

STRAX

PRESSMEDDELANDE
2020-08-27

STRAX: DELÅRSRAPPORT NR 2 FÖR RÄKENSKAPSÅRET 2020

STRAX redovisar ett starkt kvartal med tillväxt av e-handeln och lansering av den nya produktkategorin hälsa och välmående

- Koncernens försäljning för perioden 1 januari – 30 juni 2020 uppgick till 50,2 (44,6) MEUR, och bruttomarginalen uppgick till 23,7 (24,6) procent.
- Koncernens resultat för perioden 1 januari – 30 juni 2020 uppgick till -2,8 (-3,2) MEUR, motsvarande -0,02 (-0,02) euro per aktie. Resultatet för perioden påverkades negativt med 2,8 (1,8) MEUR relaterat till nedgång av värdet på aktierna i Zagg.
- EBITDA under perioden 1 januari – 30 juni 2020 uppgick till 1,4 (2,1) MEUR.
- Eget kapital per den 30 juni 2020 uppgick till 17,3 (18,3) MEUR motsvarande 0,15 (0,17) euro per aktie.
- STRAX etablerade sig på området för hälsa och välmående genom att erbjuda produkter som ansiktsmasker, handskar och desinfektion till befintliga och nya kunder, inklusive avdelningar inom FN samt sjukhus under Q2 2020.
- STRAX har lanserat ett nytt varumärke, Planet Buddies, som erbjuder ett sortiment av hörlurar, högtalare och hållare för barn baserade på en variation av färgstarka karaktärer av utrotningshotade arter.
- STRAX varumärke Urbanista lanserade en Bluetooth högtalare i begränsad upplaga i samarbetet med H&M Home.
- STRAX förlängde sitt avtal med mobilcom-debitel med ytterligare fyra år. STRAX kommer att förse deras 550 butiker samt onlineförsäljning med ett brett sortiment av mobila tillbehör. STRAX kommer också att fortsätta att stödja utvecklingen och tillverkningen av mobilcom-debitels eget varumärke freenet.
- STRAX har tecknat ett exklusivt distributionsavtal med Aetheris för att maximera försäljningen av deras populära andningsmask Airpop. Distributionsavtalet gäller globalt och i fem år. Airpop kommer att marknadsföras av STRAX under tredje kvartalet 2020.

Väsentliga händelser efter periodens utgång

- STRAX tecknade ett låneavtal på totalt 30 MEUR med Proventus Capital Partners.

”STRAX presterade mycket bra under det andra kvartalet – en period med extrema marknadsförhållanden där en stor del av våra kunder inom den traditionella detaljhandeln stängde igen sina fysiska butiker och där i stort allt som var online utvecklades exponentiellt. Vi lanserade en helt ny produktkategori – hälsa och välmående – och ökade våra investeringar inom e-handelssegmentet, där vi hittills i år haft en 200-procentig tillväxt. Hela STRAX-organisationen ska ha mycket beröm för att ha visat prov på uthållighet och flexibilitet i samband med utbrottet 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 27 augusti 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.