

Clas Ohlsons sexmånadersrapport 2021/22

Ett kvartal med fortsatt stark lönsamhet

Andra kvartalet – 1 augusti till 31 oktober

- Försäljningen ökade med 4 procent till 2 117 Mkr (2 036), en organisk ökning om 3 procent och en ökning om 3 procent i jämförbara enheter
- Försäljningen online ökade med 36 procent till 202 Mkr (148)
- Rörelseresultatet, uppgick till 204 Mkr (148). Exklusive effekten av IFRS 16 uppgick rörelseresultatet till 185 Mkr (130)
- Rörelsemarginalen uppgick till 9,6 procent (7,3). Exklusive effekten av IFRS 16 uppgick rörelsemarginalen till 8,7 procent (6,4)
- Nettoskuld/EBITDA exklusive effekten av IFRS 16 (12 mån) uppgick till -0,8 ggr (-0,3)
- Resultat efter skatt uppgick till 148 Mkr (105)
- Vinst per aktie uppgick till 2,34 kr (1,65)
- Engångsutbetalning från Fora med 25 Mkr, redovisad som övrig rörelseintäkt

Sex månader – 1 maj till 31 oktober

- Försäljningen ökade med 2 procent till 4 172 (4 111), en organisk ökning om 1 procent och oförändrad i jämförbara enheter
- Försäljningen online ökade med 27 procent till 421 Mkr (332)
- Rörelseresultatet uppgick till 351 Mkr (314). Exklusive effekten av IFRS 16 uppgick rörelseresultatet till 313 Mkr (277)
- Rörelsemarginalen uppgick till 8,4 procent (7,6). Exklusive effekten av IFRS 16 uppgick rörelsemarginalen till 7,5 procent (6,7)
- Resultat efter skatt uppgick till 251 Mkr (221)
- Vinst per aktie uppgick till 3,97 kr (3,49)

Händelser efter rapportperiodens slut

- Försäljningen i november ökade med 6 procent till 1 021 Mkr (960), en ökning om 4 procent organiskt och en ökning om 4 procent i jämförbara enheter
- Försäljningen online i november ökade med 9 procent till 121 Mkr (111)

Vd Kristofer Tonström kommenterar andra kvartalet 2021/22:

Just nu är vi mitt i det som är den mest intensiva perioden på året och vi tar oss an julhandeln med gott självförtroende efter att ha stängt det resultatmässigt bästa andra kvartalet i Clas Ohlsons 103-åriga historia. Även justerat för den stora engångspost avseende försäkringsutbetalning från Fora om 25 Mkr som vi, liksom många andra bolag, mottagit under kvartalet är resultatet på rekordnivå. Rörelseresultatet för det andra kvartalet summerade till 204 Mkr. Den totala försäljningen i kvartalet ökade med fyra procent och försäljningen online ökade med 36 procent. I november såg vi en bra start på julhandeln med en total försäljningsökning om sex procent och en ökning online om nio procent. Jämfört med 2019 är ökningen online 86 procent och för första gången under verksamhetsåret hade vi en ökande kundtrafik i våra fysiska butiker jämfört med föregående år.

Värdeskapande med kunden i fokus

Nyckeln till det goda resultatet är att vi envist arbetat med sådant vi själva kan påverka. Vi ser att de fokusområden vi definierat för verksamhetsåret; stärka utvalda produktkategorier, fånga kundtrafiken både online och i butik samt växa e-handeln, utvecklas positivt. När kundtrafiken i fysiska butiker fortsatt befinner sig på lägre nivåer än vad vi är vana vid blir betydelsen av att leverera på vårt kundlöfte större än någonsin. Vi ska förenkla vardagen för våra kunder i alla typer av hem och då är det avgörande att vi förstår kundernas olika behov och kan lösa deras problem med rätt produkter och rätt service. Våra medarbetare som möter kunderna varje dag gör ett fantastiskt jobb med att sätta kunden i första rummet och se till att kunden får en komplett lösning. Detta visar sig i våra kundnöjdhetsmätningar liksom att snittförsäljningen per kund fortsätter att öka. Vi tar också ytterligare steg i vår sortimentsutveckling och ser god utveckling i många produktkategorier. Sådär under den mörkare årstiden är belysning en särskilt viktig kategori och exempelvis ökar vår försäljning av solcellsbelysning och trädgårdsbelysning med 48% respektive 17% jämfört med föregående år. Ser vi till sortimentet som helhet blir kunderna alltmer nöjda och våra produktomdömen fortsätter att förbättras.

Lojalitetsprogrammet Club Clas nådde under november en miljon medlemmar i Norge, bara ett drygt år efter lanseringen. Vi har nu totalt 3,8 miljoner klubbmedlemmar på våra tre nordiska marknader. Club Clas har en central roll i vår strategi för långsiktig lönsam tillväxt eftersom den ger oss möjlighet att ge kunden ett mer relevant erbjudande och

med hjälp av kunddata kan vi dessutom utveckla nya produkter och tjänster som våra kunder efterfrågar.

Ökad tillgänglighet med förbättrad logistik

En annan avgörande del är också att erbjuda en god tillgänglighet på våra produkter i alla försäljningskanaler. Tack vare investeringar inom automatisering och lagerstyrning som genomfördes under förra året har vi lyckats korta ned ledtiderna för onlinebeställningar ytterligare samtidigt som volymerna ökar. Ett bra exempel på vår förbättrade kapacitet på vår distributionscentral är att vi under Black Week och Cyber Monday hanterade betydligt fler beställningar jämfört med föregående år och trots detta hanterade en stor del inom en dag och 94 procent inom tre dagar. Tack vare en god framförhållning i våra leverantörsbeställningar säkerställde vi välbalanserade lagernivåer inför årets andra kvartal. Med samma goda planering har vi nu möjlighet att möta kunderna med ett bra erbjudande under årets viktigaste försäljningsperiod. Det är även glädjande att vi nu ser indikationer på att de tidigare stigande fraktpriserna nu börjar stabilisera sig. Vi jobbar med flera olika verktyg för att parera för kostnadsökningarna och fraktpriserna har under kvartalet haft begränsad påverkan på vår bruttomarginal.

Väl positionerade för hållbar lönsam tillväxt

Clas Ohlson har funnits i nordiska hem i över hundra år, och jag är övertygad om att vi har en viktig roll att spela i minst hundra år till. Vår starka finansiella ställning är en bra start och en annan grundförutsättning är vårt ambitiösa arbete för att vara en positiv kraft för planeten, människan och samhället. Vi har en uppförandekod som tydligt definierar vilka krav vi ställer på både oss själva och våra samarbetspartners och vi har en väl fungerande kontrollapparat för att följa upp att vår uppförandekod efterlevs och vi utvecklar detta arbete löpande. Sedan några månader tillbaka har vi utökat våra fabrikskontroller med mer omfattande miljörevisioner. Detta ger oss möjlighet att i samarbete med leverantörerna minska vår klimatpåverkan. Ett annat område där vi vill göra skillnad är vårt sortiment som ska hjälpa våra kunder att göra mer medvetna val. Ett exempel på det arbetet är att vi ställt om vårt sortiment av ljus från paraffin till stearin. Bara under de 12 senaste månaderna har detta besparat 350 ton fossila utsläpp, och vi gör liknande framsteg inom flera produktområden.

Sammanfattningsvis har vi levererat ett kvartal med god lönsamhet samtidigt som vi fortsätter att stärka vår relevans och konkurrenskraft. Detta är viktigt i en marknad som

präglas av snabba förändringar och där det fortsatt finns en osäkerhet kring utvecklingen av pandemin med nyligen återinförda restriktioner på våra försäljningsmarknader. Jag är stolt över hur hela organisationen varje dag arbetar för att göra saker och ting bättre och med våra långsiktiga mål som tydlig kompassriktning är vi väl positionerade för alla kunder som behöver hjälp att förbättra sina hem – både idag och i framtiden.

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: + 46850558375, UK: + 443333009034, US: + 16467224956

Efter presentationen kommer en inspelad version av sändningen 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 och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 8 december 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.