



Q1 2012

Arthur Engel, VD

Magnus Teeling, CFO

Q1 2012 I KORTHET

- Svagt kvartal
- Instabil detaljhandelsmarknad
- Nya marknadens andel växer – utgör 18% (11)
- Fortsatt utveckling av tillväxtsatsningar
- Event i samband med London Fashion Week
- Stark e-handel



UTVECKLING Q1 2012

- **Lägre ordrar av sommarkollektionen**
 - Omsättningen ned 7% till 140,5 MSEK (151,3)
 - Nedgången inom underkläder – eftersläpningseffekt av lägre ordrar hösten 2011 av sommarkollektionen
- **Planenliga kostnader och temporära rabatter tynger resultatet**
 - Rörelseresultatet 14,6 MSEK (28,4)
 - Planenligt högre kostnader för tillväxtsatsningar samt tillfälligt ökade marknadsföringskostnader
 - Temporärt större rabatter inom svenska grossistverksamheten



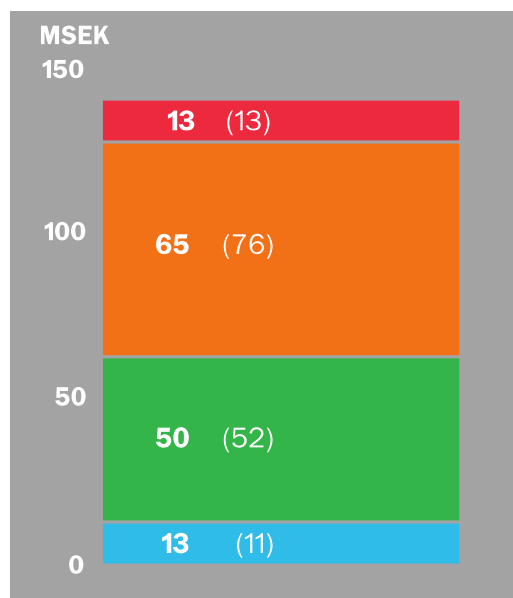
RÄKENSKAPER 2011–2012

MSEK	Q1/12	Q1/11	+/-	2011
Nettoomsättning	140,5	151,3	-7%	536,5
Exklusive valutaeffekter			-8%	
<i>Bruttovinstmarginal %</i>	48,0	50,4		51,5
Rörelsekostnader	52,9	47,9	+10%	192,5
Rörelseresultat	14,6	28,4	-48%	83,7
<i>Rörelsemarginal %</i>	10,4	18,8		15,6
Resultat per aktie SEK	0,44	0,89	-51%	4,19
Varumärkesförsäljning	448	431	+4%	1 681
Exklusive valutaeffekter			+4%	

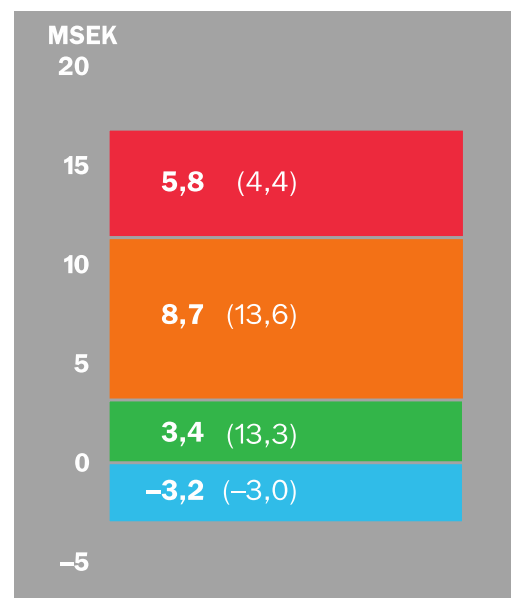


SEGMENTEN Q1 2012

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	Q1 2012	Q1 2011	2011
Nettoomsättning	23,4	21,7	80,3
varav extern omsättning	12,6	12,8	47,4
Rörelseresultat	5,8	4,4	16,6

3 månader

- Omsättningsökning från ökad varumärkesförsäljning
- Resultatet påverkades positivt av 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	Q1 2012	Q1 2011	2011
Nettoomsättning	90,0	106,6	377,4
varav extern omsättning	65,3	75,7	251,3
Rörelseresultat	8,7	13,6	35,9

3 månader

- Lägre ordrar hösten 2011 av sommarkollektionen (underkläder) påverkade omsättningen negativt
- Lägre kostnader
- Valuta: Varukostnader och fakturering i USD/HKD/EUR



GROSSISTVERKSAMHET

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

MSEK	Q1 2012	Q1 2011	2011
Nettoomsättning	63,5	64,4	230,8
varav extern omsättning	49,8	51,8	179,3
Rörelseresultat	3,4	13,3	37,0

3 månader

- Sämre bruttovinstmarginal på grund av temporärt större rabatter
- Ökade kostnader för egna verksamheten i England
- Valuta: Kostnader i USD/HKD/EUR, fakturering i SEK



DETALJHANDEL

Björn Borg äger och driver 12 Björn Borg-butiker och 2 outlet-butiker i Sverige samt e-handel internationellt och i USA

MSEK	Q1 2012	Q1 2011	2011
Nettoomsättning	15,2	11,9	62,2
varav extern omsättning	12,9	11,1	58,5
Rörelseresultat	-3,2	-2,9	-5,8

3 månader

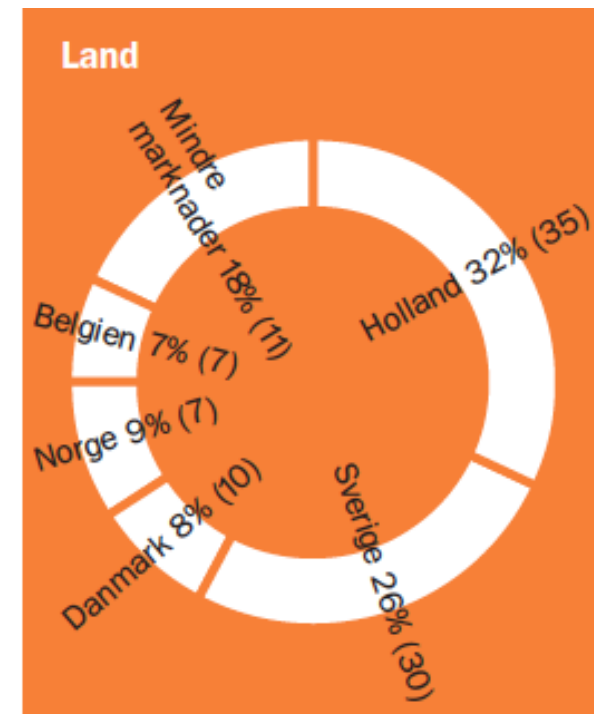
- Omsättningsökning från fler butiker och e-handel
- Ökad bruttovinstmarginal, minskat resultat från kostnader för nya butiker och e-handel
- Valuta: Varukostnader i SEK, fakturering i SEK



INTERNATIONELL NÄRVARO

Utveckling marknader Q1

- Större marknader – Upp i Norge och Belgien, nedgång i övriga
- Mindre marknader – stark tillväxt i bland annat England, Finland, Tyskland och Österrike
- Mindre marknaders andel av varumärkesförsäljningen ökade till 18% (11) Q1 2012



Varumärkesförsäljning jan-mars 2012



SATSNINGAR FÖR TILLVÄXT

Fortsatt arbete med
framtidssatsningar enligt plan

- Etablering i Kina hösten 2012
- Sportkläder inom
Björn Borg Sport
- Egen verksamhet i England
- Ökat varumärkesarbete
- E-handel



LANSERING I KINA 2012

- Förberedelser går enligt plan
- Planerad lansering i Shanghai hösten 2012
- Björn Borg-butiker och e-handel
- Erfaren lokal partner, Björn Borg huvudägare med 75%
- Beräknas belasta rörelseresultatet med högst 10 MSEK 2012, marginell påverkan på omsättningen



MARKNADSKOMMUNIKATION

- Långsiktig och konsekvent
- Internationellt perspektiv
- Kampanj ”Turning the Lights off”
- Event på Battersea Power Station i samband med London Fashion Week
- Spektakulära aktiviteter – vårt varumärke tillåter det!



BJÖRN BORG

BJÖRN BORG
SAYS JA! TO TURNING
THE LIGHTS OFF

BJÖRN BORG BJÖRN BORG

BJÖRN BORG 

永發餐具

Happy
P.K.S.P.Y.

E HOUSTON ST

NO HIGH
BLOWING
EXCEPT
FOR
DANGER

NO HIGH
BLOWING
EXCEPT
FOR
DANGER

WALKER PARKING
RESERVED FOR
PEOPLE
WITH
HANDICAP
PLATE

ARBETET FORTSÄTTER

- Fortsatt utveckling av tillväxtsatningar
- Lansering i Kina hösten 2012
- Mer varumärkesaktiviteter
- Fler Björn Borg-butiker
- Fortsatt instabil marknad i Europa
- Stort intresse för Björn Borg skapar många nya möjligheter





SEE YA!