

Clas Ohlsons sexmånadersrapport 2022/23

Ökad försäljning i en tuff marknad

Andra kvartalet – 1 augusti till 31 oktober

- Försäljningen ökade med 6 procent till 2 250 Mkr (2 117), en organisk ökning om 3 procent
- Försäljningen online ökade med 28 procent till 258 Mkr (202)
- Rörelseresultatet uppgick till 112 Mkr (204). Rörelseresultatet under föregående år, exklusive engångsutbetalning från Fora, uppgick till 179 Mkr
- Rörelsemarginalen uppgick till 5,0 procent (9,6)
- Nettoskuld/EBITDA (12 mån) exkl IFRS 16 uppgick till 0,8 ggr (-0,8)
- Resultat efter skatt uppgick till 69 Mkr (148)
- Vinst per aktie uppgick till 1,10 kr (2,34)

Sex månader – 1 maj till 31 oktober

- Försäljningen ökade med 3 procent till 4 294 (4 172), oförändrad i organisk tillväxt
- Försäljningen online ökade med 17 procent till 490 Mkr (421)
- Rörelseresultatet, exklusive kostnader för avveckling av verksamheten i Storbritannien uppgick till 131 Mkr (326 Mkr exklusive engångsutbetalning från Fora). Rörelseresultatet uppgick till 96 Mkr (351)
- Rörelsemarginalen uppgick till 2,2 procent (8,4)
- Resultat efter skatt uppgick till 45 Mkr (251)
- Vinst per aktie uppgick till 0,72 kr (3,97)
- Avveckling av verksamheten i Storbritannien belastade resultatet med 35 Mkr

Händelser efter rapportperiodens slut

- Försäljningen i november ökade med 6 procent till 1 085 Mkr (1 021), en ökning om 3 procent organiskt
- Försäljningen online i november ökade med 27 procent till 154 Mkr (121)
- Clas Ohlson vidtar åtgärder som beräknas ge kostnadsbesparingar och minskade avskrivningar om totalt cirka 110 miljoner kronor med full effekt under verksamhetsåret 2023/24. Åtgärderna medför engångskostnader om cirka 120 miljoner kronor som redovisas i det tredje kvartalet 2022/23.

Vd Kristofer Tonström kommenterar andra kvartalet 2022/23:

Försäljningstillväxten i andra kvartalet bekräftar återigen Clas Ohlsons relevans och förmåga att snabbt anpassa sig till ett föränderligt marknadsklimat där hushållen pressas av höga energikostnader, höjda räntor och osäkerhet kring framtiden. Totalt sett ökade försäljningen i kvartalet med sex procent och försäljningen online ökade med 28 procent. Sammantaget innebär detta att vi vid utgången av det andra kvartalet är tillbaka på samma totala försäljningsnivåer som vid motsvarande tidpunkt föregående år efter ett svagare första kvartal.

Kunderna bekräftar vår relevans

Vi ser en mycket bra utveckling för alla typer av energibesparande produkter, liksom för stora delar av bassortimentet med produkter för förvaring och organisering av hemmet. Produktnöjdheten i kvartalet var 4,5 på en femgradig skala och kundnöjdheten uppgick till 56,4 (NPS), en förbättring från förra kvartalet, och antalet medlemmar i Club Clas fortsätter att öka och summerar nu till 4,7 miljoner. Vi har dessutom en prisposition som kunderna uppfattar som bättre än lågprisaktörerna i branschen. Inom ramen för tillväxtstrategin fortsätter vi också att optimera butiksnätet och är redo att intensifiera detta arbete om vi inte kan enas om rimliga hyresnivåer med hyresvärdarna. Vi har hittills i år stängt sex butiker och kommer under de kommande månaderna att stänga ytterligare tre butiker i Sverige där vi inte ser rätt förutsättningar för lönsamhet. Samtidigt har vi också ökat tillgängligheten de senaste månaderna med två butiker på mycket attraktiva lägen i Linköping i Sverige och i Vasa i Finland. Lagom till årets mest intensiva försäljningsveckor öppnade vi dessutom upp för ännu högre kapacitet avseende snabba och flexibla leveranser för e-handelskunderna i Norge genom att addera Instabox som leveransalternativ och med ett nytt samarbete med Bring för leveranser från våra e-handelslager i butik.

Fortsatta utmaningar på kostnadssidan

Precis som i det första kvartalet har höga inköps- och transportkostnader och en svagare svensk krona haft påverkan i det andra kvartalet. US-dollar ligger på historiskt mycket höga nivåer i relation till den svenska kronan vilket missgynnar oss som köper in majoriteten av alla varor i nämnda valuta. Kunderna väljer samtidigt att i allt högre utsträckning vänta in reor och kampanjer, vilket påverkar marginalen negativt. Rörelseresultatet summerade till 112 Mkr och rörelsemarginalen uppgick till fem procent.

Ett ständigt effektivare Clas Ohlson

I en tuffare marknad med minskat konsumtionsutrymme kommer det att bli ännu viktigare att hjälpa våra kunder att spara pengar. Vi vänder på varje sten för att parera för en inflationsdriven, högre, kostnadsnivå och har intensifierat arbetet med att förenkla och effektivisera organisationen. I detta arbete minskar vi personalstyrkan på våra kontor med cirka 85 heltidsanställda. Vi kommer också att rationalisera våra IT-system för att bättre spegla strategin och förenklade arbetssätt. De initierade åtgärderna beräknas ge kostnadsbesparingar och minskade avskrivningar om totalt cirka 110 miljoner kronor med full effekt under verksamhetsåret 2023/24. I det kortare perspektivet medför detta engångskostnader om cirka 120 miljoner kronor som redovisas i det tredje kvartalet 2022/23. Av dessa avser cirka 20 miljoner kronor personalavvecklingskostnader och cirka 100 miljoner kronor utranering av IT-system. Alla åtgärder syftar till att försvara vår prisposition och bygga Clas Ohlson starkare och med högre grad av flexibilitet för att i alla lägen vara relevanta som destination för hemmaföretag.

Logistikflöden och produkttillgänglighet

Att säkra rätt sortiment till rätt pris med rätt tillgänglighet är en förutsättning för fortsatt framgång och vi jobbar vidare med att bredda inköpsarbetet till fler marknader. Detta ger dels förutsättningar för bästa möjliga pris och kvalitet, och dels reducerar det risk kopplat till de globala logistikkedjorna. Parallellt arbetar vi aktivt med våra logistikpartners för att säkra affären här och nu. Vi har en högre lageruppbyggnad inför julhandeln än tidigare och en god tillgång på produkter under årets viktigaste försäljningsperiod. Det ska också tilläggas att stora delar av det ökade lagervärdet är hänförligt högre inköps- och transportkostnader samt en svag svensk krona. Glädjande i sammanhanget är att logistiken nu generellt sett fungerar bättre än tidigare men vi tar efter bästa förmåga fortsatt höjd för det osäkra geopolitiska läget.

Fullt fokus på en stark jul

När jag skriver detta ägnar vi all kraft på att åstadkomma en så stark julförsäljning som möjligt. Julhandeln har börjat bra med en novembermånad där vi ökade den totala försäljningen med sex procent jämfört med föregående år. Med den samlade energin från tusentals dedikerade kollegor är jag övertygad om att vi tillsammans lyckas omsätta detta till både kund- och aktieägarevärde över tid. Med vårt unika varumärke, närheten till kunden och den solida finansiella ställningen fortsätter resan mot ett starkare och mer

snabbfotat Clas Ohlson. Jag är övertygad om att vi kommer ut på andra sidan av en period av utmanande marknadsklimat med ett försprång gentemot konkurrenterna. Vi ses i julhandeln!

Webbsänd presentation idag kl. 09.00

Vd och koncernchef Kristofer Tonström och Ekonomi- och finansdirektör Pernilla Walfridsson kommenterar rapporten idag kl. 09.00 i en webbsänd presentation. Presentationen sker på engelska och följs av en frågestund.

Om du önskar delta via webcasten gå in på länken nedan. Via webcasten finns möjlighet att ställa skriftliga frågor. about.clasohlson.com/q2-2223

Om du önskar delta via telefonkonferens registrerar du dig via länken nedan. Efter registreringen får du telefonnummer och ett konferens-ID för att logga in till konferensen. Via telefonkonferensen finns möjlighet att ställa muntliga frågor. [Länk telefonkonferens.](#)

Efter presentationen kommer inspelad version finnas tillgänglig på about.clasohlson.com/rapporter.

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 samt lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 7 december 2022 klockan 07:00.

Clas Ohlson grundades 1918 som en postorderfirma i Insjön, Dalarna. Idag är vi ett detaljhandelsbolag med kunder på tre 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 förenklar hemmafiket för alla på ett ansvarsfullt sätt på about.clasohlson.com.