



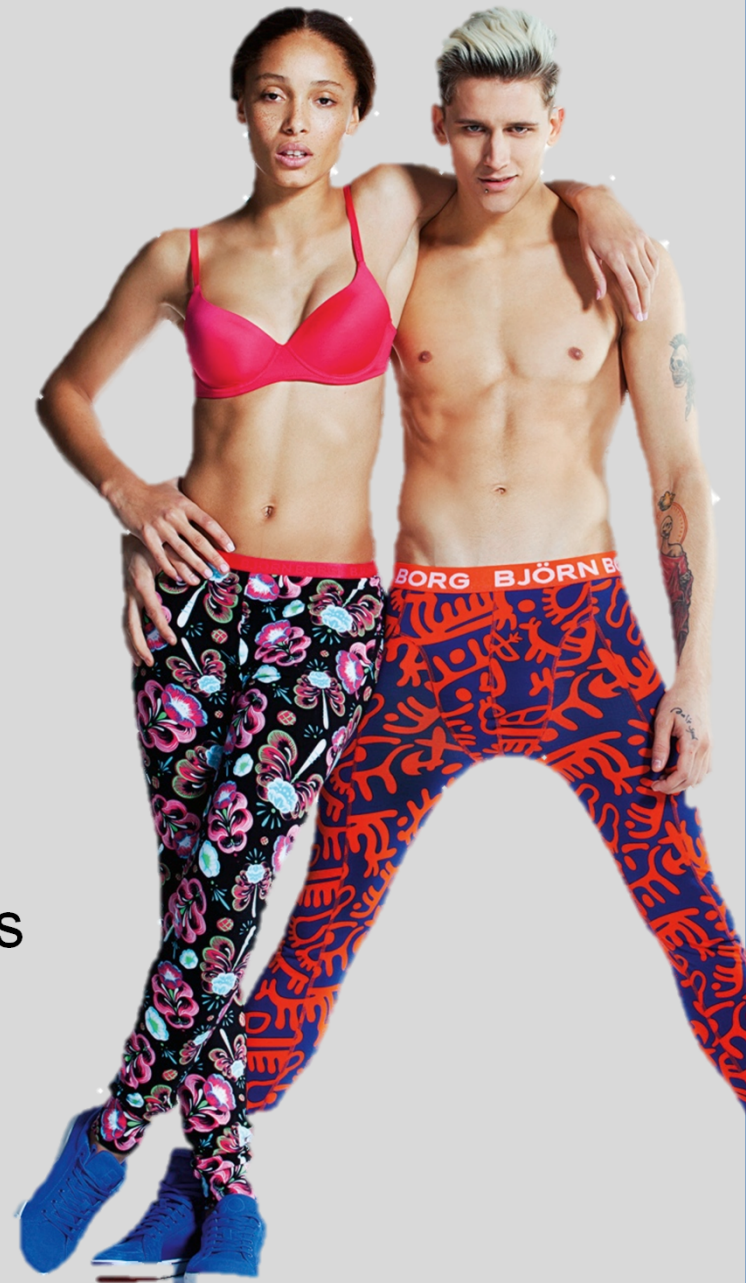
BJÖRN BORG

Q4 2012

Arthur Engel, VD
Magnus Teeling, CFO

Q4 2012 I KORTHET

- Positiv utveckling i svag marknad
- Framtidssatsningar bidrar allt mer till tillväxten
- Positiv utveckling för sportkläder
- Egna verksamheten i England utvecklades väl
- Första egna Björn Borg-butikerna i Kina
- Förvärv av den finska distributörens verksamhet i februari 2013



UTVECKLING Q4 2012

- **Ökad omsättning från produktbolagen**
 - Omsättningen upp 13% till 138,7 MSEK (123,1), +14% exkl. valutaeffekter
 - Ökad införsäljning av vinterkollektionerna inom underkläder samt sportkläder
 - Svenska grossistverksamheten minskade
- **Ökat rörelseresultat**
 - Rörelseresultatet ökade med 7% till 15,1 MSEK (14,1)
 - Rörelsekostnaderna något högre från tillväxtsatsningar

UTVECKLING HELÅRET 2012

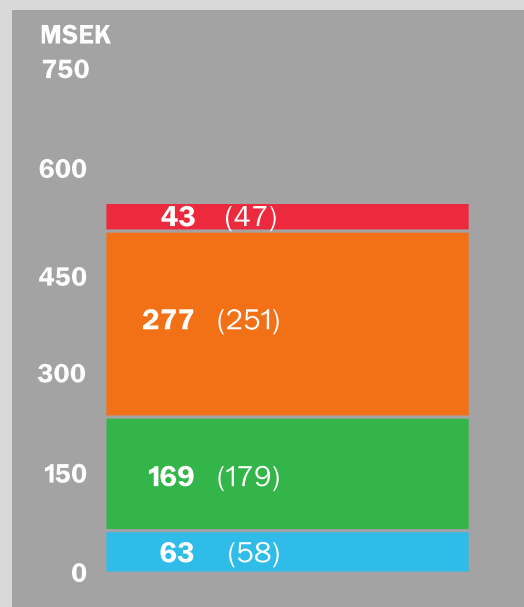
- **Björn Borg Sport och produktbolaget för underkläder bidrar till ökad omsättning**
 - Omsättningen upp 3% till 551,4 MSEK (536,5), +2% exkl. valutaeffekter
 - Ökad införsäljning av underkläder och sportkläder
 - Egna engelska verksamheten utvecklades positivt
 - Svag utveckling i svenska grossistverksamheten
- **Minskat rörelseresultat**
 - Rörelseresultatet minskade med 17% till 69,8 MSEK (83,7)
 - Planenligt högre kostnader för främst tillväxtsatsningar
 - Totalt påverkade Björn Borg Sport, Kina och England rörelseresultatet med -21,4 MSEK (-15,1)

RÄKENSKAPER 2011–2012

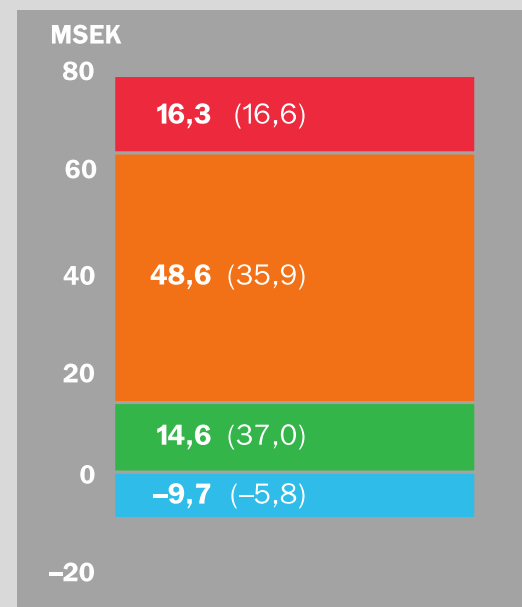
MSEK	Q4/12	Q4/11	+/-	12m/12	12m/11	+/-
Nettoomsättning	138,7	123,1	+13%	551,4	536,5	+3%
Exklusive valutaeffekter			+14%			+2%
<i>Bruttovinstmarginal %</i>	51,6	52,4		50,2	51,5	
Rörelsekostnader	56,5	50,4	+12%	206,8	192,5	+7%
Rörelseresultat	15,1	14,1	+7%	69,8	83,7	-17%
<i>Rörelsemarginal %</i>	10,9	11,5		12,7	15,6	
Resultat per aktie, SEK	0,45	1,92		2,11	4,19	
Varumärkesförsäljning	376	384	-2%	1 598	1 681	-5%
Exklusive valutaeffekter			-			-3%

SEGMENTEN 12 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	2012	2011	+/-
Nettoomsättning	81,3	80,3	+1%
varav extern omsättning	42,9	47,4	-9%
Rörelseresultat	16,3	16,6	-2%

12 månader

- Minskade externa royaltyintäkter från lägre varumärkesförsäljning
- Valuta: Varukostnader i SEK, fakturering i SEK, EUR, NOK, DKK etc.

PRODUKTUTVECKLING

Utveckling, design och produktion inom underkläder och sportkläder

MSEK	2012	2011	+/-
Nettoomsättning	385,3	377,4	+2%
varav extern omsättning	277,2	251,3	+10%
Rörelseresultat	48,6	35,9	+35%

12 månader

- Svagare försäljning av sommarkollektionen kompenseras av starkare försäljning av höst/vinterkollektionerna i produktbolaget för underkläder
- Förbättrat resultat från ökad försäljning och 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	2012	2011	+/-
Nettoomsättning	221,3	230,8	-4%
varav extern omsättning	168,6	179,3	-6%
Rörelseresultat	14,6	37,0	-60%

12 månader

- Svag försäljning i svenska grossistbolaget, god utveckling i England samt i grossistbolaget för skor
- Lägre bruttovinstmarginal och svag försäljning i Sverige, kostnader för engelska verksamheten samt valutaeffekter tynger resultatet
- Valuta: Kostnader i USD/HKD/EUR, fakturering i SEK/GBP

DETALJHANDEL

Björn Borg äger och driver 12 Björn Borg-butiker och 2 outlet-butiker i Sverige, internationell retailverksamhet i England och Kina samt e-handel

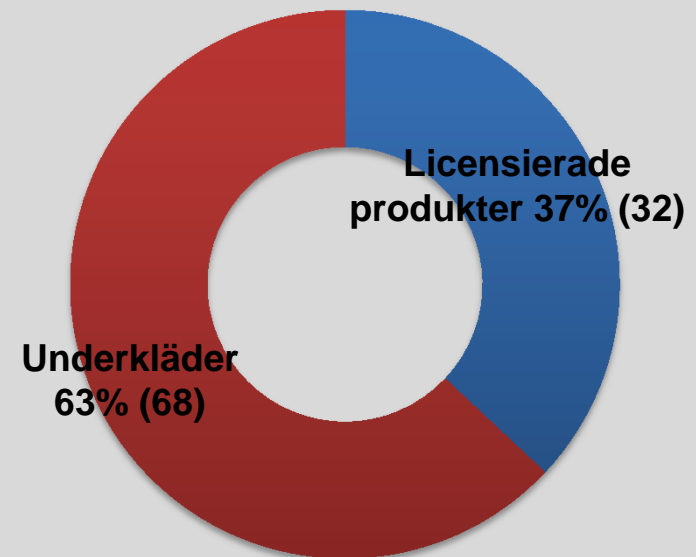
MSEK	2012	2011	+/-
Nettoomsättning	73,0	62,2	+17%
varav extern omsättning	62,7	58,5	+7%
Rörelseresultat	-9,7	-5,8	

12 månader

- Omsättningsökning från fler butiker och tillväxt i e-handel, jämförbart ned
- Kortare reaperioder och lägre reanivåer gav ökad bruttovinstmarginal
- Resultateffekt från verksamheten i Kina cirka -7 MSEK
- Kostnader för e-handel inkl nedskrivning av gamla webbplattformen
- Valuta: Varukostnader i SEK, fakturering i SEK

UTVECKLING PRODUKTOMRÅDEN

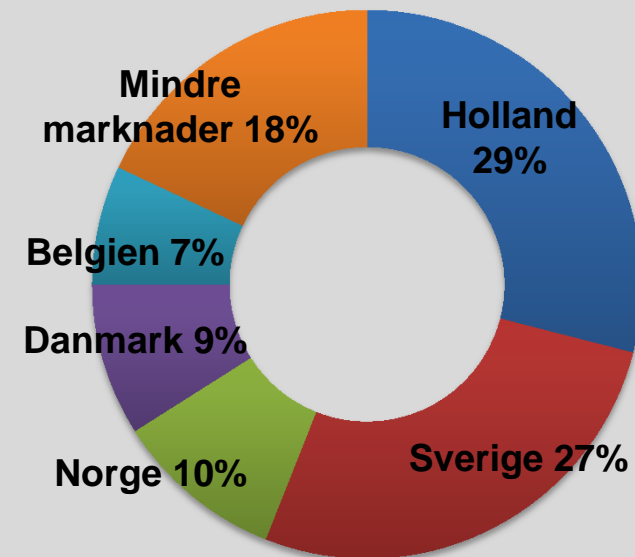
- Varumärkesförsäljning ned 2% till 376 MSEK för Q4. Ned 5% till 1 598 MSEK för helåret.
- Underkläder minskade
- Stark utveckling för sportkläder
- Fortsatt god tillväxt för skor
- Negativ valutaeffekt (främst svagare euro)



INTERNATIONELL NÄRVARO

Utveckling marknader 2012

- Större marknader
 - Belgien växer, nedgång i övriga marknader
- Mindre marknader
 - Stark tillväxt i bland annat England och Finland
- Mindre marknaders andel av varumärkesförsäljningen ökade till 18% (13) under 2012



SATSNINGAR FÖR TILLVÄXT

Fortsatt arbete med framtids-
satningar enligt plan

- Fler Björn Borg-butiker
- Ökat varumärkesarbete
- Björn Borg Sport
- E-handel
- Egen verksamhet i England i Kina
- Förvärv av distributören i Finland



EXPANSION FINLAND


- Förvärvar från tidigare distributör, i samarbete med erfaren partner
- Bra timing för båda parter
- Viktig marknad i Skandinavien
- Tillväxtmöjligheter inom både underkläder och övriga produktområden
- Total köpeskilling ca 9,1 MSEK
- Vår ägarandel 75 %
- Beräknad positiv resultateffekt 2013





BJÖRN BORG
SAYS JA! TO
UNFORGETTABLE
NIGHTS

OUR **NEW** APPAREL COLLECTION
PREPARED FOR WHATEVER

BJÖRN BORG 

#UNFORGETTABLE FEED

#unforgettablenights

I VÅR DIGITALA AKTIVERING AV VÅRENS KAMPANJ
BJÖRN BORG SÅS JA! TO UNFORGETTABLE NIGHTS
FOKUSERAR VI PÅ ATT AKTIVERA KLUBBAR OCH
NATTLIVSFOTOGRAFER.

VI SAMARBETAR MED NÅGRA AV VÄRLDENS MEST
KÄNDA NATTLIVSFOTOGRAFER SOM ÄR VÅRA
AMBASSADÖRER OCH ERAR I VÅR PARTY PANTS
RUNTOM PÅ VÅRA MARKNADER.

VI BYGGER HELA KAMPANJEN MED FOKUS PÅ
INSTAGRAM OCH HASH-TAGGEN
#UNFORGETTABLENIGHT.

PHOTOGRAPHER no1



FOKUS VÅREN 2013

- Fortsätta arbeta med tillväxtsatningar
- Stärka retailverksamheten
- Utveckla egna verksamheterna i England, Kina och Finland
- Varumärkesbyggande aktiviteter
- Instabil detaljhandelsmarknad i Europa – osäkra förutsättningar



TACK!



BJÖRN BORG 