

Clas Ohlsons sexmånadersrapport 2020/21

Förbättrat resultat i en osäker omvärld

Andra kvartalet – 1 augusti till 31 oktober 2020

- Försäljningen minskade med 6 procent till 2 036 Mkr (2 165), en organisk minskning om 1 procent och en minskning om 1 procent i jämförbara enheter
- Försäljningen online ökade med 25 procent till 148 Mkr (119)
- Rörelseresultatet, uppgick till 148 Mkr (133). Exklusive effekten av IFRS 16 uppgick rörelseresultatet till 130 Mkr (107)
- Rörelsemarginalen uppgick till 7,3 procent (6,1). Exklusive effekten av IFRS 16 uppgick rörelsemarginalen till 6,4 procent (4,9)
- Nettoskuld/EBITDA exklusive effekten av IFRS 16 (12 mån) uppgick till -0,3 ggr (0,6)
- Resultat efter skatt uppgick till 105 Mkr (91)
- Vinst per aktie uppgick till 1,65 kr (1,43)

Sex månader – 1 maj till 31 oktober 2020

- Försäljningen minskade med 2 procent till 4 111 Mkr (4 209), en organisk tillväxt om 3 procent och en ökning om 4 procent i jämförbara enheter
- Försäljningen online ökade med 43 procent till 332 Mkr (232)
- Rörelseresultat, uppgick till 314 Mkr (212). Exklusive effekten av IFRS 16 uppgick rörelseresultatet till 277 Mkr (159)
- Rörelsemarginalen uppgick till 7,6 procent (5,0). Exklusive effekten av IFRS 16 uppgick rörelsemarginalen till 6,7 procent (3,8)
- Resultat efter skatt uppgick till 221 Mkr (139)
- Vinst per aktie uppgick till 3,49 kr (2,21)

Händelser efter rapportperiodens slut

- Försäljningen i november minskade med 4 procent till 960 Mkr (995), en organisk tillväxt om 2 procent och en ökning om 2 procent i jämförbara enheter
- Försäljningen online i november ökade med 64 procent till 110 Mkr (67)

Vd Lotta Lyrå kommenterar andra kvartalet 2020/21:

När vi nu sammanfattar våra första sex månader av verksamhetsåret, som till stora delar präglats av coronapandemin, är jag mycket stolt över det som vi genom stora gemensamma ansträngningar lyckats åstadkomma. Bland mycket annat såg vi ett förbättrat rörelseresultat för de första sex månaderna på 314 Mkr jämfört med 212 Mkr föregående år och många initiativ som kommer att stärka bolaget framåt.

Förutom att på olika sätt jobba för en trygg arbetsmiljö för våra medarbetare och en säker shoppingupplevelse för våra kunder har vi parerat stora svängningar i konsumtionsmönster med relevanta produkter och ett flexibelt kundmöte. Exempelvis har vi förbättrat leveransalternativet Hämta i butik ytterligare, där vi nu gått från två timmars leveranstid till 30 minuter, och vi erbjuder sedan oktober våra

svenska kunder smidig och fossilfri leverans av onlinebeställningar med Instabox. I september lanserade vi dessutom Club Clas på vår starkt växande norska marknad.

Vi håller samtidigt en fortsatt hög takt i att utveckla vår affär med investeringar i vår digitala kompetens, vårt digitala kundmöte och vår tekniska infrastruktur, bland annat för att kunna hantera ökade e-handelsvolymerna och effektiv varuförsörjning till våra butiker. I september påverkade implementeringen av ett nytt lagerstyrningssystem vår onlineförsäljning negativt med tillfälligt längre leveranstider, men på sikt är en effektivare och mer automatiserad logistikkedja en viktig pusselbit för lönsam tillväxt. Redan i oktober var vår försäljning online tillbaka i nivå med våra långsiktiga mål.

Våra satsningar har visat sig vara robusta. Vi har förmått möta de nya köpmönster som våra olika kundgrupper visar även under denna mer högtintensiva period som för oss som börjar i november och pågår fram till jul. Försäljningen online i november var mycket stark samtidigt som vi sett en fortsatt varierad kundtrafik i våra butiker där många butiker påverkats negativt av rådande restriktioner.

God kostnadskontroll och fortsatt påverkan från en svag norsk krona

Den organiska försäljningen minskade under andra kvartalet med 1 procent (1). Tillväxten online var 25 procent (21). Den norska verksamheten fortsätter att leverera mycket starkt med en organisk tillväxt om 8 procent i kvartalet men den norska kronans utveckling har fortsatt påverkat oss negativt även under detta kvartal. Den svenska verksamheten har, precis som tidigare, påverkats av minskad kundtrafik i vissa citylägen, en trend som förstärktes i direkt anslutning till de striktare regionala coronarestriktioner som trädde i kraft i slutet av oktober. I Finland har vi fortsatt arbetat med att stärka Clas Ohlsons position på marknaden. Trafiken till vår e-handelssajt fortsätter att öka inte minst drivet av att nya, äldre, målgrupper väljer att handla på nätet. Försäljningen på andra plattformar som MatHem och Kolonial har fortsatt att utvecklas mycket positivt. Försäljningen av våra produkter hos MatHem ökade med nästan 140 procent under andra kvartalet jämfört med motsvarande period föregående år. Bruttomarginalen förbättrades och uppgick under kvartalet till 41,8 procent att jämföras med 41,1 procent föregående år.

Exklusive IFRS 16 förbättrades rörelseresultatet till 130 Mkr (107) och rörelsemarginalen ökade till 6,4 procent (4,9). Med vår effektivare lagerstyrning och ett envist kostnadsfokus har vi förmått att balansera effekterna av en svagare försäljning och samtidigt säkerställt en väl avvägd lagernivå. Varuförsörjningen har fungerat väl inför våra viktigaste försäljningsmånader november och december. Vårt målmedvetna arbete har även lett till att vi har en stark kassa och god finansiell beredskap. Som tidigare kommunicerats ser vi att svängningarna på valutamarknaden, framför allt avseende den norska kronan, kommer att påverka verksamhetsårets lönsamhet negativt.

Ansträngningar från engagerade medarbetare ger resultat

Med vår tillväxtstrategi som baserar oss på en tuffare konkurrens och nya köpmönster med att utveckla vårt kunderbjudande och optimera vår kostnadsstruktur. Under innevarande verksamhetsår 2020/21 kommer återstående kostnadsänkningar om cirka 150-160 Mkr att realiseras. I en tid av stor osäkerhet är det en trygghet att vi har gjort vår hemläxa i detta avseende. Vi ser löpande över vårt butiksnät där vi öppnar, stänger och renoverar våra butiker så att de har rätt förutsättningar att bidra till vår lönsamhet. Ett kvitto på att vi lyckats med att utveckla vår affär parallellt med våra ansträngningar på kostnadssidan är att vi tilldelades utmärkelserna Årets Butikskedja och Årets Omniupplevelse vid Retail Awards i september. Ett



annat kvitto är den uppmärksamhet som vi fått för våra nya ambitiösa hållbarhetsmål där vi som bolag ska vara klimatneutrala över hela värdekedjan år 2045.

Clas Ohlson är ett stabilt bolag på många olika plan och förutom en stark finansiell ställning har vi både en stor och lojal kundbas samt medarbetare som engagerar sig i våra kunder och vårt bolags fortsatta framgång. Enligt vår senaste medarbetarundersökning har engagemanget bland våra anställda ökat från en redan hög nivå och jag tycker det säger något om den beslutsamhet med vilken vi möter de utmaningar som coronapandemin bär med sig. Med det sagt är vi fortsatt ödmjuka inför både närtid och framtid och för dagen är allas vårt fokus riktat på att leverera praktiska produkter och tjänster som gör våra kunders jul lite enklare, smartare och hållbarare.

Jag riktar ett stort tack till alla fantastiska medarbetare, kunder och aktieägare som jag haft förmånen att jobba med och för under min tid på Clas Ohlson. Det har varit en oerhört intensiv resa där vi som ett team lagt en helt ny plattform för långsiktig lönsam tillväxt. Jag är övertygad om att Clas Ohlson går en ljus framtid till mötes och där ytterligare kund- och aktieägarvärde kommer att skapas över tid under min efterträdare Kristofer Tonströms ledning som tillträder den 8 februari 2021.

Webbsänd presentation idag kl. 09.00

Vd och koncernchef Lotta Lyrå och CFO Pär Christiansen kommenterar rapporten idag kl. 09.00 i en webbsänd telefonkonferens 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: +46850558354 (Sverige), +443333009271 (Storbritannien) eller +18335268396 (USA)

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 2 december 2020 klockan 07:00.

***Clas Ohlson** grundades 1918 som en postorderfirma i Insjön, Dalarna. Idag är vi ett detaljhandelsbolag med kunder på fem marknader, cirka 4 500 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.*