

# STRAX

**PRESSMEDDELANDE**  
**2020-05-26**

## **STRAX: DELÅRSRAPPORT NR 1 FÖR RÄKENSKAPSÅRET 2020**

### **Covid-19-pandemin påverkade STRAX verksamhet i begränsad omfattning under första kvartalet – försäljningen i nivå med samma period 2019**

Koncernens försäljning för perioden 1 januari – 31 mars 2020 uppgick till 22,2 (22,6) MEUR, och bruttomarginalen uppgick till 26,7 (26,3) procent.

Koncernens resultat för perioden 1 januari – 31 mars 2020 uppgick till -2 (0,2) MEUR, motsvarande -0,02 (0,00) euro per aktie. Resultatet för perioden påverkades negativt med 2,8 (-0,3) MEUR relaterat till nedgång av värdet på aktierna i Zagg, vilket innebär att periodens resultat är i linje med föregående år när vi beaktar påverkan av aktierna i Zagg.

EBITDA under perioden 1 januari – 31 mars 2020 uppgick till 0,3 (1,4) MEUR.

Eget kapital per den 31 mars 2020 uppgick till 18,2 (21,7) MEUR motsvarande 0,15 (0,18) euro per aktie.

STRAX satsningar inom e-handel fortsätter enligt plan och uppvisade tillväxt både i värde och andel av koncernens försäljning.

STRAX utökade sortimentet med personlig skyddsutrustning (PPE). Leveranserna påbörjades i april och STRAX är idag en pålitlig leverantör av personlig skyddsutrustning. Beställare är befintliga kunder inom telekom- och hemelektronikbranschen, företagskunder samt hälso- och sjukvård och internationella myndigheter.

Efter periodens utgång lanserade Urbanista en Bluetooth högtalare i begränsad upplaga i samarbetet med H&M Home.

Covid-19 pandemin har satt press på STRAX kärnverksamhet inom mobila tillbehör som ett resultat av att många återförsäljare tvingats att stänga sina butiker. Med anledning av detta har vi minskat våra operativa kostnader genom många åtgärder, inklusive olika statligt finansierade åtgärdsprogram, ökat upp satsningarna på e-handel samt initierat verksamhet inom PPE kategorin.

Med start från mitten av maj har många av de striktaste nedstängningarna lättats i våra nyckelmarknader och vi förväntar oss att försäljningen successivt kommer att öka igen på dessa marknader.

”Första kvartalet började bra för STRAX och coronavirusutbrottet i Kina innebar inga störningar i vår leveranskedja under årets två första månader. Det var först i mitten av mars som vi började känna av pandemins negativa följdverkningar, då strikta regler om social distansering infördes på våra kärnmarknader och många butiker tvingades stänga. Trots detta fortsatte vår onlineförsäljning fungera bra under hela kvartalet, både via e-marknadsplatser och de olika varumärkenas egna webbplatser. STRAX medarbetare har lyckats hålla modet uppe väl i den osäkra situation som uppstått på grund av covid-19-pandemin”.

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 26 maj 2020 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 fokuserar på internetbaserade marknadsplatser globalt. 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.