

## Clas Ohlsons niomånadersrapport 2022/23

### Fortsatt tillväxt och hög takt i förändringsarbetet

#### Tredje kvartalet – 1 november till 31 januari

- Försäljningen ökade med 4 procent till 2 954 Mkr (2 831), en organisk ökning om 2 procent
- Försäljningen online ökade med 4 procent till 343 Mkr (329)
- Rörelseresultatet uppgick till 215 Mkr (378).  
Exklusive tidigare kommunicerade engångskostnader uppgick rörelseresultatet till 334 Mkr (378)
- Rörelsemarginalen uppgick till 7,3 procent (13,3)
- Nettoskuld/EBITDA (12 mån) exkl IFRS 16 uppgick till -0,1 ggr (-1,1)
- Resultat efter skatt uppgick till 158 Mkr (287)
- Vinst per aktie uppgick till 2,50 kr (4,53)
- Beslutad utdelning har betalats ut under kvartalet med 412 Mkr (det andra av två utbetalningstillfällen)

#### Nio månader – 1 maj till 31 januari

- Försäljningen ökade med 3 procent till 7 248 (7 004), en organisk ökning om 1 procent
- Försäljningen online ökade med 11 procent till 834 Mkr (750)
- Rörelseresultatet uppgick till 312 Mkr (729). Exklusive tidigare kommunicerade engångskostnader och kostnader för avveckling av verksamheten i Storbritannien uppgick rörelseresultatet till 466 Mkr (704 Mkr exklusive engångsutbetalning från Fora)
- Rörelsemarginalen uppgick till 4,3 procent (10,4)
- Resultat efter skatt uppgick till 204 Mkr (538)
- Vinst per aktie uppgick till 3,21 kr (8,49)

#### Händelser efter rapportperiodens slut

- Försäljningen i februari ökade med 1 procent till 541 Mkr (534), en ökning om 2 procent organiskt
- Försäljningen online i februari minskade med 5 procent till 60 Mkr (63)

***Vd Kristofer Tonström kommenterar tredje kvartalet 2022/23:***

Det tredje kvartalet under verksamhetsåret 2022/23 bekräftade relevansen inom viktiga delar av vår affär. Clas Ohlsons position som en uppskattad juldestination befästes med en god försäljningsutveckling i november och december, i en i övrigt svag detaljhandelsmarknad. I januari när kunderna ville inleda det nya året med ordning och reda i hemmet hade vi helt rätt sortiment på hyllan. Totalt sett ökade försäljningen med fyra procent under kvartalet och den organiska försäljningsökningen var två procent.

**En bra position i rådande marknadsläge**

Att förenkla hemmafixet för kunderna är en fortsatt gynnsam position när fler väljer att ta hand om och reparera sådant de redan har. Efterfrågan på produkter och kunskap om energibesparing är fortsatt hög, liksom för produkter som minskar matsvinn och sänker matkostnaderna. Förutom att driva försäljning är det helt i linje med vår hållbarhetsagenda och ambitionen att hjälpa kunderna att spara pengar och leva mer hållbart. Kunderna blir också alltmer positiva till upplevelsen av Clas Ohlson. Den redan höga kundnöjdheten ökade även detta kvartal till NPS 57, produktomdömena var på fortsatt hög nivå, 4,4 på en femgradig skala, och i relation till lågprisaktörerna i branschen har vår ledande prisposition ytterligare förbättrats.

**Tillväxtstrategi med kunden i fokus**

Lojalitetsprogrammet Club Clas har nått en ny milstolpe genom att nu ha passerat fem miljoner medlemmar. Nio av tio av dessa medlemmar är aktiva och de mest lojala står idag för den största delen av vår lönsamhet och tillväxt. Särskilt glädjande är den starka medlemstillströmningen i Finland där antalet aktiva medlemmar ökat med mer än 50 procent under det senaste året som en del av tillväxtplanen. Vidare har utvecklingen för både trafik och försäljning varit bra i många butiker, men fortsatt med variationer beroende på läge. Med fem butiker färre netto jämfört med föregående år lyckades vi ändå öka den totala försäljningen under kvartalet. Vi ser det som ett kvitto på det kloka i att fortsätta att optimera butiksnätet och säkerställa att Clas Ohlson finns där kunden är och med förutsättningar för varje butik att bidra till lönsamhetsmålen. Även om tillväxten online i kvartalet inte nådde eftersträvad nivå stod den sig relativt väl jämfört med en i övrigt svag e-handelsmarknad. E-handeln kommer att fortsätta vara en viktig tillväxt drivare för Clas Ohlsons totala försäljning de kommande åren.

**En enklare verksamhet driver hållbar och lönsam tillväxt**

Vi har fortsatt ett starkt fokus på lönsamhet och de tidigare kommunicerade åtgärderna för kostnadsbesparingar har genomförts enligt plan. Engångskostnader om 119 miljoner kronor kopplade till minskning av personalstyrkan på våra kontor och utrangering av IT-system ingår därmed i rörelseresultatet, som i tredje kvartalet summerade till 215 miljoner kronor (378). Rörelsemarginalen uppgick till 7,3 procent (13,3). Liksom tidigare har höga inköps- och transportkostnader och en svag svensk krona påverkat bruttomarginalen negativt. De globala transportpriserna har snabbt fallit tillbaka under senare tid men det osäkra ekonomiska läget och kostnadsinflationen innebär att vi även fortsättningsvis kommer att ha ett stort fokus på att effektivisera våra processer och reducera kostnader. Ett exempel på detta är hur vi med en mer kostnadseffektiv organisation breddat inköpsarbetet till fler tillverkningsmarknader. Detta arbete ger oss ännu bättre möjligheter att erbjuda rätt kvalitet och pris till våra kunder framöver. Det finns dessutom en ytterligare potential för en effektivare lagerhantering framöver då de stora störningar i de globala logistikkedjorna som uppstod under pandemin nu har upphört. Det innebär att vi har kunnat återgå till mer normala ledtider för orderläggning och leveranser.

**Fokus på sådant vi själva kan påverka**

Avslutningsvis vill jag framhålla alla goda insatser från våra medarbetare som i en tuff detaljhandelsmarknad lyckats bibehålla fokus på sådant vi själva kan påverka. Genom att konsekvent jobba med basen i verksamheten som kundmötet, sortimentet, tillgängligheten och värde för pengarna skapar vi kund- och aktieägarvärde både idag och imorgon. Ett annat viktigt område som vi själva kan påverka är hållbarhetsarbetet där vi nyligen höjt ambitionerna ytterligare. Vårt långsiktiga mål om att vara klimatneutrala över hela värdekedjan år 2045 består, men vi har nu också beslutat att redan om tre år, dvs år 2026, vara klimatneutrala i vår egen verksamhet.

Nu ser vi fram emot en vår där vi fortsätter att stärka kunderbudandet i de viktigaste destinationskategorierna, som till exempel belysning, verktyg och utrustning för hemmafixet, både inne och ute. Välkommen till Clas Ohlson i vår!

**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/q3-2022-2023](https://about.clasohlson.com/q3-2022-2023)

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](https://about.clasohlson.com/rapporter).

**För mer information, vänligen kontakta:**

Niklas Carlsson, kommunikationschef, 0247-444 29, [niklas.carlsson@clasohlson.se](mailto:niklas.carlsson@clasohlson.se)

Detta är sådan information som Clas Ohlson AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 8 mars 2023 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](https://about.clasohlson.com).*