

STRAX

PRESSMEDDELANDE
2019-11-28

STRAX: NY FÖRENKLAD STRUKTUR FÖR FÖRBÄTTRAD ÖVERSIKT AV VERKSAMHETEN OCH MAXIMERAT VÄRDE

STRAX styrelse har beslutat att dela upp verksamheten i två delar – egna varumärken och distribution. Båda delarna kommer att fortsätta att vara helägda av STRAX. Förändringen ger en förbättrad bild av värdet av respektive del av koncernens verksamhet och förväntas även ge en mer effektiv kostnadsstruktur när den är införd.

Ingen förändring uppstår på konsoliderad koncernnivå, men en uppdelad resultaträkning baserad på de första nio månaderna 2019 ser enligt följande:

MEUR	Distribution*	Egna varumärken	Övrigt	Totalt
Nettoomsättning	53,5	18,7	-	72,3
Bruttomarginal	14,2	7,1	-0,1	21,2
Bruttomarginal %	26,5	38,1	0,0	29,4
EBITDA	4,4	1,4	-0,6	5,2

* Inkluderar retail och online distribution

Från och med 1 januari 2020 kommer rapporteringen för segment att ändras och fyra segment rapporteras: Distribution - retail, Distribution – online, Egna varumärken och Övrigt.

”Uppdelningen på egna varumärken och distribution är viktigt från ett operativt perspektiv då vi får ökad transparens för varje del samtidigt som det erbjuder en bättre översikt av värden och utveckling av verksamheten inom STRAX-koncernen. Vi äger idag en av de ledande europeiska specialistdistributörerna för tillbehör till mobila enheter, snabbväxande Brandvault för online marknadsplatser samt etablerade varumärken som Urbanista och nya varumärken som Clckr, som samtliga som utvecklas väl. Min tro är att vi har påverkats negativt från ett värderingsperspektiv på grund av att marknaden inte riktigt har förstått vår sammanlagda affärsmodell. I tillägg så har vi inte kunnat utveckla den fulla potentialen av vår europeiska distributionsplattform eftersom denna har varit en integrerad del i vår sammanlagda affärsmodell och därigenom påverkat våra genomsnittliga bruttomarginaler. Genom uppdelningen kommer vi att kunna optimera vår värdering genom en klar separation av de två kompletterande delarna av vår verksamhet och vi förväntar oss att detta skall uppfattas som positivt av våra aktieägare och marknaden” säger Gudmundur Palmason, VD, STRAX AB.

För ytterligare information, kontakta Gudmundur Palmason, VD, STRAX AB,
tel. +46 8 545 01750

Om STRAX

STRAX är en marknadsledande global specialist inom mobila tillbehör. STRAX utvecklar och driver varumärken genom en "omni-channel strategi". Strax har två kompletterande verksamheter – egna varumärken och distribution (retail och online marknadsplatser) – där livsstils audio varumärket Urbanista är flaggskeppet tillsammans med de licensierade varumärkena inom adidas. Genom plattformen för retaildistribution i Europa representerar STRAX 40 ledande varumärken inom mobila tillbehör, medan Brandvault genom online marknadsplatser primärt representerar de egna varumärkena och nyetablerade varumärken inom STRAX gruppen. Försäljningen sker i alla nyckel-försäljningskanaler som telekomoperatörer, konsumentelektronik, lifestyle retailers och direkt till konsument online. STRAX grundades 1995 i Miami och Hongkong och har sedan dess vuxit världen över. I dag har STRAX cirka 200 anställda i 12 länder, med operativt huvudkontor och logistik- och distributionscenter i Tyskland. STRAX är noterat på Nasdaq Stockholm.