



**Q3 2012**

**Arthur Engel, VD**

**Magnus Teeling, CFO**

# Q3 2012 I KORTHET

---

- Positiv utveckling i svag marknad
- Framtidssatsningar bidrar allt mer till tillväxt
- Positiv utveckling för sportkläder
- Egna verksamheten i England utvecklades väl – egen butik öppnad i London
- Försäljningsstart i Kina
- Björn Borg i Apple Stores



**BJÖRN BORG**

# UTVECKLING Q3 2012

---

- **Ökad omsättning främst från produktutveckling**
  - Omsättningen upp 4% till 166,8 MSEK (160,2), +2% exkl. valutaeffekter
  - Ökad införsäljning av höst-/vinterkollektionerna inom underkläder
  - Tredje kvartalets omsättning och rörelseresultat påverkades inte av förskjutna leveranser såsom beskrevs i Q2-rapporten. Redovisade siffror per 30 juni korrekta.
- **Ökat rörelseresultat**
  - Rörelseresultatet ökade med 7% till 35,2 MSEK (33,0)
  - Något lägre kostnader jämfört med föregående år



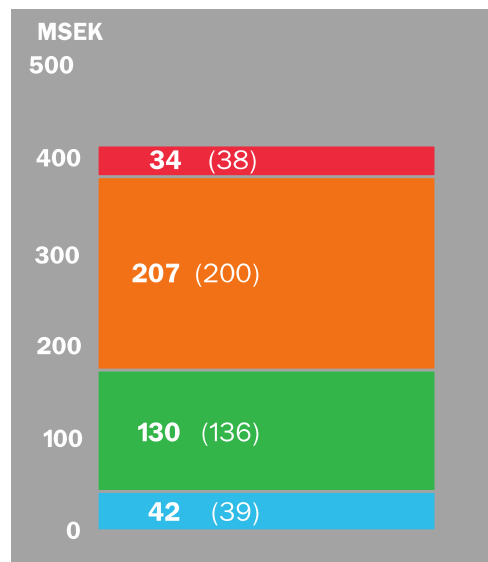
# RÄKENSKAPER 2011–2012

MSEK	Q3/12	Q3/11	+/-	9m/12	9m/11	+/-
<b>Nettoomsättning</b>	166,8	160,2	+4%	412,8	413,4	–
Exklusive valutaeffekter			+2%			–2%
<b><i>Bruttovinstmarginal %</i></b>	49,5	50,6		49,7	51,2	
<b>Rörelsekostnader</b>	47,4	48,0	–1%	150,3	142,1	+5,8%
<b>Rörelseresultat</b>	35,2	33,0	+7%	54,7	69,6	–21%
<b><i>Rörelsemarginal %</i></b>	21,1	20,6		13,3	16,8	
<b>Resultat per aktie SEK</b>	1,11	1,05		1,65	2,26	
<b>Varumärkesförsäljning</b>	485	551	–12%	1 221	1 297	–6%
Exklusive valutaeffekter			–7%			–4%

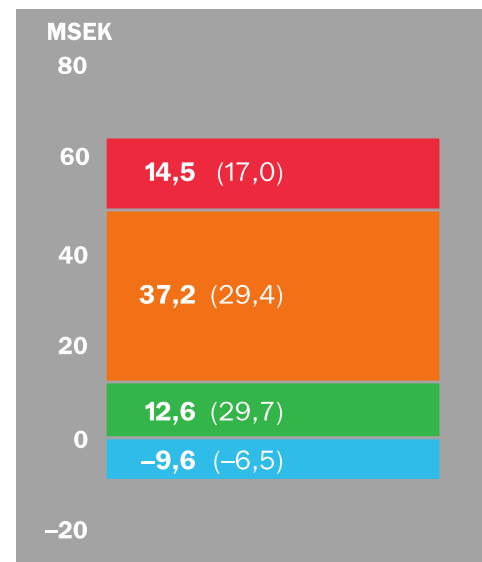


# SEGMENTEN 9 MÅN 2012

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	9 mån 2012	9 mån 2011	+/-	2011
<b>Nettoomsättning</b>	62,1	63,8	-3%	80,3
varav extern omsättning	33,6	37,9	-11%	47,4
<b>Rörelseresultat</b>	14,5	17,0	-15%	16,6

## 9 månader

- Minskade royaltyintäkter från lägre varumärkesförsäljning
- Viss negativ valutaeffekt från svagare EUR m.fl
- Valuta: Varukostnader i SEK, fakturering i SEK, EUR, NOK, DKK etc.



# PRODUKTUTVECKLING

---

Utveckling, design och produktion inom underkläder och sportkläder

MSEK	9 mån 2012	9 mån 2011	+/-	2011
<b>Nettoomsättning</b>	288,6	296,5	-3%	377,4
varav extern omsättning	207,0	200,5	+3%	251,3
<b>Rörelseresultat</b>	37,2	29,4	+27%	35,9

## 9 månader

- Ökad extern införsäljning av höst/vinterkollektionerna inom underkläder samt inom Björn Borg Sport i Q3
- Förbättrat resultat från ökad försäljning och lägre rörelsekostnader
- Valuta: Varukostnader och fakturering i USD/HKD/EUR



**BJÖRN BORG**

# GROSSISTVERKSAMHET

---

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

MSEK	9 mån 2012	9 mån 2011	+/-	2011
Nettoomsättning	170,3	175,1	-3%	230,8
varav extern omsättning	130,4	136,2	-4%	179,3
Rörelseresultat	12,6	29,7		37,0

## 9 månader

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



**BJÖRN BORG**



# DETALJHANDEL

---

**Björn Borg äger och driver 11 Björn Borg-butiker och 2 outlet-butiker i Sverige, en butiksyta i Kina samt e-handel internationellt och i USA**

<b>MSEK</b>	<b>9 mån 2012</b>	<b>9 mån 2011</b>	<b>+/-</b>	<b>2011</b>
<b>Nettoomsättning</b>	48,5	40,8	+19%	62,2
varav extern omsättning	41,8	38,8	+8%	58,5
<b>Rörelseresultat</b>	-9,6	-6,5		-5,8

## **9 månader**

- Omsättningsökning från fler butiker och e-handel, jämförbart ned
- Kortare reaperiod gav ökad bruttovinstmarginal
- Resultatet påverkas negativt av kostnader för uppstartad verksamhet i Kina, nya butiker och e-handel



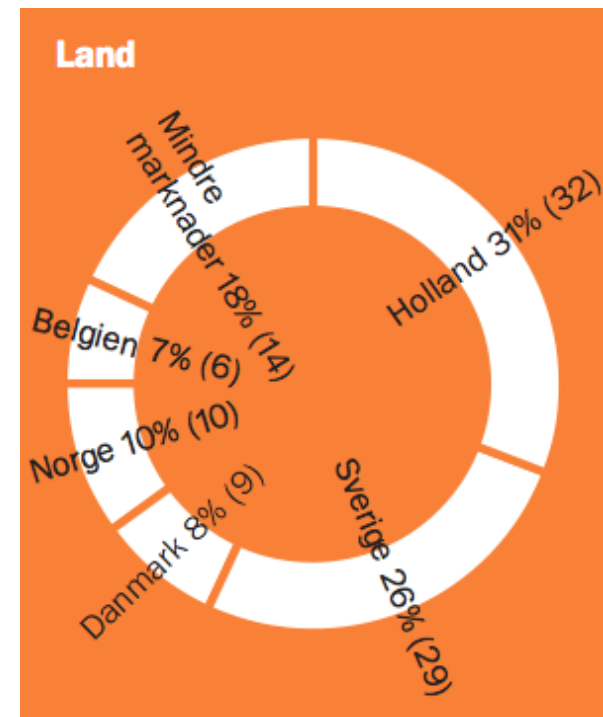
- Valuta: Varukostnader i SEK, fakturering i SEK

**BJÖRN BORG**

# INTERNATIONELL NÄRVARO

## Utveckling marknader Q3

- Större marknader – Belgien växer, Danmark i det närmaste oförändrad, nedgång i övriga
- Mindre marknader – stark tillväxt i bland annat England och Finland
- Mindre marknaders andel av varumärkesförsäljningen ökade till 18% (14) första nio månaderna 2012



Varumärkesförsäljning jan-sept 2012



# LANSERING I KINA

---

- Försäljningsstart i augusti på varuhuset Sogo i Shanghai
- Första egna butiken öppnar i dagarna
- E-handel via Taobao
- Ambitionen att öka tempot i butiksetableringar – rätt butikslägen avgör takten
- Belastar rörelseresultatet med högst 10 MSEK 2012, marginell påverkan på omsättningen



# BJÖRN BORG OCH APPLE

---

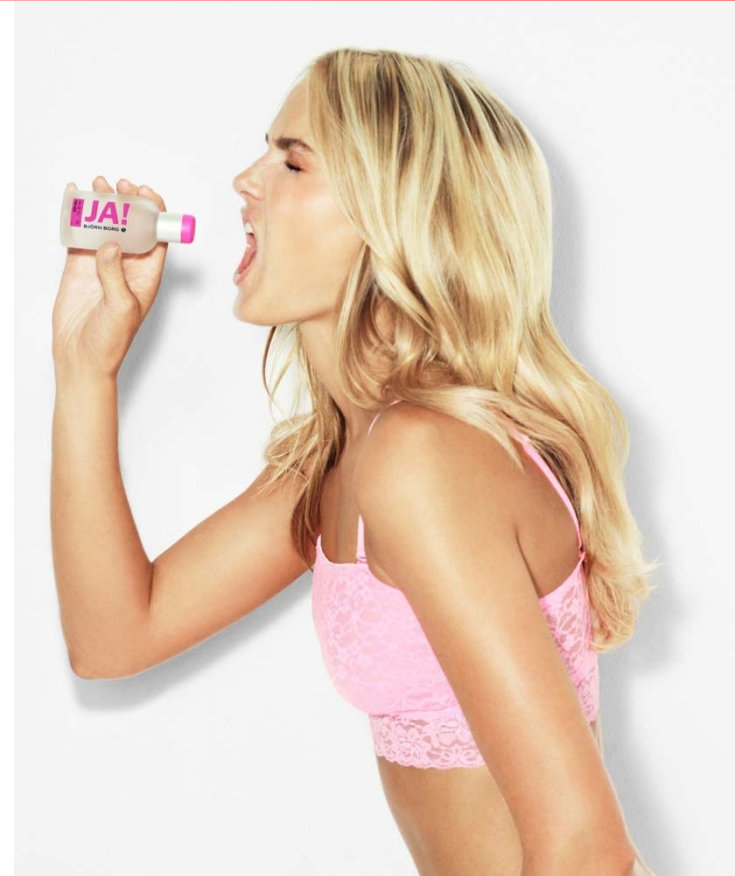
- iPhone-skal och MacBook-fodral i Apple Stores
- Säljs i Apple Stores och Apples europeiska webb-shop
- Inspirerade av underklädeskollektioner med karakteristiska mönster
- Efter nyår även i Björn Borg-butiker



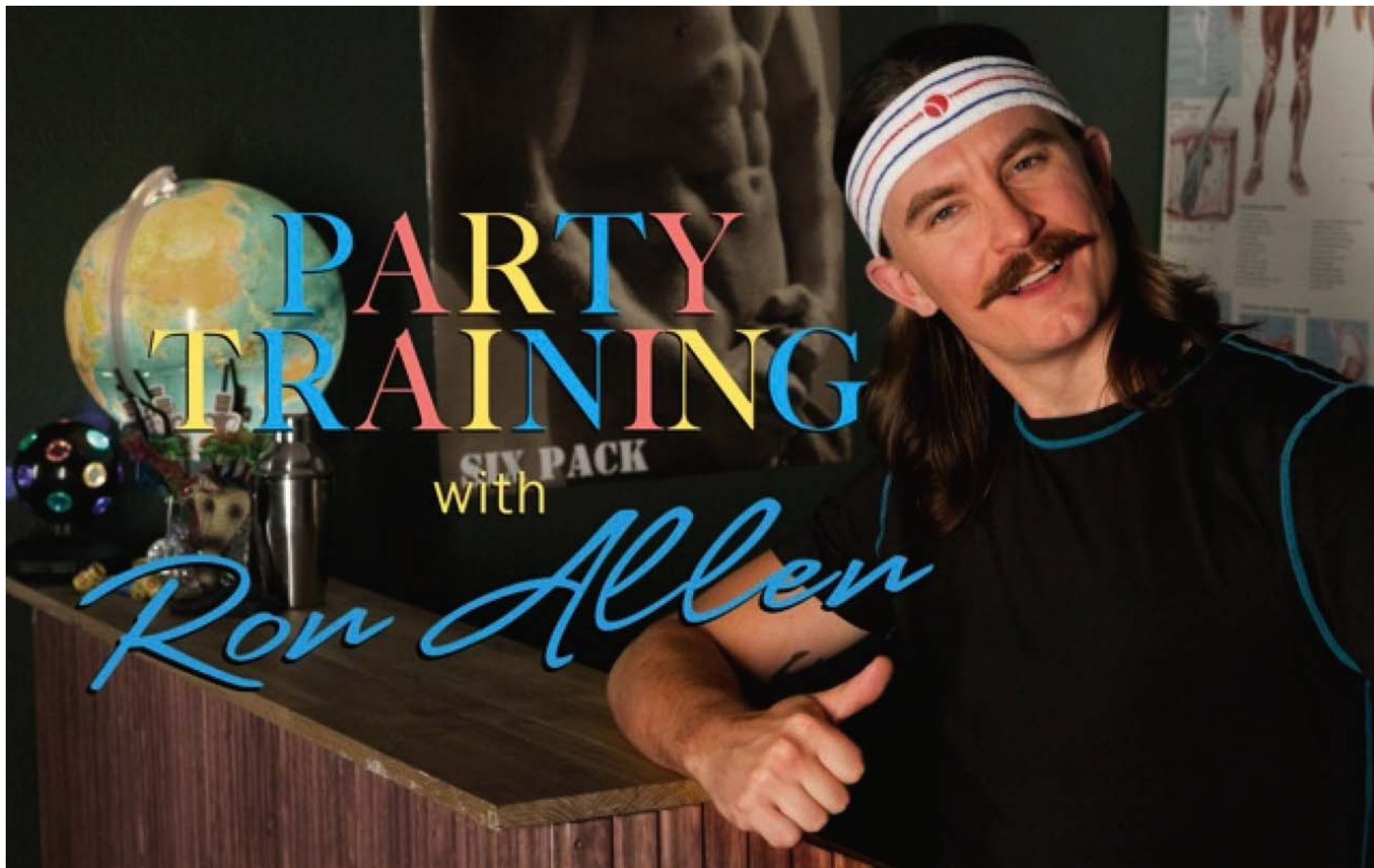
# NYLANSERING AV DOFT

---

- Nytt samarbete med etablerad aktör med ansvar för design och produktion
- Bättre kontroll och styrning
- Ökad kvalitet och mer segmenterad distribution
- Lansering av två nya doftlinjer i oktober/november
  - JA! och Heritage







**BJÖRN BORG**

# STATISTIK PARTY TRAINING

---

<b>STATS</b>	
<b>VIDEO VIEWS</b>	<b>1.3 MILLION</b>
<b>UNIQUE VISITORS</b>	<b>55K</b>
<b>TOTAL PT REACH</b> <small>(No of users who have seen a party training move / video)</small>	<b>25 MILLION</b>



# FOKUS VINTERN 2012

---

- Fortsätta arbeta med tillväxtsatsningar
- Stärka retailverksamheten
- Fler butiker i Kina
- Varumärkesbyggande
- Instabil detaljhandelsmarknad i Europa – osäkra förutsättningar





**SEE YA!**



**BJÖRN BORG**