



Vd har ordet

ETT HALVÅR AV OMSTÄLLNING. Med en tydlig plan, stora ambitioner samt siktet inställt på att växla upp besöksverksamheten gick vi in i året och fick tidigt tänka om. Under påverkan av en pandemi som utvecklats till den största globala krisen i mannaminne har vi fått vara snabbfotade, flexibla och ändra fokus på kort tid. Och under rådande förutsättningar har vi gjort det med bravur tack vara en stark hemmamarknad som kompenserat vikande export och gränshandel. Vi ser också en mer positiv trend vad gäller besök och upplevelser i en ny verklighet som tar form.

Ett minst sagt annorlunda första halvår är till sin ända. Ett halvår som på det hela började bra försäljningsmässigt. Därefter vet vi alla att den pandemi som utbröt i världen och som nådde oss i mitten av mars fortfarande pågår och påverkar oss. Även om försäljningen sedan juni månad åter är på en bra nivå, så råder ännu en stor osäkerhet inom branschen. Detta påverkar försäljningen inom framför allt export, gränshandel samt till restaurang och bar.

Samhällsansvar med stolthet.

Vi har med stolthet hjälpt lokala myndigheter i den inledande delen av Coronakrisen med lager och buteljering av handdesinfektionsmedel samt tillverkning av ytdesinfektionsmedel. Självklart utan kostnad. Vi har också sträckt ut en hand till andra regioner där trycket på sjukvården varit som högst. Skulle krisen förvärras står vi beredda att åter ta vårt samhällsansvar och hjälpa till.

Omställning av besök och upplevelser till hösten.

Inför 2020 hade vi högt ställda mål för besöksverksamheten med ambitioner om 10 000 besökare på helåret med premiären av sommarcafé bland annat. Dessa mål skjuts något på framtiden. Besöksverksamheten minskade i

stället med 853 besökare, från 1 364 besökare 2019, under det första halvåret. Detta trots att vi startade året med en relativt fullbokad kalender. Vi ser en tydlig trend av hemestrände svenskar och Höga Kusten är en attraktiv destination som sedan senvåren lockat många besökare. Även till oss. Och under juni månad märkte vi åter av ett ökat intresse att besöka destilleriet. Det är glädjande att de flesta inbokade grupper och besökare valt att skjuta upp sina besök till hösten 2020, istället för att boka av.

Stor påverkan av export och travel retail.

Det som påverkat företaget mest under denna världskris är avsaknaden av resande människor. Att våra kunders rörelsefrihet har begränsats på olika sätt i olika länder har medfört en stor minskning av försäljningen via travel retail. Stängda gränser, nästintill obefintligt flygande och inställda kryssningsfartyg medförde en minskad försäljning om 80 procent inom segmentet.

Försäljningen till våra partners utomlands minskade under perioden med 63 procent. Precis som i Sverige väljer konsumenter lokala och nationella produkter i större omfattning under krisen i stället för att köpa importerade varor.

Den svenska marknaden är vår stora styrka.

Sedan mars månad har försäljningen via restaurang och bar minskat i hela landet, minskningen i vår region är dock markant lägre. Den totala försäljningen i Sverige visar däremot på rekordnivåer och ökade under det första halvåret med 18 procent jämfört med samma period 2019. Ett långsiktigt starkt varumärkesarbete är en del av förklaringen, en annan parameter är att vi svenskar i större utsträckning handlar Hernö Gin på Systembolaget jämfört med tidigare år. En lyckad lansering av Hernö Pink BTL Gin bidrar också med goda resultat.

Totalt sett minskade omsättningen med 13 procent under det första halvåret. Antalet sålda flaskor minskade med 11 procent från 104 000 flaskor till 93 000 flaskor. Med tanke på den osäkerhet som råder i Sverige och framför allt på vissa exportmarknader samt i resebranschen anser jag att detta resultat är bra. Att kunna möta den största krisen i mannaminne med en markant ökad försäljning på vår hemmamarknad, tillika vår största marknad, är en stor styrka.

Jon Hillgren, vd och grundare av Hernö Gin.



Vårens lansering av Hernö Pink BTL Gin blev en stor framgång och vårt London Dry Gin i rosa flaska kvalade på en dryg månad in på hyllan i 79 av Systembolagets butiker. Att få så stor täckning på så kort tid är mycket ovanligt och till följd av det rekordartade mottagandet på marknaden fattades beslutet att plocka in produkten i vårt huvudsortiment i stället för att vara säsongprodukt.

Ekonomiska rapporter

SAMTLIGA BELOPP ANGIVNA I KRONOR

| RESULTATRÄKNING | 2020-01-01-- 2020-06-30 | 2019-01-01-- 2019-06-30 | 2019-01-01-- 2019-12-31 |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| RÖRELSENS INTÄKTER | | | |
| Nettoomsättning | 11 056 737 | 12 743 290 | 25 374 747 |
| Övriga externa intäkter | 812 279 | 140 258 | 259 802 |
| SUMMA | 11 869 016 | 12 883 548 | 25 634 549 |
| RÖRELSENS KOSTNADER | | | |
| Råvaror och förnödenheter | -2 135 768 | -2 439 463 | -5 056 151 |
| Övriga externa kostnader | -2 824 165 | -2 377 333 | -5 074 669 |
| Personalkostnader | -3 206 383 | -3 300 770 | -6 372 493 |
| Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar | -530 505 | -403 224 | -895 996 |
| SUMMA | - 8 696 821 | -8 520 790 | - 17 399 309 |
| RÖRELSERESULTAT | 3 172 195 | 4 362 758 | 8 235 240 |
| RESULTAT FRÅN FINANSIELLA POSTER | 210 | 2 860 | 5 784 |
| RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER | 3 172 405 | 4 365 618 | 8 241 024 |



| BALANSRÄKNING | 2020-06-30 | 2019-06-30 | 2019-12-31 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| TILLGÅNGAR | | | |
| ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR | | | |
| Materiella anläggningstillgångar | | | |
| Byggnader och mark | 11 225 068 | 4 482 864 | 11 429 660 |
| Maskiner och andra tekniska anläggningar | 100 664 | 159 134 | 123 994 |
| Inventarier och verktyg | 1 921 373 | 2 623 539 | 2 158 019 |
| Pågående investeringar | 376 839 | 5 593 265 | 120 000 |
| SUMMA | 13 623 944 | 12 858 803 | 13 831 673 |
| Finansiella anläggningstillgångar | | | |
| Uppskjuten skatt | 0 | 2 974 | 0 |
| Långfristiga fordringar | 1 500 | 1 500 | 1 500 |
| SUMMA | 1 500 | 4 474 | 1 500 |
| SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR | 13 625 444 | 12 863 277 | 13 833 173 |
| OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR | | | |
| Varulager mm. | | | |
| Färdiga varor och handelsvaror | 3 849 957 | 2 776 325 | 3 703 992 |
| Kortfristiga fordringar | | | |
| Kundfordringar | 5 878 994 | 4 625 569 | 2 410 329 |
| Övriga fordringar | 1 435 364 | 1 561 527 | 1 590 668 |
| Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter | 248 614 | 219 852 | 223 225 |
| SUMMA | 7 562 972 | 6 406 948 | 4 224 222 |
| Kassa och bank | 6 044 624 | 6 337 057 | 9 850 007 |
| SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR | 17 457 553 | 15 520 330 | 17 778 221 |
| SUMMA TILLGÅNGAR | 31 082 997 | 28 383 606 | 31 611 394 |





| BALANSRÄKNING | 2020-06-30 | 2019-06-30 | 2019-12-31 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| EGET KAPITAL OCH SKULDER | | | |
| Bundet eget kapital | | | |
| Aktiekapital | 581 375 | 581 375 | 581 375 |
| SUMMA | 581 375 | 581 375 | 581 375 |
| Fritt eget kapital | | | |
| Överkursfond | 11 402 593 | 11 402 593 | 11 402 593 |
| Balanserad vinst eller förlust | 12 209 298 | 7 744 815 | 7 744 815 |
| Periodens resultat | 3 172 405 | 4 365 618 | 6 417 903 |
| SUMMA | 26 784 296 | 23 513 026 | 25 565 311 |
| SUMMA EGET KAPITAL | 27 365 671 | 24 094 401 | 26 146 686 |
| Övriga obeskattade reserver | 610 452 | 552 507 | 610 452 |
| Avsättning för skatter | 4 312 | 0 | 4 312 |
| Kortfristiga skulder | | | |
| Leverantörsskulder | 994 758 | 1 397 750 | 814 334 |
| Skatteskulder | 0 | 1 097 116 | 2 383 269 |
| Övriga skulder | 1 440 474 | 689 368 | 1 104 424 |
| Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter | 667 330 | 552 464 | 547 917 |
| SUMMA | 3 102 562 | 3 736 698 | 4 849 944 |
| SUMMA SKULDER | 3 717 326 | 4 289 205 | 5 464 708 |
| SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER | 31 082 997 | 28 383 606 | 31 611 394 |

Jon Hillgren

Denna rapport har inte varit föremål för granskning av bolagets revisor.

Jon Hillgren, Dala, augusti 2020.

