



ÅRSSTÄMMA 2020

Jennie Högstedt Björk, VD
Johanna Palm, CFO och Vice VD

odd molly

AGENDA

- Årets händelser
- Året i siffror
- Q1 2020
- Framåt



2019 | KORTHET



2019 – BÅDE SATSNINGAR OCH BESPARINGAR

Ett mer utpräglat varumärkesbolag med digitalt fokus

- **Stärkt finansiell ställning** genom kapitalinjektioner
- **Förvärv** av en digital plattform för återbruk och en logistikfastighet med stabila kassaflöden
- Tecknat **licensavtal med Hunkydory**
- **Åtgärdsprogram fortlöper enligt plan** med syfte att reducera driftskostnaderna med 75 MSEK och stärka förutsättningarna för framtida tillväxt – **visar resultat**
- Kraftfulla åtgärder för att **förbättra lagersituation**
- **Ett starkare varumärkesbolag** redo att tillvarata möjligheterna med våra förvärv, fortsätta utveckla Odd Molly och relansera Hunkydory
- **Sist men inte minst – ställt om för digital satsning i tid**

2019 – ANPASSNING TILL NYA FÖRUTSÄTTNINGAR

- **Fokus på kärnsortimentet** – klänningar, blusar och stickat med tydligt Odd Molly DNA
- **Butikskonsolidering**
- **Prioritera aktiviteter** – större fokus på lönsamhet än tillväxt
- **Skapa en ny plattform för framtida tillväxt** – digital strategi och intern kompetens. Ytterligare varumärke i Hunkydory. Förvärv av UsedBy och logistikfastighet

ETT STARKARE VARUMÄRKESBOLAG

- **Stärkte bolagets finansiella ställning** genom kapitaltillskott och förvärv av logistikfastighet med stabila kassaflöden
- **Omfattande åtgärdsprogram** som syftar till att minska komplexiteten, kapitalbindningen och driftskostnaderna – **utvecklas enligt plan** med full effekt under 2020
- Omvärderade gamla lager – **hälsosammare nivåer in i 2020**
- **Ett starkare varumärkesbolag** redo att ta vara på möjligheter med våra förvärv, fortsätta att utveckla Odd Molly och återlansera Hunkydory

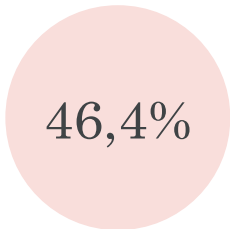
2019 | SIFFROR

- Nettoomsättningen uppgick till 269,4 MSEK (346,9)
- Bruttovinstmarginalen uppgick till 46,4% (53,7), till följd av utförsäljning av äldre säsonger och en mer konservativ värdering
- Driftskostnaderna minskade med 45 MSEK, åtgärder löper enligt plan med mål om kostnadsbesparingar på 75 MSEK
- Rörelseresultatet uppgick till -71,6 MSEK (-60,6)
- Resultat efter skatt -75,9 MSEK (-53,5)
- Resultat per aktie -6,42 (-7,52)



-22%

UTVECKLING TOTAL
NETTOOMSÄTTNING



46,4%

BRUTTOMARGINAL

Q1 2020



Q1 2020 - OMSTÄLLNING SAR BETET TILL DIGITALA KANALER GER EFFEKT

- Tidig omställning och satsning på digitala kanaler ger oss rätt förutsättningar att möta rådande utmaningarna
 - Ytterligare höjd aktivitetsnivå online för att motverka effekten på verksamheten från coronavirusets utbredning
- Övergång till ny partner för tredjepartslogistik slutförd
- Förbättrad bruttovinstmarginal och kostnadsbesparingar om 12 MSEK grunden för betydande resultatupphämtning

Q1 2020 | SIFFROR

- Nettoomsättningen uppgick till 67,0 MSEK (86,2)
- Bruttovinstmarginalen uppgick till 52,3% (49,3)
- Rörelseresultatet uppgick till -5,9 MSEK (-17,6)
 - Rörelsemarginalen var -8,9% (-20,5)
- Resultat efter skatt uppgick till -7,3 MSEK (-19,2)
 - Resultat per aktie var -0,20 SEK (-2,27)



-22%

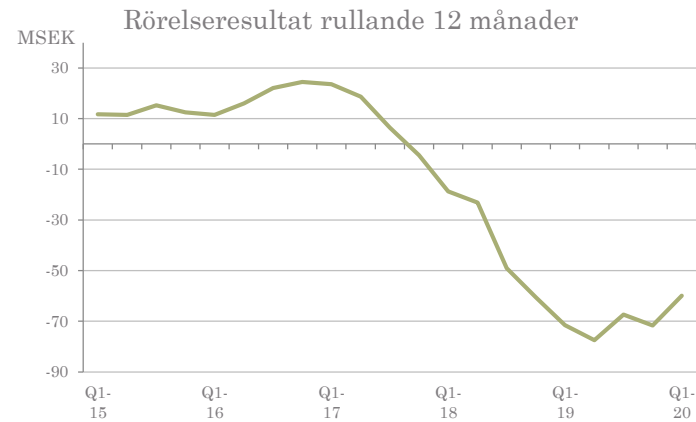
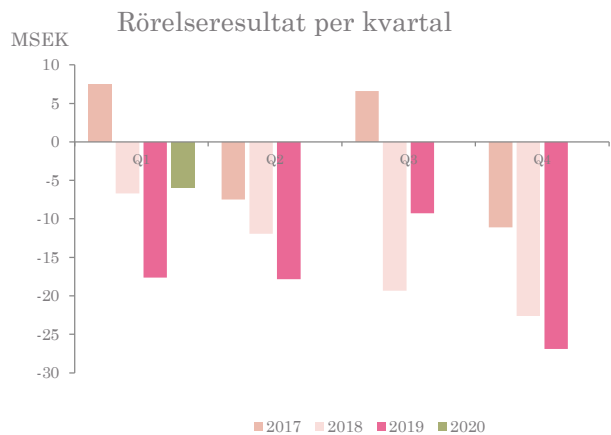
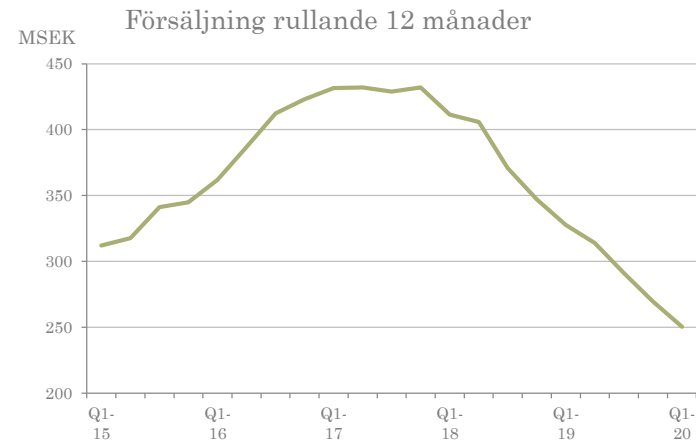
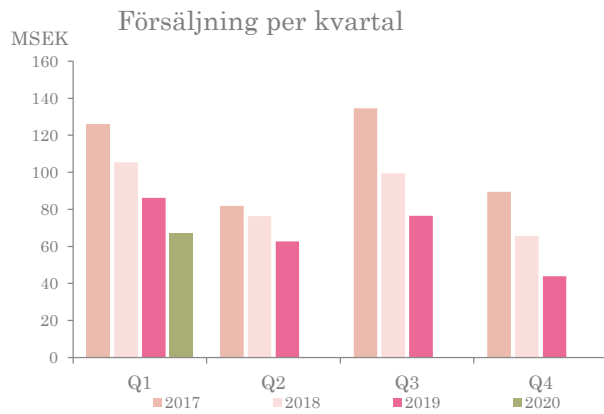
TOTAL
NETTOOMSÄTTNING



52,3%

BRUTTOVINSTMARGINAL

UTVECKLING PER KVARTAL





FOKUS FRAMÅT



2020 – FORTSATTA EFFEKTIVISERINGAR & DIGITALA SATSNINGAR

Varumärkesbyggande

- Öka räckvidden
- Digitalt
- Kommunicera mer om våra hållbara plagg och vår USP
- Integrera UsedBy

Rätt partners för båda varumärken

- Nyckelåterförsäljare
- Distributörer
- Leverantörer

Hunkydory lansering

- Alla processer igång
- Relansering i augusti

Utnyttja våra digitala investeringar

- En bättre och mer modern webbshop
- Vidareutveckla strategi för kundförvärv och konvertering

VÅR STRATEGI

Starka varumärken med ett tydligt sortiment och hållbar inriktning

Digitalt bolag - fokus på digital försäljning

Nära samarbete med utvalda partners

Ständigt söka nya vägar i en föränderlig omvärld



TACK!



odd molly