PRESSMEDDELANDE
2019-11-28

STRAX: DELÅRSRAPPORT NR 3 FÖR RÄKENSKAPSÅRET 2019

STRAX levererar 17 procent försäljningstillväxt under det tredje kvartalet 2019 och 18 procent tillväxt under de första nio månaderna för jämförbara enheter, med en betydande förbättrad lönsamhet

- Koncernens försäljning för perioden 1 januari – 30 september 2019 uppgick till 72,3 (69,5) MEUR, motsvarande en ökning med 4 procent, bruttomarginalen uppgick till 24,1 (28,6) procent.

- Koncernens resultat för perioden 1 januari – 30 september 2019 uppgick till -2,5 (-1,1) MEUR motsvarande -0,02 (-0,01) euro per aktie. Resultatet för perioden påverkades negativt med 3,3 MEUR relaterat till nedgång av värdet på aktierna i Zagg.

- Eget kapital per den 30 september 2019 uppgick till 18,8 (19,8) MEUR motsvarande 0,16 (0,17) euro per aktie.

- EBITDA under perioden 1 januari – 30 september 2019 uppgick till 5,1 (3,6) MEUR.

- Rörelsekostnaderna exklusive avskrivningar minskade med 6,7 MEUR under 2019 som ett resultat av de kostnadsbesparingar som initierade under 2018, motsvarande 27 procent, och följer planen med kostnadsbesparingar om 8-9 MEUR under 2019.

- Urbanista uppvisade en accelererad tillväxttakt under de första nio månaderna 2019 och uppnådde en 20 procentig marknadsandel i segmentet ”true wireless” i Sverige i juli 2019. Under hösten 2019 lanserade Urbanista fyra nya modeller inom ”true wireless” och är på väg mot ytterligare ett rekord år.

- Styrelsen har beslutat att dela upp verksamheten i två delar – egna varumärken och distribution. Båda delarna kommer att fortsätta vara helt ägda av STRAX. Förändringen ger en förtydligad bild av värdet av respektive del av den verksamheten som bedrivs och förväntas även ge en mer effektiv kostnadsstruktur när den är fullt genomförd. Ändringen kommer att genomföras per den 1 januari 2020. (Se separat pressmeddelande).

”Utvecklingen under det tredje kvartalet var stark och jag är stolt över hela teamet på STRAX för deras beslutsamhet och fasta tro på de förändringar som vi har genomfört under de senaste tolv månaderna. Under det tredje kvartalet uppnådde vi en försäljningstillväxt med 17 procent jämfört med samma period föregående år och 4 procent under de första nio månaderna, vilket dock motsvarar 18 procent för jämförbara enheter om försäljningen av Gear4 beaktas”.

Gudmundur Palmason, VD

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

Denna information är sådan som Strax AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 28 november 2019 kl. 08:55 CET.

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.