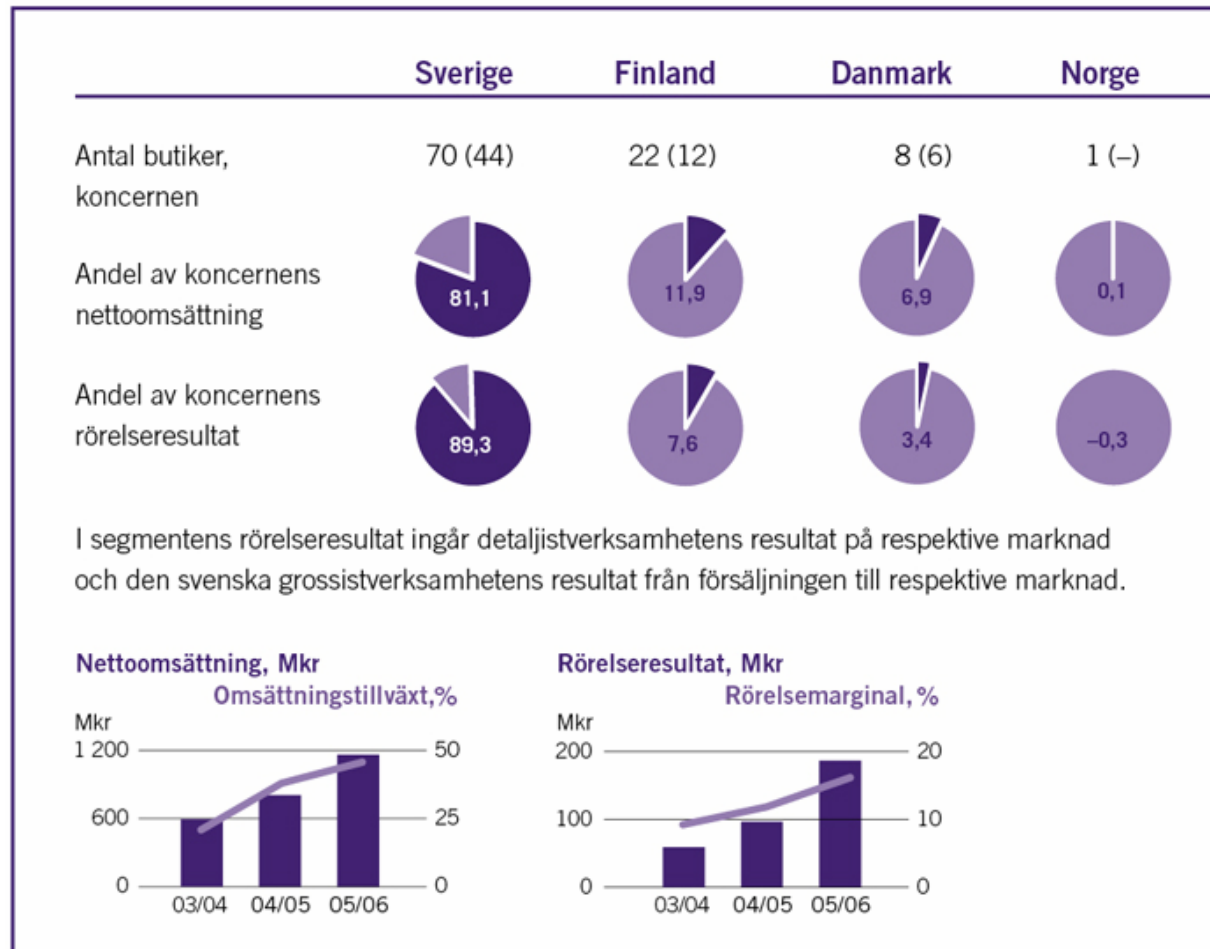




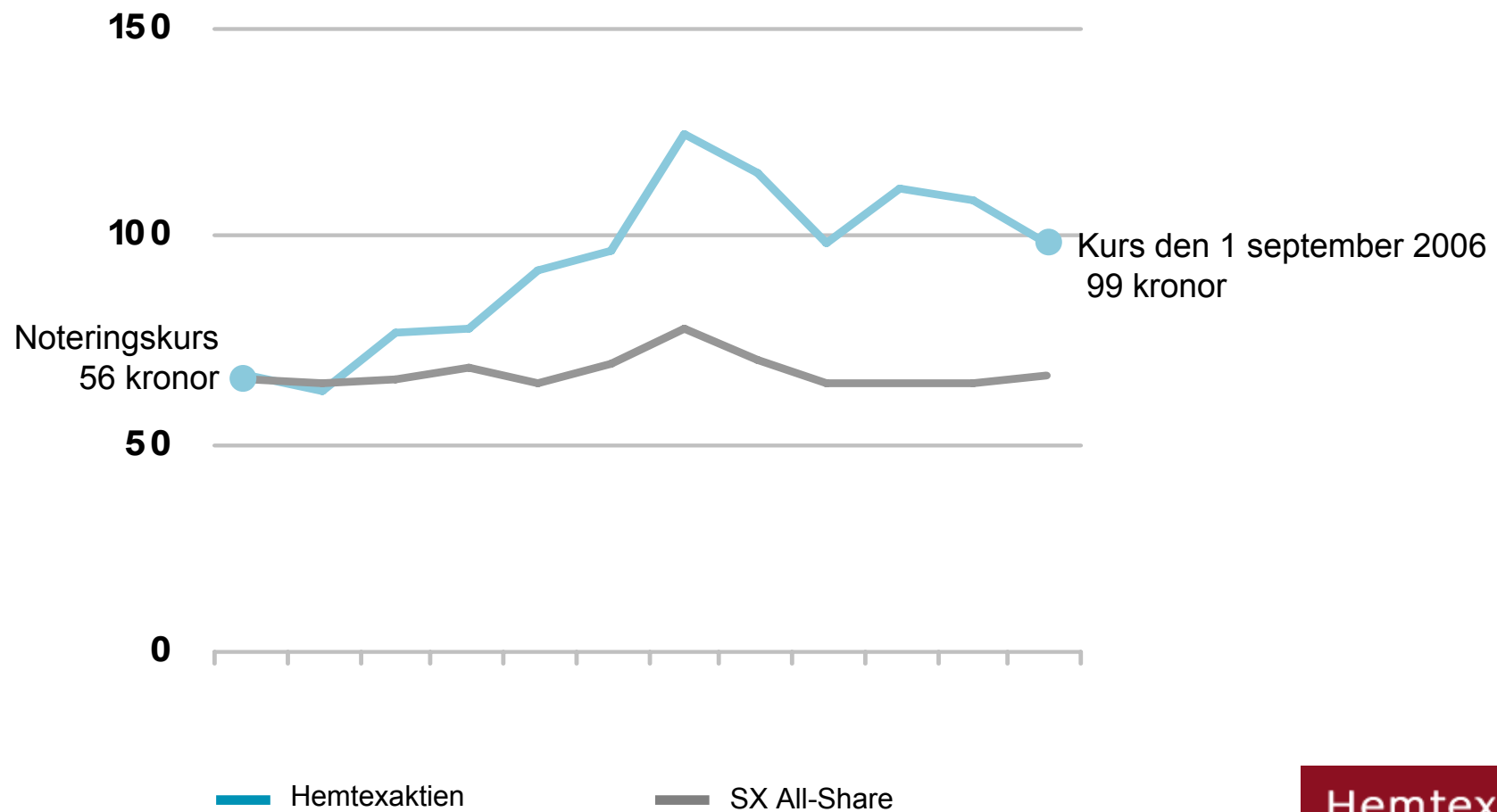
VD tal Årsstämma 2006

**Hög tillväxt och
förbättrad lönsamhet
2005/2006**

Nordisk tillväxt med ökad lönsamhet



Framgångsrik börsnotering



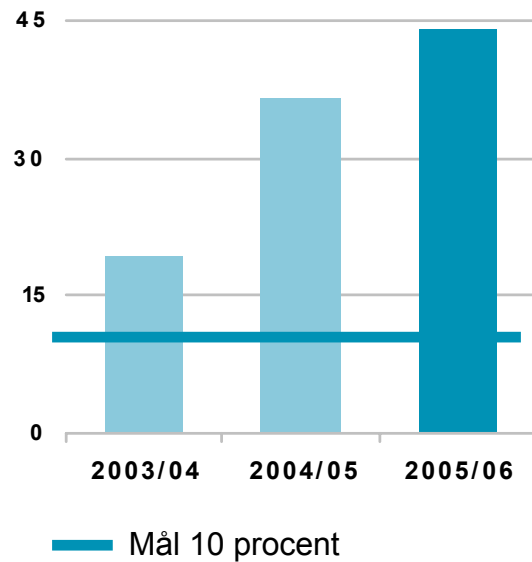
Stark lönsamhetsutveckling

- Nettoomsättningen steg med 44 %
- Rörelseresultatet fördubblades till 181 Mkr
- Rörelsemarginalen ökade till 15,6 %

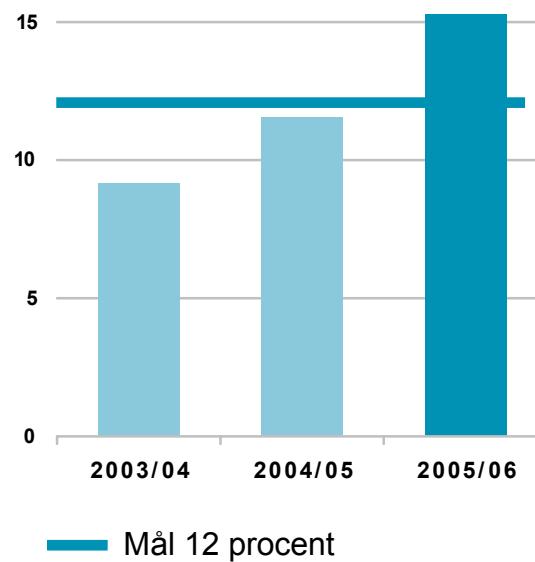


Målen överträffade

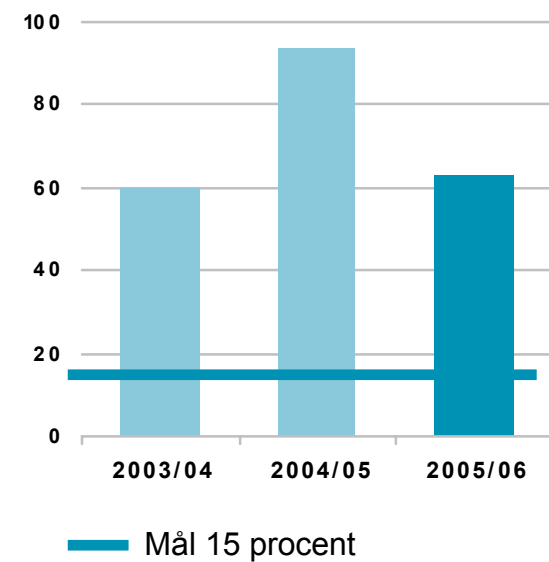
Omsättningstillväxt, %



Rörelsemarginal, %



Butikstillväxt i koncernen, %



Nya finansiella mål

- Omsättningstillväxt över
- Rörelsemarginal över
- Marknadsandel i Norden över

⇒⇒⇒ **15%**

Tillväxtstrategier

1. Etablering av egna butiker
2. Integration av franchisebutiker
3. Ny butiksutformning
4. Breddning av produktutbudet



Hemtex

1

Tillväxtstrategier

Etablering av egna butiker

- Under 2006/2007 kommer cirka 35 (25) nya butiker att etableras
 - Butiksutvidgning primärt i Sverige, Finland och Norge
 - Försiktigt expansionsprogram i Danmark
- Mål är att etablera minst 15 procent nya butiker årligen under 2006-2009
- Test av den baltiska marknaden

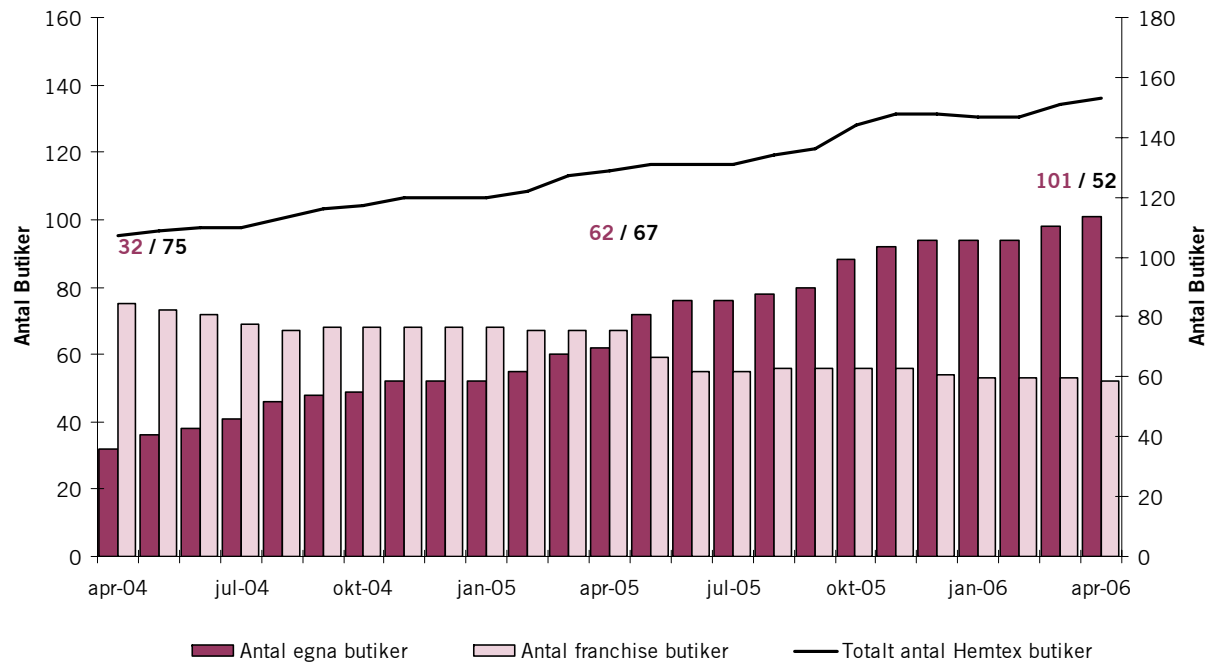


Hemtex

2

Tillväxtstrategier

Integration av franchisebutiker



- Historiskt framgångsrik integration av franchisebutiker
- 26 butiker förvärvas under hösten 2006

Hemtex

3

Tillväxtstrategier

Ny butiksutformning

- Kontinuerlig utveckling av butikskoncept
- Ökad vikt fästs vid kundkommunikation i butik
- Nya butiksformat
- Expansion av butiksytan i befintliga butiker
 - Försäljning 38 000 kronor per m²
 - Försäljningsyta för jämförbar butik 274 m²



Hemtex

3

Tillväxtstrategier

Ny butiksutformning

- **Kompaktbutik 180 - 220m²** – City eller köpcenterläge
- **Normalformat 220 - 350m²** – City eller köpcenterläge
- **Storformat 350 - 500m²** – City eller köpcenterläge
- **Volymbutik 700 - 1 000m²** – Volymläge



Hemtex

4

Tillväxtstrategier

Breddning av produktutbudet

- Bredare produktutbud vidgar målgruppen och ökar försäljning till existerande kunder
- Utveckling av nya koncept – hemaccessoarer

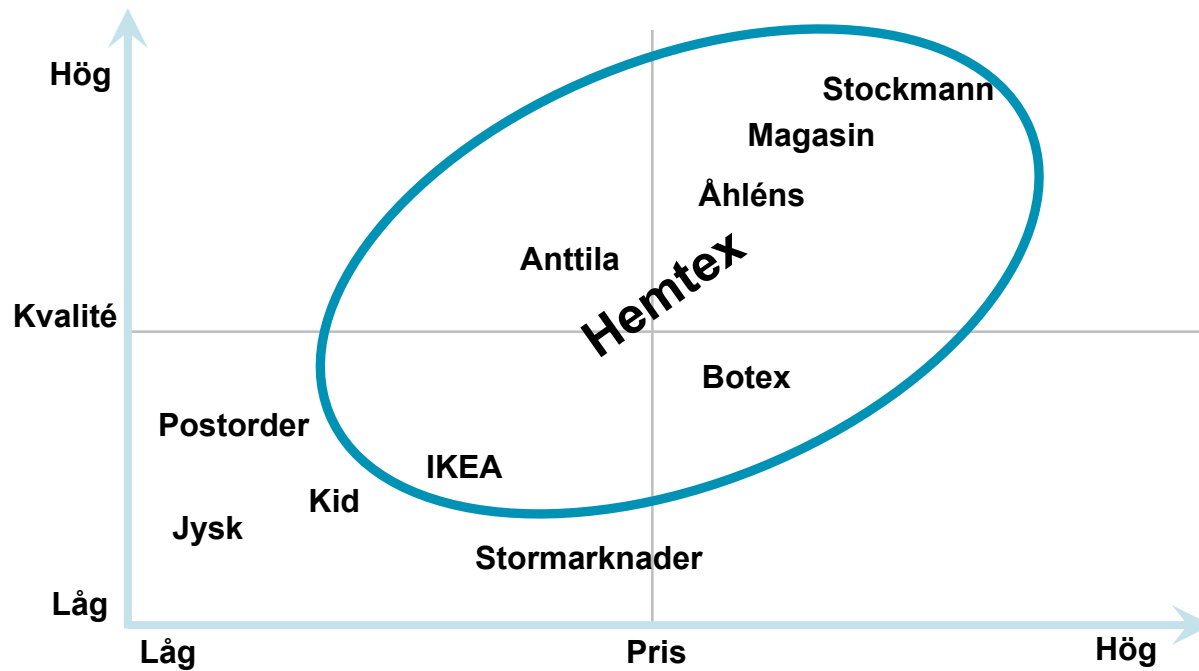


Hemtex

5

Tillväxtstrategier

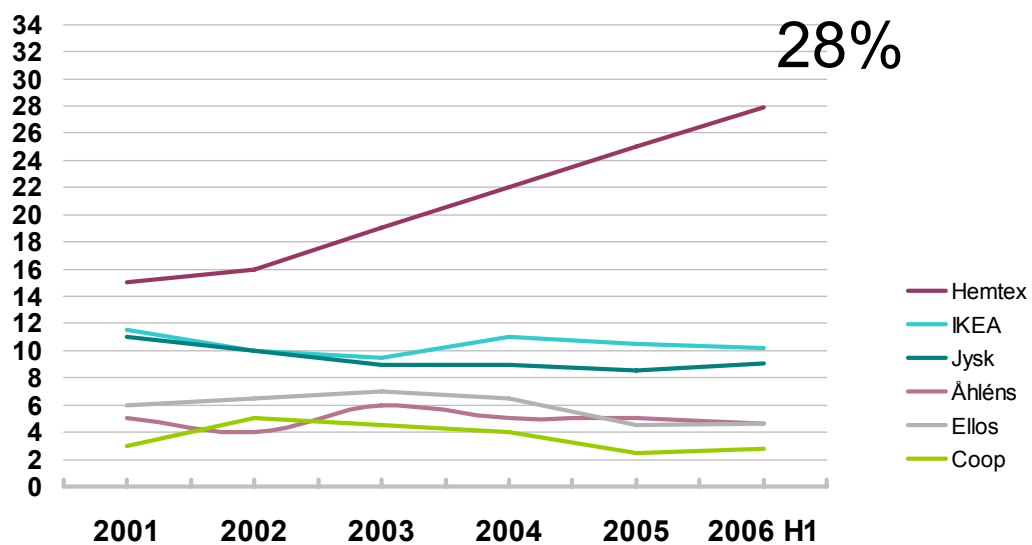
Breddning av produktutbudet



Källa: Bedömning av Hemtex



Ökade marknadsandelar



- Fortsatt ökning för Hemtex under januari – juni 2006 i Sverige
- God potential utanför Sverige

Källa: GfK



Effektivare inköp och varuflöde

- Kontor i Bangladesh -06 och Kina -07
- Ökad direkthandel
- Bättre inköspriser
- Ledtider
- Kvalitetskontroll
- Arbetsvillkor och miljö



Målsättning om ökad bruttovinstmarginal

Hemtex



**Det första
kvartalet
2006/2007**

Hemtex

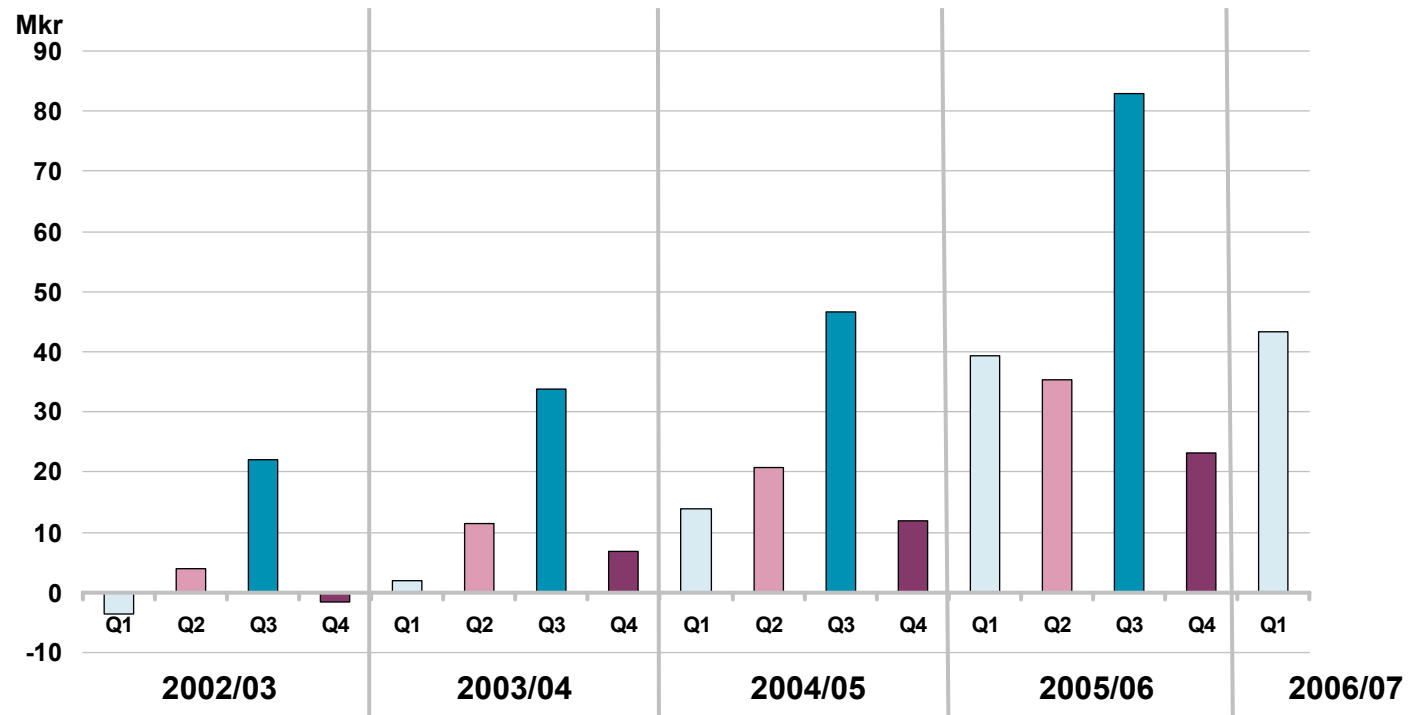
Det första kvartalet 2006/07

- Rörelseresultatet ökade till 43,3 (39,3) Mkr
- Rörelsemarginalen uppgick till 14,4 (16,1) procent
- Koncernen nettoomsättning ökade med 23 procent under perioden maj-juli 2006
- Fortsatt försäljningsökning - försäljningen i koncernens jämförbara butiker ökade med 1 (15) procent under kvartalet
- Ökad effektivitet i butik
- Två nya butiker etablerades inom koncernen och tre butiker förvärvades från franchisetagare



Hemtex

Förbättrade kvartalsresultat



Resultat maj 2006 - juli 2006

Mkr	3 månader 2004/2005		3 månader 2005/2006		ändr
Nettoomsättning	244,2		299,8	19,3/3,5	22,8%
Bruttovinst	113,0	46,3%	143,4	47,8%	27,0%
Övriga kostnader	- 33,3	-13,6%	- 52,5	-17,5%	57,6%
Personalkostnader	- 39,2	-16,0%	- 45,9	-15,3%	17,3%
Avskrivningar	- 4,6	-1,9%	- 5,5	-1,8%	17,8%
Rörelseresultat	39,3	16,1%	43,3	14,4%	10,1%
Finansnetto	- 0,3	-0,1%	0,2	0,0%	
Resultat före skatt	38,9	15,9%	43,5	14,5%	11,6%
Resultat efter skatt	28,1	11,5%	31,3	10,4%	11,3%

Hemtex

Sammanfattning

- Ledande hemtextilkedjan i Norden
- Marknadsledande position kombinerat med ett starkt varumärke
- Stark och ökande expansionstakt
- Stark finansiell historik – framtida potential



www.hemtex.com

Hemtex



Hemtex