



# BJÖRN BORG

Q2 2014

Henrik Bunge, VD  
Magnus Teeling, CFO

# Henrik Bunge

---

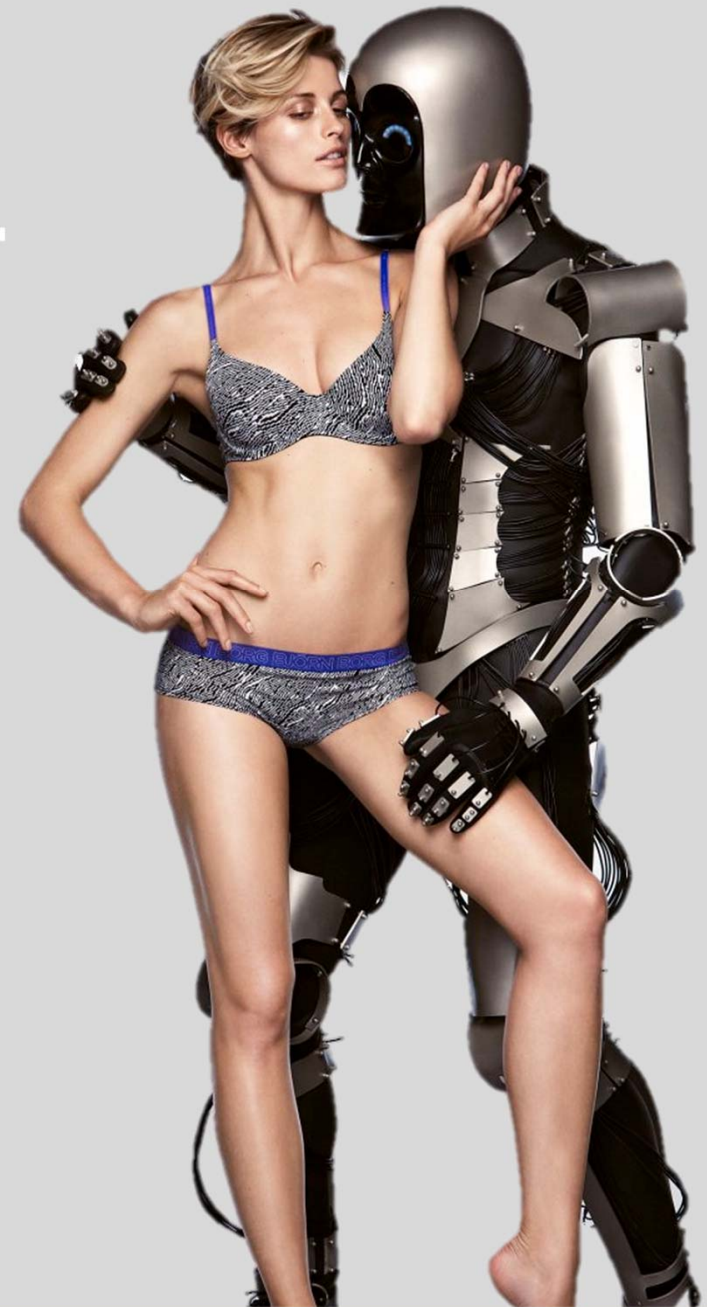
- Tillträdde som VD 1 aug
- Juristexamen från Uppsala Universitet samt studier i ekonomi och marknadskommunikation
- Tidigare uppdrag
  - VD Peak Performance
  - VD Adidas Group Norden
  - Marknads- och säljansvarig på Hästens Sängar



# Q2 2014 I KORTHET

---

- Fortsatt tuffa marknadsvillkor i Europa – framförallt på de större marknaderna
- Stärkt bruttovinstmarginal
- Lägre försäljning av sommarkollektionen samt den aktuella höst-/vinterkollektionen
- Fortsatt god kostnadskontroll
- Finland och England utvecklas väl
- Positiv utveckling i e-handeln



# Q2 2014

---

## Nettoomsättning 97,0 MSEK (105,8)

- Produktbolaget underkläder, nedgång i sommar- och höst-/vinterkollektionen
- Produktbolaget för sportkläder
- Grossistverksamheten
- + Egen verksamhet Finland
- + Egen verksamhet England
- + Egen detaljhandel främst e-handel

## Rörelseresultat 0,5 MSEK (0,9)

- Minskade intäkter
- + Ökad bruttovinstmarginal
- + Lägre rörelsekostnader

# RÄKENSKAPER 2013–2014

MSEK	Q2/14	Q2/13	+/-	6M/14	6M/13	+/-
Nettoomsättning	97,0	105,8	-8%	239,8	236,5	1%
<i>Bruttovinstmarginal %</i>	<i>52,5</i>	<i>52,1</i>		<i>52,7</i>	<i>51,0</i>	
Rörelsekostnader	50,8	56,2	-10%	107,3	113,2	-5%
Rörelseresultat	0,5	0,9	-44%	19,6	10,1	94%
<i>Rörelsemarginal %</i>	<i>0,5</i>	<i>0,8</i>		<i>8,2</i>	<i>4,2</i>	
Resultat per aktie, SEK	0,15	0,23	-35%	0,76	0,52	46%

# UTVECKLING PRODUKTOMRÅDEN

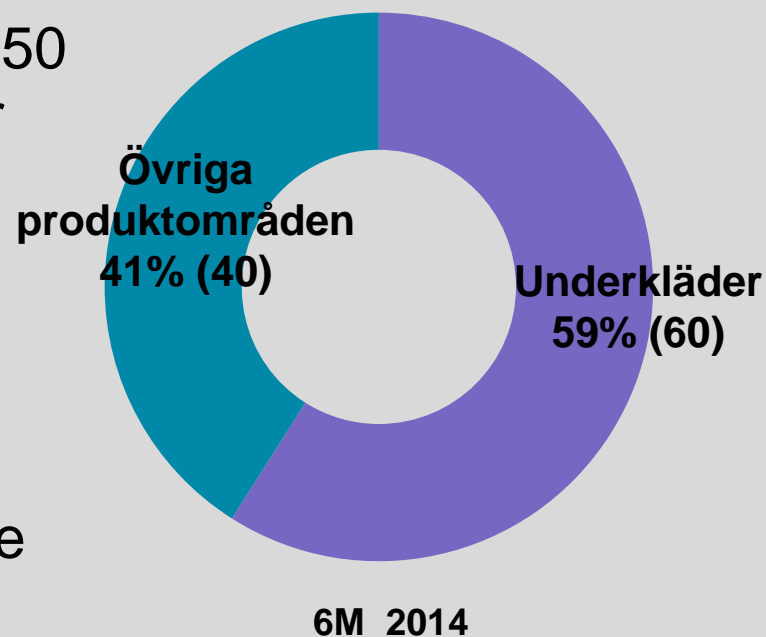
---

## Q2

- Varumärkesförsäljning ned 9% till 250 MSEK, ned 12% exkl valutaeffekter

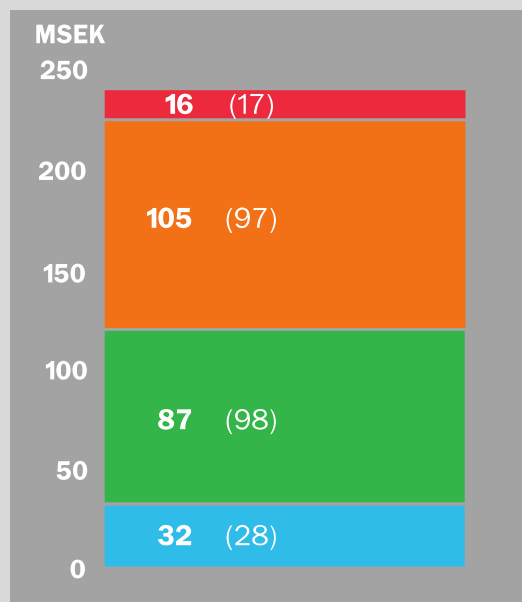
## 6 månader

- Varumärkesförsäljning ned 11% till 632 MSEK, ned 13% exkl valutaeffekter
- Underkläder ned 12%, främst på de större marknaderna
- Sportkläder och glasögon minskade
- Väskor och skor relativt oförändrade



# SEGMENTEN JANUARI–JUNI 2014

**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	6M 2014	6M 2013	+/-	2013
<b>Nettoomsättning</b>	35,6	36,3	-2%	77,5
varav extern omsättning	16,3	17,3	-6%	38,4
<b>Rörelseresultat</b>	8,3	6,4	30%	14,7

## 6 månader

- Minskade externa royaltyintäkter som en konsekvens av nedgången i varumärkesförsäljning
- Lägre rörelsekostnader påverkade rörelseresultatet positivt
- Valuta: Varukostnader i SEK, fakturering i SEK, EUR, NOK, DKK etc



# PRODUKTUTVECKLING

Utveckling, design och produktion inom underkläder och sportkläder

MSEK	6M 2014	6M 2013	+/-	2013
<b>Nettoomsättning</b>	166,1	148,9	+12%	294,1
varav extern omsättning	104,6	96,6	+8%	187,1
<b>Rörelseresultat</b>	20,7	10,0	+107%	4,0

## 6 månader

- Leveransförskjutningar om cirka 25 MSEK påverkade positivt
- Svagare försäljning av sommar- och höst-/vinterkollektionen för underkläder och sportkläder
- Förbättrat resultat via intäkterna från förskjutna leveranser
- Valuta: Varukostnader och fakturering i USD/HKD/EUR

# GROSSISTVERKSAMHET

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

MSEK	6M 2014	6M 2013	+/-	2013
<b>Nettoomsättning</b>	100,8	121,3	-17%	256,4
varav extern omsättning	87,4	97,7	-11%	204,4
<b>Rörelseresultat</b>	-2,1	4,5		15,5

## 6 månader

- Finland och England bidrog positivt medan den svenska grossistverksamheten för underkläder och skor hade en svagare utveckling
- Rörelseresultatet sjönk som en följd av lägre omsättning
- Valuta: Kostnader i främst USD/HKD/EUR, fakturering i SEK/EUR/GBP

# DETALJHANDEL

---

**Björn Borg äger och driver totalt 17 Björn Borg-butiker och outlet-butiker i Sverige, Finland och England samt e-handel**

<b>MSEK</b>	<b>6M 2014</b>	<b>6M 2013</b>	<b>+/-</b>	<b>2013</b>
<b>Nettoomsättning</b>	37,8	33,0	15%	80,5
varav extern omsättning	32,0	27,5	16%	69,4
<b>Rörelseresultat</b>	-7,3	-10,8	32%	-13,1

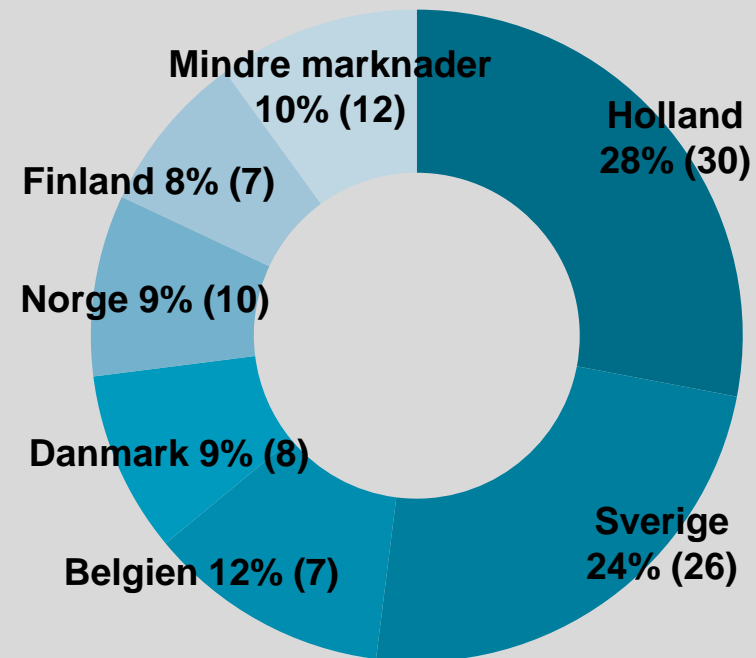
## **6 månader**

- Ökad omsättning från e-handel och fler butiker påverkade omsättningen positivt, jämförbara butiker dock ned
- Resultatet belastas inte längre av verksamheten i Kina
- Valuta: Varukostnader i främst USD/HKD/EUR, fakturering i SEK/EUR/GBP

# INTERNATIONELL NÄRVARO

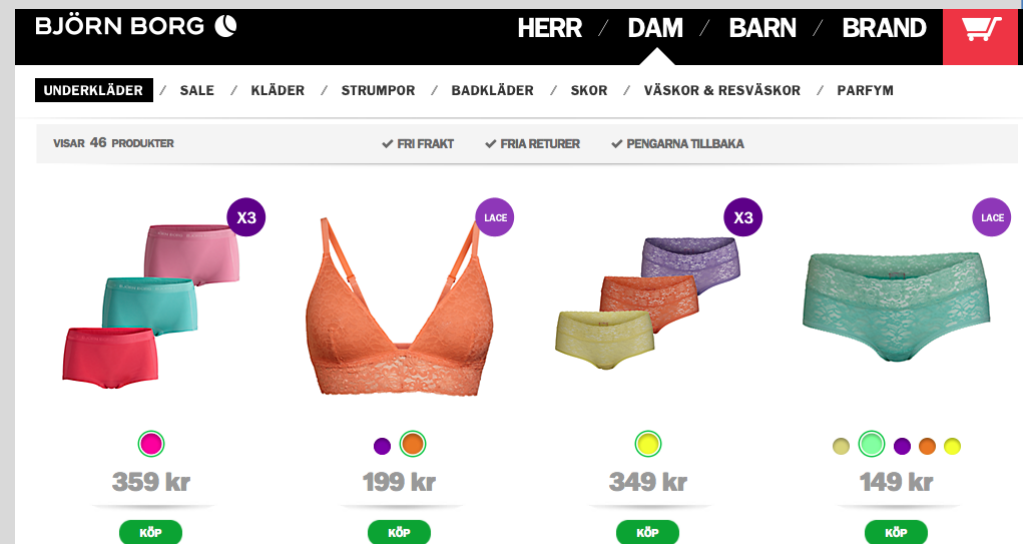
## Utveckling marknader 6 mån

- Positiv utveckling i Belgien, Finland och England
- Sverige, Danmark, Norge och Holland minskade
- Mindre marknaders andel av varumärkesförsäljningen uppgick till 10% (12%)



# E-HANDEL VIKTIG KANAL

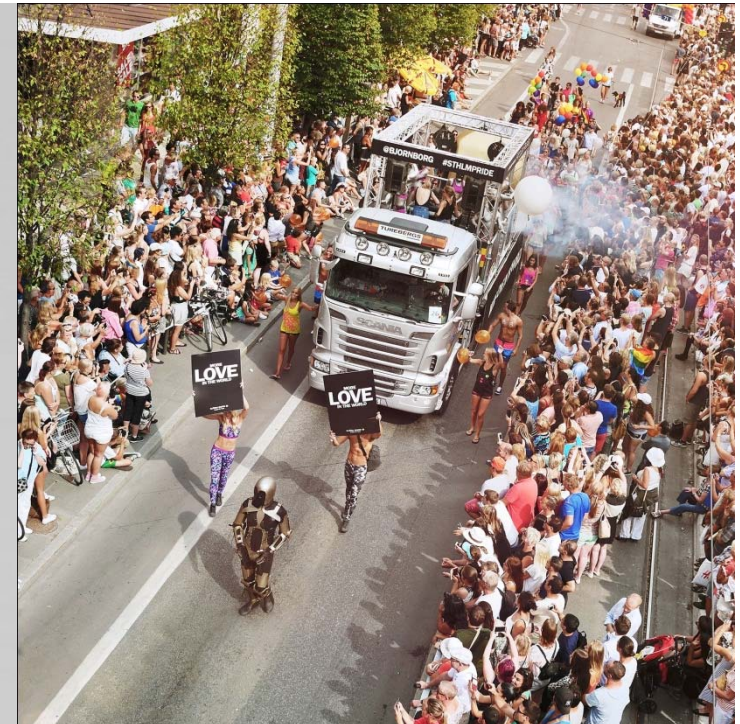
- Underkläder passar för e-handel
- Försäljning genom såväl egen webbshop som extern e-handel
- Fortsatt stark utveckling i Q2 2014
- Ökade interna resurser, ny chef för e-com rekryterad under 2014
- USA-shopen integrerad med den internationella shopen under 2014



# HÖG AKTIVITET INOM MARKNADSFÖRING

Delta i sammanhang som passar varumärket, främst i digitala och sociala medier

- Pride Stockholm, augusti
- Stockholm Fashion Week, augusti. Visning med Bea Åkerlund som stylist



# FOKUS 2014

---

- Skapa en tydlig riktning och öka fokus på slutkonsumenten
- Fortsätta utveckla England och Finland, satsa vidare på e-handeln
- Varumärkesbyggande aktiviteter – röd tråd i varumärket



# TACK!



BJÖRN BORG 