uppgick till 1,63 kr (1,84)

Händelser efter rapportperiodens slut

- Försäljningen i augusti ökade med 3 procent till 711 Mkr (689), en ökning om 3 procent organiskt och en ökning om 3 procent i jämförbara enheter
- Försäljningen online i augusti ökade med 22 procent till 58 Mkr (48)

Vd Kristofer Tonström kommenterar första kvartalet 2021/22:

I en tid när kundbeteenden ändras snabbare än någonsin tidigare visar vi under verksamhetsårets första kvartal att Clas Ohlson står starkt. Vår försäljning om 2 056 Mkr var nästan i nivå med förra sommarens rekordförsäljning och även om rörelseresultatet om 147 Mkr minskar mot föregående år, tillhör resultatet ett av de bästa som vi levererat i ett första kvartal. Som jämförelse är rörelseresultatet upp med 85 procent jämfört med första kvartalet 2019.

Två viktiga förklaringar till den stabila utvecklingen är att vi kunnat erbjuda kunderna ett relevant sortiment och en hög servicenivå i våra försäljningskanaler. Detta har inneburit en högre snittförsäljning per kund vilket varit avgörande under en period med lägre kundtrafik till våra fysiska butiker. Vi ser en fortsatt positiv utveckling för vår försäljning online där vi ökar försäljningen med 19 procent under kvartalet, men kanske ännu mer glädjande är att vi lyckats förkorta ledtider och öka konverteringen i vår e-handel. Det visar att de investeringar vi gjort, och fortsätter att göra, i vårt digitala kundmöte och i en snabbare och mer effektiv logistikkedja ger resultat. Samtidigt har vi lyckats bibehålla en god kostnadskontroll, vilket avspeglas i en bruttomarginal som ökade till 39,5 procent

(38,7). Exklusive IFRS 16 minskade rörelseresultatet till 128 Mkr (147) och rörelsemarginalen minskade därmed till 6,2 procent (7,1).

Utveckling med fokus på tillväxt

Även om pandemins effekter fortfarande är tydliga i kundernas köpbeteende fortsätter vi att planera för mer normala marknadsförhållanden under hösten. När fler människor rör sig i stadskärnorna och i köpcentrum ska vi nå ännu fler kunder som vill förenkla sin vardag i hemmet. Här kommer den uppdaterade visuella identiteten som vi lanserade i augusti att spela en betydande roll. Förutom att vi visar våra kunder att vi utvecklas som bolag – från ett postorderföretag och butikskedja till dagens hemmafixarföretag med helhetslösningar för kunderna i butik, online och i deras egna hem – gör vi det enklare för kunderna att känna igen oss i alla kanaler där vi möts. Jag är också särskilt stolt över att vi gör den här förändringen på vårt alldeles egna Clas Ohlson-vis. Det har till exempel varit en självklarhet att blicka tillbaka på vår rika historia när vi förnyat vårt utseende och den nya CO-symbolen har, i en något annan form, faktiskt prytt vårt huvudkontor i Insjön ända sedan 1972. Att vi gör det på vårt eget sätt innebär också att vi kommer att ändra butiksinredning, butiksskyltar och produktförpackningar på ett hållbart sätt genom att över tid byta ut sådant som är uttjänt eller när vi sålt slut på en viss produkt.

Precis som ett mer distinkt utseende stärker banden mellan oss och våra kunder är vårt lojalitetsprogram Club Clas en av våra stora konkurrensfördelar och tillväxtmotorer. Därför är jag glad att kunna meddela att vi överträffat våra egna målsättningar och nu nått cirka 800 000 medlemmar i Norge, knappt ett år efter lanseringen. Våra Club Clas-medlemmar står för en stor del av vår totala försäljning, och lojalitetsprogrammet är ett viktigt verktyg för att bygga relationer med våra mest värdefulla kunder genom riktad och relevant kommunikation. Totalt har vi nu cirka 3,5 miljoner medlemmar i Sverige, Norge och Finland.

Intensivt arbete för att stärka vår långsiktiga konkurrenskraft

Som alltid fokuserar vi primärt på sådant vi själva kan påverka för att bygga Clas Ohlson så starkt som möjligt. Den flexibilitet som organisationen visat under den senaste tiden i att snabbt ställa om och hitta nya lösningar när restriktioner hindrar våra kunder från att besöka våra butiker eller när kunderna av andra skäl snabbt ändrar beteende kommer att vara viktig även i framtiden. De omskrivna störningarna i varustransporter från Asien är en annan utmaning som har medfört något högre transportkostnader under kvartalet, och som kommer att få större påverkan framöver. Förutom att aktivt arbeta med vår

prissättning mot kund söker vi hela tiden bästa möjliga lösningar för varje enskild varutransport, t ex genom att samarbeta kring samlastning med andra företag. Vi har också kunnat mildra effekterna av brist på transportkapacitet med optimerade interna processer och en mer diversifierad leverantörskedja. Arbetet på området är värdefullt här och nu och ger oss också långsiktiga fördelar, exempelvis genom vår satsning på fler inköpskontor på nya marknader. Detta arbete hjälper oss dessutom i vårt ambitiösa hållbarhetsarbete. Vi ska bli klimatneutrala i hela värdekedjan till år 2045 och vi följer löpande upp detta arbete, såväl som hur vi lyckas i vårt arbete för att vara en bra arbetsgivare och en positiv kraft i de samhällen där vi verkar. Ser vi till de senaste 15 månaderna uppfyller 99 procent av leverantörerna kraven i vår uppförandekod avseende arbetsförhållanden, mänskliga rättigheter och miljö (mål: 100%) och vi har genomfört 335 leverantörsrevisioner under samma tidsperiod.

Fortsatt högt tempo

När vi nu lämnar sommaren bakom oss och går in i hösten samt börjar förbereda oss för den viktiga julförsäljningen gör vi det stärkta av ett bra resultat i det första kvartalet och en robust grund att stå på. De goda resultaten är frukten av hårt arbete och jag är stolt och tacksam för den energi och beslutsamhet våra medarbetare har visat under de speciella omständigheter som pandemin burit med sig. Med samma energi och beslutsamhet kommer vi även fortsättningsvis utveckla Clas Ohlson och skapa kundvärde och aktieägarvärde med lönsam tillväxt över tid.

Webbsänd presentation idag kl. 09.00

Vd och koncernchef Kristofer Tonström och CFO Pär Christiansen kommenterar rapporten idag kl 09.00 i en webbsänd presentation som nås via denna [länk](#). Presentationen sker på engelska och följs av en frågestund.

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

SE: + 46850558354, UK: + 443333009263, US: + 16467224904

Efter presentationen kommer en inspelad version av sändningen finnas tillgänglig på about.clasohlson.com/rappporter.

För mer information, vänligen kontakta:

Niklas Carlsson, kommunikationschef, 0247-444 29, niklas.carlsson@clasohlson.se

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 8 september 2021 klockan 07:00.

Clas Ohlson grundades 1918 som en postorderfirma i Insjön, Dalarna. Idag är vi ett detaljhandelsbolag med kunder på fyra marknader, cirka 4 500 medarbetare och en omsättning om cirka 8,3 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.