

Clas Ohlsons bokslutskommuniké 2020/21

Starkt resultat under ett år med många utmaningar

Fjärde kvartalet – 1 februari till 30 april

- Försäljningen minskade med 6 procent till 1 538 Mkr (1 644), en organisk minskning om 6 procent och en minskning om 6 procent i jämförbara enheter
- Försäljningen online ökade med 89 procent till 274 Mkr (145)
- Rörelseresultatet, uppgick till -64 Mkr (-41). Exklusive effekten av IFRS 16 uppgick rörelseresultatet till -81 Mkr (-61)
- Rörelsemarginalen uppgick till -4,2 procent (-2,5). Exklusive effekten av IFRS 16 uppgick rörelsemarginalen till -5,3 procent (-3,7)
- Nettoskuld/EBITDA exklusive effekten av IFRS 16 (12 mån) uppgick till -0,7 ggr (0,0)
- Resultat efter skatt uppgick till -65 Mkr (-46)
- Vinst per aktie uppgick till -1,02 kr (-0,73)

Verksamhetsåret – 1 maj till 30 april

- Försäljningen minskade med 5 procent till 8 284 Mkr (8 758), en organisk minskning om 1 procent och en minskning om 1 procent i jämförbara enheter
- Försäljning online ökade med 60 procent till 894 Mkr (558)
- Rörelseresultat, uppgick till 608 Mkr (549). Exklusive effekten av IFRS 16 uppgick rörelseresultatet till 538 Mkr (454)
- Rörelsemarginalen uppgick till 7,3 procent (6,3). Exklusive effekten av IFRS 16 uppgick rörelsemarginalen till 6,5 procent (5,2)
- Resultat efter skatt uppgick till 421 Mkr (376)
- Vinst per aktie uppgick till 6,65 kr (5,94)
- Utdelningen föreslås till 6,25 kr per aktie, att utbetalas vid två tillfällen med vardera 3,125 kr

Händelser efter rapportperiodens slut

- Försäljningen i maj minskade med 3 procent till 610 Mkr (630), en minskning om 5 procent organiskt och i jämförbara enheter samt en negativ kalendereffekt med 4 procentenheter
- Försäljningen online i maj ökade med 21 procent till 74 Mkr (62)

Vd Kristofer Tonström kommenterar fjärde kvartalet/verksamhetsåret 2020/21:

När jag summerar det sista kvartalet och helåret 2020/21 kan jag konstatera att vi lyckats leverera ett bra rörelseresultat och en rörelsemarginal om 6,5 procent för helåret, vilket är inom ramen för vårt långsiktiga lönsamhetsmål om 6-8 procent. Detta i en marknad där vår verksamhet varit starkt begränsad av att kunderna inte kunnat besöka våra butiker så som de brukar. Många har istället valt att handla online och vår e-handel stod under året för första gången för över tio procent av vår totala omsättning efter en tillväxt om 60 procent jämfört med föregående år.

Våra medarbetares hantering av olika typer av restriktioner, förmåga att fortsätta leverera kundnytta och samtidigt balansera kostnader visar att vår verksamhet är motståndskraftig även vid plötsliga och drastiska förändringar. Det är en tillgång vi har som bolag och något att bygga vidare på. Goda kassaflöden och låg nettoskuld även under en pandemi, och att vi därmed stänger året med en stark finansiell ställning, är en annan styrka som ger oss ett bra utgångsläge för framtiden.

Fokus på det vi själva kan påverka

Det som har haft enskilt störst påverkan på vår affär under det fjärde kvartalet är att vi under perioden haft upp emot hälften av våra norska butiker stängda på grund av lokala restriktioner. Vi ställde snabbt om butiksverksamheten till att leverera varor utanför butikerna, vilket sju av tio norska onlinekunder valde som leveransalternativ under kvartalet. Detta har bidragit till ökad e-handelsförsäljning och nöjda kunder men har också inneburit en högre hanteringskostnad samtidigt som vi inte fullt ut kunnat kompensera för de förlorade volymerna i butiks-försäljning. Totalt minskade omsättningen med 6 procent under kvartalet. Den organiska försäljningen under fjärde kvartalet minskade med 6 procent.

Försäljningen online ökade med 89 procent i kvartalet och vi fortsätter att investera för tillväxt. Vi har utvecklat vår e-handelssajt och fortsätter att rekrytera digital kompetens. Vi automatiserar dessutom fler flöden för e-handelsbeställningar på vår distributionscentral i Insjön för att säkra högre leveranskapacitet framöver. Även vår kundklubb Club Clas visar stark tillväxt under kvartalet med cirka 250 000 nya medlemmar. Medlemmarna i vår kundklubb handlar i genomsnitt mer och oftare och vi har bättre möjligheter att skapa värde för dessa med riktade erbjudanden och anpassad kommunikation. Inte minst givet de tuffa marknadsförutsättningarna är jag stolt över hur vi har fortsatt att jobba med det vi själva kan påverka för att skapa förutsättningar för långsiktigt kund- och aktieägarvärde.

Med blicken mot en återöppning av samhället

Det är med tillförsikt vi blickar framåt mot ett allt öppnare samhälle och vi bedömer att vi kommer att se mer normala förhållanden på våra försäljningsmarknader från och med september. Vägen dit har varit, och är fortsatt, utmanande. Vi har sett snabba skiften i efterfrågan från våra kunder och under de senaste månaderna har det uppkommit stora störningar i de globala logistikkedjorna, med situationen i Suezkanalen i slutet av mars som det kanske allra tydligaste exemplet. Med ett fortsatt underskott på tillgängliga containers för varuflöden från Asien till Europa kommer ökande kostnader för varutransporter och brist på vissa produkter vara en utmaning som blir bestående en tid framåt. Vi är också ödmjuka inför att smittspridningen av coronaviruset kan innebära nya restriktioner som påverkar vår affär, även om vi i närtid sett en situation som utvecklas till det bättre.

Som tidigare konstaterat kommer svängningar på valutamarknaderna att ha fortsatt påverkan på vårt resultat. Efter flera kvartal med en ovanligt svag norsk krona har en viss återhämtning skett under det fjärde kvartalet. Samtidigt har vår viktigaste inköpsvaluta, US-dollar, försvagats i jämförelse med den svenska kronan, vilket kommer att ha en positiv inverkan på vårt resultat.



Fokusområden för det kommande året

Clas Ohlson står på en stabil grund med sunda finanser, engagerade medarbetare och en hög kundnöjdhet. Vår strategi att utveckla bolaget för de kommande 100 åren med ökad digital förmåga och ett unikt kunderbjudande bestående av produkter, rådgivning och tjänster står fast. Vi utvecklar ständigt vårt erbjudande för att förenkla livet i hemmet för våra kunder och vi har tagit många steg mot ett mer optimerat och integrerat kundmöte både digitalt och i våra fysiska butiker. En viktig del i att stärka vår konkurrenskraft är också att möjliggöra ett hållbart liv i varje hem. Exempel på detta har vi sett i vårens produktlanseringar för uteplatsen och trädgården med hållbarhet i både materialval och teknik.

För att ta nästa steg i att leverera på våra långsiktiga mål kommer vi under det kommande året att lägga särskilt fokus på utvalda områden där vi ser en tydlig tillväxtpotential. Till att börja med kommer vi att fortsätta att stärka utvalda produktkategorier. Vi har redan sett goda resultat från det arbete vi gjort med lösningar för att skapa ordning i hemmet samt vårt nya erbjudande för gör-det-själv-projekten. Vi ska också bygga vidare på den växande e-handeln där vi kan göra ännu mer för att skapa en riktigt bra kundupplevelse. Därtill ska vi säkra större andelar av den förväntade ökande trafiken både i butik och på nätet med relevant och väl avpassad kundkommunikation.

Jag vill avsluta med att rikta ett varmt tack till våra fantastiska medarbetare för alla insatser under kvartalet. Med det starka kundfokus vi har bland våra 4 500 medarbetare kommer vi fortsätta att göra en skillnad för våra kunder genom att lösa riktiga vardagsproblem i alla slags hem. Så kommer vi också att skapa aktieägarvärde 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: + 46850558359, UK: + 443333009267, US: + 18335268384

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 juni 2021 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 8,3 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.