



**STRAX**



**Q1  
2021**

---

**STRAX**

## STRAX redovisar stark tillväxt trots fortsatta nedstängningar på grund av Covid-19

- Koncernens försäljning för perioden 1 januari – 31 mars 2021 uppgick till 28,1 (22,2) MEUR, och bruttomarginalen uppgick till 18,5 (26,7) procent.
- Koncernens resultat för perioden 1 januari – 31 mars 2021 uppgick till -1,4 (-2) MEUR, motsvarande -0,01 (-0,02) euro per aktie.
- EBITDA under perioden 1 januari – 31 mars 2021 uppgick till 0,3 (0,3) MEUR.
- Eget kapital per den 31 mars 2021 uppgick till 17,8 (18,2) MEUR motsvarande 0,15 (0,15) euro per aktie.
- Ett bud för samtliga utestående ZAGG aktier godkändes den 18 februari 2021. Budet var på dåvarande aktiekurs-nivå och har därmed ingen påverkan på resultatet men bidrar med cirka MEUR 2,5 i likvida medel, med en potentiell uppsida av 0,25 USD per aktie om vissa villkor är uppfyllda motsvarande 159,4 TUSD.

### Väsentliga händelser efter periodens utgång

- 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.

– Vår starka försäljningstillväxt under första kvartalet drevs av produktkategorin personlig skyddsutrustning men vi hade en positiv utveckling även inom kategorin tillbehör och ljudprodukter i jämförelse med år 2020. Alla våra marknader påverkades i någon form av nedstängningar eller sociala restriktioner på grund av covid-19-pandemin under perioden, vilket påverkade försäljningen till våra kunder inom traditionella verksamheter negativt.

Gudmundur Palmason, VD

# VI SKAPAR, INNOVERAR, INSPIRERAR OCH LEVERERAR

STRAX är en marknadsledande global specialist inom tillbehör för en mobil livsstil. Vår varumärkesportfölj för mobila tillbehör riktar sig mot en bred försäljningskanal och olika kundgrupper och omfattar alla större produktkategorier: Protection, Power, Personal Audio och Connectivity. Som ett svar på den pågående pandemin har vi utökat vår verksamhet med ett nytt produktsegment: personlig skyddsutrustning, där vi inledningsvis fokuserar på personlig skyddsutrustning som ansiktsmasker, handskar och desinfektionsmedel. Hemligheten bakom våra framgångar är ett starkt distributionsnät – både offline och online – och marknadens bästa kundservice.

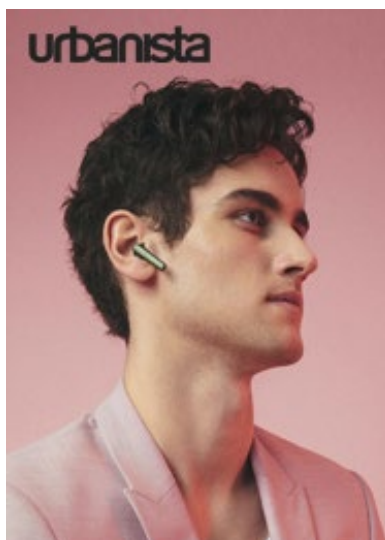
Vi utvecklar och marknadsför varumärken genom en "omni-channel strategi" och har två kompletterande verksamheter: Egna varumärken – Urbanista, Clckr, Richmond & Finch, Planet Buddies, xqisit, AVO+ och licensierade varumärken som adidas, Bugatti, Diesel, Superdry och WeSC – samt Distribution (traditionell butiksförsäljning, företags- och nätmarknadsplatser). Förutom egna och licensierade varumärken distribuerar STRAX mer än 40 större varumärken för mobiltillbehör samt ett flertal varumärken för personlig skyddsutrustning. Försäljningen sker i alla nyckelförsäljningskanaler som telekomoperatörer, konsumentelektronik, lifestyle retailers och direkt till konsument online.

STRAX grundades i Miami och Hongkong 1995 och har sedan dess vuxit världen över. I dag har STRAX cirka 200 anställda i 13 länder, med operativt huvudkontor och logistik- och distributionscenter i Tyskland. STRAX är noterat 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.

## 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.



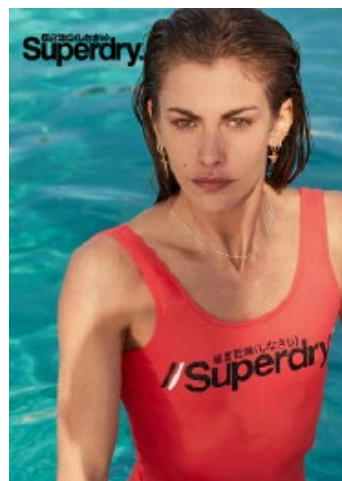
### ELEGANTA MOBILFODRAL

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). WeSCs aktie handlas på Nasdaq First North Growth Market och bolagets Certified Adviser är G&W Fondkommission.



### 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 SKYDDSUSTRUSTNING



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 ljusst och fräscht samtidigt enkelt att förstå.

## VD HAR ORDET

– Vår starka försäljningstillväxt under första kvartalet drevs av produktkategorin personlig skyddsutrustning men vi hade en positiv utveckling även inom kategorin tillbehör och ljudprodukter i jämförelse med år 2020. Alla våra marknader påverkades i någon form av nedstängningar eller sociala restriktioner på grund av covid-19-pandemin under perioden, vilket påverkade försäljningen till våra kunder inom traditionella verksamheter negativt. Trots detta kunde marknader som t.ex. Frankrike och Schweiz redovisa utmärkta resultat medan Tyskland och Storbritannien fortsatte att brottas med stora utmaningar. Hela STRAX-teamet har fullt fokus på att rida ut stormen och är övertygade om att vi har goda förutsättningar att kunna prestera ökade tillväxttal under andra halvan av 2021 och fortsättningsvis.

Försäljningen under första kvartalet uppgick till 28,1 (22,2) MEUR, vilket motsvarar en ökning på 5,9 MEUR eller 26,6% jämfört med samma period föregående år. EBITDA under kvartalet ökade till 0,34 MEUR (0,28), en ökning med 28,2% jämfört med samma period föregående år. Försäljningen av mobiltillbehör uppgick till 21,4 MEUR (22,2), vilket motsvarar en minskning med 3,5% jämfört med samma period föregående år och försäljningen av personlig skyddsutrustning uppgick till 6,7 MEUR, motsvarande 23,8% av kvartalets totala försäljning. Försäljning för rullande 12 månader uppgick till 117,7 MEUR och EBITDA-resultatet för rullande 12 månader uppgick till 8,6 MEUR.

Koncernen redovisar ett stabilt resultat under kvartalet trots de utmanande förhållandena för traditionella butiker och återförsäljare av mobiltillbehör och ljudprodukter. Vi fortsatte att öka vår kapacitet inom kategorin personlig skyddsutrustning och vår globala leveranskapacitet. Vi förväntar oss att denna utveckling – tillsammans med den positiva försäljningstrenden för våra viktigaste tillbehör och ljudprodukter – kommer att fortsätta in i förutsägbar framtid. På grund av vårt nuvarande produktutbud inom personlig skyddsutrustning och sammansättningen av vår kundbas inom detta affärsområde är vår bruttomarginal lägre än inom vår traditionella tillbehörsverksamhet vilket innebär lägre genomsnittlig sammanlagd bruttomarginal för STRAX-koncernen. För att åtgärda detta undersöker vårt personlig skyddstrustning-team hela tiden nya möjligheter att vidareutveckla AVO+, samtidigt som vi söker nya varumärken för distribution till vår stora och breda kundbas. Båda dessa åtgärder kommer att förbättra våra sammanlagda marginaler inom detta segment.

Vi ser en liknande utveckling inom våra onlineförsäljnings-aktiviteter – stark tillväxt samtidigt som våra marginaler är nedpressade – med den viktiga skillnaden att effekten här är mer kortsiktig. Vi förväntar oss att så småningom uppnå en tillväxt med motsvarande marginaler som vi har på våra traditionella B2B-marknader. Även om vi haft en tämligen brant inlärningskurva inom e-handel och gjort några felsatsningar längs vägen, tror jag att vi nu har fått rätt mix av egna och externa resurser för att kunna få till stånd en skalbar och lönsam tillväxt för våra egna varumärken inom alla kanaler för onlineförsäljning.

Vår övergripande strategi för värdeskapande när det gäller egna varumärken och distributionskapacitet är oförändrad. Alla våra egna varumärken fortsätter att förbättra sina produktutbud och sin marknadsföringskapacitet och står redo att utnyttja de möjligheter som kommer att uppstå efter pandemin. Vi ser redan nu tecken på en uppgång i försäljningen av Urbanista, Richmond & Finch och Planet Buddies, och vi förväntar oss att kunna redovisa en stark tillväxt jämfört med föregående året för hela vår varumärkesportfölj under 2021. Vi utvecklar dessutom två unika digitala ljudvarumärken som kommer att lanseras nu under Q2.

För att skydda STRAX under pandemin har vi vidtagit ett antal kostnadsbesparande åtgärder som berör hela företaget sedan 2020 och vi har kunnat dra fördel av de statliga stödprogram som funnits tillgängliga för oss. Vår plan är att även i fortsättningen hålla nere rörelsekostnaderna tills vi kan se att efterfrågan på tillbehör och ljudprodukter i den traditionella detaljhandeln återgår till samma nivåer som före pandemin, något som vi förväntar oss ska inträffa inom 3–6 månader.

Fortfarande förekommer det nedstängningar på flera av våra huvudmarknader. Men tack vare de lyckade vaccineringsinsatserna mot covid-19 i Europa och Nordamerika förväntar vi oss att situationen steg för steg kommer att förbättras och att vi sannolikt kommer att se en full återhämtning på marknaderna för tillbehör och ljudprodukter i slutet av Q2. Dessutom har vi genom vår nya produktkategori personlig skyddsutrustning försatt oss i en mycket bättre position att ta oss igenom denna tid av osäkerhet. Trots de pågående marknadsstörningarna på grund av covid-19 förväntar vi oss fortfarande en måttlig tillväxt under första halvåret 2021 och en snabbare tillväxt under andra halvåret då alla våra traditionella produktkategorier bör ha återgått till sina normala nivåer med undantag för personlig skyddsutrustning som förväntas minska.

Sist men inte minst vill jag återigen understryka att jag är övertygad om att STRAX idag är ett starkare bolag som på ett framgångsrikt sätt har lyckats ta sig igenom covid-19-pandemin. Jag känner mig stolt över hela STRAX-teamet som har visat en sådan flexibilitet och ett sådant tålamod i dessa utmanande tider.

## STYRELSEN OCH VERKSTÄLLANDE DIREKTÖREN FÖR STRAX AB AVGER HÄRMEDELÅRSRAPPORT AVSEENDE PERIODEN 1 JANUARI – 31 MARS 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 – 31 MARS 2021

**KONCERNENS** nettoomsättning för perioden 1 januari – 31 mars 2021 uppgick till 28 129 (22 212). Bruttoresultatet uppgick till 5 199 (5 936), bruttomarginalen uppgick till 18,5 (26,7) procent. Rörelseresultatet uppgick till -253 (-171).

Periodens resultat uppgick till -1 404 (-1 929). I resultatet ingick bruttoresultat med 5 199 (5 936), försäljningskostnader med -4 653 (-4 911), administrationskostnader med -1 042 (-1 461), övriga rörelsekostnader med -1 554 (-2 315), övriga rörelseintäkter med 1 798 (2 580), finansnetto med -671 (-3 129) samt skatt med -480 (1 371).

Balansomslutningen per den 31 mars 2021 uppgick till 96 310 (84 308), varav eget kapital utgjorde 17 801 (18 171), vilket motsvarar en soliditet på 18,5 (21,6) procent. Räntebärande skulder per den 31 mars 2021 uppgick till 1 197 (18 425). Koncernens likvida medel uppgick till 4 057 (2 576).

**VÄSENTLIGA HÄNDELSE UNDER PERIODEN**  
Ett bud för samtliga utestående ZAGG aktier godkändes den 18 februari 2021. Budet var på dåvarande aktiekursnivå och har därmed ingen påverkan på resultatet men bidrar med cirka MEUR 2,5 i likvida medel, med en potentiell uppsida av 0,25 USD per aktie om vissa villkor är uppfyllda motsvarande 159,4 TUSD.

## 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 -677 (-335). Därav uppgick investeringar i immateriella anläggningstillgångar till -189 (263), materiella anläggningstillgångar till -232 (-72) och investeringar i finansiella anläggningstillgångar till -256 (-).

**MODERFÖRETAGETS** resultat för perioden uppgick till (-). I resultatet ingick bruttoresultat från nettoomsättning med 230 (253), administrationskostnader med -308 (-268) och finansnetto med 73 (15). Den 31 mars 2021 uppgick balansomslutningen till 77 214 (80 296) varav eget kapital

utgjorde 63 076 (63 076). Likvida medel uppgick till 911 (3 976).

## VÄSENTLIGA HÄNDELSE EFTER PERIODENS UTGÅNG

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.

## 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 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 in i mitten av 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.

Till följd av Covid-19-epidemin, började försäljningen minska från och med andra veckan i mars 2020. Försäljningen av mobila tillbehör var svagare under 2020 och förväntas vara så till Q2 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 driftkostnaderna 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:**[26 maj 2021](#)

Årsstämma

[25 augusti 2021](#)

Delårsrapport 1 januari – 30 juni 2021

[25 november 2021](#)

Delårsrapport 1 januari – 30 september 2021

**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 26 maj 2021

Bertil Villard  
OrdförandeAnders Lönnqvist  
StyrelseledamotGudmundur Palmason  
Styrelseledamot/VDIngvi T. Tomasson  
StyrelseledamotPia Anderberg  
Styrelseledamot

Denna delårsrapport har inte varit föremål för granskning av bolagets revisor

## Koncernen

	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>2020</b>
	(3 mån)	(3 mån)	(12 mån)
<b>Nyckeltal</b>	1 jan -31 mar	1 jan-31 mar	1 jan-31 dec
<b>FINANSIELLA NYCKELTAL</b>			
Försäljningstillväxt, %	26,6	-1,5	0,7
Bruttomarginal, %	18,5	26,7	26,3
Eget kapital, MEUR	17,8	18,2	18,2
Soliditet, %	18,5	21,6	18,3
<b>DATA PER AKTIE</b>			
Eget kapital, EUR	0,15	0,15	0,15
Eget kapital, SEK	1,50	1,66	1,50
Resultat, EUR	-0,01	-0,02	0,01
Resultat, SEK	-0,21	-0,21	0,06
Resultat per aktie före utspädning, EUR	-0,01	-0,02	0,01
Resultat per aktie efter utspädning, EUR	-0,01	-0,02	0,01
<b>ANTAL AKTIER</b>			
Antal aktier vid periodens utgång	120 592 332	120 592 332	120 592 332
Genomsnittligt antal aktier	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
<b>ANSTÄLLDA</b>			
Medelantalet anställda	231	218	224

## Koncernen

	2021 (3 mån)	2020 (3 mån)	2020 (12 mån)
	1 jan–31 mar	1 jan–31 mar	1 jan–31 dec
<b>Resultaträkningar i sammandrag, TEUR</b>			
Nettoomsättning	28 129	22 212	111 790
Kostnad för sålda varor	-22 930	-16 276	-83 272
<b>Bruttoresultat</b>	<b>5 199</b>	<b>5 936</b>	<b>28 518</b>
Försäljningskostnader	-4 653	-4 911	-17 817
Administrationskostnader <sup>(1)</sup>	-1 042	-1 461	-3 924
Övriga rörelsekostnader	-1 554	-2 315	-12 121
Övriga rörelseintäkter	1 798	2 580	12 117
<b>Rörelseresultat</b>	<b>-253</b>	<b>-171</b>	<b>6 774</b>
Finansiella intäkter	2 584	-	-
Finansiella kostnader	-3 255	-3 129	-5 931
<b>Finansnetto</b>	<b>-671</b>	<b>-3 129</b>	<b>-5 931</b>
<b>Resultat före skatt</b>	<b>-924</b>	<b>-3 300</b>	<b>843</b>
Skatt	-480	1 371	-174
<b>PERIODENS RESULTAT <sup>(2)</sup></b>	<b>-1 404</b>	<b>-1 929</b>	<b>669</b>
Resultat per aktie före utspädning, EUR	-0,01	-0,02	0,01
Resultat per aktie efter utspädning, EUR	-0,01	-0,02	0,01
Genomsnittligt antal aktier under perioden	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

### Rapport över totalresultat, TEUR

Periodens resultat	-1 404	-1 929	669
Övrigt totalresultat, omräkningsdifferens	1 034	-	-2 597
<b>PERIODENS TOTALRESULTAT</b>	<b>-370</b>	<b>-1 929</b>	<b>-1 928</b>

<sup>1)</sup> Avskrivningar och amorteringar 1 januari – 31 mars 2021 uppgick till 596 (450).

<sup>2)</sup> Periodens resultat respektive totalresultat är i sin helhet hänförligt till moderföretagets aktieägare.

## Rörelsesegment

	DISTRIBUTION				EGNA VARUMÄRKEN				ÖVRIGT				TOTALT			
	Q1 2021	YTD Q1 2021	Q1 2020	YTD Q1 2020	Q1 2021	YTD Q1 2021	Q1 2020	YTD Q1 2020	Q1 2021	YTD Q1 2021	Q1 2020	YTD Q1 2020	Q1 2021	YTD Q1 2021	Q1 2020	YTD Q1 2020
Nettoomsättning	14 443	14 443	15 742	15 742	13 685	13 685	6 470	6 470	-	-	-	-	28 129	28 129	22 212	22 212
Kostnad sålda varor	-11 418	-11 418	-11 695	-11 695	-11 512	-11 512	-4 582	-4 582	-	-	-	-	-22 930	-22 930	-16 276	-16 276
Bruttoresultat	3 026	3 026	4 047	4 047	2 173	2 173	1 888	1 888	-	-	-	-	5 199	5 199	5 936	5 936
Bruttomarginal	21%	21%	26%	26%	16%	16%	29%	29%	-	-	-	-	18%	18%	27%	27%
Distributionskostnader	-1 701	-1 701	-2 395	-2 395	-2 868	-2 868	-2 517	-2 517	-85	-85	-	-	-4 653	-4 653	-4 911	-4 911
Administrationskostnader	-494	-494	-328	-328	-428	-428	-1 133	-1 133	-120	-120	-	-	-1 042	-1 042	-1 461	-1 461
Övriga rörelsekostnader	-748	-748	-1 522	-1 522	-806	-806	-793	-793	-	-	-	-	-1 554	-1 554	-2 315	-2 315
Övriga rörelseintäkter	865	865	1 234	1 234	933	933	1 346	1 346	-	-	-	-	1 798	1 798	2 580	2 580
EBIT	948	948	1 036	1 036	-997	-997	-1 208	-1 208	-205	-205	-	-	-253	-253	-172	-172

## Koncernen

Balansräkningar i sammandrag, TEUR	31 mars 2021	31 mars 2020	31 dec 2020
<b>TILLGÅNGAR</b>			
<b>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</b>			
Goodwill	28 176	28 175	28 176
Övriga immateriella tillgångar	3 814	3 871	4 021
Materiella anläggningstillgångar	1 095	1 020	1 063
Övriga tillgångar	1 153	641	1 655
Uppskjutna skattefordringar	1 013	54	1 016
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>35 251</b>	<b>33 761</b>	<b>35 931</b>
<b>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</b>			
Varulager	30 195	18 431	27 560
Skattefordringar	1 112	1 325	1 058
Kundfordringar	14 181	16 812	19 149
Övriga tillgångar	11 513	11 403	8 021
Likvida medel	4 057	2 576	7 379
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>61 059</b>	<b>50 547</b>	<b>63 168</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>96 310</b>	<b>84 308</b>	<b>99 099</b>
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Summa eget kapital</b>	<b>17 801</b>	<b>18 171</b>	<b>18 171</b>
<b>Långfristiga skulder:</b>			
Skatteskulder	3	2 853	3
Övriga skulder	8 006	8 749	8 662
Räntebärande skulder	32 809	-	32 918
Uppskjutna skatteskulder	1 350	629	1 350
<b>Summa långfristiga skulder</b>	<b>42 168</b>	<b>12 232</b>	<b>42 934</b>
<b>Kortfristiga skulder:</b>			
Avsättningar	563	1 082	654
Räntebärande skulder	1 197	18 425	1 031
Leverantörsskulder och övriga skulder	12 337	17 605	15 801
Skatteskulder	5 913	1 904	6 050
Övriga skulder	16 331	14 888	14 457
<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>36 341</b>	<b>53 904</b>	<b>37 993</b>
<b>Summa skulder</b>	<b>78 509</b>	<b>66 137</b>	<b>80 928</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>96 310</b>	<b>84 308</b>	<b>99 099</b>

### Rapport över förändringar i eget kapital i sammandrag, TEUR

<b>Eget kapital 31/12 2019</b>	<b>20 100</b>
Periodens totalresultat 1/1 – 31/12 2020	-1 929
<b>Eget kapital 31/12 2020</b>	<b>18 171</b>
Periodens totalresultat 1/1 – 31/3 2021	-370
<b>Eget kapital 31/3 2021</b>	<b>17 801</b>

## Koncernen

	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>2020</b>
	(3 mån)	(3 mån)	(12 mån)
	1 jan–31 mar	1 jan–31 mar	1 jan–31 dec
<b>Kassaflödesanalyser i sammandrag, TEUR</b>			
<b>DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN</b>			
Resultat före skatt	-924	-3 300	843
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet från den löpande verksamheten eller ej är kassaflödespåverkande	1 298	3 446	7 687
Betald skatt	-429	-101	-429
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</b>	<b>-55</b>	<b>45</b>	<b>8 101</b>
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital:			
Ökning (-)/minskning (+) av varulager	-2 635	-1 000	-10 130
Ökning (-)/minskning (+) av rörelsefordringar	2 486	8 355	14 468
Ökning (-)/minskning (+) av långfristiga fordringar	519	238	-1 740
Ökning (+)/minskning (-) av övriga långfristiga skulder	-658	-280	-2 258
Ökning (+)/minskning (-) av rörelseskulder	-1 580	-7 075	-11 981
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>-1 923</b>	<b>282</b>	<b>-3 540</b>
<b>INVESTERINGSVERKSAMHETEN</b>			
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-189	-263	-1 344
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-232	-72	-547
Investeringar i dotterföretag	-256	-	-326
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-677</b>	<b>-335</b>	<b>-2 217</b>
<b>FINANSIERINGSVERKSAMHETEN</b>			
Upptagande av räntebärande skulder	-108	-750	34 000
Amortering av räntebärande skulder	166	-	-21 313
Räntekostnader	-779	-266	-3 195
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	<b>-722</b>	<b>-1 016</b>	<b>9 493</b>
<b>Periodens kassaflöde</b>	<b>-3 322</b>	<b>-1 068</b>	<b>3 735</b>
Likvida medel vid periodens ingång	7 379	3 645	3 644
<b>LIKVIDA MEDEL VID PERIODENS UTGÅNG</b>	<b>4 058</b>	<b>2 576</b>	<b>7 379</b>

**NOT 1 HÄNVISNINGAR**

- Säsongs- och telefonlanserings variationer se sida 7.
- Upplysningar om rörelsesegment se sida 11.
- Ytterligare information om redovisningsprinciper finns i årsredovisningen för 2020.
- För händelser efter periodens utgång, se sida 7.

**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.

**NOT 3 VERKLIGA VÄRDEN PÅ FINANSIELLA TILLGÅNGAR OCH SKULDER**

Eftersom koncernens räntebärande skulder består av lån med rörlig ränta och marginalen i kontrakten förväntas vara densamma om koncernen borde uppköpa motsvarande lån på balansdagen, förväntas det verkliga värdet av lånen i alla väsentliga avseenden lika med deras redovisade värde. Koncernens övriga finansiella tillgångar och skulder består huvudsakligen av fordringar som är kortfristiga tillgångar och kortfristiga skulder. Eftersom varaktigheten av dessa är kortfristig är det redovisade värdet och det verkliga värdet i alla väsentliga delar lika.

## 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	Effektivitetsmått 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	2020
	(3 mån)	(3 mån)	(12 mån)
BRYGGA TILL EBITDA, TEUR	1 jan – 31 mar	1 jan – 31 mar	1 jan - 31 dec
EBITDA			
Rörelseresultat	-253	-171	6 774
+ av- och nedskrivningar	596	450	1 756
EBITDA	<b>343</b>	<b>279</b>	<b>8 530</b>



## Moderföretaget

	2021 (3 mån) 1 jan- 31 mar	2020 (3 mån) 1 jan-31 mar	2020 (12 mån) 1 jan-31 dec
<b>Resultaträkningar i sammandrag, TEUR</b>			
Nettoomsättning	230	253	1 036
<b>Bruttoresultat</b>	<b>230</b>	<b>253</b>	<b>1 036</b>
Administrationskostnader	-303	-268	-976
<b>Rörelseresultat</b>	<b>-73</b>	<b>-15</b>	<b>60</b>
Finansnetto	73	15	-60
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Aktuell skatt	-	-	-
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Rapport över totalresultat, TEUR</b>			
Periodens resultat	-	-	-
Övrigt totalresultat	-	-	-
<b>PERIODENS TOTALRESULTAT</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

<b>Balansräkningar i sammandrag, TEUR</b>	<b>31 mars 2021</b>	<b>31 mars 2020</b>	<b>31 dec 2020</b>
<b>TILLGÅNGAR</b>			
Materiella anläggningstillgångar	132	134	132
Finansiella anläggningstillgångar	75 693	75 693	75 693
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>75 825</b>	<b>75 827</b>	<b>75 825</b>
Kortfristiga fordringar	478	440	495
Kassa och bank	911	-	3 976
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>1 398</b>	<b>440</b>	<b>4 471</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>77 214</b>	<b>76 267</b>	<b>80 296</b>
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
Eget kapital	63 076	63 076	63 076
Skulder till koncernföretag	14 138	13 191	17 220
<b>Summa skulder</b>	<b>14 138</b>	<b>13 191</b>	<b>17 220</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>77 214</b>	<b>76 267</b>	<b>80 296</b>

### Rapport över förändringar i eget kapital i sammandrag, TEUR

<b>Eget kapital 31/12 2019</b>	<b>63 076</b>
Totalresultat 1/1 – 31/12 2020	-
<b>Eget kapital 31/12 2020</b>	<b>63 076</b>
Totalresultat 1/1 – 31/3 2021	-
<b>Eget Kapital 31/3 2021</b>	<b>63 076</b>