BJÖRN BORG

Q2 2017

Henrik Bunge, VD
Daniel Grohman, CFO

Q2 2017 I KORTHET

- Varumärkesförsäljningen minskar med 4% drivet av underkläder, skor och väskor. Minskningen för väskor är delvis förklarad av en leveransförskjutning. Sportkläder växer med 44 procent i kvartalet och avser de flesta större marknader, övriga licensområden backar.
- Nettoomsättningen ökar i kvartalet med 12,7 MSEK, 10,4 procent drivet av förvärvet av Benelux. Rensat för förvärvet ökar den underliggande omsättning med 7,2 procent.
- Den underliggande tillväxten kommer, liksom i det första kvartalet, framförallt från den finska grossistverksamheten för kläder och underkläder. Även egen distribution av skor i Finland, Sverige och Danmark utvecklas starkt.
- Verksamheten för underkläder och sportkläder i Sverige hade ett tufft kvartal och backar mot föregående år. Minskningen kommer både från grossist och detaljistverksamheten. E-handeln är i nivå med föregående års andra kvartal.
- Benelux minskar något mot föregående inom grossistverksamheten medan egna butiker är i nivå med föregående års kvartal.
- Rörelseresultatet minskar till -0,3, MSEK (0,3). Den timingrelaterade negativa påverkan på rörelseresultatet som uppstår av förvärvet kommer primärt påverka koncernen under första halvåret av 2017.

Q2 2017

NETTOOMSÄTTNING 134,8 MSEK (122,2)

+ Förvärvet av Benelux
+ Grossistverksamheten i Finland
+ Grossistverksamheten för skor

– Detaljist- och grossistverksamheten i Sverige.

RÖRELSERESULTAT -0,3 MSEK (0,3)

+ Högre intäkter
+ Ingen tilläggsköpeskilling.
+ Rensat för förvärvseffekter lägre rörelsekostnader

– Förskjutning av bruttovinstmarginal på grund av förvärvet av Benelux
– Benelux lönsamhet.

RÄKENSKAPER 2017–2016

MSEK	Q2/17	Q2/16	+/-	H1/17	H1/16	+/-
Nettoomsättning	134,8	122,2	+10,4%	320,5	280,2	+14,4%
Bruttovinstmarginal %	*52,1*	*53,5*		*50,3*	*51,5*	
Rörelsens kostnader [1)]	76,3	67,7	+12,6%	159,4	131,8	+21%
Rörelseresultat	-0,3	0,3		6,5	14,2	
Rörelsemarginal %	*neg*	*0,2*		*2,0*	*5,1*	
Resultat per aktie, SEK	-0,11	-0,09		0,07	0,20	

[1)] Exklusive handelsvaror

Ackumulerat minskar rörelsekostnaderna exklusive Benelux motsvarar 9 MSEK eller 7 procent.

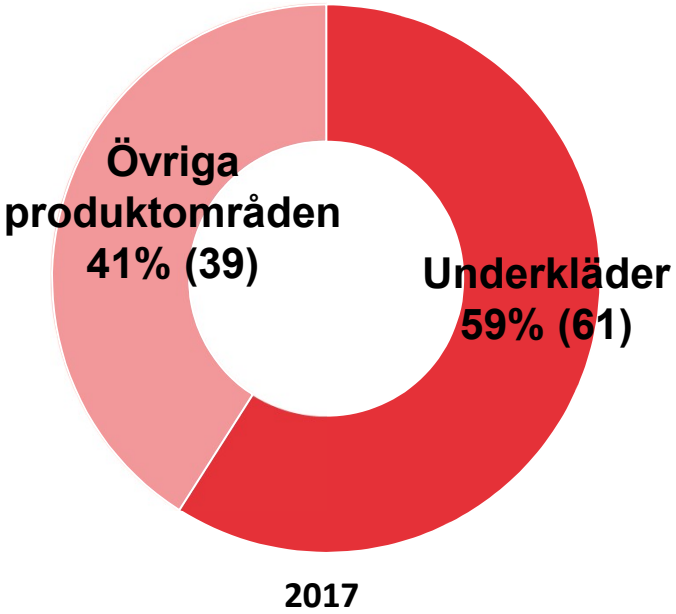
UTVECKLING PRODUKTOMRÅDEN

Q2

- Varumärkesförsäljning minskade under fjärde kvartalet med 4% till 271 MSEK (281), rensat för valutaeffekter var nedgången 6 procent.

2017 Ackumulerat

- Stark tillväxt i Finland medan övriga större marknader backar mot föregående år. Minskning är driven av underkläder. England och Tyskland utvecklas väl.
- Skor och sportkläder är de produktområden som står för tillväxten och växer +12% respektive 11% mot föregående år. Underkläder backar med med 2 procent medan väskor och glasögon minskar relativt kraftigt mot 2016 vilket delvis förklaras med en leveransförskjutning till det tredje kvartalet.

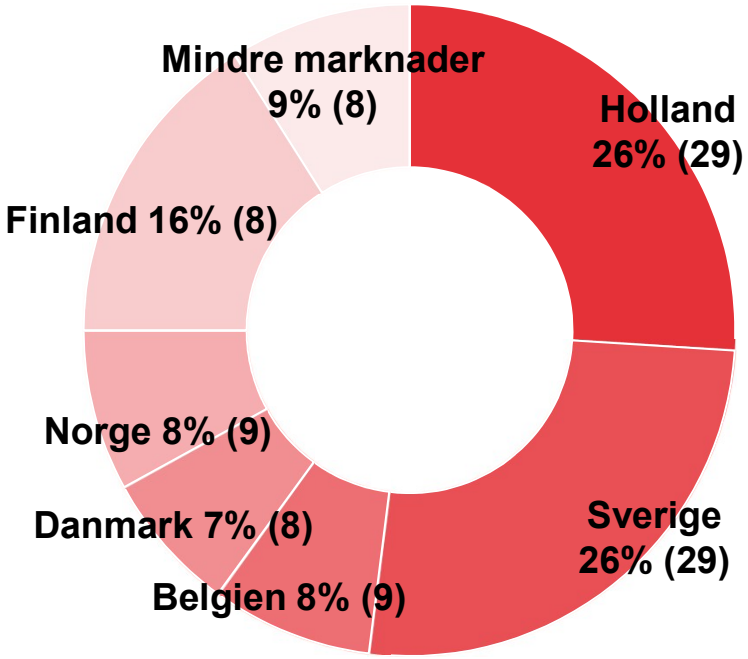


BJÖRN BORG

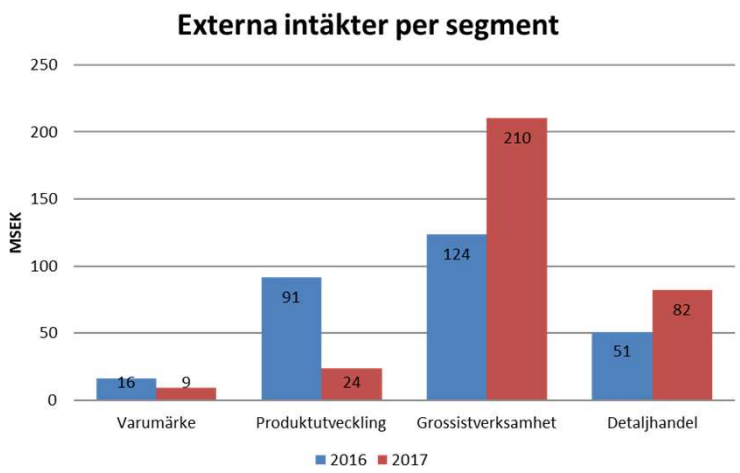
INTERNATIONELL NÄRVARO

VARUMÄRKESFÖRSÄLJNING – UTVECKLING MARKNADER 2016

- Tillväxt i Finland och Norge där Finland har en mycket stark utveckling. Den finska andelen av första halvåret är nu 16 procent av varumärkesförsäljningen.
- Sverige, Holland och Danmark backar mot föregående års kvartal. England och Tyskland är två av de mindre markanderna som utvecklas väl.



SEGMENTEN Q1-Q2 2017



- Varumärke segmentet minskar till 9,2 MSEK främst för att Benelux nu klassas som intern. Exklusive BLX ökar de externa intäkterna med ca 1,6 MSEK. Ökningen relaterar till högre licensintäkter för skor samt minimiroyalties från vår nya licenstagare för Homewear.

- Produktutveckling minskar till 24 MSEK vilket är ett resultat av att Benelux nu ingår i koncernen. Exklusive Benelux minskar omsättningen med ca 13 MSEK på grund av lägre försäljning till Danmark och mindre distributörer.

- Grossist ökar ytterligare på grund av förvärvet av Benelux. Segmentet växer även exklusive Benelux då både grossistverksamheten för skor samt för kläder och underkläder i Finland utvecklas väl.

- Detaljhandeln växer till 81,9 MSEK där ökningen är relaterat till förvärvet av Benelux. Exklusive Benelux minskar omsättningen i segmentet med 4 MSEK där framförallt svensk detaljhandel samt e-handeln som står för minskningen. E-handeln backar med -20% samt jämförbara butiker i Sverige backar med 13 procent jämfört med föregående år. De finska butikerna växer mot föregående år

BJÖRN BORG

Vertikal integrering

- Förvärvet av Baseline Group - ett viktigt steg för att öka takten i den vertikala integrationen av Björn Borgs verksamhet.
- Tillträdesdag 2:a januari 2017.
- Total försäljning under 2016 EUR 24M.
- 11 egna butiker.
- Mycket stark position och marknadsledare på UW HIM
- Förvärvspris för aktier och aktieägarlån om ca 7,2 MSEK samt övertagande av befintliga banklån om ca 16,6 MSEK.
- Förvärvad goodwill 15,5 MSEK.
- Beräknade kortsiktiga timing effekter 2017;
    - Årlig ökning av nettoomsättningen om cirka 100 MSEK.
    - Rörelseresultat reduceras under 2017 kortsiktigt på grund av senarelagd realiserad bruttovinstmarginal jämfört med 2016.

BJÖRN BORG

Förskjutning av bruttovinstmarginal

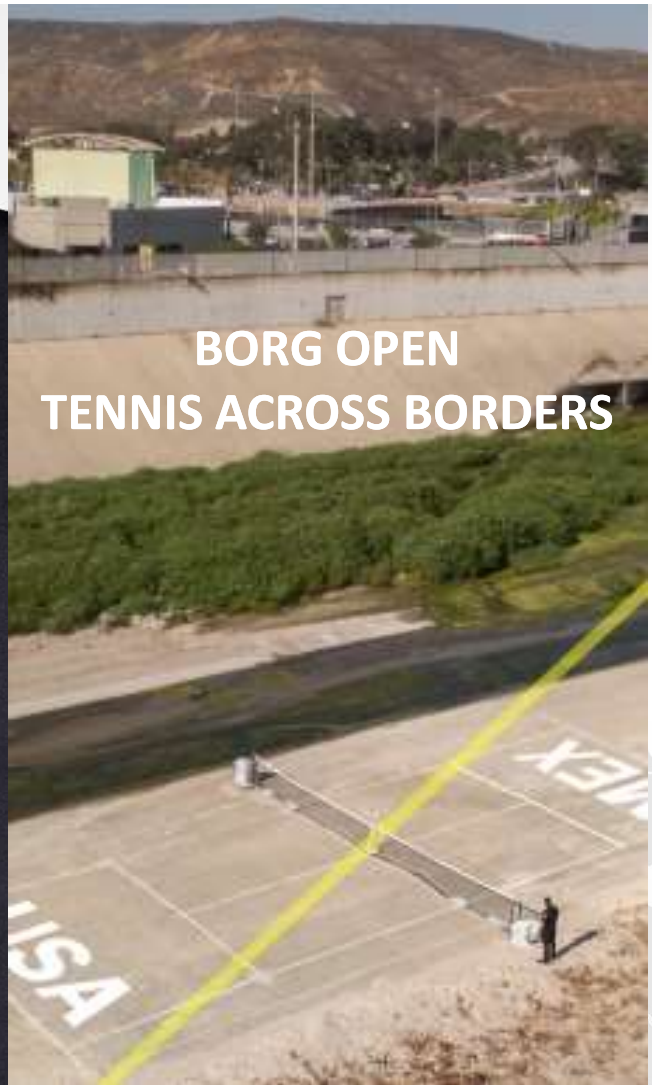
Realiserad marginal i produktutvecklingssegmentet

	ÅR	Q1	Q2	Q3	Q4
Benelux som extern distributör	2016	HS16	AW16	XMAS16	SS17
Benelux som integrerad distributör	2017	-	HS17	AW17	XMAS17

Då produktutvecklingssegmentets bruttovinst av SS17 redan togs i räkenskapsåret 2016 för försäljning till Benelux och att SS18 bruttovinstmarginalen inte kan tas i 2017 förskjuts av en hel vår/sommarkollektion in i 2018.

Effekten uppstår primärt i första halvåret då även HS17 marginalen förskjuts in i Q2 och AW17 förskjuts in i Q3.

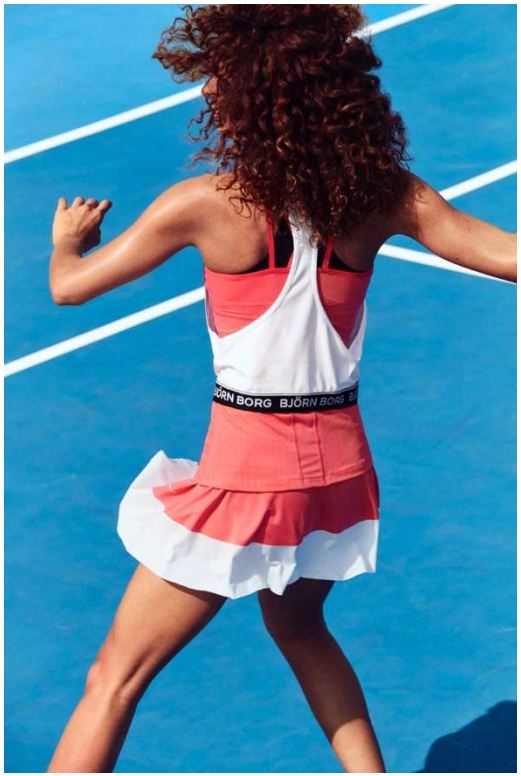
BORG TEE
RG


BORG OPEN
TENNIS ACROSS BORDERS
USA

NESTOCK

FOKUS 2017

- Win the consumer at the POS
  - Fokus på Benelux.
  - Sportkläder.
  - Öka antalet distributionspunkter.
- Create a winning team
  - Skapa och upprätthålla en tydlig prestationskultur – individuella målsättningar och en månatlig målstyrningsprocess för alla anställda.
- Brand alignment
  - Fortsatt kommunikation för att bygga en sportmodeposition och säkerställa ett stringent utryck över alla produktgrupper



TACK!