



# Presentation

Delårsrapport  
1 januari 2011 – 30 september 2011

Peder Larsson, President and CEO  
Ulf Segerström, CFO

**HEMTEX**

---

HEMTEX<sup>®</sup>

---

---

# Hemtex förändringsstrategi

---

# Varför behövde Hemtex förnya sig?

- Ökad konkurrens
- Minskad försäljning i befintliga butiker
- Negativ resultatutveckling
- Kunden förändras och ställer högre krav
- Otydlig och icke önskad varumärkesposition

# Förändringsarbetet till det nya Hemtex

- Intensivt arbete för att få kontroll och styrning på bolaget
- Automatisera varuflödet och få kontroll på lagersituationen
- Ökat butiksfokus: drift, försäljning och organisation
- Anpassat organisationen
- Avvecklat olönsamma marknader
- Sortimentsgenomgång

---

# Marknadskommunikation

# Hur är nuläget?

- Vi breddar målgruppen och ökar därmed antalet besökare
- Tydligt fokus på huvudsakligen säljdrivande kommunikation  
- klipp-annonsering varje vecka som driver trafik
- Positiv feedback från kunder för butikernas utseende
- Högt NKI
- Ny media-mix med huvudsakligen Dagspress och TV
- Nytt kommunikationskoncept: "Enkla förändringar"
- Positiv utveckling och lansering av kundklubben Studio Hemtex

---

# Försäljning och butiksdrift

# Vad väntar i det korta perspektivet?

Fortsatt fokus på att:

1. Öka antalet besökare
2. Öka upplevt kundvärde
3. Bredda målgruppen
4. Ständig närvaro i marknaden

Stort fokus på butiken:

- Utnyttja butikens dragningskraft
- Mer inspiration och lättare att handla
- Förnyade förpackningar – Sv/Fi
- Utveckla varupresentationen och kundvarvet
- Arbeta med säljstyrning och mekanisk försäljning

Fortsätter att bygga varumärket och ompositionera oss för att göra Hemtex ännu mer intressant

# Hemtex ska öka kundvärdet

Kunderna ska erbjudas prispreferenser inom sortimentet samt uppleva att produkterna håller den höga kvalitet som Hemtex vill stå för:

- En prisstege – Bra, Bättre och Bäst – kommer utvecklas vilket förbättrar kundens uppfattning om vad de betalar för
- I prisstegen kommer även externa varumärken ingå vilket möjliggör att kunden på ett enklare sett kan relatera pris/kvalitet

Säljpersonalens kompetens och affärsmannaskap är viktiga faktorer för att öka det upplevda kundvärdet:

- Mer fokus på personlig försäljning och kundservice i butik
- E-learning utbildning inom personlig försäljning har lanserats och tät uppföljning görs i alla led

---

# Vår egen kundklubb

# Studio Hemtex

Genom kundklubben Studio Hemtex – med idag ca 470 000 aktiva kunder – drivs systematisk kundutveckling av identifierade kunder.

## **Syfte:**

- Ökad livstidsintäkt per kund
- Ökad lönsamhet per kund
- Förvandla kunddata till insikter och datadrivna beslutsunderlag

## **Metod:**

- Strukturerat kundutvecklingsarbete
- Bonus som incitament för identifikation
- Strukturerade belöningssystem
- One-to-one marketing

## **Relation:**

- Relationen byggs på den gemensamma passionen för textil.
- Studion skapar en arena för dialog med kunderna.

The logo for HEMTEX, featuring the word "HEMTEX" in a bold, sans-serif font. The letters are blue with a white outline, and the "X" has a distinctive design with vertical lines.

---

# Sortimentet

# Ökad service och starkare sortimentserbjudande

## I butik nu:

- Breddning av Hemtex eget kvalitetssortiment.
- Esprit lanserat i 45 av våra största butiker.
- Specialdesignad kollektion från heminredningsföretaget rotordesign i Borås
- Specialdesignade produkter från Designhouse Stockholms svenska designers.
- Din Design – metervara i tyg och skräddarsydda produkter.
- Hemtex Craft - "gör-det-själv-produkter" matchade till vårt ordinarie sortiment.
- Carl & Karin Larsson - nyproduktion av Karin Larssons originalmönster med ensamrätt.
- Återinförande av tidigare storsäljande basprodukter, varumärket LIVING och accessoarer.

## Vid årsskiftet:

- Designhouse Stockholm introduceras som varumärke med specialdesignat sortiment i samtliga Hemtex butiker
- Atelje med bland annat gardinsömnad återinförs

**HEMTEX**

---

# Genomgång av tredje kvartalet 2011

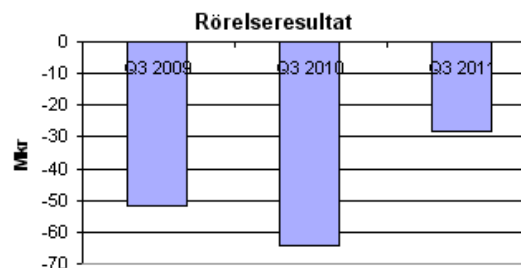
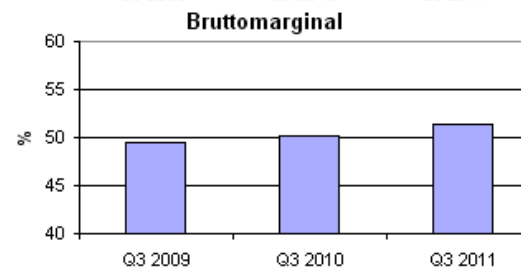
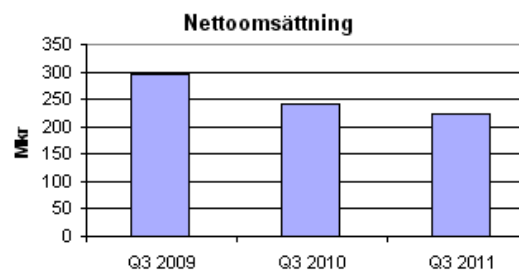
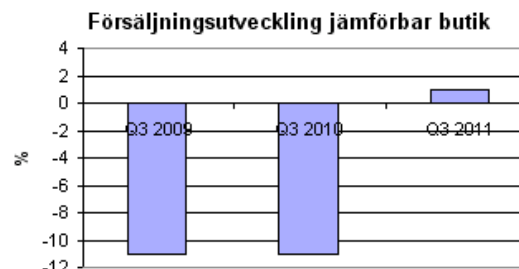


# Finansiell information

HEMTEX®

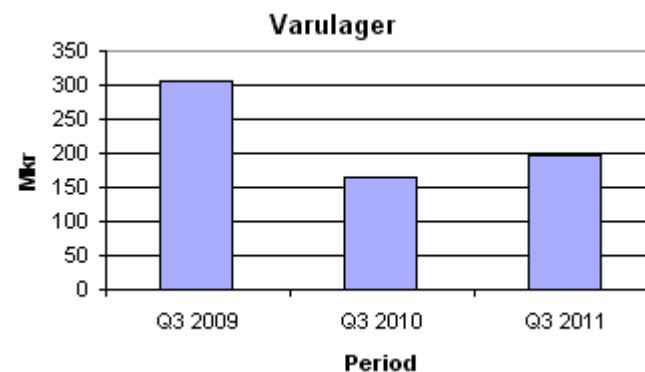
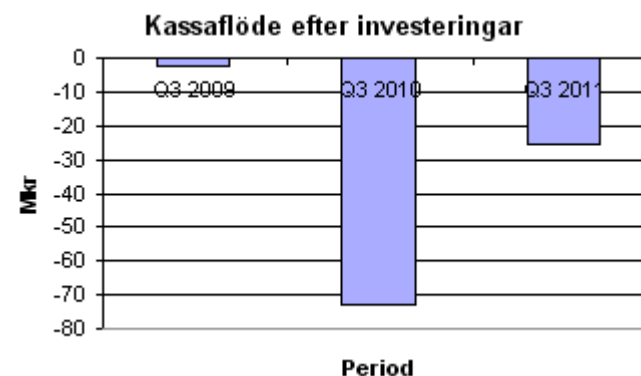
## Det tredje kvartalet, juli - sep 2011

- Försäljningsutvecklingen i koncernens jämförbara butiker var 1 (-11) procent.
- Nettoomsättningen uppgick till 224,6 (242,6) Mkr.
- Bruttoresultatet uppgick till 115,4 (121,5) Mkr, vilket motsvarar en bruttomarginal på 51,4 (50,1) procent.
- Rörelseresultatet uppgick till -28,3 (-64,5) Mkr.
- Inga engångskostnader har belastat resultatet.
- Rörelsemarginalen uppgick till -12,6 (-26,6) procent.
- Resultat efter skatt uppgick till -29,2 (-114,1) Mkr.



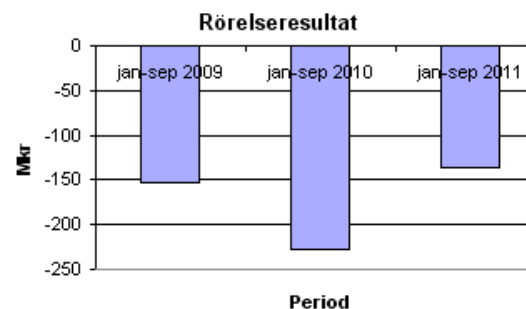
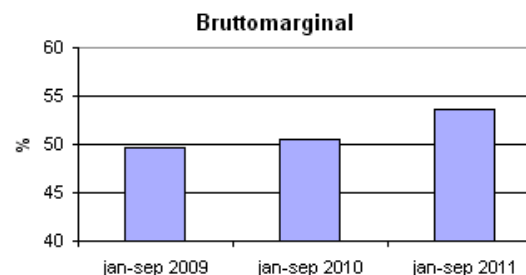
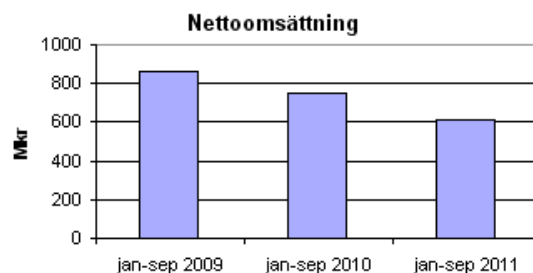
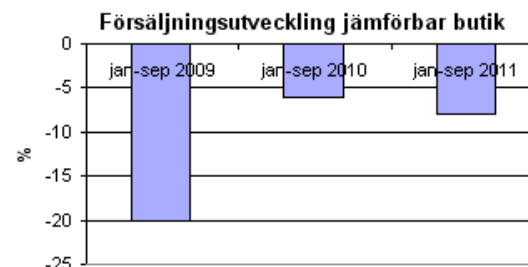
## Det tredje kvartalet, juli - sep 2011

- Kassaflödet efter investeringar uppgick till -25,4 (-72,9) Mkr under kvartalet.
- Varulagret uppgick till 196,4 (164,0) Mkr per den 30 september.
- Soliditeten uppgick till 53,9% (25,9%) per den 30 september.
- Under kvartalet stängdes 13 butiker och 2 öppnades.
- Antalet butiker i kedjan uppgick den 30 september till 161 (185) st, varav 19 (20) st var franchisebutiker.



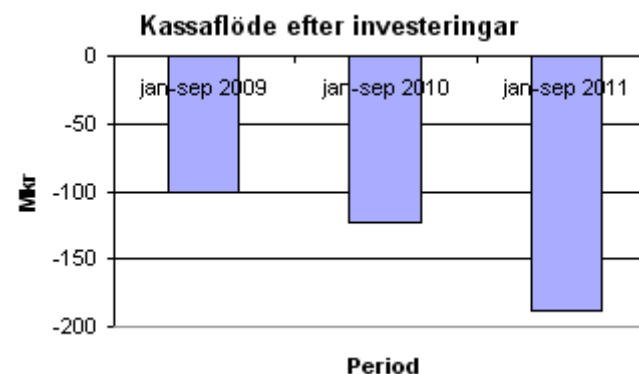
## Delårsperioden, januari - september 2011

- Försäljningsutvecklingen i koncernens jämförbara butiker var -8 (-6) procent.
- Nettoomsättningen uppgick till 613,3 (747,9) Mkr.
- Bruttoresultatet uppgick till 329,1 (378,4) Mkr, vilket motsvarar en bruttomarginal på 53,7 (50,6) procent.
- Rörelseresultatet uppgick till -135,7 (-227,8) Mkr.
- Engångskostnader har belastat resultatet med 7,5 (30,7) Mkr.
- Rörelsemarginalen uppgick till -22,1 (-30,5) procent.
- Resultat efter skatt uppgick till -142,6 (-247,9) Mkr.



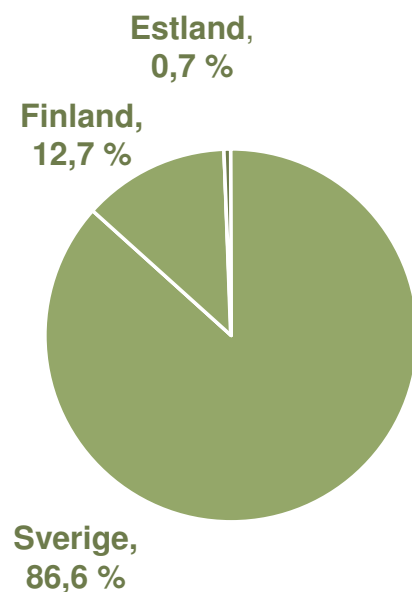
## Delårsperioden, januari - september 2011

- Kassaflödet efter investeringar uppgick till -188,6 (-123,6) Mkr.
- Varulagret uppgick till 196,4 (164,0) Mkr per den 30 september.
- Under perioden stängdes 22 butiker och 4 öppnades.
- Antalet butiker i kedjan uppgick den 30 september till 161 (185) st, varav 19 (20) st var franchisebutiker.



# Geografisk närvaro

Nettoomsättning, för koncernen  
(januari 2011 – september 2011) per geografisk marknad



## Segmentsrapportering

| Mkr          | Nettoomsättning<br>Mkr |                 | Rörelseresultat<br>Mkr |                 | Antal<br>egna butiker |                | Antal<br>franchisebutiker |                |
|--------------|------------------------|-----------------|------------------------|-----------------|-----------------------|----------------|---------------------------|----------------|
|              | jan-sep<br>2011        | jan-sep<br>2010 | jan-sep<br>2011        | jan-sep<br>2010 | 30 sep<br>2011        | 30 sep<br>2010 | 30 sep<br>2011            | 30 sep<br>2010 |
| Sverige      | 530,8                  | 577,0           | -106,5                 | -140,5          | 117                   | 123            | 18                        | 19             |
| Finland      | 78,0                   | 105,8           | -26,3                  | -33,3           | 23                    | 36             | -                         | -              |
| Estland      | 4,2                    | 4,6             | -1,5                   | -1,2            | 2                     | 2              | -                         | -              |
| Danmark      | 0,3                    | 35,6            | -0,8                   | -17,6           | -                     | 2              | 1                         | 1              |
| Norge        | 0,0                    | 24,9            | -0,6                   | -35,2           | -                     | 2              | -                         | -              |
| <b>Summa</b> | <b>613,3</b>           | <b>747,9</b>    | <b>-135,7</b>          | <b>-227,8</b>   | <b>142</b>            | <b>165</b>     | <b>19</b>                 | <b>20</b>      |

# Resultat januari 2011 – september 2011

| Mkr                    | 9 månader<br>2011 |         | 9 månader<br>2010 |         | Ändr.   |
|------------------------|-------------------|---------|-------------------|---------|---------|
| Nettoomsättning        | <b>613,3</b>      |         | 747,9             |         | - 18,0% |
| Bruttovinst            | <b>329,1</b>      | 53,7%   | 378,4             | 50,6%   | - 13,0% |
| Övriga kostnader       | <b>- 237,5</b>    | - 38,7% | - 317,7           | - 42,5% | - 25,2% |
| Personalkostnader      | <b>- 207,2</b>    | - 33,8% | - 244,9           | - 32,7% | - 15,4% |
| Av- och nedskrivningar | <b>- 28,8</b>     | - 4,7%  | - 49,7            | - 6,6%  | - 42,1% |
| Rörelseresultat        | <b>- 135,7</b>    | - 22,1% | - 227,8           | - 30,5% |         |
| Finansnetto            | <b>- 6,9</b>      | - 1,1%  | - 4,5             | - 0,6%  |         |
| Resultat före skatt    | <b>- 142,6</b>    | - 23,2% | - 232,3           | - 31,1% |         |
| Resultat efter skatt   | <b>- 142,6</b>    | - 23,2% | - 247,9           | - 33,1% |         |



# Balansräkning – 30 september

| Mkr   | 2011         | 2010         |
|---|--------------|--------------|
| Immateriella anläggningstillgångar <sup>1</sup> | 286,4        | 292,9        |
| Materiella anläggningstillgångar                | 29,2         | 44,8         |
| Finansiella anläggningstillgångar               | 1,0          | 3,6          |
| Varulager                                       | 196,4        | 164,0        |
| Kortfristiga fordringar                         | 49,2         | 44,6         |
| Kassa och bank                                  | 26,2         | 24,2         |
| <b>Summa tillgångar</b>                         | <b>588,4</b> | <b>574,1</b> |
| Eget kapital                                    | 317,1        | 148,8        |
| Långfristiga skulder <sup>2</sup>               | 0,9          | 0,2          |
| Kortfristiga skulder <sup>2</sup>               | 270,4        | 425,1        |
| <b>Summa eget kapital och skulder</b>           | <b>588,4</b> | <b>574,1</b> |
| Soliditet                                       | 53,9%        | 25,9%        |
| Varav goodwill <sup>1</sup>                     | 248,9        | 247,2        |
| Varav räntebärande skulder <sup>2</sup>         | 108,7        | 234,4        |



# Aktieägarstruktur

| Antal aktier    | Antal ägare  | % av alla ägare |
|-----------------|--------------|-----------------|
| 1 – 500         | 1 905        | 53,6%           |
| 501 – 1 000     | 671          | 18,9%           |
| 1 001 – 5 000   | 704          | 19,8%           |
| 5 001 – 10 000  | 133          | 3,7%            |
| 10 001 – 15 000 | 38           | 1,1%            |
| 15 001 – 20 000 | 33           | 0,9%            |
| 20 001 –        | 71           | 2,0%            |
| <b>Totalt</b>   | <b>3 555</b> | <b>100,0%</b>   |

Registrerade ägare per 2011-09-30



Aktuella uppgifter avseende aktieägare, aktieägarstruktur och fördelning av ägare finns under Investor Relations på [www.hemtex.com](http://www.hemtex.com)

# Ägare

|                                   | Andel<br>av kapital<br>och röster | Ägare                                      | Totalt<br>antal aktier | % av röster<br>och kapital |
|-----------------------------------|-----------------------------------|--|------------------------|----------------------------|
| Utländska ägare                   | 15,9%                             | Hakon Invest AB                            | 65 661 195             | 68,5%                      |
| Svenska ägare                     | 84,1%                             | ABG Sundal Collier Norge ASA               | 12 754 377             | 13,3%                      |
| varav:                            |                                   | Floras Kulle AB                            | 4 369 996              | 4,6%                       |
| juridiska personer                | 78,5%                             | KDTC                                       | 1 418 700              | 1,5%                       |
| privatpersoner                    | 5,5%                              | SEB S.A., NQI                              | 933 009                | 1,0%                       |
|                                   |                                   | Löfman, Michael                            | 553 795                | 0,6%                       |
|                                   |                                   | Trollhassel AB                             | 530 621                | 0,5%                       |
|                                   |                                   | Handelsbankens Sverigefond<br>Index        | 335 232                | 0,4%                       |
|                                   |                                   | EFG Private Bank S.A.,<br>W8IMY            | 306 512                | 0,3%                       |
|                                   |                                   | Försäkringsaktiebolaget,<br>Avanza Pension | 288 627                | 0,3%                       |
|                                   |                                   | Övriga ägare                               | 8 683 442              | 9,0%                       |
| Registrerade ägare per 2011-09-30 |                                   | <b>Totalt</b>                              | <b>95 835 506</b>      | <b>100,0%</b>              |