



Q2
2022

STRAX

STRAX styr verksamheten framåt trots externa utmaningar

- Koncernens försäljning för perioden 1 januari – 30 juni 2022 uppgick till 63,8 (54,8) MEUR och bruttomarginalen uppgick till 17,7 (19,0) procent.
- Koncernens resultat för perioden 1 januari – 30 juni 2022 uppgick till -2,0 (-2,7) MEUR, motsvarande -0,02 (-0,02) euro per aktie.
- EBITDA under perioden 1 januari – 30 juni 2022 uppgick till 2,4 (1,6) MEUR.
- Eget kapital per den 30 juni 2022 uppgick till 10,5 (16,2) MEUR motsvarande 0,09 (0,13) euro per aktie.
- Covid-19 fortsatte att ha negativ inverkan på försäljningen av egna mobiltillbehör och produkter inom Personal Audio, samtidigt som försäljningen av personlig skyddsutrustning med lägre marginal ökade. Den ogynnsamma varumärkes- och produktmixen i kombination med olika globala störningar i leveranskedjan har orsakat en nedgång i bruttomarginalen för perioden.
- STRAX inledde ett samarbete med ett tyskt företag som specialiserat sig på personlig skyddsutrustning för att leverera Covid-19 tester till ett regionalt statligt organ i Tyskland.
- STRAX utökade sitt partnerskap med det tyska specialistföretag för personlig skyddsutrustning för att leverera Covid-19 tester till ett annat regionalt statligt organ i Tyskland. Den totala omfattningen för kontraktet har ökat och kommer att sträcka sig över en period om 24 månader, med en förväntan om högre totala volymer med lägre volymer under Q2.
- AirPop, det högpresterande premiumvarumärket för ansiktsmasker som STRAX innehar ett femårigt globalt exklusivt distributionsavtal för, har nyligen säkrat viktiga distributionskanaler i USA, Kanada och Australien.
- CLCKR, ett varumärke för mobiltillbehör som är helägt av STRAX, meddelade att deras utbud av mobila stativ och grepptillbehör nu finns i över 10,000 butiker i USA.

Väsentliga händelser efter periodens utgång

- STRAX dotterbolag Urbanista, det svenska livsstilsjudmärket, lanserade Urbanista Phoenix – världens första helt trådlösa, aktivt brusreducerande in-earlurar som laddas av ljus.

-I det andra kvartalet 2022 har vi till viss del fått se en återgång till en normalitet i jämförelse med de senaste åren. Externa faktorer, så som begränsningar inom leverantörskedjan, förändrad efterfrågan, en förstärkning av den amerikanska dollarn samt Covid-19-pandemin har varit överhängande utmaningar. Dessa faktorer har förlängt osäkerheten samt skapat en miljö med ständiga förändringar. STRAX har trots dessa utmaningar lyckats styra verksamheten framåt och levererat godkända resultat för kvartalet.

Gudmundur Palmason, VD

VD HAR ORDET



I det andra kvartalet 2022 har vi till viss del fått se en återgång till en normalitet i jämförelse med de senaste åren. Externa faktorer, så som begränsningar inom leverantörskedjan, förändrad efterfrågan, en förstärkning av den amerikanska dollarn samt Covid-19-pandemin har varit överhängande utmaningar. Dessa faktorer har förlängt osäkerheten samt skapat en miljö med ständiga förändringar. STRAX har trots dessa utmaningar lyckats styra verksamheten framåt och levererat godkända resultat för kvartalet.

Än viktigare däremot, är att vi har fortsatt att förbereda STRAX inför en framtid med en förenklad och smidigare operativ struktur i vilken vi kommer att ha två fristående affärssegment, STRAX Distribution och Xstra Brands, tidigare benämnt 'House of Brands'. Vi förväntar oss att en uppdelning av verksamheterna kommer att ge investerare bättre transparens i utvecklingen av respektive verksamhet, vilket gör det möjligt för dem att värdera verksamheterna var för sig snarare än som en konsoliderad grupp. Vi har även tilltro till att de två affärssegmenten kommer utvecklas bättre på egen hand och skapa en bättre grund för varje segment att nå upp till sin fulla potential.

Vi arbetar outtröttligt med att göra vår verksamhet stabilare, vilket gör att vi måste omvärdera de möjligheter och risker som ligger framför oss, likväl omfördela våra prioriteringar. Det innebär att vi kommer att se över vår varumärkesportfölj, och det är därför troligt att vi inom en snar framtid kommer att reducera antalet varumärken och samarbeten vi är involverade i. Dessa insatser kommer möjliggöra för ett ökat fokus på ett färre antal varumärken, vilket kommer generera en snabbare tillväxt. Ytterligare fördelar är en reducerad operativ komplexitet och ökad transparens, internt såväl som gentemot externa intressenter.

Resultat Q2

Försäljningen under andra kvartalet uppgick till 23,9 MEUR (26,6), vilket motsvarar en minskning med 2,7 MEUR eller 10,3 % jämfört med förra året, vilket kan hänvisas till minskad försäljning inom produktkategorin personlig skyddsutrustning på motsvarande 7,2 MEUR. EBITDA minskade under kvartalet till 0,9 MEUR (1,2), en minskning med 26,6 % jämfört med samma period föregående år. Försäljningen av mobiltillbehör och produkter inom ljud uppgick under kvartalet till 21,3 MEUR (16,3), vilket motsvarar en ökning med 26,2 % mot föregående år, samtidigt som försäljningen från produktkategorin personlig skyddsutrustning var 2,6 MEUR (9,7), vilket motsvarar 10,8 % av den totala försäljningen för perioden. Försäljning, rullande 12 månader, uppgick till 132,7 MEUR och EBITDA, rullande 12 månader uppgick till 5,1 MEUR.

Den genomsnittliga mixade bruttomarginalen har under perioden påverkats av ökade fraktkostnader, negativa valutaeffekter till följd av en stärkt dollar mot våra operativa valutor, och en relativt ogynnsam varumärkes- och produktmix. Vi vidtar nu flera åtgärder för att förbättra våra marginaler, från råproduktkostnader till andra varukostnader, såsom prestationsbaserad marknadsföring och allmänna operativa kostnader.

STRAX Distribution – redo för tillväxt

Vår distributionsverksamhet (Distribution) har fortsatt att prestera väl tack vare långvariga relationer med en bred och diversifierad kundbas, från telekomoperatörer till konsumentelektronik och stora detaljhandlare såväl som B2B-företag över hela Europa. De goda nyheterna är att detta inte är en fläckfri verksamhet, vilket betyder att det finns många förbättringsområden som leder till ökad försäljning såväl som reducerade kostnader. Vi genomgår i nuläget en strategisk översyn, där automatisering och service står högt på agendan, detta tillsammans med en utvärdering av nya produktkategorier. STRAX fortsätter att vara en av de ledande Europabaserade specialistdistributörerna av tekniska tillbehör, och verksamheten är väl positionerad att även fortsättningsvis, i sinom tid, växa genom expansion av olika produktkategorier och genom en tydlig förvärvsstrategi.

Xstra Brands – minska för att växa

Genom Xstra Brands innehar vi både egna och licenserade varumärken inom tekniska tillbehör och produkter inom personligt ljud. Egna varumärken inkluderar Urbanista, Clckr, Richmond & Finch, Planet Buddies, Dottir and grell, och vår portfölj av licenserade varumärken består av adidas och Diesel. Xstra Brands kommer i slutändan bli en verksamhet fokuserad kring utvecklingen av egna varumärken inom två produktkategorier, tekniska tillbehör och produkter inom personligt ljud, vilka marknadsförs och säljs genom olika kanaler på riktade geografiska marknader.

Vi har kommit till insikten att vi har för många varumärken i vår portfölj och att vi snabbt måste utvärdera en avyttring eller nedläggning av somliga varumärken. Vår pågående analys centreras kring varje varumärkes tillväxtutsikter och differentiering i förhållande till fortsatta investeringar och risker. Produktkategoriernas exponering för inkurans spelar också en viktig roll i rationaliseringen av våra egna varumärken. Vi tror starkt på att en reducering av vår egen varumärkesportfölj och färre investeringar i varumärken kommer bana väg för snabbare tillväxt och framgångar för kvarvarande varumärken.

Urbanista och Clckr utvecklas väl, i synnerhet i Nordamerika. Båda varumärken säljs hos över 10 000 detaljhandlare och har en stor potential inom respektive produktkategori. Vidare känner vi en stor förväntan inför utvecklingsplanerna för våra produktkategorier, som vi är övertygande om kommer ge stark tillväxt och lönsamhet inom en snar framtid.

Verksamheten inom personlig skyddsutrustning kommer initialt att fortsätta ingå i Xstra Brands. Den förser oss med en naturlig diversifiering samtidigt som pandemin fortsatt pågår, men är uppenbarligen inte en del av vår kärnverksamhet. Vi överväger därmed att avyttra även den verksamheten inom tid.

Covid-19-antigentester

Vårt tillhandahållande av antigen tester till skolor i delstaten Northrhein-Westfalen har återupptagits, och allt pekar på att verksamheten kommer fortgå som minst under resterande del av 2022. Detta då vi inte ser ett tydligt slut för Covid-19-pandemin. Vi fortsätter att stärka vårt partnerskap med specialistföretaget för personlig skyddsutrustning i Tyskland när vi fortsatt verkar som deras pålitliga logistikpartner.

Vägen framåt

Vi förbereder STRAX för en framtid i förändring. Vi har redan genomfört omfattande uppsägningar och stoppat våra mest förlustbringande verksamheter. Vi har dessutom fortsatt att analysera framtiden och uppsidan inom var och ett av våra egna varumärken, och har nått fram till slutsatsen att vi fortsatt inte kan investera i samtliga av dem. Vissa kommer fasas ut, medan andra kommer avyttras. Utöver det har vi kunnat konstatera att personlig skyddsutrustning och/eller vår licenseringsverksamhet inte passar in strategiskt hos vare sig STRAX europeiska distributionsverksamhet eller Xstra Brands, och båda övervägs för avyttring inom de kommande tolv månaderna.

Jag vill tacka alla på STRAX, vars hårda arbete och motståndskraft fortsätter att driva verksamheten framåt trots externa utmaningar. Ert obehagliga engagemang och starka övertygelse om att bättre dagar väntar fyller mig med en stark tilltro till att våra gemensamma framgångar är nära förestående.

VI SKAPAR, INNOVERAR, INSPIRERAR OCH LEVERERAR

STRAX är en marknadsledande global specialist inom tillbehör för en mobil livsstil. Vår varumärkesportfölj för mobila tillbehör omfattar alla större produktkategorier: Protection, Power, Connectivity, och Personal Audio. Vår nya kategori Health & Wellness erbjuder märkesvaror för personligt skydd. Vår distributionsverksamhet når en bred kundbas, genom 70 000 fysiska butiker runt om i världen, samt via online-marknadsplatser och försäljning direkt till konsument.

Helägda varumärken inkluderar Urbanista, Clckr, RichmondFinch, Planet Buddies, xqisit, AVO+, Dóttir, och grell och licensierade märken inkluderar adidas, Bugatti, Diesel, Superdry och WeSC. Vår distributionsverksamhet erbjuder även distribution av mer än 40 andra stora märken för mobiltillbehör.

STRAX grundades som ett handelsföretag 1995 och har sedan dess expanderat över hela världen och utvecklats till ett globalt varumärkes- och distributionsföretag. Idag har vi över 200 anställda i 13 länder. STRAX är noterade på Nasdaq Stockholm.



EGNA VARUMÄRKEN – MOBILTILLBEHÖR



INNOVATIVA LÖSNINGAR FÖR SKYDD, LJUD OCH LADDNING.

XQISIT erbjuder ett omfattande produktsortiment från skydd till ljud och laddning. XQISIT står för innovativ kvalitets-design och funktion i mellanprisnivå för prismedvetna konsumenter.



HIPPA LJUDTILLBEHÖR MED SKANDINAVISK DESIGN.

Urbanista är baserat i Stockholm och är marknadsledande i sin region med kombinationen av avantgardistisk design och det senaste inom ljudteknik. Produkterna är utformade för ett liv i rörelse och gjorda för att inspirera.



SKÄRMSKYDD AV HÖGSTA KLASS.

Som svar på den växande efterfrågan på skärmskydd. THOR tillverkar en mängd olika högkvalitativa skärmskydd i mellan- och premiumklassen. Skräddarsydda skärmskydd för varje enhet som ger högklassigt skydd.



MULTIFUNKTIONELL-MOBILHÅLLARE

Cickr är en patenterad multi-funktionell hållare/ställ som ger ett bekvämt och stabilt grepp om mobilen, avlastar fingrarna och är ett perfekt tillbehör för att ta selfies och titta på film mm. Snygg och lätt att fästa med självhäftande 3M-tejpen som inte lämnar några märken efter sig.



PREMIUMLIVSSTILSMÄRKE

Richmond Finch är ett svenskt globalt premiumlivsstilsmärke som designar och skapar moderna mobil och reseaccessoarer. Varumärkets unisexperspektiv möjliggör unika designers som reflekterar de senaste modetrenderna.



BARNPRODUKTER

Planet Buddies har skapat ett sortiment av tillbehör för barn, baserat på en variation av färgstarka karaktärer av hotade eller känsliga djurarter från hela världen. Målet är att utbilda barn kring hoten om utrotning som dessa arter står inför, samtidigt som man erbjuder skojiga produkter som hörlurar och högtalare.



HÖRLURAR FÖR ELITIDROTTARE

Döttir började som en idé mellan två vänner som dök upp under en promenad i London – att skapa hörlurar för elitidrottare som gör att träningen kan genomföras utan distraktion utifrån. Därifrån har idén vuxit till något mycket större, inte bara ett varumärke som skapar hörlurar för idrottare utan ett varumärke som stöder kvinnlig egenmakt, styrka och jämlikhet.



HÖRLURAR SOM ERBJUDER EN PERSONLIG LYSSNINGSSUPPLEVELSE

Designande för att göra avancerade ljudkvalitet mer tillgänglig och erbjuda en personlig lyssningsupplevelse till ett pris som återspeglar kostnader för ljudets kvalitet. Hörlurarna är framtagna av den ljudingenjören Axel Grell och har en unik kombination av avancerade tekniska komponenter, tysk design och noggrann detaljrikedom.

LICENSIERADE VARUMÄRKEN



FÖR AKTIV AVVÄNDNING PÅ GYMMET OCH UTMOMHUS

adidas Sports sätter en ny standard på den snabbväxande teknikillbehörsmarknaden. Den nya kollektionen med sportskal består av en mängd flexibla armband, smarta midjeremmar och halkfria skal med kraftig stötdämpningsfunktion. adidas Sport-skalen är noggrant utformade för att skydda smartphones under intensiva träningspass, löpning och friluftaktiviteter.



STREET WEAR-INSPIRERADE SKAL

adidas Originals fortsätter att utveckla varumärkets historia genom sitt engagemang för produktinnovation. Med inspiration från sportarenornas kreativitet och mod kombinerar adidas Originals smartphoneskal med skyddsfunktioner och modern ungdomskultur.



ELEGANTA MOBILFODRAL

Y-3 är en liten men förnämlig kollektion adidas-fodral för mobiltelefoner som TLF förvärvade licensen för 2013. Kollektionen kombinerar adidas design, kvalitet och hållbarhet med den japanska modedesignern Yohji Yamamotos unika och iögonfallande stil som kännetecknas av eleganta blommönster.



FOR SUCCESSFUL LIVING

Varumärket Diesels DNA har ända från starten representerats av dess slogan, "For Successful Living". Med sin långa och sägenomspunna historik av starka, ironiska och lekfulla kampanjer har Diesel blivit en ledare inom både marknadsföring och mode. Diesel kommer att lansera en ny serie teknikaccessoarer i samarbete med TLF.

EGNA VARUMÄRKEN – PERSONLIG SKYDDSUTRUSTNING



AVO+ fyller ett gap i marknaden för attraktiva, väl marknadsförda och värde-orienterade produkter inom hälsa och välmående med fokus på personlig skyddsutrustning riktad till konsumenter. Med en förståelse för att konsumenterna föredrar produkter och förpackningar som har skapats för deras miljö har AVO+ mottagits väl på många marknader världen över med ett koncept som är ljust och fräscht samtidigt enkelt att förstå.

STYRELSEN OCH VERKSTÄLLANDE DIREKTÖREN FÖR STRAX AB AVGER HÄRMED DELÅRSRAPPORT AVSEENDE PERIODEN 1 JANUARI – 30 JUNI 2022

Samtliga belopp anges i tusentals Euro (TEUR) om ej annat anges. Belopp inom parentes avser motsvarande period föregående år. Om annat ej anges avser informationen koncernen och moderföretaget.

RESULTATÖVERSIKT OCH FINANSIELL STÄLLNING 1 JANUARI – 30 JUNI 2022

KONCERNENS nettoomsättning för perioden 1 januari – 30 juni 2022 uppgick till 63 796 (54 775). Bruttoresultatet uppgick till 11 316 (10 433), bruttomarginalen uppgick till 17,7 (19,0) procent. Rörelseresultatet uppgick till 1 104 (281).

Periodens resultat uppgick till -2 041 (-2 699). I resultatet ingick bruttoresultat med 11 316 (10 433), försäljningskostnader med -9 419 (-9 502), administrationskostnader med -3 681 (-2 845), övriga rörelsekostnader med -12 266 (-5 170), övriga rörelseintäkter med 15 153 (7 365), finansnetto med -2 818 (-2 099) samt skatt med -362 (-882).

Balansomslutningen per den 30 juni 2022 uppgick till 115 019 (111 145), varav eget kapital utgjorde 10 475 (16 213), vilket motsvarar en soliditet på 9,1 (14,6) procent. Räntebärande skulder per den 30 juni 2022 uppgick till 48 937 (40 050). Koncernens likvida medel uppgick till 2 610 (5 289).

Till följd av pressade marginaler och avskrivning av inventarier under det andra halvåret 2021 uppnåddes inte ett av de särskilda villkor som gäller för det låneavtal som koncernen har med PCP per den 31 december 2021. Efter periodens utgång har en acceptans, s.k. "waiver", erhållits och acceptansen beviljades åter igen avseende Q2 2022. Eftersom waiveren erhöles efter periodens utgång redovisas de hänförliga lånen som kortfristiga i balansräkningen per den 30 juni 2022 i enlighet med IFRS.

VÄSENTLIGA HÄNDELSE R UNDER PERIODEN
STRAX inledde ett samarbete med ett tyskt företag som specialiserat sig på personlig skyddsutrustning för att leverera Covid-19-tester till ett regionalt statligt organ i Tyskland.

STRAX utökade sitt partnerskap med det tyska specialistföretag för personlig skyddsutrustning för att leverera Covid-19-tester till ett annat regionalt statligt organ i Tyskland. Den totala omfattningen för kontraktet har ökat och kommer att sträcka sig över en period om 24 månader, med en förväntan om högre totala volymer med lägre volymer under Q2.

AirPop, det högpresterande premiumvarumärket för ansiktsmasker som STRAX innehar ett femårigt globalt exklusivt distributionsavtal för, har nyligen säkrat viktiga distributionskanaler i USA, Kanada och Australien.

CLCKR, ett varumärke för mobiltillbehör som är helägt av STRAX, meddelade att deras utbud av mobila stativ och grepp tillbehör nu finns i över 10,000 butiker i USA.

SÄSONGS- OCH TELEFONLANSERINGS VARIATIONER

STRAX verksamhet har tydliga variationer mellan säsonger, där den absolut starkaste perioden är september till och med november. Detta innebär att huvuddelen av STRAX resultat genereras under det andra halvåret om trenden från de senaste fem åren består. Timingen och tillgången för lansering viktiga smartphonemodeller, till exempel iPhone och Samsung Galaxy har också en stor påverkan på STRAX resultat och är svåra att förutse och planera.

INVESTERINGAR uppgick under perioden till totalt 751 (1 179). Därav uppgick investeringar i immateriella anläggningstillgångar till 278 (309), materiella anläggningstillgångar till 481 (512) och investeringar i finansiella anläggningstillgångar till 9 (358).

MODERFÖRETAGETS resultat för perioden uppgick till - (-). I resultatet ingick bruttoresultat från nettoomsättning med 491 (618), administrationskostnader med -640 (-667) och finansnetto med 149 (49). Den 30 juni 2022 uppgick balansomslutningen till 79 125 (79 138) varav eget kapital utgjorde 63 076 (63 076). Likvida medel uppgick till 2 584 (2 889).

VÄSENTLIGA HÄNDELSE R EFTER PERIODENS UTGÅNG

STRAX dotterbolag Urbanista, det svenska livsstilsljudmärket, lanserade Urbanista Phoenix – världens första helt trådlösa, aktivt brusreducerande in-earlurar som laddas av ljus.

FRAMTIDSUTSIKTER

STRAX kommer att spela en aktiv roll i utformandet av mobiltillbehörsmarknaden på alla våra marknader, såväl offline som online. Vi kommer att fortsätta att arbeta utifrån vårt strategiska ramverk, etablerat 2016 och vidareutvecklats 2019, samtidigt som vi stärker verksamhetsplattformen så att vi kan genomföra vår egen strategi för tillväxt av våra egna varumärken via globala säljkanaler offline och online med färre resurser. STRAX kommer att behålla marknadsandelarna i Västeuropa och samtidigt investera och växa allt snabbare i Nordamerika och på strategiska marknader i resten av världen.

STRAX kommer dessutom att investera i e-handelsförsäljningskanaler, genom indirekta kanaler, direkta varumärkes-webbplatser och marknadsplatser, för att diversifiera sin traditionella detaljhandelskundbas och säkra tillväxt. STRAX försäljning har utvecklats positivt under de senaste åren med undantag för det kraftigt drabbade Covid-19 pandemiåret 2020.

Vi förväntar oss en fortsatt organisk tillväxt, framför allt genom egna varumärken samt genom ökad lönsamhet. Vi har genomfört förvärvet av Brandvault, specialist på onlinemarknaden.

Vi förväntar oss att vår onlineförsäljning kommer att få en stark tillväxt, från en relativt liten andel till 30-50 % av vår försäljning genom e-handel under 2025.

STRAX tänker spela en aktiv roll i den pågående konsolideringsprocessen genom förvärv, avyttringar och partnerskap samtidigt som branschen konsoliderar sig. Den generella nedgången i efterfrågan på mobiltillbehör, orsakade av Covid-19 pandemin, förväntas fortsätta under 2022 men förväntas inte påverka våra medel- och långsiktiga förväntningar för produktområdet.

STRAX etablerat sig inom produktkategorin personlig skyddsutrustning med ett lovande resultat. Till stor del utnyttjas de befintliga resurserna, infrastrukturen och distributionskompetensen.

Även om vi fortfarande är i ett relativt tidigt skede av att adressera befintliga kunder och utveckla nya kundrelationer, känner vi starkt för produktkategorins potential och hållbarhet på medellång sikt, med tanke på att beteendeförändringar, som ett resultat av Covid-19, troligen är bestående till följd av Covid-19 är bestående när det avser användande av masker, handskar och desinfektionsmedel. Kategorin personlig skyddsutrustning erbjuder även en diversifiering och kan begränsa den naturliga säsongsvariation som kommer av marknaden för mobila tillbehör.

RISKER OCH OSÄKERHETSFAKTORER

Riskbedömning, dvs identifiering och utvärdering av företagets risker är en årlig process för STRAX. Riskbedömning baseras på självutvärdering och inkluderar även upprättande av åtgärdsplaner för att motverka identifierade risker. De primära riskerna relaterade till STRAX verksamhet är kommersiella, operationella och finansiella risker hänförliga till utestående fordringar, åldrande varulager och valutafluktuationer. Andra risker som påverkar bolagets finansiella situation är likviditets-, ränte- och kreditrisker. Bolaget är till viss del beroende av ett antal nyckelpersoner och rådgivare för att driva verksamheten och är beroende av en fungerande distributionskedja inklusive logistik och lager.

Covid-19-pandemin påverkar fortfarande vår dagliga verksamhet och flera av de initiala åtgärder som vidtogs i mars 2020 gäller fortfarande. På grund av ökningen av fall relaterade till Omikron-varianten av Covid-19-viruset kan vi förvänta oss att dessa åtgärder kommer att gälla under hela 2022.

För att dämpa följderna av coronaviruset har vi vidtagit åtgärder inom alla delar av vår verksamhet, bland annat på följande sätt:

- Justeringar av våra produktinköp
- Nedskärning av driftkostnaderna genom att minska antalet arbetstimmar eller genom minskade lönekostnader samt genom minskade utgifter för hyror, marknadsföring och resor
- Ökat utnyttjande av krediter för att stärka likviditeten
- Ökade aktiviteter på onlinekanalerna
- Distribution av skyddsutrustning, bl.a. ansiktsmasker, handskar och handdesinfektion

Rysslands militära intervention i Ukraina har medfört en tilltagande geopolitisk osäkerhet. STRAX bedriver inte någon verksamhet i Ryssland eller Ukraina och är inte direkt påverkade från ett affärsperspektiv men påverkas indirekt genom bland annat höjda materialpriser och störningar i leveranskedjor. STRAX bedriver ett aktivt arbete för att begränsa de negativa effekterna av den uppkomna situationen.

Ytterligare information avseende risker och riskbedömning finns i Årsredovisningen för 2021.

KOMMANDE INFORMATIONSTILLFÄLLEN:

24 november 2022

Delårsrapport 1 januari – 30 september 2022

FÖR YTTERLIGARE INFORMATION KONTAKTA:

Gudmundur Palmason (VD)
Johan Heijbel (CFO)

STRAX AB (publ)
Mäster Samuelsgatan 10
111 44 Stockholm
Sverige
Org.nr 556539-7709
Tel: 08-545 017 50
ir@strax.com
www.strax.com

Styrelsen har sitt säte i Stockholm

Undertecknade försäkrar att delårsrapporten ger en rättvisande översikt av moderföretagets och koncernens verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderföretaget och de företag som ingår i koncernen står inför.

Stockholm den 25 augusti 2022

Bertil Villard
Ordförande

Anders Lönnqvist
Styrelseledamot

Gudmundur Palmason
Styrelseledamot/VD

Ingvi T. Tomasson
Styrelseledamot

Pia Anderberg
Styrelseledamot

Denna delårsrapport har inte varit föremål för granskning av bolagets revisor

Koncernen

	2022	2021	2022	2021	2021
	(3 mån)	(3 mån)	(6 mån)	(6 mån)	(12 mån)
Nyckeltal	1 apr -30 jun	1 apr-30 jun	1 jan-30 jun	1 jan-30 jun	1 jan-31 dec
FINANSIELLA NYCKELTAL					
Försäljningstillväxt, %	-10,3	-4,9	16,5	9,1	10,7
Bruttomarginal, %	17,8	19,6	17,7	19,0	15,1
Eget kapital, MEUR	10,5	16,2	10,5	16,2	14,0
Soliditet, %	9,1	14,6	9,1	14,6	12,3
DATA PER AKTIE					
Eget kapital, EUR	0,09	0,13	0,09	0,13	0,12
Eget kapital, SEK	0,93	1,35	0,93	1,35	1,19
Resultat, EUR	0,00	-0,01	-0,02	-0,02	-0,03
Resultat, SEK	0,00	-0,11	-0,18	-0,23	-0,33
Resultat per aktie före utspädning, EUR	-0,01	-0,01	-0,02	-0,02	-0,03
Resultat per aktie efter utspädning, EUR	-0,01	-0,01	-0,02	-0,02	-0,03
ANTAL AKTIER					
Antal aktier vid periodens utgång	120 592 332	120 592 332	120 592 332	120 592 332	120 592 332
Genomsnittligt antal aktier	120 592 332	120 592 332	120 592 332	120 592 332	120 592 332
Genomsnittligt antal aktier under perioden efter utspädning	124 687 332	124 687 332	124 687 332	124 687 332	124 687 332
ANSTÄLLDA					
Medelantalet anställda	232	218	232	231	231

Nyckeltalsberäkningar

	3 mån			6 mån			12 mån	
	2022	2021	2020	2022	2021	2020	2021	2020
	1 apr - 30 jun	1 apr - 30 jun	1 apr - 30 jun	1 jan - 30 jun	1 jan - 30 jun	1 jan - 30 jun	1 jan - 31 dec	1 jan - 31 dec
Nettoomsättning								
Nettoomsättning	23 904	26 646	28 013	63 796	54 775	50 225	123 698	111 790
Ökning (+)/minskning (-)	-2 742	-1 367		9 021	4 550		11 908	
Försäljningstillväxt								
Ökning (+)/minskning (-)	-2 742	-1 367		9 021	4 550		11 908	
Värde föregående år	26 646	28 013		54 775	50 225		111 790	
= Försäljningstillväxt	-10,3%	-4,9%		16,5%	9,1%		10,7%	
Bruttoresultat								
Bruttoresultat	4 260	5 234		11 316	10 433		18 643	
Nettoomsättning	23 904	26 646		63 796	54 775		123 698	
= Bruttomarginal %	17,8%	19,6%		17,7%	19,0%		15,1%	
Soliditet								
Eget kapital	10 475	16 213		10 475	16 213		14 036	
Summa tillgångar	115 019	111 145		115 019	111 145		114 354	
= Soliditet %	9,1%	14,6%		9,1%	14,6%		12,3%	

Koncernen

	2022 (3 mån)	2021 (3 mån)	2022 (6 mån)	2021 (6 mån)	2021 (12 mån)
Resultaträkningar i sammandrag, TEUR	1 apr –30 jun	1 apr –30 jun	1 jan –30 jun	1 jan–30 jun	1 jan–31 dec
Nettoomsättning	23 904	26 646	63 796	54 775	123 698
Kostnad för sålda varor	-19 644	-21 412	-52 480	-44 342	-105 055
Bruttoresultat	4 260	5 234	11 316	10 433	18 643
Försäljningskostnader	-4 758	-4 849	-9 419	-9 502	-17 725
Administrationskostnader ⁽¹⁾	-1 647	-1 082	-3 681	-2 845	-5 962
Övriga rörelsekostnader	-7 492	-3 615	-12 266	-5 170	-9 728
Övriga rörelseintäkter	9 820	5 566	15 153	7 365	16 671
Rörelseresultat	183	535	1 104	281	1 899
Finansiella intäkter	-	18	-	36	24
Finansiella kostnader	-1 287	-1 445	-2 818	-2 135	-4 919
Finansnetto	-1 287	-1 428	-2 818	-2 099	-4 895
Resultat före skatt	-1 105	-893	-1 715	-1 817	-2 996
Skatt	-253	-402	-326	-882	-902
PERIODENS RESULTAT ⁽²⁾	-1 357	-1 295	-2 041	-2 699	-3 898
Resultat per aktie före utspädning, EUR	-0,01	-0,01	-0,02	-0,02	-0,03
Resultat per aktie efter utspädning, EUR	-0,01	-0,01	-0,02	-0,02	-0,03
Genomsnittligt antal aktier under perioden	120 592 332	120 592 332	120 592 332	120 592 332	120 592 332
Genomsnittligt antal aktier under perioden efter utspädning	124 687 332	124 687 332	124 687 332	124 687 332	124 687 332
Rapport över totalresultat, TEUR					
Periodens resultat	-1 357	-1 295	-2 041	-2 699	-3 898
Övrigt totalresultat, omräkningsdifferens	-1 496	-293	-1 520	741	-237
PERIODENS TOTALRESULTAT	-2 853	-1 588	-3 561	-1 958	-4 135

⁽¹⁾ Avskrivningar och amorteringar 1 januari – 30 juni 2022 uppgick till 1 282 (1 291).

⁽²⁾ Periodens resultat respektive totalresultat är i sin helhet hänförligt till moderföretagets aktieägare.

Rörelsesegment

H1 2022

	2022 (6 mån) 1 jan - 30 jun	2021 (6 mån) 1 jan - 30 jun	2021 (12 mån) 1 jan - 31 dec	2022 (6 mån) 1 jan - 30 jun	2021 (6 mån) 1 jan - 30 jun	2021 (12 mån) 1 jan - 31 dec	2022 (6 mån) 1 jan - 30 jun	2021 (6 mån) 1 jan - 30 jun	2021 (12 mån) 1 jan - 31 dec
Rörelsesegment, TEUR	Distribution			Egna varumärken & Övrigt			Totalt		
Nettoomsättning	41 803	28 478	71 831	21 993	26 297	51 867	63 796	54 775	123 698
Kostnad sålda varor	-32 722	-22 856	-57 397	-19 758	-21 486	-47 658	-52 480	-44 342	-105 055
Bruttoresultat	9 081	5 622	14 434	2 235	4 811	4 209	11 316	10 433	18 643
Bruttomarginal	21,7%	19,7%	20,1%	10,2%	18,3%	8,1%	17,7%	19,0%	15,1%
Distributionskostnader	-3 221	-3 277	-6 252	-6 197	-6 226	-11 473	-9 419	-9 502	-17 725
Administrationskostnader	-1 328	-1 976	-3 702	-2 352	-869	-2 260	-3 681	-2 845	-5 962
Övriga rörelsekostnader	-6 268	-567	-1 268	-5 998	-4 603	-8 460	-12 266	-5 170	-9 728
Övriga rörelseintäkter	3 612	1 018	1 894	11 541	6 346	14 777	15 153	7 365	16 671
EBIT	1 875	821	5 106	-772	-540	-3 207	1 103	281	1 899
Av- och nedskrivningar							1 282	596	2 399
EBITDA							2 385	877	4 298
Av- och nedskrivningar							-1 282	-596	-2 399
Finansiella intäkter							-	36	24
Finansiella kostnader							-2 818	-2 135	-4 919
Resultat före skatt							-1 715	-1 817	-2 996
Skatt							-326	-882	-902
Periodens resultat							-2 041	-2 699	-3 898

Q2 2022

	2022 (3 mån) 1 apr - 30 jun	2021 (3 mån) 1 apr - 30 jun	2022 (3 mån) 1 apr - 30 jun	2021 (3 mån) 1 apr - 30 jun	2022 (3 mån) 1 apr - 30 jun	2021 (3 mån) 1 apr - 30 jun
Operating Segment, KEUR	Distribution		Egna varumärken & Övrigt		Totalt	
Nettoomsättning	14 106	14 035	9 798	12 612	23 904	26 647
Kostnad sålda varor	-10 176	-11 438	-9 468	-9 974	-19 644	-21 412
Bruttoresultat	3 930	2 597	330	2 638	4 260	5 235
Bruttomarginal	27,9%	18,5%	3,4%	20,9%	17,8%	19,6%
Distributionskostnader	-1 534	-1 576	-3 223	-3 273	-4 758	-4 849
Administrationskostnader	-679	-1 482	-969	-320	-1 647	-1 802
Övriga rörelsekostnader	-4 093	181	-3 399	-3 796	-7 492	-3 615
Övriga rörelseintäkter	2 064	153	7 756	5 413	9 820	5 566
EBIT	-312	-127	495	662	182	535
Av- och nedskrivningar					721	695
EBITDA					903	1 230
Av- och nedskrivningar					-721	-695
Finansiella intäkter						18
Finansiella kostnader					-1 287	-1 445
Resultat före skatt					-1 105	-893
Skatt					-253	-402
Periodens resultat					-1 358	-1 295

Fördelning av nettoomsättning per rörelsesegment: Nettoomsättning avser försäljning av produkter

	2022 1 jan - 30 jun	%	2021 1 jan - 30 jun	%
Nettoomsättning per segment, TEUR				
Distribution	41 803	65,5%	28 478	52,0%
Egna varumärken	21 993	34,5%	26 297	48,0%
Totalt	63 796	100%	54 775	100%

Fördelning av nettoomsättning per produktkategori:

Av tabellerna nedan framgår nettoomsättning per produktkategori totalt och per rörelsesegment:

Nettoomsättning per produkt kategori, TEUR	2022		2021	
	1 jan - 30 jun	%	1 jan - 30 jun	%
Tillbehör	26 847	42%	28 864	52,7%
Audio	10 786	17%	9 441	17,2%
Health and Wellness	26 163	41%	16 470	30,1%
Totalt	63 796	100%	54 775	100%

Distribution nettoomsättning, TEUR	2022		2021	
	1 jan - 30 jun	%	1 jan - 30 jun	%
Tillbehör	20 625	49%	20 748	73%
Audio	5 229	13%	5 388	19%
Health and Wellness	15 949	38%	2 342	8%
Totalt	41 803	100%	28 478	100%

Nettoomsättning egna varumärken, TEUR	2022		2021	
	1 jan - 30 jun	%	1 jan - 30 jun	%
Tillbehör	6 222	28%	7 708	29%
Audio	5 557	25%	4 053	15%
Health and Wellness	10 214	46%	14 536	55%
Totalt	21 993	100%	26 297	100%

Nettoomsättning per produkt kategori, TEUR	2022		2021	
	1 apr - 30 jun	%	1 apr - 30 jun	%
Tillbehör	15 730	45%	11 494	52,7%
Audio	5 603	17%	5 411	17,2%
Health and Wellness	2 571	38%	9 741	30,1%
Totalt	23 904	100%	26 646	100%

Distribution nettoomsättning, TEUR	2022		2021	
	1 apr - 30 jun	%	1 apr - 30 jun	%
Tillbehör	10 657	55%	9 703	73%
Audio	2 589	13%	2 892	19%
Health and Wellness	860	32%	1 440	8%
Totalt	14 106	100%	14 035	100%

Nettoomsättning egna varumärken, TEUR	2022		2021	
	1 apr - 30 jun	%	1 apr - 30 jun	%
Tillbehör	5 073	26%	1 383	31%
Audio	3 014	25%	2 519	15%
Health and Wellness	1 711	49%	8 709	54%
Totalt	9 798	100%	12 611	100%

Försäljning fördelat per geografiskt område:

Geografisk marknad, TEUR	2022			2021		
	Totalt	Distribution	Egna varumärken	Totalt	Distribution	Egna varumärken
Västeuropa						
Danmark	50	5	45	1 557	27	1 530
Frankrike	4 935	4 513	422	6 015	6 003	6 127
Tyskland	25 277	22 219	2 973	4 594	3 656	938
Nederländerna	1 355	1 233	122	1 106	980	127
Schweiz	5 940	5 540	485	9 887	10 089	124
Österrike	105	60	45	317	298	20
Norge	248	186	62	201	194	7
Polen	979	913	65	802	820	15
Sverige	3 256	2 733	524	3 693	2 441	1 252
Storbritannien	5 226	1 651	3 575	3 294	2 210	1 084
Spanien	104	- 11	115	163	14	149
Nordamerika	9 955	33	9 922	13 105	4	13 101
Resten av världen	6 366	2 728	3 638	10 039	1 741	7 845
Totalt	63 796	41 803	21 993	54 775	28 478	26 297

Koncernen

Balansräkningar i sammandrag, TEUR	30 jun 2022	30 jun 2021	31 december 2021
TILLGÅNGAR			
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Goodwill	28 176	28 176	28 176
Övriga immateriella tillgångar	2 915	3 443	3 436
Materiella anläggningstillgångar	1 370	1 170	1 362
Övriga tillgångar	4 133	1 214	4 178
Uppskjutna skattefordringar	277	913	287
Summa anläggningstillgångar	36 871	34 916	37 439
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
Varulager	34 719	30 218	30 708
Skattefordringar	1 017	811	913
Kundfordringar	26 075	23 415	29 124
Övriga tillgångar	13 727	16 496	13 569
Likvida medel	2 610	5 289	2 601
Summa omsättningstillgångar	76 148	76 229	76 915
SUMMA TILLGÅNGAR	115 019	111 145	114 354
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Summa eget kapital	10 475	16 213	14 036
Långfristiga skulder:			
Skatteskulder	3	3	3
Övriga skulder	3 550	6 362	2 314
Räntebärande skulder	1 758	39 175	1 840
Uppskjutna skatteskulder	941	1 350	941
Summa långfristiga skulder	6 252	46 891	5 098
Kortfristiga skulder:			
Avsättningar	488	398	640
Räntebärande skulder	47 179	875	42 551
Leverantörsskulder och övriga skulder	21 503	22 667	28 998
Skatteskulder	4 356	6 031	4 339
Övriga skulder	24 765	18 070	18 691
Summa kortfristiga skulder	98 291	48 041	95 219
Summa skulder	104 543	94 932	100 317
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	115 019	111 145	114 354

Rapport över förändringar i eget kapital i sammandrag, TEUR

Eget kapital 31/12 2020	18 171
Periodens totalresultat 1/1 – 31/12 2021	-4 135
Eget kapital 31/12 2021	14 036
Periodens totalresultat 1/1 - 30/6 2022	-3 561
Eget kapital 30/6 2022	10 475

Koncernen

	2022 (3 mån) 1 apr-30 jun	2021 (3 mån) 1 apr-30 jun	2022 (6 mån) 1 jan-30 jun	2021 (6 mån) 1 jan-30 jun	2021 (12 mån) jan-31 dec
Kassaflödesanalyser i sammandrag, TEUR					
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN					
Resultat före skatt	-1 105	-893	-1 715	-1 817	-2 996
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet från den löpande verksamheten eller ej är kassaflödespåverkande	2 008	592	4 100	1 891	2 634
Betald skatt	-132	-12	-193	-441	-1 406
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital	771	-314	2 193	-368	-1 768
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital:					
Ökning (-)/minskning (+) av varulager	-1 775	-23	-4 011	-2 658	-3 148
Ökning (-)/minskning (+) av rörelsefordringar	-5 487	-14 356	1 287	-11 870	-15 930
Ökning (-)/minskning (+) av långfristiga fordringar	-44	42	55	561	-1 794
Ökning (+)/minskning (-) av övriga långfristiga skulder	1 200	197	1 255	-121	-79
Ökning (+)/minskning (-) av rörelseskulder	7 669	11 802	-896	10 222	16 546
Kassaflöde från den löpande verksamheten	2 333	-2 652	-118	-4 234	-6 173
INVESTERINGSVERKSAMHETEN					
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-227	-120	-278	-309	-980
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-353	-280	-481	-512	-1 142
Investeringar i dotterföretag	9	-102	9	-358	-671
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-571	-502	-751	-1 179	-2 793
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN					
Upptagande av räntebärande skulder	-20	6 366	4 901	6 258	10 443
Amortering av räntebärande skulder	-355	-322	-355	-156	-
Leasingskulder	-340	-340	-680	-680	-1 360
Räntekostnader	-1 457	-1 320	-2 988	-2 099	-4 895
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-2 172	4 385	878	3 323	4 188
Periodens kassaflöde	-410	1 231	9	-2 089	-4 778
Valutakursdifferenser likvida medel	-	-	-	-	-
Likvida medel vid periodens ingång	3 020	4 058	2 601	7 379	7 379
LIKVIDA MEDEL VID PERIODENS UTGÅNG	2 610	5 289	2 610	5 289	2 601

NOT 1 HÄNVISNINGAR

- Säsongs- och telefonlanserings variationer se sida 9.
- Upplysningar om rörelsesegment se sidor 14–16.
- Ytterligare information om redovisningsprinciper finns i årsredovisningen för 2021.
- För händelser efter periodens utgång, se sida 9.

NOT 2 REDOVISNINGSPRINCIPER

Fr.o.m räkenskapsåret 2017 används Euro (EUR) som valuta, som är också redovisningsvaluta för både moderföretaget och koncernen.

STRAX tillämpar International Financial Reporting Standards (IFRS) vid upprättande av koncernens finansiella rapporter och, med de begränsningar som föreligger på grund av svensk nationell lagstiftning, vid upprättande av moderföretagets finansiella rapporter.

Denna delårsrapport har för koncernen upprättats i enlighet med IAS 34 "Delårsrapportering", samt tillämpliga delar av årsredovisningslagen. Till den del delårsrapporten avser moderföretaget har denna upprättats i enlighet med årsredovisningslagens 9 kapitel.

Samma redovisningsprinciper har tillämpats som i årsredovisningen för 2021.

Redovisning och värdering av aktier och andelar

I moderföretaget redovisas aktier och andelar i dotterföretag och intresseföretag till anskaffningsvärde där verkligt värde på tidigare innehav i STRAX per förvärvstidpunkten utgör verkligt värde på denna delpost.

Definitions

Nyckeltal	Beräkning	Användning
Soliditet	Eget kapital i förhållande till totala tillgångar uttryckt som procent	Nyckeltalet speglar företagets finansiella ställning och långsiktiga betalningsförmåga och därigenom hantera perioder av svagare ekonomisk utveckling.
Eget kapital per aktie	Eget kapital i relation till totalt antal utestående aktier vid periodens utgång	Mäter utvecklingen av eget kapital i förhållande till antalet utestående aktier vid periodens utgång.
Antal aktier vid periodens utgång	Antalet utestående aktier vid angiven periods utgång justerad för fondemissioner, återköp av egna aktier mm	Beräkningsgrund för samtliga balansrelaterade nyckeltal som anges per aktie.
Jämförelsestörandeposter	Poster som stör jämförelsen genom att de inte återkommer med samma regelbundenhet som andra poster	Guidning för normaliserad EBITDA resultat.
Bruttoresultat	Försäljning minus kostnad sålda varor	Mäter hur väl priser till kunder i relation till kostnad sålda varor upprätthålls inklusive kostnader för lagerhantering och varuleveranser.
Bruttomarginal	Bruttoresultat i förhållande till försäljning uttryckt som procent	Effektivitetsmätt som används för operativ styrning samt resultatmål.
Rörelseresultat	Rörelsens intäkter minus rörelsens kostnader för angiven period före finansiella intäkter och kostnader samt skatt	Mäter de övergripande lönsamheten från den dagliga verksamheten, exklusive kostnader för avskrivningar och nedskrivningar.
EBITDA	Rörelseresultat plus av- och nedskrivningar	Mäter de övergripande lönsamheten från den dagliga verksamheten, exklusive kostnader för avskrivningar och nedskrivningar.

Koncernen

	2022	2021	2022	2021	2021
	(3 mån)	(3 mån)	(6 mån)	(6 mån)	(12 mån)
BRYGGA TILL EBITDA, TEUR	1 apr – 30 jun	1 apr – 30 jun	1 jan – 30 jun	1 jan – 30 jun	1 jan - 31 dec
EBITDA					
Rörelseresultat	182	535	1 103	281	1 899
+ av- och nedskrivningar	721	695	1 282	1 291	2 399
EBITDA	903	1 230	2 385	1 573	4 298

Moderföretaget

	2022 (3 mån) 1 apr -30 jun	2021 (3 mån) 1 apr- 30 jun	2022 (6 mån) 1 jan - 30 jun	2021 (6 mån) 1 jan -30 jun	2021 (12 mån) 1 jan -31 dec
Resultaträkningar i sammandrag, TEUR					
Nettoomsättning	186	388	491	618	1 147
Bruttoresultat	186	388	491	618	1 147
Administrationskostnader	-345	-364	-640	-667	-1 224
Rörelseresultat	-159	24	-149	-49	-77
Finansnetto	159	-24	149	49	77
Resultat efter finansiella poster	-	-	-	-	-
Aktuell skatt	-	-	-	-	-
PERIODENS RESULTAT	-	-	-	-	-
Rapport över totalresultat, TEUR					
Periodens resultat	-	-	-	-	-
Övrigt totalresultat	-	-	-	-	-
PERIODENS TOTALRESULTAT	-	-	-	-	-

Balansräkningar i sammandrag, TEUR	30 jun 2022	30 jun 2021	31 dec 2021
TILLGÅNGAR			
Materiella anläggningstillgångar	129	131	130
Finansiella anläggningstillgångar	75 745	75 693	75 755
Summa anläggningstillgångar	75 874	75 824	75 885
Kortfristiga fordringar	667	425	573
Kassa och bank	2 584	2 889	673
Summa omsättningstillgångar	3 251	3 314	1 246
SUMMA TILLGÅNGAR	79 125	79 138	77 131
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	63 076	63 706	63 076
Skulder till koncernföretag	16 049	16 062	14 055
Summa skulder	16 049	16 062	14 055
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	79 125	79 138	77 131

Rapport över förändringar i eget kapital i sammandrag, TEUR

Eget kapital 31/12 2020	63 076
Totalresultat 1/1 – 31/12 2021	-
Eget kapital 31/3 2021	63 076
Totalresultat 1/1 – 30/6 2022	-
Eget kapital 30/6 2022	63 076