



**Q3
2021**

STRAX

STRAX försäljning är stabil, medan marginalerna har satts under press med anledning av den påverkan Covid-19 har haft på branschen

- Koncernens försäljning för perioden 1 januari – 30 september 2021 uppgick till 81,8 (76,7) MEUR och bruttomarginalen uppgick till 16,2 (25,5) procent.
- Koncernens resultat för perioden 1 januari – 30 september 2021 uppgick till -1,3 (-0,9) MEUR, motsvarande -0,01 (-0,01) euro per aktie.
- EBITDA under perioden 1 januari – 30 september 2021 uppgick till 2,7 (4,9) MEUR.
- Eget kapital per den 30 september 2021 uppgick till 17,2 (17,5) MEUR motsvarande 0,14 (0,14) euro per aktie.
- STRAX dotterbolag Urbanista, det svenska livsstilsvarumärket inom audio, lanserade Urbanista Los Angeles, världens första självladdande, trådlösa hörlurar med aktiv brusreducering, som drivs av Powerfoyle™ solcellsmaterial. Med avancerad grön teknik omvandlar Los Angeles alla former av ljus, utomhus som inomhus, till energi för att leverera praktiskt taget oändlig speltid.
- STRAX lanserade en sportig serie true wireless-hörlurar under nya märket Dóttir. Varumärket är utvecklade tillsammans med CrossFit-mästarna Annie Thorisdottir och Katrin Davidsdottir. Den första produkten, Dóttir Freedom On-Grid in-ear hörlurar har redan tilldelats Red Dot Award för produktdesign 2021.

Väsentliga händelser efter periodens utgång

- STRAX lanserade varumärket grell, med den första produkten true wireless-hörlurar. Varumärket är utvecklade tillsammans med den världskända ljudingenjören och hörlursdesignern Axel Grel som har skapat hörlurar utvecklade för att producera ljud i världsklass i över tre decennier, framför allt på Sennheiser.
- Till följd av pressade marginaler under Q3 2021 uppnåddes inte ett av de särskilda villkor som gäller för det låneavtal som koncernen har med PCP. Efter periodens utgång har en acceptans, s.k. waiver, erhållits. Eftersom waiveren erhöles efter periodens utgång redovisas de hänförliga lånen som kortfristiga i balansräkningen per den 30 september 2021 i enlighet med IFRS.

– Vår försäljning har stått emot väl och sett en ökning med 6,7 % jämfört med samma period föregående år. Vi fortsätter dock att påverkas av Covid-19-pandemin som slagit mot branschen både på utbuds- och efterfrågesidan vilket påverkar vår vinstmarginal negativt. På den positiva sidan så har vi inte sett minskade marginaler på våra produkter. Vi förväntar oss också att dessa utmanande makrofaktorer börjar återgå till det normala under 2022.

Gudmundur Palmason, VD

VD HAR ORDET



Vår försäljning har stått emot väl och ökat med 6,7 % jämfört med samma period föregående år. Vi fortsätter dock att påverkas av Covid-19-pandemin som slagit mot branschen både på utbuds- och efterfrågesidan vilket påverkar vår vinstmarginal negativt. Störningar i globala försörjningskedjor leder till produktförseningar och ökade insatskostnader, vilket tillsammans med en global brist på smartphones resulterat i en ogynnsam försäljningsmix och lagerprofil. Det har i sin tur resulterat i en ökning på 2,4 MEUR i av- och nedskrivningar jämfört med 2020. Utöver påverkan branschutmaningarna haft på vårt resultat har vi dessutom drivit en förlustbringande e-handelsverksamhet inom egna varumärken, som efter neddragningar är nära break-even. På den positiva sidan så har vi inte sett minskade marginaler på våra produkter. Vi förväntar oss också att dessa utmanande makrofaktorer börjar återgå till det normala under 2022.

Resultat Q3

Försäljningen under tredje kvartalet uppgick till 27,0 MEUR (26,4), vilket motsvarar en ökning med 0,6 MEUR eller 2,0 % jämfört med föregående år, och 81,8 MEUR (76,7) för perioden januari till september, en ökning med 6,7 % jämfört med samma period föregående år. EBITDA minskade under kvartalet till 1,1 MEUR (3,5), en minskning med 67 % jämfört med samma period föregående år. Försäljningen av mobiltillbehör var 22,1 MEUR (21,1), vilket motsvarar en ökning med 4,9 % mot föregående år och försäljningen från produktkategorin Health & Wellness var 4,8 MEUR, vilket motsvarar 18,0 % av den totala försäljningen under kvartalet. Rullande tolv månadersförsäljningen ligger på 116,9 MEUR och EBITDA är 6,4 MEUR för de senaste tolv månaderna.

Hybrid affärsmodell – uppdelning av segment

STRAX driver en integrerad affärsmodell med egna varumärken inom mobiltillbehör, personligt ljud och hälsoprodukter parallellt med traditionell distribution. Dessa två separata och oberoende verksamheter kompletterar varandra samtidigt som de tillför en operativ komplexitet. Komplexiteten är både intern, vilket orsakar ineffektivitet och ökade kostnader, och extern, vilket gör det svårare för intressenter att förstå vilken typ av företag STRAX verkligen är och hur vi skapar värde eftersom vi ofta jämförs på konsoliderad basis gentemot två skilda verksamheter. Pandemin har påverkat varje affärsenhet väldigt olika, där våra egna varumärken har minskat i försäljning och vinst, har istället distributionsverksamheten kontinuerligt levererat stabila resultat.

En fullständig uppdelning av egna varumärken och distribution bör därför lösa gruppens komplexitet och göra varje företag mer flexibelt när det gäller att anpassa sig till sina respektive marknader, samtidigt som de tillåts att självständigt satsa på sina respektive tillväxtmöjligheter.

Separat listning av Distribution

Som nämnts ovan har vår europeiska distributionsverksamhet (Distribution) stått emot följderna av Covid-19-pandemin väl och dagligen försett partners med sina tjänster, utan avbrott. Verksamheten har långvariga relationer med en bred och diversifierad kundbas, från telekomoperatörer till konsumentelektronik och stora detaljhandlare, såväl som med företag över hela Europa.

Därför är STRAX erkänt som en av de ledande Europabaserade specialistdistributörerna av tekniska tillbehör, med en verksamhet som är väl positionerad att fortsätta växa genom nya produktkategorier och genom en tydlig förvärvsstrategi.

Styrelsen i STRAX har, som en del i sin strategiska översyn och i linje med beslutet 2019 att dela upp koncernen i två affärssegment, gett ledningen i uppdrag att utvärdera en uppdelning och börsnotering av segmentet Distribution, exklusive Brandvault, 'the online marketspecialist'. Vi ser att en börsnotering av vår distributionsverksamhet är ett naturligt steg i vår strategi, eftersom vi tror att de två affärssegmenten kommer att utvecklas bättre var för sig och få bättre förutsättningar att nå sin fulla potential. Uppdelningen skulle dessutom ge investerare fullständig insyn i varje verksamhetsresultat, vilket gör det möjligt att värdera verksamheterna var för sig snarare än som en konsoliderad verksamhet.

Återstående verksamhet - House of Brands

Efter en framgångsrikt genomförd uppdelning kommer STRAX att bli ett "House of Brands", ett företag som är specialiserad på att utveckla egna varumärken inom tekniska tillbehör och personliga ljudprodukter, både offline och online. Vi äger redan flera starka varumärken inom dessa produktkategorier, vart och ett med en unik positionering inom sitt respektive kundsegment, där vi är övertygade om att samtliga står inför hög tillväxt. Inom personligt ljud har vi Urbanista och de två nyligen lanserade digitala varumärkena Dottir och grell, och inom tekniska tillbehör har vi Clckr, Richmond & Finch och Planet Buddies.

Förlängda samhälls-nedstängningar har på de flesta av våra huvudmarknader haft stor inverkan på de egna varumärkenas resultat och vi har inte lyckats motverka minskningen av fysisk försäljning med onlineförsäljning. Den nuvarande produktportföljen och framtida planer för våra egna varumärken har aldrig varit mer robusta och vi har all anledning att tro att alla våra varumärken kommer att uppleva en stark tillväxt på medellång och lång sikt.

Detta innebär också avyttring av icke-kärnverksamheter, såsom licensierade varumärken och verksamheten inom Health & Wellness, där intäkterna kommer att användas för att utveckla existerande- och nya varumärken samt minska räntebärande skulder.

Hållbarhet

Trots den senaste tidens turbulens har vi aldrig tappat STRAX+ ur sikte, vårt initiativ som syftar till att bli mer miljömedvetet och hållbart som företag. Vi har fortsatt att sträva mot en Gold rating med EcoVadis, världens mest ansedda betyg för hållbarhet, genom en lång rad förbättringar i hela vår verksamhet. Vårt mål, att på medellång sikt erhålla Platinum-betyg, som endast 1 % av över 75 000 rankade företag har fått, ligger fast.

Jag tycker verkligen att STRAX har lyckats bra med att anpassa och hantera de extrema följderna som Covid-19-pandemin inneburit. Från att lansera en helt ny produktkategori inom hälsa och välmående till att bibehålla våra tidigare försäljningsnivåer. Från dag ett har vi prioriterat våra anställdas hälsa och säkerhet och i gengäld har hela teamet drivit på framåt i dessa utmanande tider. Jag är fortfarande väldigt stolt över att alla våra anställda visar sådan motståndskraft och positivitet och ser fram emot våra framtida framgångar.

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, Richmond & Finch, 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

Clckr 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 designar som reflekterar de senaste modetrenderna.



BARNPRODUKTER

Planet Buddies har skapat ett sortiment av tillbehör för barn, baserad 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 LYSSNINGSUPPLEVELSE

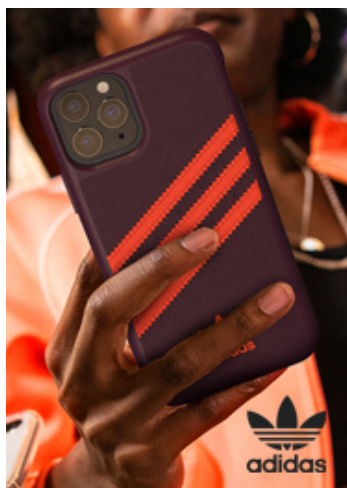
Designande för att göra avancerade ljudkvalitet mer tillgänglig och erbjuda en personlig lyssningsupplevelse till ett pris som återspeglar kostnader för ljudets kvalitet. Hörlurarna är framtagna av den ljudingenjören Axel Grell och har en unik kombination av avancerade tekniska komponenter, tysk design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

LICENSIERADE VARUMÄRKEN



FÖR AKTIV AVVÄNDNING PÅ GYMMET OCH UTMOMHUS

adidas Sports sätter en ny standard på den snabbväxande tekniktillbehörsmarknaden. 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.



MODERNT OCH ELEGANT SKYDD

bugattis varumärke strävar efter att återge den kulturella och kreativa mångfalden i Europa. bugattis handgjorda smartphoneskal är tillverkade i högkvalitativt, fullnarvigt läder och finns i olika färger som utstrålar elegans och hög hantverkskvalitet.



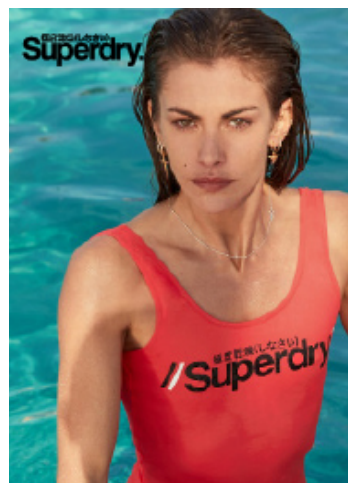
ELEGANTA MOBILFODRAL

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.



PREMIUM STREETWEAR OCH ACCESSOARER

TLF förvärvade licensen för WeSC 2020. WeSC designar, marknadsför och säljer kläder och accessoarer inom segmentet premium streetwear på den internationella marknaden under varumärket WeSC (We are the Superlative Conspiracy).



MODERNT OCH SPÄNNANDE MODEVARUMÄRKE

TLF förvärvade licensen för Superdry 2020. Superdry är ett spännande och modernt varumärke som fokuserar på produkter av hög kvalitet som blandar amerikansk vintagestil och japansk grafik. Produkterna kännetecknas av högklassiga material, autentiska vintagetvättar, unika dekorationer och världsledande grafik. Det är just denna särprägel som gör varumärket så exklusivt och uppskattas av många internationella kändisar.



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 SEPTEMBER 2021

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 SEPTEMBER 2021

KONCERNENS nettoomsättning för perioden 1 januari – 30 september 2021 uppgick till 81 754 (76 668). Bruttoresultatet uppgick till 13 208 (19 537), bruttomarginalen uppgick till 16,2 (25,5) procent. Rörelseresultatet uppgick till 856 (3 596).

Periodens resultat uppgick till -1 310 (-874). I resultatet ingick bruttoresultat med 13 208 (19 537), försäljningskostnader med -12 300 (-13 194), administrationskostnader med -3 820 (-3 840), övriga rörelsekostnader med -6 874 (-7 015), övriga rörelseintäkter med 10 641 (8 107), varav 2 900 (-) avser omvärdering av skulder hänförliga till tilläggsköpeskilling, finansnetto med -3 345 (-4 778) samt skatt med 1 179 (308).

Balansomslutningen per den 30 september 2021 uppgick till 109 884 (91 923), varav eget kapital utgjorde 17 178 (17 454), vilket motsvarar en soliditet på 15,6 (19,0) procent. Räntebärande skulder per den 30 september 2021 uppgick till 41 547 (24 791). Koncernens likvida medel uppgick till 1 876 (1 906).

Till följd av pressade marginaler under Q3 2021 uppnåddes inte ett av de särskilda villkor som gäller för det låneavtal som koncernen har med PCP. Efter periodens utgång har en acceptans, s.k. waiver, erhållits. Eftersom waivern erhöles efter periodens utgång redovisas de hänförliga lånen som kortfristiga i balansräkningen per den 30 september 2021 i enlighet med IFRS.

VÄSENTLIGA HÄNDELSE R UNDER PERIODEN

STRAX dotterbolag Urbanista, det svenska livsstilsvarumärket inom audio, lanserade Urbanista Los Angeles, världens första självladdande, trådlösa hörlurar med aktiv brusreducering, som drivs av Powerfoyle™ solcellsmaterial. Med avancerad grön teknik omvandlar Los Angeles alla former av ljus, utomhus som inomhus, till energi för att leverera praktiskt taget oändlig speltid.

STRAX lanserade en sportig serie true wireless-hörlurar under nya märket Dóttir. Varumärket är utvecklade tillsammans med CrossFit-mästarna Annie Thorisdóttir, och Katrin Davídsdóttir. Den första produkten, Dóttir Freedom On-Grid in-ear hörlurar har redan tilldelats Red Dot Award för produktdesign 2021.

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 1 562 (728). Därav uppgick investeringar i immateriella anläggningstillgångar till 416 (373), materiella anläggningstillgångar till 665 (186) och investeringar i finansiella anläggningstillgångar till 480 (169).

MODERFÖRETAGETS resultat för perioden uppgick till - (-). I resultatet ingick bruttoresultat från nettoomsättning med 840 (747), administrationskostnader med -930 (-729) och finansnetto med 90 (-18). Den 30 september 2021 uppgick balansomslutningen till 77 508 (76 400) varav eget kapital utgjorde 63 076 (63 076). Likvida medel uppgick till 1 266 (-).

VÄSENTLIGA HÄNDELSE R EFTER PERIODENS UTGÅNG

STRAX lanserade varumärket grell, en ny serie true-wireless hörlurar. Varumärket är utvecklade tillsammans med den världskända ljudingenjören och hörlursdesignern Axel Grell som har skapat hörlurar utvecklade för att producera ljud i världsklass i över tre decennier, framför allt på Sennheiser.

Till följd av pressade marginaler under Q3 2021 uppnåddes inte ett av de särskilda villkor som gäller för det låneavtal som koncernen har med PCP. Efter periodens utgång har en acceptans, s.k. waiver, erhållits. Eftersom waivern erhöles efter periodens utgång redovisas de hänförliga lånen som kortfristiga i balansräkningen per den 30 september 2021 i enlighet med IFRS.

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-handel – på såväl webbplatser med egna varumärken som marknadsplatser – i syfte att öka marginalerna, diversifiera vår traditionella detaljhandelskundbas och säkerställa vår 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, framförallt genom egna varumärken samt genom ökad lönsamhet.

Vi har genomfört förvärvet av Brandvault, specialist på onlinemarknaden, och byggt upp ett digitalt marknadsföringsteam in-house. Vi förväntar oss att vår onlineförsäljning kommer att få en stark tillväxt, från en relativt liten andel till 50 % av vår försäljning genom e-handel inom 2-3 år. 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 2021 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.

Trots att kategorin är i ett tidigt skede för STRAX genom bearbetning av befintliga- och nya kunder tror vi mycket på långsiktigheten i området eftersom vi bedömer att förändringen i beteende 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 Delta-varianten av Covid-19-viruset kan vi förvänta oss att dessa åtgärder kommer att gälla under hela 2021.

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
- Nedsärning av driftskostnaderna 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

Ytterligare information avseende risker och riskbedömning finns i Årsredovisningen för 2020.

KOMMANDE INFORMATIONSTILLFÄLLEN:

[24 februari 2022](#)
Bokslutskommuniké 2021

[april 2022](#)
Årsredovisning 2021

[25 maj 2022](#)
Delårsrapport 1 januari – 31 mars 2022

[25 maj 2022](#)
Årsstämma

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 november 2021

Bertil Villard
Ordförande

Anders Lönnqvist
Styrelseledamot

Gudmundur Palmason
Styrelseledamot/VD

Ingvi T. Tomasson
Styrelseledamot

Pia Anderberg
Styrelseledamot

REVISORNS GRANSKNINGSRAPPORT

STRAX AB (publ) 556539-7709

Inledning

Vi har utfört en översiktlig granskning av den finansiella delårsinformationen i sammandrag (delårsrapport) för STRAX AB (publ) per 30 september 2021 och den niomånadersperiod som slutade per detta datum. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta och presentera denna finansiella delårsinformation i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om denna delårsrapport grundad på vår översiktliga granskning.

Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med International Standard on Review Engagements ISRE 2410 Översiktlig granskning av finansiell delårsinformation utförd av företagets valda revisor. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för finansiella frågor och redovisningsfrågor, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt ISA och god revisionssed i övrigt har. De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

Slutsats

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att delårsrapporten inte, i allt väsentligt, är upprättad för koncernens del i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen samt för moderbolagets del i enlighet med årsredovisningslagen.

Stockholm, 25 november 2021

PricewaterhouseCoopers AB

Niklas Renström
Auktoriserad revisor

Koncernen

	2021	2020	2021	2020	2020
	(3 mån)	(3 mån)	(9 mån)	(9 mån)	(12 mån)
Nyckeltal	1 jul -30 sep	1 jul -30 sep	1 jan -30 sep	1 jan-30 sep	1 jan-31 dec
FINANSIELLA NYCKELTAL					
Försäljningstillväxt, %	2,0	-4,6	6,6	6,1	-0,7
Bruttomarginal, %	10,3	28,9	16,2	25,5	26,3
Eget kapital, MEUR	17,2	17,5	17,2	17,5	18,2
Soliditet, %	15,6	19,0	15,6	19,0	18,3
DATA PER AKTIE					
Eget kapital, EUR	0,14	0,14	0,14	0,14	0,15
Eget kapital, SEK	1,45	1,53	1,45	1,53	1,52
Resultat, EUR	0,01	0,02	-0,01	-0,01	0,01
Resultat, SEK	0,12	0,21	-0,11	-0,08	0,06
Resultat per aktie före utspädning, EUR	0,01	0,02	-0,01	-0,01	0,00
Resultat per aktie efter utspädning, EUR	0,01	0,02	-0,01	-0,01	0,00
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	231	228	231	221	224

Koncernen

	2021 (3 mån) 1 jul–30 sep	2020 (3 mån) 1 jul–30 sep	2021 (9 mån) 1 jan–30 sep	2020 (9 mån) 1 jan–30 sep	2020 (12 mån) 1 jan–31 dec
Resultaträkningar i sammandrag, TEUR					
Nettoomsättning	26 979	26 443	81 754	76 668	111 790
Kostnad för sålda varor	-24 204	-18 801	-68 546	-57 130	-83 272
Bruttoresultat	2 775	7 642	13 208	19 537	28 518
Försäljningskostnader	-2 798	-4 648	-12 300	-13 194	-17 817
Administrationskostnader ⁽¹⁾	-975	-1 368	-3 820	-3 840	-3 924
Övriga rörelsekostnader	-1 704	-2 101	-6 874	-7 015	-12 121
Övriga rörelseintäkter	3 277	3 536	10 641	8 107	12 117
Rörelseresultat	574	3 061	856	3 596	6 774
Finansiella intäkter	-12	57	24	1	-
Finansiella kostnader	-1 235	-790	-3 369	-4 779	-5 931
Finansnetto	-1 246	-734	-3 345	-4 778	-5 931
Resultat före skatt	-672	2 328	-2 489	-1 182	843
Skatt	2 061	-382	1 179	308	-174
PERIODENS RESULTAT ⁽²⁾	1 389	1 945	-1 310	-874	669
Resultat per aktie före utspädning, EUR	0,01	0,02	-0,01	-0,01	0,01
Resultat per aktie efter utspädning, EUR	0,01	0,02	-0,01	-0,01	0,01
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	1 389	1 945	-1 310	-874	669
Övrigt totalresultat, omräkningsdifferens	-424	-1 773	317	-1 773	-2 597
PERIODENS TOTALRESULTAT	965	172	-993	-2 646	-1 928

¹⁾ Avskrivningar och amorteringar 1 januari – 30 september 2021 uppgick till 1 847 (1 284).

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

Rörelsesegment

2021 – 9 månader

	2021 (9 mån) 1 jan - 30 sep	2020 (9 mån) 1 jan - 30 sep	2021 (9 mån) 1 jan - 30 sep	2020 (9 mån) 1 jan - 30 sep	2021 (9 mån) 1 jan - 30 sep	2020 (9 mån) 1 jan - 30 sep
	Distribution		Egna varumärken & Övrigt		Totalt	
Nettoomsättning	40 812	46 987	40 942	29 681	81 754	76 668
Kostnad sålda varor	-31 326	-34 255	-37 220	-22 875	-68 546	-57 130
Bruttoresultat	9 485	12 732	3 723	6 806	13 208	19 537
Bruttomarginal	23%	27%	9%	23%	16%	25%
Distributionskostnader	-4 220	-4 363	-8 080	-8 831	-12 300	-13 194
Administrationskostnader	-2 818	-287	-1 002	-3 553	-3 820	-3 840
Övriga rörelsekostnader	-617	-4 112	-6 257	-2 903	-6 874	-7 015
Övriga rörelseintäkter	1 008	1 155	9 633	6 953	10 641	8 107
EBIT	2 839	5 125	-1 983	-1 528	856	3 596

Q3 2021

	2021 (3 mån) 1 jul - 30 sep	2020 (3 mån) 1 jul - 30 sep	2021 (3 mån) 1 jul - 30 sep	2020 (3 mån) 1 jul - 30 sep	2021 (3 mån) 1 jul - 30 sep	2020 (3 mån) 1 jul - 30 sep
	Distribution		Egna varumärken & Övrigt		Totalt	
Nettoomsättning	14 920	16 376	12 060	10 067	26 979	26 443
Kostnad sålda varor	-11 360	-11 693	-12 845	-7 108	-24 204	-18 801
Bruttoresultat	3 560	4 683	-785	2 959	2 775	7 642
Bruttomarginal	24%	29%	-7%	29%	10%	29%
Distributionskostnader	-1 241	-1 506	-1 557	-3 142	-2 798	-4 648
Administrationskostnader	-1 009	-92	34	-1 276	-975	-1 368
Övriga rörelsekostnader	-221	-1 317	-1 483	-784	-1 704	-2 101
Övriga rörelseintäkter	158	397	3 119	3 140	3 277	3 537
EBIT	1 247	2 165	-673	897	574	3 062

Segmentrapporteringen har ändrats under 2021 och siffrorna för 2020 har räknats om för jämförbarhet. Ändringen består i att segmenten "Egna varumärken" och "Övrigt" har slagits samman och i tillägg har BrandVault (Online marknadsplatser) flyttats från "Distribution" till "Egna varumärken & Övrigt".

Koncernen

Balansräkningar i sammandrag, TEUR	30 september 2021	30 september 2020	31 december 2020
TILLGÅNGAR			
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Goodwill	28 176	28 175	28 176
Övriga immateriella tillgångar	3 199	3 394	4 021
Materiella anläggningstillgångar	1 120	887	1 063
Övriga tillgångar	2 096	1 317	1 655
Uppskjutna skattefordringar	910	23	1 016
Summa anläggningstillgångar	35 500	33 796	35 931
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
Varulager	26 530	25 476	27 560
Skattefordringar	1 230	1 281	1 058
Kundfordringar	22 718	17 904	19 149
Övriga tillgångar	22 030	11 560	8 021
Likvida medel	1 876	1 906	7 379
Summa omsättningstillgångar	74 384	58 127	63 168
SUMMA TILLGÅNGAR	109 884	91 923	99 099
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Summa eget kapital	17 178	17 454	18 171
Långfristiga skulder:			
Skatteskulder	3	1 903	3
Övriga skulder	4 616	8 509	8 662
Räntebärande skulder	1 800	6 000	32 918
Uppskjutna skatteskulder	1 350	629	1 350
Summa långfristiga skulder	7 768	17 041	42 934
Kortfristiga skulder:			
Avsättningar	567	943	654
Räntebärande skulder	39 747	18 791	1 031
Leverantörsskulder och övriga skulder	26 609	17 558	15 801
Skatteskulder	3 124	3 562	6 050
Övriga skulder	14 891	16 574	14 457
Summa kortfristiga skulder	84 938	57 428	37 993
Summa skulder	92 707	74 469	80 928
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	109 884	91 923	99 099

Rapport över förändringar i eget kapital i sammandrag, TEUR

Eget kapital 31/12 2019	20 100
Periodens totalresultat 1/1 – 31/12 2020	-1 929
Eget kapital 31/12 2020	18 171
Periodens totalresultat 1/1 – 30/9 2021	-993
Eget kapital 30/9 2021	17 178

Koncernen

	2021 (3 mån) 1 jul–30 sep	2020 (3 mån) 1 jul–30 sep	2021 (9 mån) 1 jan–30 sep	2020 (9 mån) 1 jan–30 sep	2020 (12 mån) 1 jan–31 dec
Kassaflödesanalyser i sammandrag, TEUR					
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN					
Resultat före skatt	-672	2 327	-2 489	-1 182	842
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet från den löpande verksamheten eller ej är kassaflödespåverkande	1 873	-1 227	3 763	4 378	7 687
Betald skatt	-693	-795	-1 135	-289	-429
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital	507	305	139	2 907	8 101
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital:					
Ökning (-)/minskning (+) av varulager	3 688	-3 178	1 030	-8 045	-10 130
Ökning (-)/minskning (+) av rörelsefordringar	-2 369	7 405	-14 239	13 892	14 468
Ökning (-)/minskning (+) av långfristiga fordringar	-4 192	-665	-3 631	-380	-1 740
Ökning (+)/minskning (-) av övriga långfristiga skulder	-1 817	-1 155	-2 618	-2 184	-2 258
Ökning (+)/minskning (-) av rörelseskulder	903	-4 586	11 125	-8 611	-11 752
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-3 280	-1 875	-8 193	-2 421	-3 311
INVESTERINGSVERKSAMHETEN					
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-108	-	-416	-373	-1 761
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-153	-182	-665	-186	-359
Investeringar i dotterföretag	-122	-36	-480	-169	-326
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-383	-218	-1 562	-728	-2 447
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN					
Upptagande av räntebärande skulder	13	6 331	6 271	6 668	34 000
Amortering av räntebärande skulder	1 483	-2 080	1 327	-3 580	-21 313
Räntekostnader	-1 246	-482	-3 345	-1 678	-3 195
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	250	3 770	4 253	1 411	9 492
Periodens kassaflöde	-3 413	1 677	-5 503	-1 739	3 734
Likvida medel vid periodens ingång	5 288	229	7 379	3 645	3 645
LIKVIDA MEDEL VID PERIODENS UTGÅNG	1 876	1 906	1 876	1 906	7 379

NOT 1 HÄNVISNINGAR

- Säsongs- och telefonlanserings variationer se sida 9.
- Upplysningar om rörelsesegment se sida 15.
- Ytterligare information om redovisningsprinciper finns i årsredovisningen för 2020.
- 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 2020.

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

	2021	2020	2021	2020	2020
	(3 mån)	(3 mån)	(9 mån)	(9 mån)	(12 mån)
BRYGGA TILL EBITDA, TEUR	1 jul – 30 sep	1 jul – 30 sep	1 jan – 30 sep	1 jan – 30 sep	1 jan - 31 dec
EBITDA					
Rörelseresultat	574	3 060	856	3 596	6 774
+ av- och nedskrivningar	556	401	1 847	1 284	1 756
EBITDA	1 131	3 461	2 703	4 880	8 530

Moderföretaget

	2021 (3 mån) 1 jul- 30 sep	2020 (3 mån) 1 jul- 30 sep	2021 (9 mån) 1 jan- 30 sep	2020 (9 mån) 1 jan-30 sep	2020 (12 mån) 1 jan-31 dec
Resultaträkningar i sammandrag, TEUR					
Nettoomsättning	222	190	840	747	1 036
Bruttoresultat	222	190	840	747	1 036
Administrationskostnader	-263	-183	-930	-729	-976
Rörelseresultat	-41	7	-90	18	60
Finansnetto	41	-6	90	-18	-60
Resultat efter finansiella poster	-	1	-	-	-
Aktuell skatt	-	-	-	-	-
PERIODENS RESULTAT	-	1	-	-	-
Rapport över totalresultat, TEUR					
Periodens resultat	-	1	-	-	-
Övrigt totalresultat	-	-	-	-	-
PERIODENS TOTALRESULTAT	-	1	-	-	-

Balansräkningar i sammandrag, TEUR	30 sep 2021	30 sep 2020	31 dec 2020
TILLGÅNGAR			
Materiella anläggningstillgångar	130	133	132
Finansiella anläggningstillgångar	75 693	75 693	75 693
Summa anläggningstillgångar	75 823	75 826	75 825
Aktier och innehav för försäljning	7	-	-
Kortfristiga fordringar	412	574	495
Kassa och bank	1 266	-	3 976
Summa omsättningstillgångar	1 685	574	4 471
SUMMA TILLGÅNGAR	77 508	76 400	80 296
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	63 076	63 076	63 076
Skulder till koncernföretag	14 432	13 324	17 220
Summa skulder	14 432	13 324	17 220
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	77 508	76 400	80 296

Rapport över förändringar i eget kapital i sammandrag, TEUR

Eget kapital 31/12 2019	63 076
Totalresultat 1/1 – 31/12 2020	-
Eget kapital 31/12 2020	63 076
Totalresultat 1/1 – 30/9 2021	-
Eget Kapital 30/9 2021	63 076