



Q2 2012

Arthur Engel, VD

Magnus Teeling, CFO

Q2 2012 I KORTHET

- Stabilt kvartal
- Nya marknader växer – utgör 16% (12) av varumärkesförsäljningen
- Egna verksamheten i England utvecklas väl
- God tillväxt i e-handeln
- Två nya butiker i Tyskland, shop-in-shop på Harrods i London
- Fortsatta tillväxtsatsningar
- Svag detaljhandelsmarknad i Europa



UTVECKLING Q2 2012

- **Stabil omsättningsutveckling**
 - Omsättningen upp 3% till 105,5 MSEK (101,9)
 - Förskjutna leveranser ur höstkollektionen om cirka 13 MSEK förs över till Q3
- **Planenliga kostnader påverkade resultatet negativt**
 - Rörelseresultatet minskade till 4,8 MSEK (8,2)
 - Cirka 6 MSEK högre rörelseresultat utan förskjutna utleveranser
 - Planenligt högre kostnader för tillväxtsatsningar, butiker, personal och lokaler



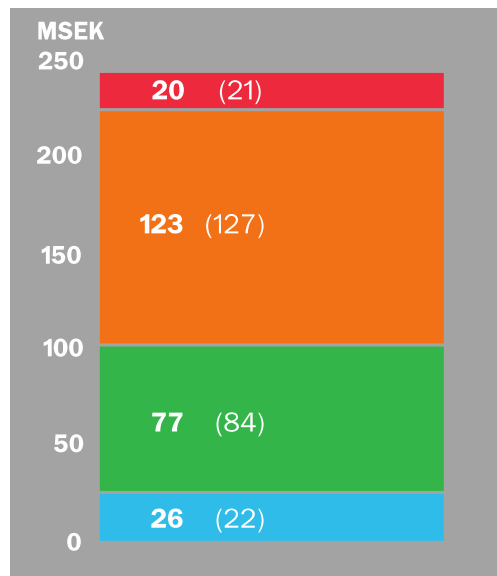
RÄKENSKAPER 2011–2012

MSEK	Q2/12	Q2/11	+/-	6m/12	6m/11	+/-
Nettoomsättning	105,5	101,9	+3%	246,0	253,3	−3%
Exklusive valutaeffekter			oför.			−5%
<i>Bruttovinstmarginal %</i>	52,1	53,3		49,8	51,6	
Rörelsekostnader	50,1	46,2	+8%	103,0	94,1	+9%
Rörelseresultat	4,8	8,2	−41%	19,5	36,6	−47%
<i>Rörelsemarginal %</i>	4,6	8,0		7,9	14,4	
Resultat per aktie SEK	0,10	0,33		0,55	1,22	
Varumärkesförsäljning	288	315	−8%	736	746	−1%
Exklusive valutaeffekter			−8%			−1%

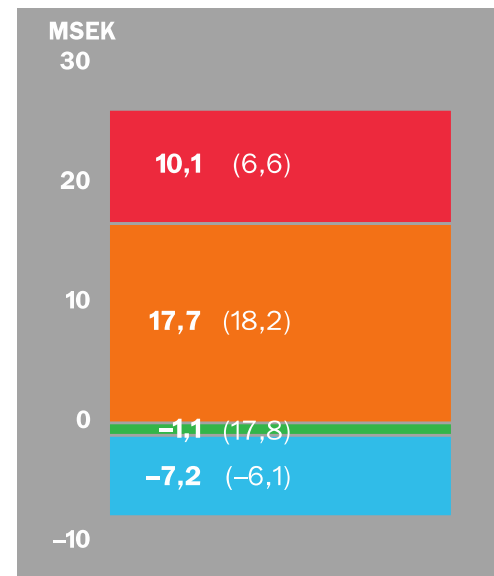


SEGMENTEN 6 MÅN 2012

NETTOOMSÄTTNING PER SEGMENT
Efter elimineringar för intern försäljning



RÖRELSERESULTAT PER SEGMENT



- Varumärke
- Produktutveckling
- Grossistverksamhet
- Detaljhandel



VARUMÄRKE

I huvudsak royaltyintäkter och kostnader förknippade med varumärket

MSEK	6 mån 2012	6 mån 2011	+/-	2011
Nettoomsättning	39,5	37,3	+6%	80,3
varav extern omsättning	20,4	20,9	-2%	47,4
Rörelseresultat	10,1	6,6	+53%	16,6

6 månader

- Förbättrat resultat huvudsakligen från lägre kostnader för varumärkesaktiviteter
- Valuta: Varukostnader i SEK, fakturering i SEK, EUR, NOK, DKK etc.



PRODUKTUTVECKLING

Utveckling, design och produktion inom underkläder och sportkläder

MSEK	6 mån 2012	6 mån 2011	+/-	2011
Nettoomsättning	171,4	186,5	-8%	377,4
varav extern omsättning	122,8	127,0	-3%	251,3
Rörelseresultat	17,7	18,2	-3%	35,9

6 månader

- Lägre införsäljning av sommarkollektionen under första kvartalet påverkade omsättningen negativt
- Minskad försäljning men också lägre rörelsekostnader
- Valuta: Varukostnader och fakturering i USD/HKD/EUR



GROSSISTVERKSAMHET

Grossistförsäljning av underkläder i Sverige och England samt skor i Sverige, Finland och Baltikum

MSEK	6 mån 2012	6 mån 2011	+/-	2011
Nettoomsättning	100,6	108,0	-7%	230,8
varav extern omsättning	77,1	83,6	-8%	179,3
Rörelseresultat	-1,1	17,8		37,0

6 månader

- Lägre inköp av kollektion under föregående år påverkade intäkterna i det svenska grossistbolaget, god utveckling i England
- Lägre bruttovinstmarginal och svag försäljning i Sverige, samt högre kostnader för England, tynger resultatet
- Valuta: Kostnader i USD/HKD/EUR, fakturering i SEK/GBP



DETALJHANDEL

Björn Borg äger och driver 11 Björn Borg-butiker och 2 outlet-butiker i Sverige samt e-handel internationellt och i USA

MSEK	6 mån 2012	6 mån 2011	+/-	2011
Nettoomsättning	30,2	23,1	+30%	62,2
varav extern omsättning	25,7	21,7	+18%	58,5
Rörelseresultat	-7,2	-6,1		-5,8

6 månader

- Omsättningsökning från fler butiker och e-handel, jämförbart ned
- Kortare reaperiod
- Resultatet påverkas negativt av kostnader för nya butiker och e-handel
- Valuta: Varukostnader i SEK, fakturering i SEK

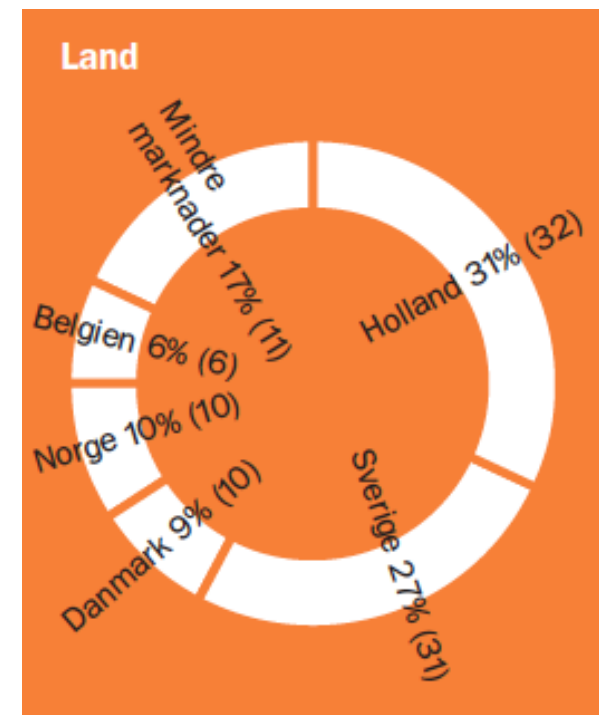


BJÖRN BORG

INTERNATIONELL NÄRVARO

Utveckling marknader Q2

- Större marknader – Holland och Belgien i det närmaste oförändrade, nedgång i övriga
- Mindre marknader – stark tillväxt i bland annat England och Österrike
- Mindre marknaders andel av varumärkesförsäljningen ökade till 17% (11) första halvåret 2012



Varumärkesförsäljning jan-juni 2012



SATSNINGAR FÖR TILLVÄXT

Fortsatt arbete med
framtidssatsningar enligt plan

- Sportkläder inom Björn Borg Sport
- Egen verksamhet i England
- E-handel och butiker – två butiker i Tyskland – Dortmund och Essen, en shop-in-shop på Harrods
- Etablering i Kina...



BJÖRN BORG

LANSERING I KINA I AUGUSTI

- Lansering i augusti 2012 på varuhuset Sogo i Shanghai
- Ytterligare ett par försäljningsställen 2012 om rätt lägen är tillgängliga
- Erfaren lokal partner, Björn Borg huvudägare med 75%
- Beräknas belasta rörelse-resultatet med högst 10 MSEK 2012, marginell påverkan på omsättningen



NYLANSERING AV DOFT

- Avtal med tidigare licenstagare uppsagt
- Nytt samarbete med etablerad internationell aktör som ansvarar för design, sourcing och produktion
- Bättre kontroll och styrning
- Ökad kvalitet och mer segmenterad distribution
- Lansering av två nya doftlinjer i oktober:
 - JA! och Heritage



BJÖRN BORG





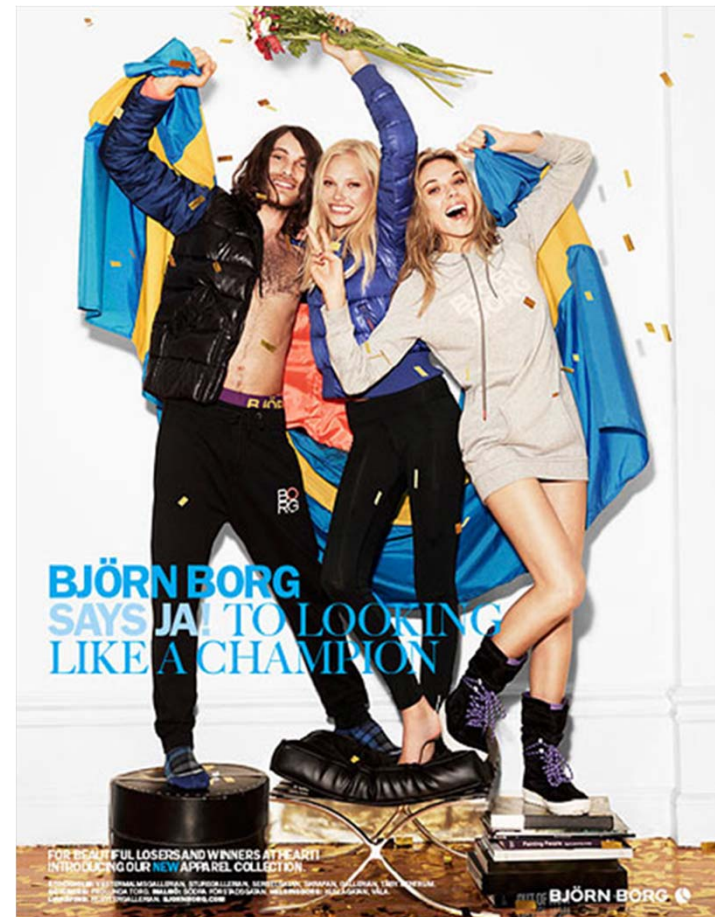
BJÖRN BORG
SAYS JA! TO LOOKING
LIKE A CHAMPION



BJÖRN BORG

BJÖRN BORG SAYS JA!

- Utveckling av konceptet BJÖRN BORG SAYS JA!
- Långsiktigt och konsekvent
- Internationellt perspektiv
- Mycket fokus på digitala media

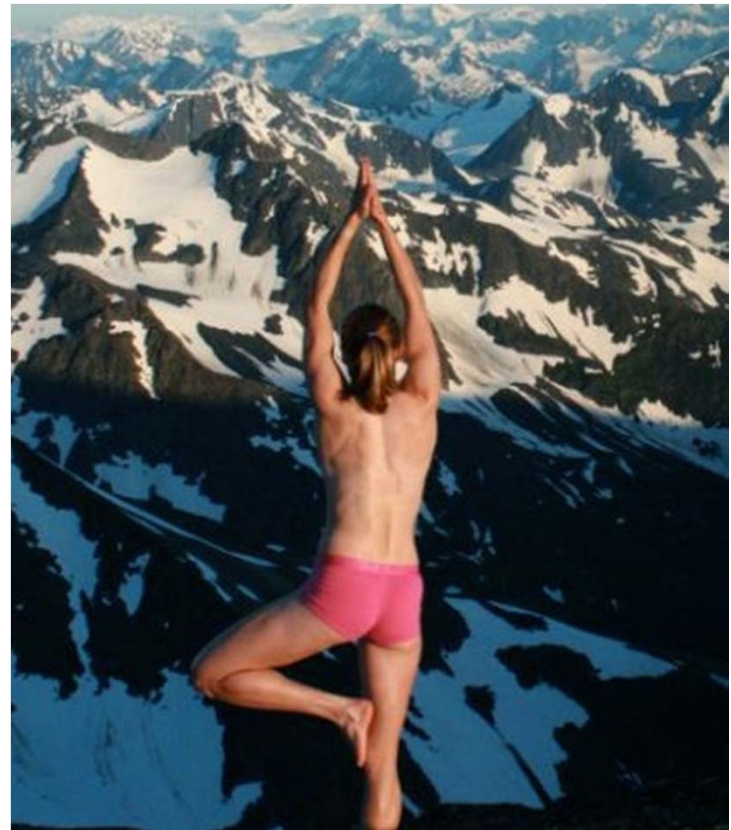


BJÖRN BORG



FOKUS HÖSTEN 2012

- Arbeta med tillväxtsatningar
- Utveckla verksamheten i Kina
- Mer varumärkesaktiviteter
- Stärka retailverksamheten
- Nylansering av doft
- Instabil detaljhandelsmarknad i Europa
- Fortsatt tillförsikt inför utvecklingen resten av 2012



SEE YA!

