

Q1 2010

Arthur Engel, VD
Johan Mark, CFO

BJÖRN BORG

HÖG AKTIVITET

- Flera produktlanseringar
- Ny distributör i Frankrike
- Licensiering av skor
- Nytt butikskoncept lanserat
- Första kampanjerna med ny varumärkesplattform



BJÖRN BORG

RÄKENSKAPER Q1 2010

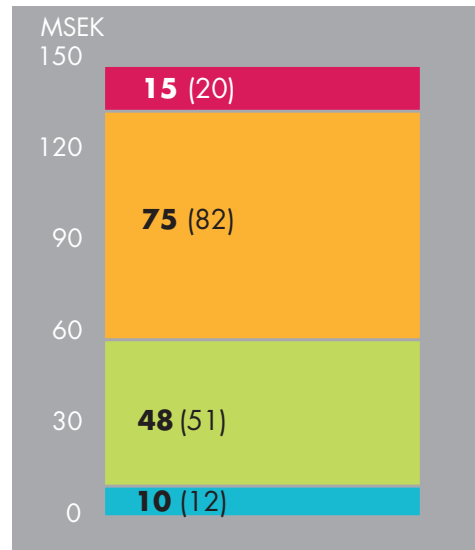
- **Minskad nettoomsättning, men positiva tecken inom underkläder**
 - Nettoomsättningen minskade 10% till 148,4 MSEK (164,7)
 - Negativ valutaeffekt på 13 MSEK jämfört med föregående år
 - Nedgång inom skor efter kraftig topp förra året
 - Ökad försäljning inom underkläder ut till marknaderna
- **Stärkta marginaler**
 - Rörelseresultatet minskade med 4% till 36,0 MSEK (37,6)
 - Bruttovinst- och rörelsemarginalerna ökade
 - Lägre kostnader från minskad verksamhet i USA och ökad kostnadseffektivitet

RÄKENSKAPER Q1 2010

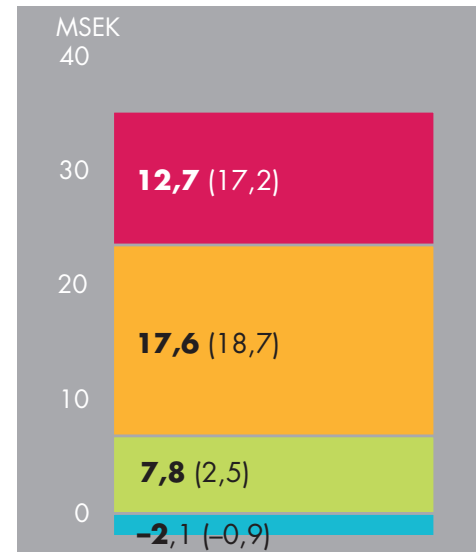
	Q1 10	Q1 09	+/-	2009
Varumärkesförsäljning MSEK	461	602	-24%	1 976
Nettoomsättning MSEK	148,4	164,7	-10%	520
Bruttovinstmarginal %	51,6	49,3		51,3
Rörelsekostnader MSEK	40,5	43,6	-7%	154,1
Rörelseresultat MSEK	36,0	37,6	-4%	112,6
Rörelsemarginal %	24,3	22,8		21,7
Resultat per aktie SEK	1,03	1,15	-10%	3,22

SEGMENTEN Q1 2010

NETTOOMSÄTTNING PER SEGMENT
Efter elimineringar för intern försäljning



RÖRELSERESULTAT PER SEGMENT



- Varumärke och övrigt
- Produktutveckling
- Grossistverksamhet
- Detaljhandel

SEGMENT VARUMÄRKE OCH ÖVR.

I huvudsak royaltyintäkter, servicetjänster inom Björn Borg-nätverket och koncerninterna tjänster

MSEK	Q1 10	Q1 09		2009
Nettoomsättning	35,8	43,8	-18%	138,3
varav extern omsättning	15,1	19,7	-23%	54,9
Rörelseresultat	12,7	17,3	-27%	43,9

3 månader

- Minskad nettoomsättning beroende på lägre varumärkesförsäljning inom underkläder och de utlicensierade produktområdena väskor och damkläder
- Resultatet påverkades av den minskade försäljningen
- Valuta: Varukostnader i SEK, Euro, NOK, DKK etc, fakturering i samma valutor

BJÖRN BORG

SEGMENT PRODUKTUTVECKLING

Utveckling, design och produktion inom produktområdena underkläder, kompletterande produkter och skor

MSEK	Q1 10	Q1 09		2009
Nettoomsättning	91,5	109,9	-17%	339,2
varav extern omsättning	75,0	81,7	-8%	257,4
Rörelseresultat	17,6	18,7	-6%	51,0

3 månader

- Minskad omsättning och resultat från negativ valutaeffekt samt minskad export av skor jämfört med kraftig topp Q1 2010
- Ökad export av underkläder i slutet av perioden
- Valuta: Varukostnader i USD/HKD/Euro, fakturering i USD/HKD/Euro

BJÖRN BORG

SEGMENT GROSSISTVERKSAMHET

Exklusiv grossist inom produktområdena underkläder, kompletterande produkter och skor i Sverige och USA

MSEK	Q1 10	Q1 09		2009
Nettoomsättning	60,1	59,4	+1%	193,8
varav extern omsättning	48,1	51,4	-6%	153,1
Rörelseresultat	7,8	2,5	+212%	9,6

3 månader

- Ökad omsättning från uppgång i försäljningen av skor i Sverige
- Stärkt resultat främst till följd av lägre dollarkurs som påverkar bruttovinstmarginalen positivt
- Valuta: Varukostnader i USD/HKD/Euro, fakturering i SEK

BJÖRN BORG

SEGMENT DETALJHANDEL

Björn Borg äger och driver 10 Björn Borg-butiker och 2 outlet-butiker i Sverige med försäljning av underkläder, kompletterande produkter, skor och licensierade produkter

MSEK	Q1 10	Q1 09		2009
Nettoomsättning	10,2	11,9	-14%	54,5
Rörelseresultat	-2,1	-0,9		8,0

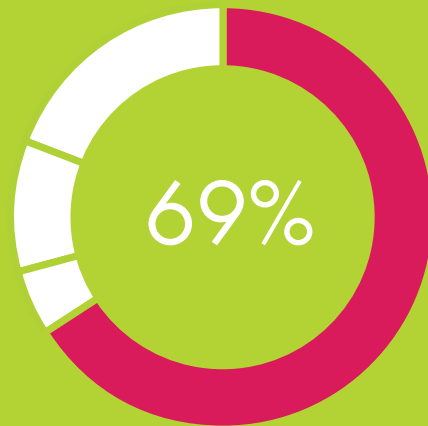
3 månader

- Minskad omsättning främst från lägre omsättning i outlet-butikerna samt ombyggnation av en butik i Stockholm
- Nettoomsättningen i jämförbara butiker -13%
- Valuta: Varukostnader i SEK, fakturering i SEK

BJÖRN BORG

UNDERKLÄDER – VÅR KÄRNA

UNDERKLÄDER
ANDEL AV VARUMÄRKES-
FÖRSÄLJNINGEN Q1 2010



BJÖRN BORG

ÖKAT NYHETSFLÖDE

- Mer fokus på damunderkläder
- Positivt gensvar på nya produktlanseringar
 - Love All
 - Sport
 - Kids
- Ökat flöde av nyheter till hösten



BJÖRN BORG

STÄRKT MARKNADSFÖRING

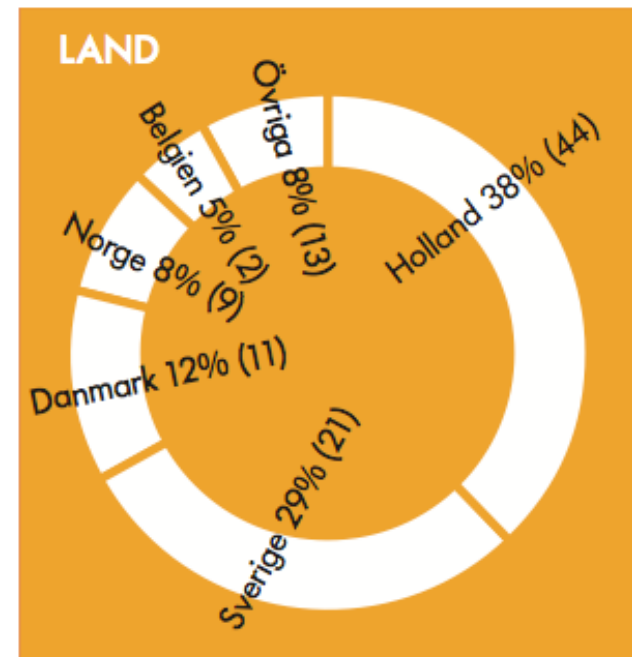
- Långsiktig varumärkesplattform
- Produktnära kampanjer
- Stärkt närvaro i digitala och sociala media
- Nytt retailkoncept
- Förbättrat stöd till distributörerna



BJÖRN BORG

ÖKAD INTERNATIONELL NÄRVARO

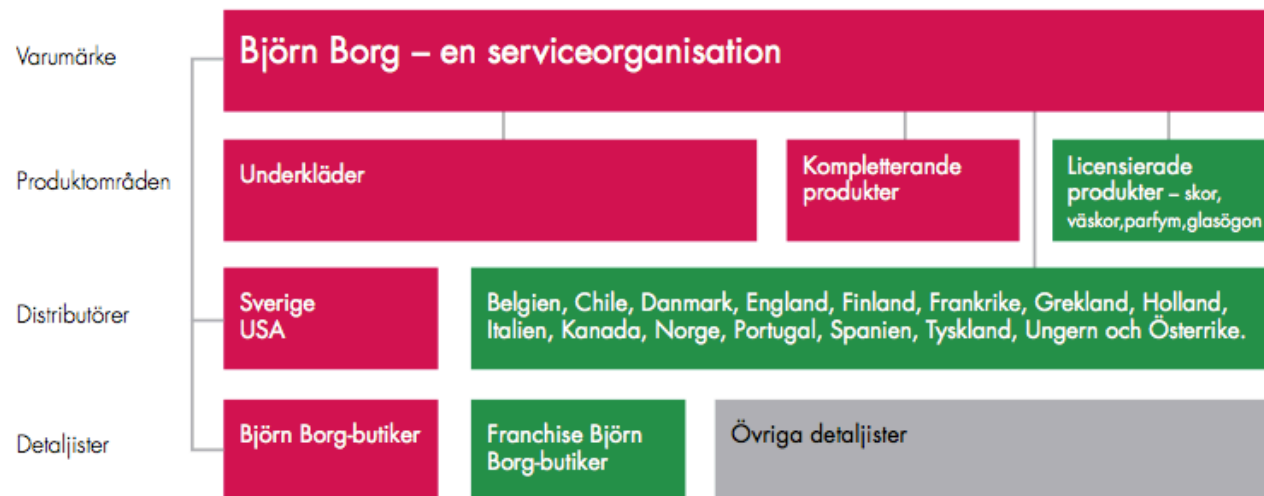
- Ny erfaren distributör i Frankrike
- Liten ökning i varumärkesförsäljningen i Sverige, nedgång på övriga större marknader
- Belgien står för 5% av varumärkesförsäljningen
- Idag – totalt 18 marknader
- Utvärderar kontinuerligt nya intressanta marknader



VI ÄR EN SERVICEORGANISATION

Vi ska erbjuda våra partners – våra viktigaste kunder:

- En stark kollektion
- Sourcing
- Ett starkt retail- och butikskoncept
- Ett starkt marknadspaket



BJÖRN BORG

LICENSIERING AV SKOR

- Vi licensierar ut skor till Trend Design Group – ett väletablerat internationellt produktions- och grossistföretag
- Björn Borg behåller distributionen i Sverige och Finland
- Marginell resultatpåverkan 2010



BJÖRN BORG

EN NY BUTIKSMILJÖ

- Första ombyggda butiken med nytt butikskoncept, Sergelgatan i Stockholm
- Tema: “Swedish underwear liberation”
- Fokus på underkläder
- Över tiden, öka antalet Björn Borg-butiker som öppnas av distributörer



BJÖRN BORG

VÄXANDE E-HANDEL

- Affärspotential – underkläder en perfekt produkt för e-handel
- Ökade volymer
- Ny e-handelsplattform lanserad 1 maj

The screenshot displays the Björn Borg website interface. At the top, the logo 'BJÖRN BORG' is accompanied by the tagline 'Colourful Swedish Underwear'. Navigation links include 'SIGN IN', 'REGISTER', 'ORDER STATUS', 'STORE LOCATOR', and 'CUSTOMER SERVICE'. A promotional banner offers a 'FREE PAIR OF MEN'S UNDERWEAR WITH PURCHASE!' for the first 100 customers. A shopping bag icon shows 0 items. The main navigation bar lists categories: SHOP, UNDERWEAR, MENSWEAR, KIDS, SOCKS, SWIMWEAR, SLEEPWEAR, SHOES, and ACCESSORIES. Below this, there are links for 'SHOPONLINE', 'SWEDISHEXPORTS', and 'INSIDERSJOURNAL'. The current page is 'SHOP / UNDERWEAR / KIDS'. A sidebar on the left lists 'UNDERWEAR' with sub-categories 'NEW STYLES', 'HIM', 'HER', 'KIDS', 'HIM', 'HER', and promotional text: 'BUY 2 SAVE 15%, BUY 3 SAVE 20% UNDER €20', 'SHOP BY CONCEPT', 'SHOP BY STYLE', and 'SALE'. Below this are links for 'MENSWEAR', 'KIDS', 'SOCKS', 'SWIMWEAR', and 'SLEEPWEAR'. The main content area features a large orange banner for the 'NEW KIDS COLLECTION' with the text 'STYLES FOR BOYS AND GIRLS' and a 'SHOP NOW!' button. The banner image shows a young boy holding a large, colorful, mesh-like ball. On the right side, there are partial views of other promotional banners for 'COMPACT' and 'FIRST CUSTOMER'.

BJÖRN BORG

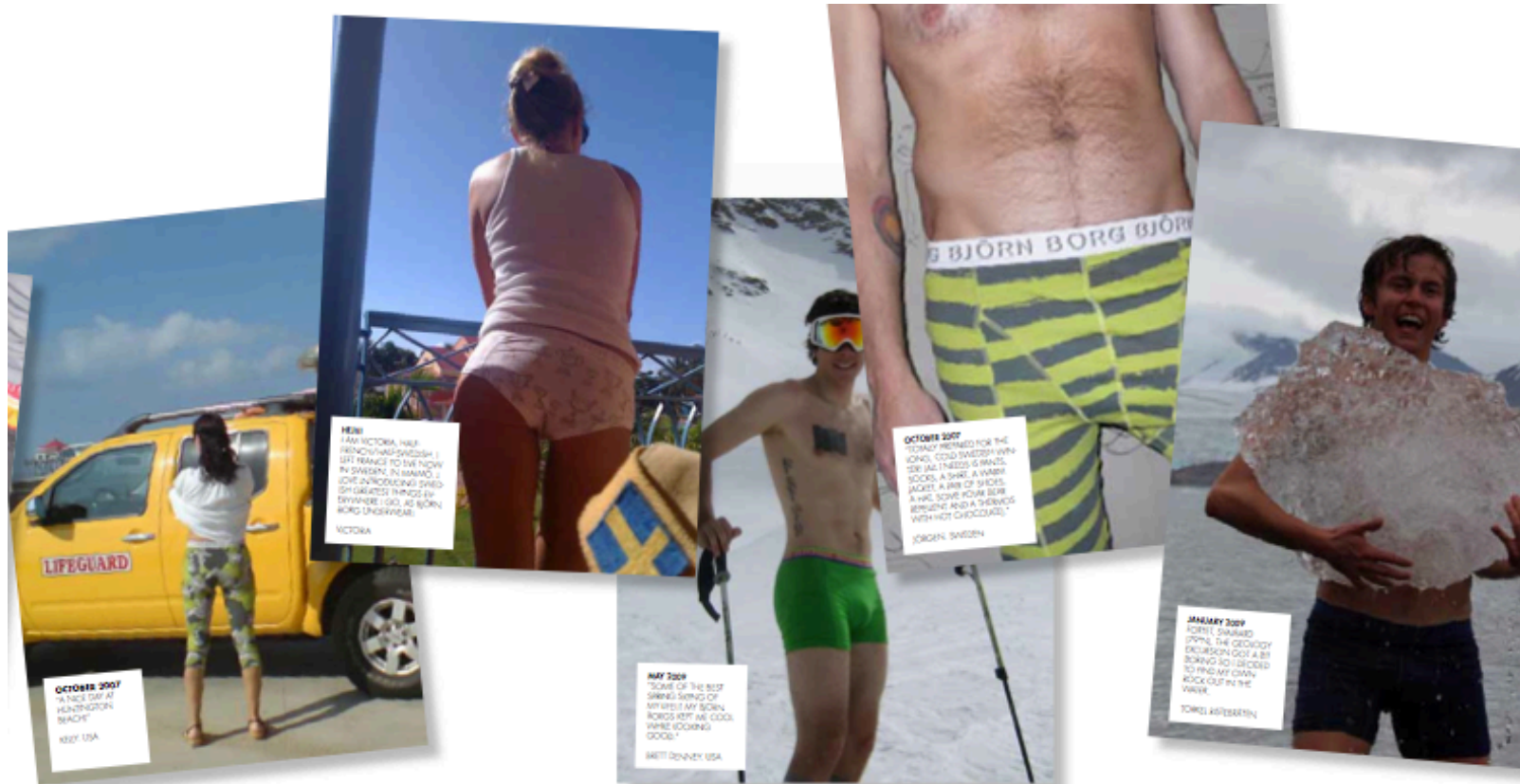
ARBETET FORTSÄTTER 2010

- Vi fortsätter förändra och utveckla Björn Borg utifrån strategin
- Högt tempo inom produktutveckling, marknadsföring och distribution
- Det tar tid att penetrera nya marknader



BJÖRN BORG

Tack!



BJÖRN BORG