



**Q4 2011**

**Arthur Engel, VD**

**Magnus Teeling, CFO**

# Q4 2011 I KORTHET

---

- Nya marknaders andel växer – utgör 13% (9)
- Fortsatt fokus på satsningar för framtida tillväxt
- Två nya Björn Borg-butiker
- Skor fortsätter växa starkt
- Beslut om etablering i Kina
- Flytt till nya lokaler i Stockholm
- Svag detaljhandelsmarknad



# UTVECKLING Q4 2011

---

- **Ökad nettoomsättning**
  - Omsättningen upp 6% till 123,1 MSEK (115,9)
  - Björn Borg Sport och detaljhandeln/e-handel bidrar
- **Oförändrad bruttovinstmarginal exklusive Björn Borg Sport**
  - Rörelseresultatet 14,1 MSEK (24,5)
  - I stort sett oförändrade rörelsekostnader exklusive Björn Borg Sport, England och flyttrelaterade engångskostnader
- **Redovisad uppskjuten skatteintäkt om 38,4 MSEK**
  - Förvärv av vilande bolaget Björn Borg Services 2010
  - Underskottet bedöms kunna utnyttjas i sin helhet, uppskjuten skattefordran redovisas därmed med motsvarande resultat effekt



# UTVECKLING HELÅRET 2011

---

- **Ökad nettoomsättning exklusive valutaeffekter**
  - Nettoomsättningen 536,5 MSEK (536,0)
  - Exklusive valutaeffekter steg omsättningen med 5%
- **Ökad bruttovinstmarginal exklusive Björn Borg Sport**
  - Generellt lägre bruttovinstmarginal inom Björn Borg Sport
  - Rörelseresultatet minskade till 83,7 MSEK (126,0)
  - Resultatminskning i produktbolagets underklädesverksamhet som återspeglar en svag detaljhandelsmarknad. Betydande del avser negativa valutaeffekter
  - Ökade kostnader för framåtriktade satsningar (Björn Borg Sport och den engelska verksamheten)



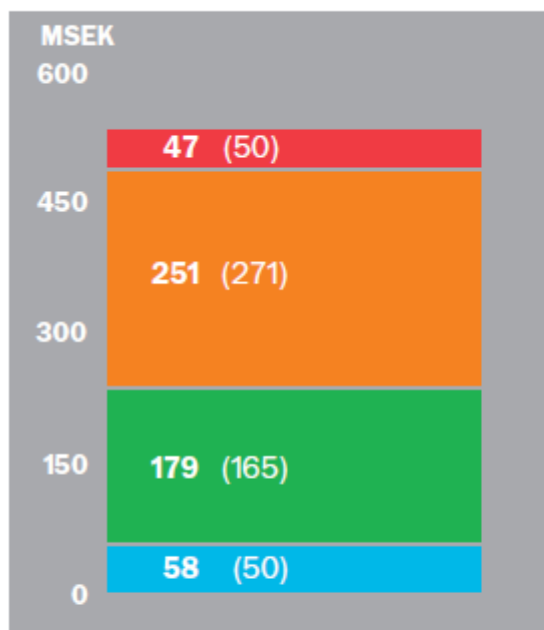
# RÄKENSKAPER 2011

MSEK	Q4/11	Q4/10	+/-	2011	2010	+/-
<b>Nettoomsättning</b>	123,1	115,9	+6%	536,5	536,0	0%
Exklusive valutaeffekter			+7%			+5%
<b>Bruttovinstmarginal %</b>	52,4	56,3		51,5	53,6	
<b>Rörelsekostnader</b>	50,4	40,7	+24%	192,5	161,2	+19%
<b>Rörelseresultat</b>	14,1	24,5	-42%	83,7	126,0	-34%
<b>Rörelsemarginal %</b>	11,5	21,2		15,6	23,5	
<b>Resultat per aktie SEK</b>	1,92	0,70	+174%	4,19	3,61	+16%
<b>Exkl uppskjuten skatteintäkt SEK</b>	0,40	0,70	-43%	2,66	3,61	-26%
<b>Varumärkesförsäljning</b>	384	428	-10%	1 681	1 733	-3%
Exklusive valutaeffekter			-10%			+1%

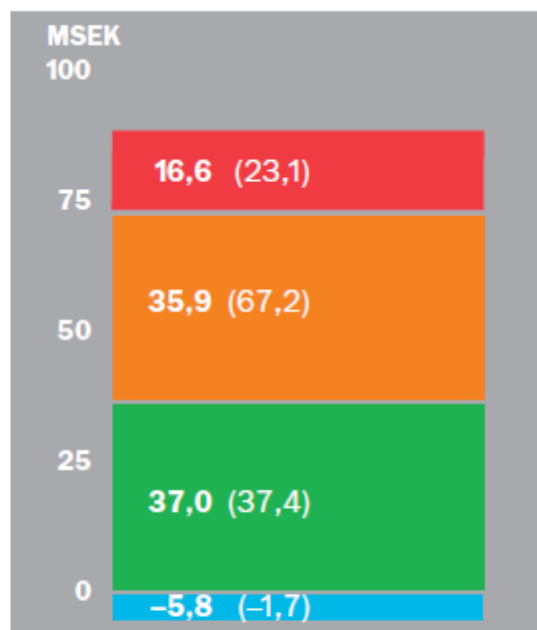


# SEGMENTEN 2011

NETTOOMSÄTTNING PER SEGMENT



RÖRELSERESULTAT PER SEGMENT



- Varumärke
- Produktutveckling
- Grossistverksamhet
- Detaljhandel



# VARUMÄRKE

---

I huvudsak royaltyintäkter och kostnader förknippade med varumärket

MSEK	Q4 2011	Q4 2010	2011	2010	+/-
<b>Nettoomsättning</b>	16,5	19,2	80,3	89,7	-10%
varav extern omsättning	9,5	10,3	47,4	49,6	-4%
<b>Rörelseresultat</b>	-0,4	3,4	16,6	23,1	-28%

## 12 månader

- Minskad nettoomsättning från något lägre varumärkesförsäljning
- Resultatet påverkades negativt av minskad omsättning, högre kostnader för varumärkesskydd
- Valuta: Varukostnader i SEK, fakturering i SEK, EUR, NOK, DKK etc.



# PRODUKTUTVECKLING

---

Utveckling, design och produktion inom underkläder och sportkläder

MSEK	Q4 2011	Q4 2010	2011	2010	+/-
<b>Nettoomsättning</b>	81,0	74,3	377,4	395,0	-4%
varav extern omsättning	50,8	45,9	251,3	271,1	-7%
<b>Rörelseresultat</b>	6,5	10,8	35,9	67,3	-47%

## 12 månader

- Björn Borg Sport bidrog till omsättningen, medan svag försäljning av julkollektionen (underkläder) samt en svagare USD påverkade negativt
- Kostnader för Björn Borg Sport, svagare försäljning av julkollektionen, samt en svagare USD påverkade resultatet negativt
- 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	Q4 2011	Q4 2010	2011	2010	+/-
<b>Nettoomsättning</b>	55,7	59,4	230,8	215,0	+7%
varav extern omsättning	43,1	44,8	179,3	165,4	+8%
<b>Rörelseresultat</b>	7,3	7,1	37,0	37,4	-1%

## 12 månader

- Kostnader för egna verksamheten i England påverkade resultatet negativt medan en svagare USD påverkade bruttovinst och resultat positivt
- Valuta: Kostnader i USD/HKD/EUR, fakturering i SEK



# DETALJHANDEL

---

**Björn Borg äger och driver 13 Björn Borg-butiker och 2 outlet-butiker i Sverige samt e-handel internationellt och i USA**

<b>MSEK</b>	<b>Q4 2011</b>	<b>Q4 2010</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>+/-</b>
<b>Nettoomsättning</b>	21,4	16,3	62,2	53,8	+16%
varav extern omsättning	19,6	14,8	58,5	49,9	+17%
<b>Rörelseresultat</b>	0,7	3,1	-5,8	-1,7	

## **12 månader**

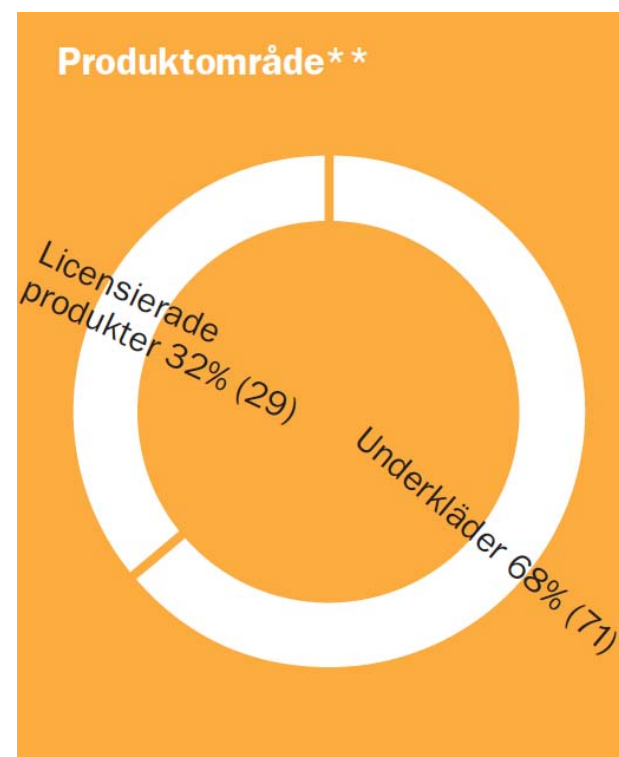
- Positiv försäljningsutveckling i Björn Borg-butiker och e-handel
- Minskat resultat från kostnader för nya butiker samt investeringar i e-handel
- Försäljning i jämförbara butiker -5 % jämfört med 2010 (Blixindex -5%)
- Valuta: Varukostnader i SEK, fakturering i SEK



# UTVECKLING PRODUKTOMRÅDEN

---

- Varumärkesförsäljningen ned 10% till 384 MSEK för Q4, effekt av tidigare minskade inköp. Ned 3% till 1 681 MSEK för helåret
- Underkläder ned 6%
- Fortsatt expansion för skor, ökning med 58% för helåret
- Licensierade produkter sammantaget ökade 5% 2011
- E-handeln växer starkt, från låga nivåer



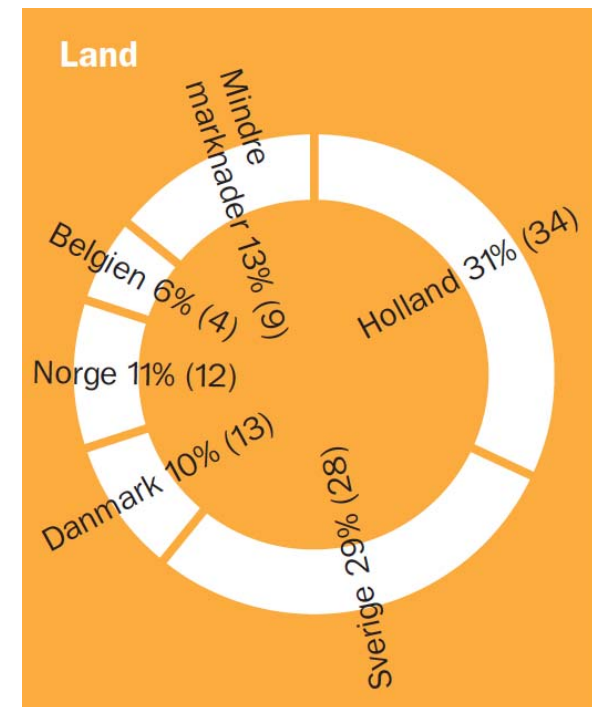
Varumärkesförsäljning helåret 2011



# INTERNATIONELL NÄRVARO

## Utveckling marknader 2011

- Större marknader – Upp i Belgien, oförändrat i Sverige, nedgång på övriga marknader
- Mindre marknader – stark tillväxt i bland annat Finland, Tyskland, Österrike och Baltikum
- Mindre marknaders andel av varumärkesförsäljningen ökade till 13% (9) för helåret 2011



Varumärkesförsäljning helåret 2011

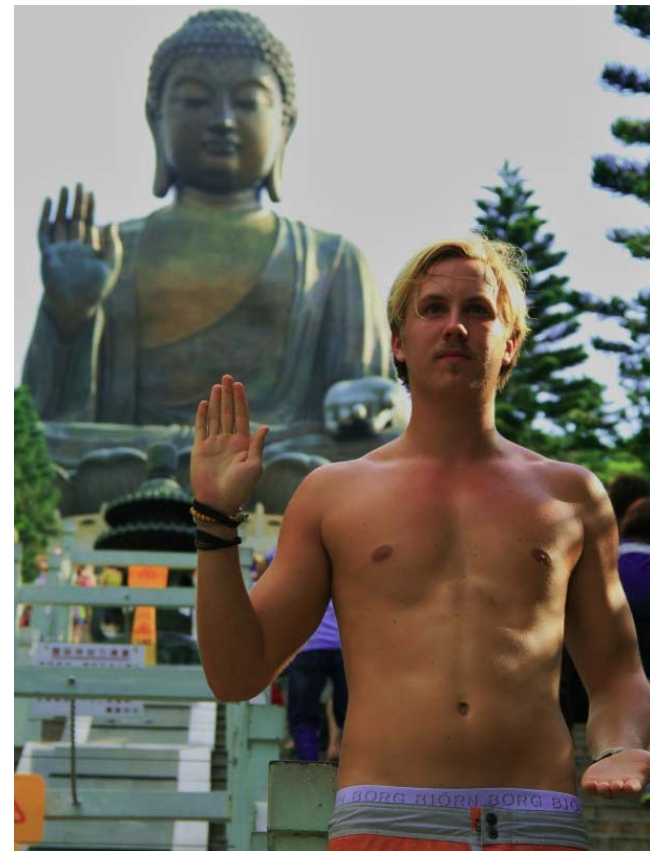


# SATSNINGAR FÖR TILLVÄXT

---

Fortsatt arbete med  
framtidssatsningar enligt plan

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



**BJÖRN BORG**

# LANSERING I KINA 2012

---

- Positionera varumärket hos växande grupp mode-medvetna unga i Kina
- 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, med marginell påverkan på omsättningen



# FLER BJÖRN BORG-BUTIKER

---

- Etablerar varumärket i rätt miljö
- Ambition att öka antalet Björn Borg-butiker på flera marknader
- Två nya butiker under kvartalet
  - En i Brugge i Belgien
  - En egen i Väla Centrum samt övertagande av en franchisebutik i Helsingborg



*Vår nya butik i Väla Centrum,  
som öppnades i november 2011*

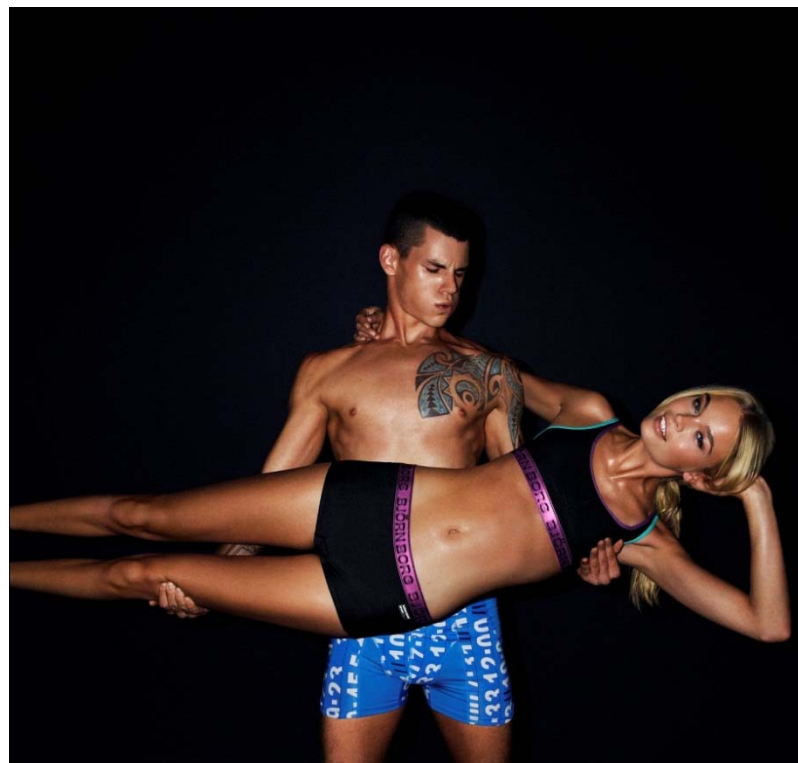


**BJÖRN BORG**

# MARKNADSKOMMUNIKATION

---

- Digitala och sociala media viktiga kanaler
- Samordning och stöd till externa distributörer
- Spektakulära events och “guerilla marketing” – vårt varumärke tillåter det!
- Stort event 16 februari vid visning i London i samband med London Fashion Week







# ARBETET FORTSÄTTER

---

- Fortsatta satsningar 2012 för framtida tillväxt
- Lansering i Kina hösten 2012
- Mer varumärkesaktiviteter
- Fler Björn Borg-butiker
- Fortsatt osäkra marknadsförhållanden i Europa
- Stort intresse för Björn Borg skapar många nya möjligheter



**BJÖRN BORG**





**SEE YA!**