



# Q3 2010

Arthur Engel, VD

Fredrik Runesson, controller

# HÖG AKTIVITET

---

- Fortsatt positiv trend inom underkläder
- Flera produktnyheter under kvartalet, bland annat konstruerade bh:ar och boxershorts
- Skor utvecklas väl
- Schweiz ny marknad



**BJÖRN BORG**

# RÄKENSKAPER Q3 2010

---

- **Ökad nettoomsättning**

- Nettoomsättningen ökade med 10% till 171,0 MSEK (155,2,)
- Negativ valutaeffekt på omsättningen med 0,6 MSEK jämfört med föregående år, 17,1 MSEK för niomånadersperioden.

- **Stärkta marginaler**

- Ökade bruttovinst- och rörelsemarginaler
- Rörelseresultatet ökade med 19% till 51,5 MSEK (43,5)
- Fortsatt god kostnadskontroll



# RÄKENSKAPER 2010

	Q3 10	Q3 09	+/-	9m 10	9m 09	+/-
<b>Nettoomsättning MSEK</b>	<b>171,0</b>	155,2	+10%	420,1	417,7	+1%
Exklusive valutaeffekter, MSEK	171,6	155,2	+11%	437,3	417,7	+5%
<b><i>Bruttovinstmarginal %</i></b>	<b>52,6</b>	50,8		52,8	50,2	
<b>Rörelsekostnader MSEK</b>	<b>38,5</b>	35,5	+9%	120,5	116,6	+3%
<b>Rörelseresultat MSEK</b>	<b>51,5</b>	43,5	+19%	101,5	93,2	+9%
<b><i>Rörelsemarginal %</i></b>	<b>30,1</b>	28,0		24,2	22,3	
<b>Resultat per aktie SEK</b>	<b>1,46</b>	1,20	+22%	2,91	2,68	+9%
<b>Varumärkesförsäljning MSEK*</b>	<b>506</b>	502*	+1%	1 314	1 462*	-10%

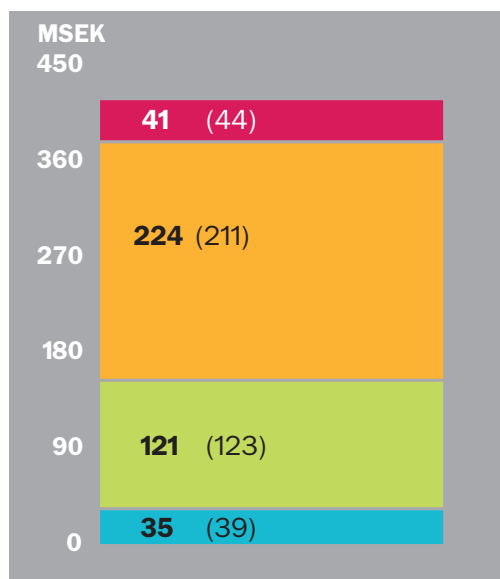
\*Omräknade jämförelsetal för 2009, se delårsrapporten.



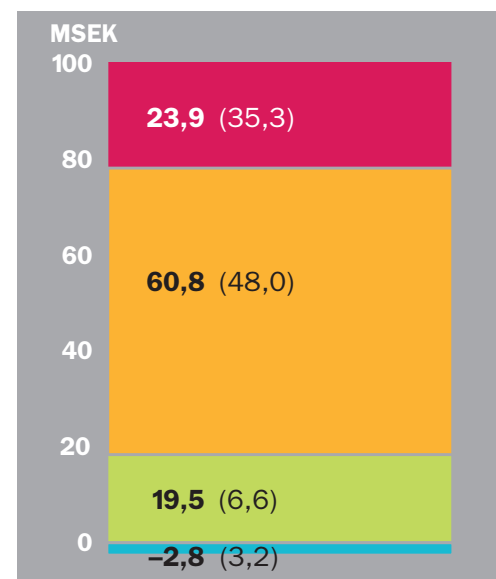
**BJÖRN BORG**

# SEGMENTEN 9 MÅNADER 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	Q3 10	Q3 09		9m 10	9m 09	
<b>Nettoomsättning</b>	40,8	36,4	+12%	100,2	104,8	-4%
varav extern omsättning	17,1	13,9	+23%	40,6	44,2	-8%
<b>Rörelseresultat</b>	15,8	16,4	-4%	23,9	35,3	-32%

## 9 månader

- Minskad nettoomsättning för perioden från lägre varumärkesförsäljning, men ökning i tredje kvartalet
- Resultatet påverkades negativt av den minskade försäljningen, kostnader för övertagande av England samt ökade marknadsföringskostnader
- Valuta: Varukostnader i SEK, EUR, NOK, DKK etc, fakturering i samma valutor



**BJÖRN BORG**

# SEGMENT PRODUKTUTVECKLING

Utveckling, design och produktion inom produktområdena underkläder och kompletterande produkter

MSEK	Q3 10	Q3 09		9m 10	9m 09	
<b>Nettoomsättning</b>	129,0	98,8	+31%	298,5	277,4	+8%
varav extern omsättning	92,3	75,3	+23%	223,1	211,3	+6%
<b>Rörelseresultat</b>	27,0	15,5	+74%	60,8	48,0	+27%

## 9 månader

- Ökad omsättning från volymökning inom underkläder – negativ valutaeffekt
- Förbättrat resultat från högre bruttovinstmarginal och ökad omsättning
- Valuta: Varukostnader i USD/HKD/EUR, fakturering i USD/HKD/EUR





# SEGMENT GROSSISTVERKSAMHET

Grossistförsäljning av främst underkläder i Sverige samt skor i Sverige och Finland

MSEK	Q3 10	Q3 09		9m 10	9m 09	
<b>Nettoomsättning</b>	58,3	61,1	-5%	151,1	147,9	+5%
varav extern omsättning	47,1	49,7	-5%	120,8	123,3	-2%
<b>Rörelseresultat</b>	8,3	8,9	-7%	19,5	6,6	+196%

## 9 månader

- Minskad omsättning i kvartalet från sena utleveranser
- Stärkt resultat främst till följd av ökad omsättning, lägre USD som påverkar bruttovinstmarginalen positivt samt minskade kostnader i USA
- Valuta: Varukostnader i USD/HKD/EUR, fakturering i SEK



# SEGMENT DETALJHANDEL

---

**Björn Borg äger och driver 8 Björn Borg-butiker och 2 outlet-butiker i Sverige samt en webbutik**

<b>MSEK</b>	<b>Q3 10</b>	<b>Q3 09</b>		<b>9m 10</b>	<b>9m 09</b>	
<b>Nettoomsättning</b>	14,5	16,3	-11%	34,6	38,8	-11%
<b>Rörelseresultat</b>	0,4	2,7	-85%	-2,8	3,3	-185%

## **9 månader**

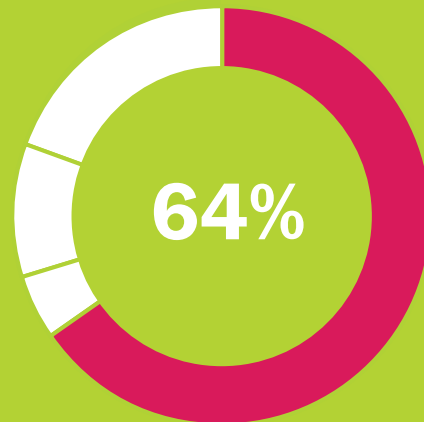
- Minskad omsättning från lägre försäljning i främst outlet-butikerna
- Minskat resultat från lägre omsättning och ombyggnation i butik samt investeringar i webbutik
- Oförändrat antal butiker
- Valuta: Varukostnader i SEK, fakturering i SEK



# UNDERKLÄDER – VÅR KÄRNA

---

UNDERKLÄDER  
ANDEL AV VARUMÄRKES-  
FÖRSÄLJNINGEN JAN-SEP 2010



**BJÖRN BORG**

# HÖGT TEMPO I NYHETSFLÖDET

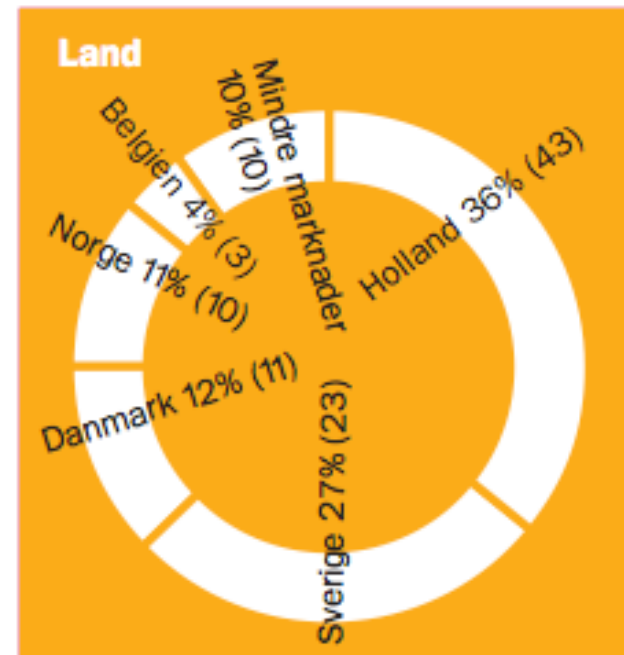
---

- Positivt mottagande av första bh-kollektionen
- Nyheter även på herrsidan – boxersshorts, sportunderkläder, strumpor i ny design
- Kids-kollektionerna etablerar sig
- Fortsatt flöde av nyheter



# INTERNATIONELL NÄRVARO

- Avtal om distribution i Schweiz med tyska distributören
- Samarbetet i Italien avslutas och diskussioner förs med flera intresserade aktörer
- Ökad varumärkesförsäljning i Sverige och Norge, svagare utveckling i Danmark och Holland
- Mindre marknader står för 10% av varumärkesförsäljningen



Varumärkesförsäljning januari–september 2010



# VI ÄR EN SERVICEORGANISATION

- Kollektioner
- Retail- och butikskoncept
- Sourcing
- Marknadspaket



# ARBETET FORTSÄTTER

---

- Fortsatt utveckling enligt strategin
- Högt tempo inom produktutveckling
- Det tar tid att penetrera nya marknader
- Störningar i produktionsledet och höjda bomullspriser
- Fokus på vad vi kan påverka och skapa goda förutsättningar





**OCTOBER 2007**  
 "I'VE BEEN UP AT HUNTINGTON BEACH"  
 KEVIN USA

**HEIDI**  
 I AM VICTORIA, HAIR FRENCH/ANG-SWEDISH I LEFT FRANCE TO LIVE NOW IN SWEDEN. I'M HAVING A LOT OF INTERESTING DREAMS ABOUT THINGS IN SWEDEN I GO AS BJÖRN BORG UNDERWEAR.  
 VICTORIA

**AMY 2009**  
 "ONE OF THE BEST SKIING TRIPS OF MY LIFE! MY SOLE SKIS WERE AWESOME!  
 WERE DOING!  
 OOOO!"  
 BRETT DONNEY USA

**OCTOBER 2007**  
 "I'M PREPARED FOR THE JUNE. GOOD SWEET! I'M THE JUNE I NEEDS IS WALK, SOCKS, A SHIRT, A WAIVER, JACKETS, A JOB OF SHOES, A HAT, SOME FURN BLUE BLENDED AND A THERMOS WITH HOT CHOCOLATE!"  
 JORDEN, SWEDEN

**JANUARY 2009**  
 "I'M SHARPER THAN THE GEOMETRY OF A BIRD. I'M SO I DECIDED TO FIND MY OWN ROCK OUT IN THE WALK."  
 TOMAS LARSSON, SWEDEN

**Tack!**