

RUGVISTA

Bokslutskommuniké

Januari – december 2023

Rugvista Group AB (publ)

Stabil avslutning på året

Fjärde kvartalet

- Nettoomsättningen var MSEK 233,3 (204,1) motsvarande en ökning med 14,3% (-6,7%).
- Organisk nettoomsättningstillväxt var 9,3% (-12,7%).
- Bruttomarginalen uppgick till 60,3% (61,8%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 29,4 (36,4) och rörelsemarginalen uppgick till 12,6% (17,8%).
- Periodens resultat uppgick till MSEK 24,3 (29,2).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK 1,17 (1,40)².
- Genomsnittligt NPS-värde (Net Promotor Score) var 64 (64) och genomsnittligt Trustpilot-värde var 4,8 (4,8).

Januari – december

- Nettoomsättningen var MSEK 702,2 (639,3) motsvarande en ökning med 9,8% (-9,3%).
- Organisk nettoomsättningstillväxt var 2,8% (-13,1%).
- Bruttomarginalen uppgick till 62,0% (62,0%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 85,4 (74,9) och rörelsemarginalen var 12,2% (11,7%).
- Årets resultat uppgick till MSEK 70,0 (58,9).
- Lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader) uppgick till 17,9% (27,3%).
- Nettoskuldsättning vid periodens slut var MSEK -185,8 (-111,8).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK 3,37 (2,83)².
- Genomsnittligt NPS-värde (Net Promotor Score) var 66 (68) och genomsnittligt Trustpilot-värde var 4,8 (4,8).
- Den genomsnittliga returgraden var 14,9% (15,5%).
- Styrelsen föreslår en utdelning på 1,80 (1,50) kronor per aktie.

Nyckeltal för koncernen¹

KSEK om inte annat anges	Oktober - december		Januari - december	
	2023	2022	2023	2022
Rörelseintäkter	234 757	204 512	704 718	640 958
Nettoomsättning	233 284	204 135	702 203	639 273
Nettoomsättningstillväxt, %	14,3%	-6,7%	9,8%	-9,3%
Organisk nettoomsättningstillväxt, %	9,3%	-12,7%	2,8%	-13,1%
Bruttoresultat	140 698	126 176	435 571	396 145
Bruttomarginal, %	60,3%	61,8%	62,0%	62,0%
Rörelseresultat	29 370	36 375	85 403	74 919
Rörelsemarginal, %	12,6%	17,8%	12,2%	11,7%
Periodens resultat	24 307	29 164	69 962	58 872
Periodens marginal, %	10,4%	14,3%	10,0%	9,2%
Justerat rörelseresultat	29 370	36 375	85 403	74 919
Justerad rörelsemarginal, %	12,6%	17,8%	12,2%	11,7%
Lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader), %	-	-	17,9%	27,3%
Nettoskuldsättning	-185 816	-111 810	-185 816	-111 810
Resultat per aktie före utspädning, SEK	1,17	1,40	3,37	2,83
Resultat per aktie efter utspädning, SEK ²⁾	1,17	1,40	3,37	2,83
Antal utestående aktier	20 785 140	20 785 140	20 785 140	20 785 140
Antal utestående aktier efter utspädning	20 785 140	20 785 140	20 785 140	20 785 140
Antal webbplatsbesök, miljoner	8,7	8,8	28,9	31,9
Antal ordrar, tusen	101,3	78,9	296,0	252,9
Antal nya kunder, tusen	74,1	57,5	216,0	179,8
Genomsnittligt ordervärde, SEK	3 199	3 652	3 355	3 569
Genomsnittligt NPS-värde	64	64	66	68
Genomsnittligt Trustpilot-värde	4,8	4,8	4,8	4,8
Genomsnittlig returgrad, %	-	-	14,9%	15,5%



”Jag är glad att vi kan leverera ett nytt nettoomsättningsrekord för det fjärde kvartalet trots ett ekonomiskt läge präglad av stor osäkerhet och där europeiska hushåll tyngdes av hög inflation samt höga räntor.”

Michael Lindskog, CEO

Stabilt utfall trots ett makroekonomiskt utmanande år

Kära aktieägare

Jag är glad att vi kan leverera ett nytt nettoomsättningsrekord för det fjärde kvartalet trots ett ekonomiskt läge präglad av stor osäkerhet och där europeiska hushåll tyngdes av hög inflation samt höga räntor. Lönsamheten för kvartalet påverkades negativt av ett intensivt marknadsföringsklimat, höga produktrabatter från flera marknadsaktörer, priskänsliga konsumenter samt investeringar i vår framtida tillväxt och organisationsutveckling.

Nettoomsättningen för kvartalet var 233,3 (204,1) miljoner kronor vilket motsvarar en ökning med 14,3% (-6,7%). Den organiska nettoomsättningstillväxten var 9,3%. Tillväxten drevs av segmentet privatpersoner där framför allt Norden presterade väl. Bruttomarginalen för kvartalet var 59,9% (61,8%) och påverkades negativt av en ökad produktkostnad som andel av nettoomsättningen vilket speglar att kunder i hög grad valde produkter baserat på prispunkt och rabatterbudanden. Marknadsföringskostnaderna som andel av nettoomsättningen för kvartalet var 30,9% (30,8%). Vårt arbete med att öka andelen organisk trafik bidrog till att den totala marknadsföringseffektiviteten var stabil jämfört med förra året, trots ett intensivt marknadsföringsklimat inom de betalda kanalerna och investeringar i varumärkesinitiativ i vissa marknader. Rörelseresultatet för kvartalet var 29,4 (36,4) miljoner vilket motsvarar en rörelsemarginal om 12,6% (17,8%). Rörelsemarginalen påverkades negativt av lägre bruttomarginal, investeringar i verksamhetsutveckling och övriga rörelsekostnader. Våra strategiska KPI:er utvecklade sig positivt med fortsatt höga kundnöjdhetstal och nya rekord i både antal ordrar och nya kunder.

2023 innehöll både geopolitisk och ekonomisk osäkerhet vilket ledde till fortsatt låg köpkraft hos de europeiska hushållen. Jag är stolt att vi trots årets utmaningar nådde en nettoomsättning om 702,2 (639,3) miljoner vilket motsvarar en ökning med 9,8 % (-9,3%). Rörelseresultatet ökade med 14,0% till 85,4 (74,9) miljoner vilket motsvarar en rörelsemarginal om 12,6% (11,7%). Utöver att investera i tillväxt och verksamhetsutveckling har Rugvista, som utdelningspolicy, målsättningen att dela ut upp till 50% av nettovinsten till aktieägarna. För 2023 föreslår styrelsen en utdelning om 1,80 (1,50) kronor per aktie vilket motsvarar 37,4 (31,2) miljoner totalt. Vi avslutar året med en nettokassa på 186 miljoner vilket är ett bevis på att vi står finansiellt starka och kan fortsätta investera i att utveckla vårt kunderbudande samt verksamheten.

2023 var ett år där vi gjorde betydande framsteg mot visionen att vara navet för den europeiska mattindustrin. Första versionen av vår nya e-handelsplattform lanserades i över 20 europeiska marknader och den kommer att utgöra basen för flertalet av våra långsiktiga strategiska initiativ. Åtskilliga förbättringar i vårt sortiment introducerades och framför allt det utökade utbudet av utomhus- och barnmattor bidrog till årets omsättningsökning. Vi påbörjade vår varumärkesresa och genomförde flera aktiviteter med syfte att långsiktigt öka kännedomen om Rugvista. Ytterligare en framgång under året är att vi skapade förutsättningar för högre organisk ranking på de globala sökmotorerna av det innehåll vi producerar. Detta är möjligt genom den nya e-handelsplattformen och något vi redan ser skapar värde. Jag är nöjd att vi också kunde fokusera på framtida lösningar för lager och kontor. Både ingåendet av avtal om ny lager-, logistik och kontorsanläggning i Malmö och öppnandet av kontor i Berlin med syfte att öka möjligheten att attrahera framtida medarbetare är viktiga milstolpar för våra långsiktiga tillväxtambitioner.

Jag vill passa på att rikta ett stort tack till alla kunder som valt Rugvista under året, vi uppskattar verkligen all positiv återkoppling vi får från er. Jag vill också tacka alla medarbetare för ett fantastiskt engagemang och fokus både i utmaningarna vi mötte men också i de många framgångarna vi nådde och firade tillsammans under året. Avslutningsvis vill jag även tacka alla aktieägare för fortsatt förtroende för oss som bolag samt tilltro till visionen vi jobbar mot.

Utsikterna för 2024 är osäkra även om det finns indikationer att konjunkturen bottnade under 2023. Oberoende av hur omvärldsläget och det ekonomiska klimatet utvecklar sig så ser vi fram emot att möta det nya året genom att effektivt navigera marknadsläget med fortsatt fokus på att förbättra våra möjligheter för lönsam tillväxt både på kort och lång sikt.

Med vänliga hälsningar,

Michael Lindskog
CEO Rugvista Group

Fjärde kvartalet

Nettoomsättning

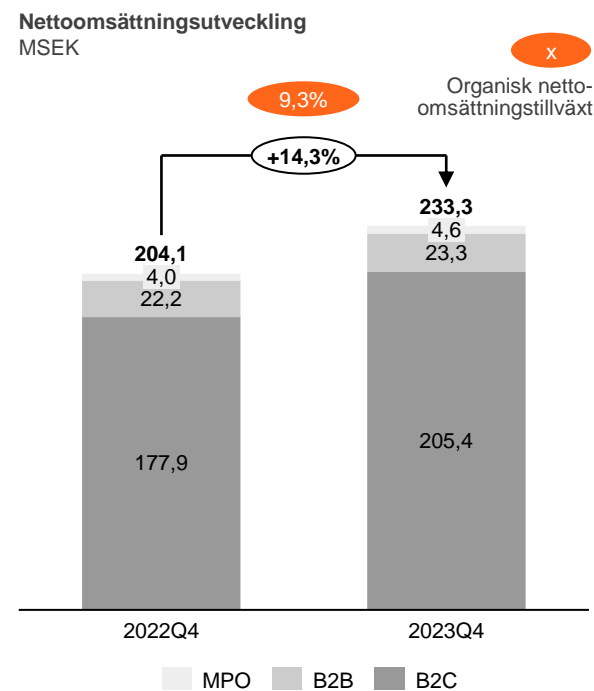
Koncernens nettoomsättning för kvartalet var MSEK 233,3 (204,1) vilket motsvarar en ökning med 14,3% (-6,7%) och som också är Rugvistas högsta kvartalsförsäljning någonsin. Det fjärde kvartalet är vårt säsongsmässigt starkaste och präglas alltmör av ett hårt kampanjtryck på grund av genomslagskraften av "Black Friday" och "Black Month" kampanjerna i november.

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C) var MSEK 205,4 (177,9) vilket motsvarar en ökning med 15,4% (-7,4%). Nettoomsättningen i Norden ökade med 36,6% (-18,2%), DACH ökade med 17,2% (-7,7%) och Övriga länder, där merparten av försäljningen kommer från övriga Europa, ökade med 8,1% (-3,3%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) var MSEK 23,3 (22,2) vilket motsvarar en ökning med 4,9% (7,9%). Under kvartalet såg vi inte samma tillväxt i kundgruppen mindre företag som tidigare kvartal.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) var MSEK 4,6 (4,0), vilket motsvarar en ökning med 14,8% (-33,7%). Den största delen av försäljningen i segmentet var via Amazons marknadsplats. Försäljningen i segmentet har precis som i segmentet Privatpersoner präglats av konsumenters fokus på att hitta rabatterade priser under "Black Month" november. Föregående års

försäljning var låg i segmentet, med få aktiviteter och kampanjer.



Resultat och marginaler

Bruttomarginalen minskade till 60,3% (61,8%). Produktkostnaden som andel av nettoomsättningen påverkades negativt av att kunderna i högre utsträckning köpte produkter utifrån fokus på pris. Rugvistas rabatterade produktutbud för året var något större än föregående års men den negativa marginaleffekten är primärt hänförlig till att kunder i högre grad valde rabatterade produkter eller produkter med lägre prispunkter. Kostnaden för kundleveranser som andel av nettoomsättningen ökade både på grund av geografisk försäljningsmix och lägre genomsnittsortervärde. I bruttomarginalen ingår övriga rörelseintäkter, som var högre än normalt på grund av ersättning i samband med en uppgörelse med en leverantör under kvartalet.

Övriga externa kostnader uppgick till MSEK -84,9 (-71,3) och som andel av nettoomsättningen 36,4% (34,9%). Andelsökningen är hänförlig till konsultkostnader relaterade till nytt lager och kontor 2025 samt kostnader för IT-konsulter. Marknadsföringskostnaderna som andel av nettoomsättningen var i nivå med föregående år trots ett intensivt klimat inom de betalda kanalerna och investeringar i varumärkesinitiativ. Den högre andelen organisk trafik balanserade kostnaderna för betalda webbplatsbesök.

Personalkostnaderna uppgick till MSEK -20,8 (-17,5) och som andel av nettoomsättningen uppgick de till 8,9% (8,6%). Andelen ökade något,

framförallt på grund av extra personal under perioder med hög ordervolymer.

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK -2,6 (1,7), vilket är en skillnad på MSEK 4,3 jämfört med föregående års kvartal. Posten består av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner och omvärdering av balansposter i utländsk valuta till kvartalets stängningskurs.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -3,1 (-2,7) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar. Ökningen är i huvudsak hänförlig till hyreshöjningar för företagets hyrda lokaler som klassificeras som nyttjanderättstillgångar.

Rörelseresultatet (EBIT) var MSEK 29,4 (36,4) och rörelsemarginalen var 12,6% (17,8%). Minskningen av rörelsemarginalen drevs i huvudsak av den lägre bruttomarginalen, ökningen av övriga externa kostnader samt valutakursförändringarnas påverkan på omvärdering av balansposter.

Finansnettot uppgick till MSEK 1,4 (0,3). Då vi har en fortsatt god kassa och inte några räntebärande skulder utöver leasing, förbättras finansnettot när marknadsräntorna stiger.

Skatter för perioden var MSEK -6,5 (-7,5).

Periodens resultat uppgick till MSEK 24,3 (29,2) och periodens marginal uppgick till 10,4% (14,3%).

Fjärde kvartalet

Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten under kvartalet var MSEK 85,9 (61,7). Ökningen av kassaflödet drevs av den positiva rörelsekapitalförändringen, där vi under kvartalet väsentligt minskade varulagret. Vårt mål är att ha ett lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande 12 månader) inom intervallet 17,5% - 22,5% och vi avslutade kvartalet med en lagernivå i den nedre delen av intervallet på 17,9% (27,3%).

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick under kvartalet till MSEK -4,1 (-2,5) och är i huvudsak hänförligt till aktivering av kostnader för utveckling av vår nya e-handelsplattform.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick under kvartalet till MSEK -2,7 (-2,4).

Övriga nyckeltal (KPI)

NPS-värdet var 64 (64) och Trustpilot-värdet var 4,8 (4,8). De bibehållna höga nivåerna är ett bevis på att vi har högt fokus på att säkerställa en kundupplevelse i världsklass. Vi följer veckovis utvecklingen av våra servicenyckeltal och sätter stort värde på att leverera över våra kunders förväntan.

Antalet webbplatsbesök var 8,7 (8,8) miljoner, vilket motsvarar en minskning med 0,4% (-24,2%). Från 1 juli 2023 används Google Analytics 4 för att mäta webbplatsbesök till våra butiker. Tidigare användes Google Universal Analytics. Det är inte möjligt att räkna om historiska jämförelsetal för hela rapportperioden. Under perioder då vi har haft båda verktyg tillgängliga i våra webbbutiker har vi noterat att Google Universal Analytics mäter cirka 10 procent högre besöksiffror för ett givet tidsintervall jämfört med Google Analytics 4.

Orderantalet var 101,3 (78,9) tusen, vilket motsvarar en ökning med 28,5% (-4,0%) och är ett nytt kvartalsrekord.

Antalet nya kunder som förvärvades var 74,1 (57,5) tusen, vilket motsvarar en ökning med 28,8% (-2,5%) och är ett nytt kvartalsrekord.

Genomsnittligt ordervärde var SEK 3 199 (3 652), vilket motsvarar en minskning med -12,4% (-2,7%). Ordervärdet påverkades negativt av att kunderna i högre grad valde produkter med lägre prispunkter och med rabatter.





HISTORY OF DYE

Januari – december

Nettoomsättning

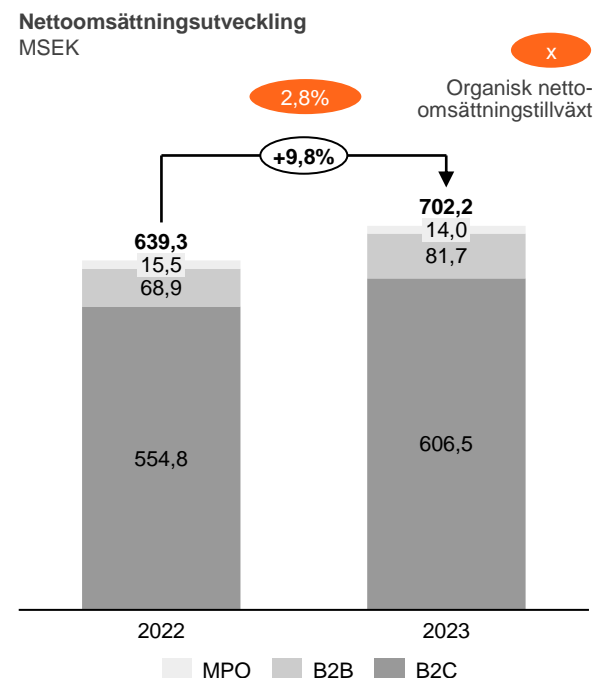
Koncernens nettoomsättning för perioden uppgick till MSEK 702,2 (639,3), vilket motsvarar en ökning med 9,8% (-9,3%). Under det tredje kvartalet noterade vi en förbättring av orderingången jämfört med föregående år som fortsatte in i det fjärde kvartalet med en stark "Black Month" i november. Deprecieringen av den svenska kronan bidrog till försäljningsökningen och den organiska nettoomsättningstillväxten var 2,8% (-13,1%).

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 606,5 (554,8) vilket motsvarar en ökning med 9,3% (-10,8%). Norden ökade med 19,0% (-23,9%), DACH ökade med 8,2% (-14,6%) och Övriga länder ökade med 6,1% (-3,1%). Norden hade således den största ökningen trots att den positiva valutaeffekten är mindre i den regionen jämfört med övriga.

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 81,7 (68,9) vilket motsvarar en ökning med 18,4% (7,9%). Efterfrågan inom B2B-segmentet har under perioden varit starkare än B2C-segmentet men lägre i årets sista kvartal. Efterfrågan inom B2B-segmentet har varit god för flertalet av våra kundtyper.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till

MSEK 14,0 (15,5), vilket motsvarar en minskning med -9,6% (-18,4%). I likhet med B2C-segmentet påverkades efterfrågan inom MPO-segmentet negativt av det makroekonomiska klimatet samt att vi valt att prioritera lönsamhet under större delen av perioden.



Resultat och marginaler

Bruttomarginalen uppgick till 62,0% (62,0%). Produktkostnaden som andel av nettoomsättningen påverkades positivt av prisjusteringen i kvartal tre föregående år, SEK-depreciering och kategorimixeffekter. Under den andra halvan av 2023 har kunder i högre grad än tidigare köpt produkter med lägre prispunkter samt utnyttjat rabatterbjudanden, vilket påverkade marginalen negativt. Kostnaden för kundleveranser som andel av nettoomsättningen var något högre jämfört med föregående år, drivet av extra avgifter från fraktbolagen under början av året, geografimix-effekter samt lägre genomsnittligt ordervärde under det andra halvåret. Sammantaget landar bruttomarginalen på samma nivå som föregående år.

Övriga externa kostnader uppgick till MSEK -259,5 (-236,8) och ökningen drevs i huvudsak av att marknadsföringskostnaderna har stigit med den högre försäljningen. Som andel av nettoomsättningen uppgick övriga externa kostnader till 37,0% (37,0%).

Personalkostnaderna uppgick till MSEK -72,8 (-69,7) och som andel av nettoomsättningen uppgick de till -10,4% (-10,9%).

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK -5,7 (-3,7). Posten består av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner samt

omvärdering av tillgångar- och skulder i utländsk valuta.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -12,1 (-11,0) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar. Ökningen är hänförlig till hyreshöjningar för företagets hyrda lokaler som klassificeras som nyttjanderättstillgångar.

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till MSEK 85,4 (74,9) och rörelsemarginalen var 12,2% (11,7%). Ökningen i rörelsemarginal drevs av skaleffekten från den högre nettoomsättningen samt en förbättrad marknadsföringskostnadseffektivitet.

Finansnettot ökade till MSEK 3,2 (-0,6). Då vi har en god kassa och inte några räntebärande skulder förutom leasing, förbättras finansnettot när marknadsräntorna stiger.

Skatter för perioden uppgick till MSEK -18,7 (-15,5).

Periodens resultat uppgick till MSEK 70,0 (58,9) och periodens marginal uppgick till 10,0% (9,2%).

Januari - december

Finansiell ställning och likviditet

Lagervärdet vid periodens slut uppgick till MSEK 125,7 (174,3) och lagervärdet som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader) uppgick till 17,9% (27,3%). Under året har vi fokuserat på att minska vår lagerposition vilket har varit framgångsrikt trots implementeringen av ett "alltid i lager" program för våra storsäljare. Våra produkters karaktär gör att lagerrisken är låg vilket också återspeglas i bolagets låga historiska nedskrivningsbehov.

Nettoskuldssättning vid periodens slut var MSEK -185,8 (-111,8).

Likvida medel uppgick till MSEK 208,9 (140,0). Styrelsens förslag till utdelning som beslutades om vid Bolagsstämman i maj 2023 om 1,50 kr per aktie (2,50) utgjorde totalt MSEK 31,2 (52,0) och betalades ut till aktieägarna den 1 juni 2023.

Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten under perioden uppgick till MSEK 128,1 (-11,7). Ökningen beror på att förändringen av rörelsekapitalet är väsentligt bättre än föregående år. Lagervärdet har under perioden minskat med MSEK -48,6 men ökade med MSEK 27,7 under föregående år.

Kassaflödet från investeringsverksamheten under perioden uppgick till MSEK -12,7 (-9,9) och den största delen är investeringen i vår nya e-handelsplattform.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten under perioden uppgick till MSEK -41,6 (-61,2). Utdelningen till aktieägarna, som betalades i det andra kvartalet, var lägre än föregående år.

Övriga nyckeltal (KPI)

NPS värdet var 66 (68) och TrustPilot värdet var 4,8 (4,8), vilket är ett bevis på att vårt fortsatta höga fokus på att säkerställa en kundupplevelse i världsklass har varit framgångsrikt.

Antalet webbplatsbesök var 28,9 (31,9) miljoner, vilket motsvarar en minskning med -9,2% (-19,9%). Se ytterligare kommentar angående webbplatsbesök för det fjärde kvartalet på sidan 6.

Orderantalet var 296,0 (252,9) tusen, vilket motsvarar en ökning med 17,0% (-7,4%).

Antalet nya kunder som förvärvades var 216,0 (179,8) tusen, vilket motsvarar en ökning med 20,1% (-8,8%).

Genomsnittligt ordervärde var SEK 3 355 (3 569), vilket motsvarar en minskning med -6,0% (-1,8%).



Privatpersoner (B2C)

Fjärde kvartalet

KSEK om inte annat anges	Oktober - december		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	205 402	177 920	15,4%
Nettoomsättning, DACH	43 585	37 190	17,2%
Nettoomsättning, Norden	46 552	34 075	36,6%
Nettoomsättning, Övriga länder	115 266	106 655	8,1%
Bruttoresultat	122 303	108 929	12,3%
Bruttomarginal, %	59,5%	61,2%	-1,7pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	32,9%	33,0%	-0,1pp
Segmentresultat	54 746	50 232	9,0%
Segmentmarginal, %	26,7%	28,2%	-1,6pp

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under kvartalet var MSEK 205,4 (177,9) vilket motsvarar en ökning med 15,4% (-7,4%). Den ökade nettoomsättningen inom segmentet drevs av Norden trots lägre positiv valutapåverkan än övriga regioner. Norden ökade med 36,6% (-18,2%), DACH ökade med 17,2% (-7,7%) och Övriga länder, där den stora delen av försäljningen kommer från övriga Europa, ökade med 8,1% (-3,3%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 122,3 (108,9) vilket motsvarar en ökning med 12,3% (-12,3%) och bruttomarginalen uppgick till 59,5% (61,2%). Kunderna har i högre utsträckning än under samma kvartal föregående år köpt produkter baserat på ett högt fokus på pris och rabatter.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 32,9% (33,0%) och var således i nivå med föregående år.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 54,7 (50,2) vilket motsvarar en ökning med 9,0% (-16,4%) och segmentmarginalen uppgick till 26,7% (28,2%) där marginalminskningen i huvudsak är hänförlig till den lägre bruttomarginalen.

Januari - december

KSEK om inte annat anges	Januari - december		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	606 533	554 831	9,3%
Nettoomsättning, DACH	125 679	116 138	8,2%
Nettoomsättning, Norden	140 362	117 916	19,0%
Nettoomsättning, Övriga länder	340 492	320 776	6,1%
Bruttoresultat	373 139	340 325	9,6%
Bruttomarginal, %	61,5%	61,3%	0,2pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	33,9%	34,3%	-0,4pp
Segmentresultat	167 773	150 272	11,6%
Segmentmarginal, %	27,7%	27,1%	0,6pp

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under perioden var MSEK 606,5 (554,8) vilket motsvarar en ökning med 9,3% (-10,8%). Efterfrågan återhämtade sig något under andra halvan av perioden men var för merparten av året negativt påverkad av det allmänna konjunkturläget i Europa. Tillväxten för Norden var 19,0% (-23,9%), för DACH 8,2% (-14,6%) och Övriga länder, som till största delen utgörs av övriga europeiska marknader, ökade med 6,1% (-3,1%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 373,1 (340,3) vilket motsvarar en ökning med 9,6% (-14,7%) och bruttomarginalen uppgick till 61,5% (61,3%).

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 33,9% (34,3%). Minskningen är ett resultat av fokuset på marknadsföringseffektivitet och minskningen var som störst under det första halvåret.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 167,8 (150,3) vilket motsvarar en ökning med 11,6% (-24,9%) och segmentmarginalen uppgick till 27,7% (27,1%) där ökningen i huvudsak är hänförlig till en högre marknadsföringseffektivitet.

Företagskunder (B2B)

Fjärde kvartalet

KSEK om inte annat anges	Oktober - december		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	23 329	22 247	4,9%
Bruttoresultat	14 187	14 385	-1,4%
Bruttomarginal, %	60,8%	64,7%	-3,8pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	12,6%	13,5%	-0,9pp
Segmentresultat	11 237	11 374	-1,2%
Segmentmarginal, %	48,2%	51,1%	-3,0pp

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under kvartalet var MSEK 23,3 (22,2) vilket motsvarar en ökning med 4,9% (7,9%). Under kvartalet såg vi inte samma tillväxt i kundgruppen mindre företag som tidigare kvartal.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 14,2 (14,4) vilket motsvarar en minskning med -1,4% (6,6%) och bruttomarginalen uppgick till 60,8% (64,7%). Minskningen av bruttomarginalen drevs av samma faktorer som för B2C där mindre företagskunder i högre utsträckning köpte produkter med rabatter jämfört med föregående år.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 12,6% (13,5%).

Segmentresultatet uppgick till MSEK 11,2 (11,4) vilket motsvarar en minskning med -1,2% (9,0%) och segmentmarginalen uppgick till 48,2% (51,1%) där marginalminskningen i huvudsak drevs av den lägre bruttomarginalen.

Januari - december

KSEK om inte annat anges	Januari - december		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	81 662	68 943	18,4%
Bruttoresultat	51 520	44 543	15,7%
Bruttomarginal, %	63,1%	64,6%	-1,5pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	13,0%	14,1%	-1,1pp
Segmentresultat	40 928	34 824	17,5%
Segmentmarginal, %	50,1%	50,5%	-0,4pp

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under perioden var MSEK 81,7 (68,9) vilket motsvarar en ökning med 18,4% (7,9%). Under året så har efterfrågan inom B2B-segmentet fortsatt att öka, drivet framför allt av kundgrupperna småbolag och inredningsarkitekter.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 51,5 (44,5) vilket motsvarar en ökning med 15,7% (5,0%) och bruttomarginalen uppgick till 63,1% (64,6%). Minskningen av bruttomarginalen drevs av samma faktorer som för B2C.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 13,0% (14,1%) där minskningen drevs av samma faktorer som i B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 40,9 (34,8) vilket motsvarar en ökning med 17,5% (3,0%) och segmentmarginalen uppgick till 50,1% (50,5%) där minskningen drevs av den lägre bruttomarginalen.

Marknadsplatser & övrigt (MPO)

Fjärde kvartalet

KSEK om inte annat anges	Oktober - december		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	4 553	3 968	14,8%
Bruttoresultat	2 735	2 485	10,1%
Bruttomarginal, %	60,1%	62,6%	-2,6pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	35,8%	30,0%	5,8pp
Segmentresultat	1 107	1 295	-14,5%
Segmentmarginal, %	24,3%	32,6%	-8,3pp

Nettoomsättningen för segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) under kvartalet uppgick till MSEK 4,6 (4,0), vilket motsvarar en ökning med 14,8% (-33,7%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 2,7 (2,5) vilket motsvarar en ökning med 10,1% (-37,6%) och bruttomarginalen uppgick till 60,1% (62,6%). Högre kostnader för kundleveranser påverkade bruttomarginalen negativt där den geografiska försäljningsmixen delvis drev utvecklingen.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 35,8% (30,0%) där ökningen drevs av fler initiativ under kampanjperioden "Black Friday" jämfört med föregående år.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 1,1 (1,3), en minskning på grund av den högre marknadsföringskostnaden. Segmentmarginalen uppgick till 24,3% (32,6%) där minskningen drevs av den högre marknadsföringskostnaden som andel av nettoomsättningen samt högre kostnader för kundleveranser.

Januari - december

KSEK om inte annat anges	Januari - december		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	14 008	15 499	-9,6%
Bruttoresultat	8 397	9 592	-12,5%
Bruttomarginal, %	59,9%	61,9%	-1,9pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	33,8%	35,7%	-1,9pp
Segmentresultat	3 666	4 061	-9,7%
Segmentmarginal, %	26,2%	26,2%	0,0pp

Nettoomsättningen för segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) under perioden uppgick till MSEK 14,0 (15,5), vilket motsvarar en minskning med -9,6% (-18,4%). Det utmanande marknadsklimatet har haft en större negativ påverkan på vår Amazon-försäljning jämfört med våra egna webbutiker. Vårt fokus på marknadsföringseffektivitet samt omstruktureringen av försäljningsstrategin som pågick under större delen av perioden har också påverkat tillväxten negativt.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 8,4 (9,6) vilket motsvarar en minskning med -12,5% (-24,4%) och bruttomarginalen uppgick till 59,9% (61,9%). Högre kostnader för kundleveranser påverkade bruttomarginalen negativt där den geografiska försäljningsmixen delvis drev utvecklingen.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 33,8% (35,7%) där minskningen drevs av fokuset på marknadsföringseffektivitet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 3,7 (4,1) vilket motsvarar en minskning med -9,7% (-45,4%). Segmentmarginalen uppgick till 26,2% (26,2%).



Övrig information

Väsentliga händelser under kvartalet

- I november tecknade Rugvista ett hyresavtal om ytterligare lageryta om 1 700 m² på Ringugungsgatan i Limhamn. Kontraktet löper till och med maj 2025.
- I december tecknade Rugvista ett nioårigt hyresavtal med Catena gällande ny kontors- och logistikanläggning om 13 700 m² i Malmö Mellersta hamnområde. Beräknad inflyttning är sommaren 2025. Hyresavtalet uppskattas preliminärt, beräknat enligt IFRS 16, till ett värde av MSEK 102,6. Tillgången och skulden kommer inte att redovisas i bolagets rapport över finansiell ställning förrän lokalerna tillträds. En preliminär uppskattning av Rugvistas investering i inventarier och automation beräknas till MSEK 55-60 fram till inflyttning.
- I december tecknade Rugvista GmbH ett avtal om coworking-kontorsyta i Berlin, Tyskland.
- Under kvartalet lanserades Rugvistas nya kassa (check-out) i ytterligare två marknader.

Väsentliga händelser efter kvartalet

Inga väsentliga händelser efter kvartalet.

Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

Koncernens väsentliga risk- och osäkerhetsfaktorer inkluderar finansiella risker såsom valutarisk, likviditets- och finansieringsrisker samt verksamhets- och affärsrisker. För mer information om risker och riskhantering hänvisas till Rugvistas årsredovisning för 2022.

Ryssland invaderade Ukraina i början på 2022. Koncernen har genom sin affärsverksamhet ingen direkt exponering mot Ryssland, Ukraina eller Belarus. Det är dock svårt att bedöma krigets indirekta inverkan på BNP-tillväxt, inflation, globala leveranskedjor samt konsumenternas framtidstro och efterfrågan på koncernens produkter. Detsamma gäller de senaste händelserna i mellanöstern, i huvudsak kriget mellan Israel och Hamas. Koncernen har ingen direkt exponering i Israel eller Gaza men händelserna kan få indirekt påverkan genom konsumenters framtidstro, inflation, BNP-tillväxt etc. Oroligheterna i Röda havet har fått viss påverkan på vår leveranskedja för produkter från Indien genom längre leveranstider och högre fraktkostnader. Påverkan på Rugvistas resultat förväntas bli marginell men företagsledningen följer utvecklingen.

Medarbetare

Antalet heltidsanställda under perioden oktober - december uppgick till 93,7 (91,5) och andelen kvinnor uppgick till 49,9% (41,6%).

Antalet heltidsanställda under perioden januari – december uppgick till 90,2 (92,5) och andelen kvinnor uppgick till 47,6% (42,2%)

Säsongsvariationer

Koncernens försäljning varierar vanligtvis mellan säsongerna där de första och de fjärde kvartalen tenderar att vara starkast.

Aktien

Rugvista Group AB (publ)-aktien är noterad på Nasdaq First North Premier Growth under tickerkoden RUG och ISIN-koden SE0015659834.

Börsvärdet på den sista handelsdagen i det fjärde kvartalet 2023 (29 december) var MSEK 1 455 värderat till slutkursen på SEK 70,00 per aktie.

Vid rapportperiodens slut uppgick antalet emitterade aktier till 20 785 140, samtliga stamaktier.

Under 2021 emitterades 860 000 teckningsoptioner av koncernen. Av dessa har 435 981 sålts till och är utestående hos nyckelpersoner inom koncernen.

Under andra kvartalet 2022 emitterades 300 000 teckningsoptioner av koncernen. Av dessa har 40 000 sålts till ledande befattningshavare inom koncernen.

Under andra kvartalet 2023 emitterades 595 000 teckningsoptioner av koncernen. Av dessa har 35 000 sålts till ledande befattningshavare och andra nyckelpersoner inom koncernen.

För mer detaljerad information om incitamentsprogram, se "LTIP2021", "LTIP2022" samt "LTIP2023" på sidan 15 samt bolagets hemsida www.rugvistagroup.com.

Se not 5 för en översikt över de tio största aktieägarna.

Övrig information

LTIP 2021

Koncernen har utfärdat teckningsoptioner som en del av ett incitamentsprogram ("LTIP 2021/2024"). Varje teckningsoption berättigar, efter omräkning med anledning av utdelning beslutad av årsstämman 2022 och 2023, till teckning av 1,07 aktier i bolaget under lösenperioden till SEK 152,20. Ursprunglig teckningskurs motsvarade 130 procent av introduktionskursen för aktien. Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 15 april–15 juni 2024.

Bolagsstämman den 20 maj 2022 var sista dag för överlåtelse av teckningsoptioner i LTIP 2021. Av de totalt 860 000 utfärdade teckningsoptionerna kvarstod 423 019 stycken som osålda som därmed förverkades.

LTIP 2022

Koncernen har utfärdat teckningsoptioner som en del av ett incitamentsprogram ("LTIP 2022/2025"). Varje teckningsoption berättigar, efter omräkning med anledning av utdelning beslutad av årsstämman 2023, till teckning av 1,03 aktie i bolaget under lösenperioden till SEK 87,20. Ursprunglig teckningskurs motsvarade 130 procent av den genomsnittliga aktiekursen under värderingsperioden. Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 1 juni – 1 september 2025.

Bolagsstämman den 25 maj 2023 var sista dag för överlåtelse av teckningsoptioner i LTIP 2022. Av de totalt 300 000 utfärdade teckningsoptionerna kvarstod 260 000 stycken som osålda som därmed förverkades.

LTIP 2023

Koncernen har utfärdat teckningsoptioner som en del av ett incitamentsprogram ("LTIP 2023/2026"). Varje teckningsoption berättigar till teckning av en (1,0) aktie i bolaget under lösenperioden till SEK 62,60 vilket motsvarar 120 procent av den genomsnittliga aktiekursen under värderingsperioden. Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 1 juni – 1 september 2026.

Oktober – december 2023

Under det fjärde kvartalet har inga teckningsoptioner under LTIP2023 programmet sålts.

Januari – december 2023

Under perioden har 35 000 teckningsoptioner under LTIP2023 programmet sålts.

Transaktioner med närstående

Oktober – december

Under perioden har designersättning till ett värde av KSEK 98 fakturerats av Love Terins, dotter till Chief Design and Purchasing Officer Carin Terins.

Januari – december

Utöver vad som har fakturerats under kvartalet har designersättning till ett värde av KSEK 145 fakturerats av Love Terins, dotter till Chief Design and Purchasing Officer Carin Terins.

Revisorernas granskning

Denna bokslutskommuniké har inte granskats av bolagets revisor.

Moderbolaget

Rugvista Group AB (publ), med registreringsnummer 559037-7882, är koncernens moderbolag. Koncernen inkluderar Rugvista AB och Rugvista GmbH. Rugvista Group AB (publ) är bildat och registrerat i Sverige.

Sedan den 18 mars 2021 är Rugvista Group AB (publ) noterat på Nasdaq First North Premier Growth Market.

Moderbolagets nettoomsättning uppgick till MSEK 3,9 (2,8) under kvartalet och för perioden januari - december MSEK 15,4 (15,6). Moderbolagets intäkter består av fakturerade arvoden för managementtjänster till dotterbolag, i enlighet med ett koncerninternt avtal.

Moderbolagets kostnader består huvudsakligen av löner till delar av ledningen, ersättningar till styrelsen samt kostnader relaterade till att bolagets aktier är noterade på Nasdaq. Resultatet för kvartalet uppgick till MSEK 51,8 (36,9) och för perioden januari - december MSEK 51,7 (36,6).

Moderbolaget har en koncernintern fordran på dotterbolaget som tillsammans med aktier i dotterbolaget Rugvista AB utgör majoriteten av bolagets tillgångar.

Övrig information

Finansiell kalender

Aktivitet	Datum	Telefonkonferens
Årsredovisning 2023	18 april 2024	
Delårsrapport januari – mars 2024	8 maj 2024	09:00-10:00 CEST
Årsstämma 2024	23 maj 2024	
Delårsrapport januari - juni 2024	15 augusti 2024	09:00-10:00 CEST
Delårsrapport januari – september 2024	7 november 2024	09:00-10:00 CET
Bokslutskommuniké 2024	8 februari 2025	09:00-10:00 CET

I samband med publiceringen av bokslutskommuniké 2023 kommer Michael Lindskog (VD) och Joakim Tuvner (CFO) hålla en telefonkonferens och webbsändning den 8 februari 2024 kl. 09.00 CET. Presentationen hålls på engelska.

För att delta i telefonkonferensen (med möjlighet att ställa muntliga frågor)

Registrera dig via: <https://conference.financialhearings.com/teleconference/?id=5007233> Efter registrering får du telefonnummer och ett konferens-ID för inloggning. Det är också möjligt att medverka i telefonkonferensen via koncernens hemsida:

<https://www.rugvistagroup.com/se/report/kv4-2023/>

För att delta via webbsändningen (med möjlighet att ställa skriftliga frågor)

Direktlänk till webbsändningen: <https://ir.financialhearings.com/rugvista-group-q4-report-2023>

Rapporten och presentationen finns tillgängliga på Rugvista-koncernens hemsida:

<https://www.Rugvistagroup.com/sv/investerare/rapporter-och-presentationer/>

Kontaktinformation

Michael Lindskog

CEO

Michael.Lindskog@rugvista.com

Joakim Tuvner

CFO

Joakim.Tuvner@rugvista.com

Koncern- och investerarinformation

InvestorRelations@rugvistagroup.com

www.rugvistagroup.com

Telefonnummer +46 40 668 81 04

Huvudkontor och besöksadress

Rugvista Group AB (publ)

Ringugngsgatan 11

SE-216 16 Limhamn

Sverige

Certified advisor

FNCA Sweden AB

Box 5216

Nyrogatan 34, SE-102 45 Stockholm

info@fnca.se

Denna rapport är sådan information som Rugvista Group AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 8 februari 2024 kl. 07.30 CET.



Koncernen

Koncernens resultaträkning i sammandrag

KSEK om inget annat anges	Oktober - december			Januari - december		
	2023	2022	Δ	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	233 284	204 135	14,3%	702 203	639 273	9,8%
Övriga rörelseintäkter	1 472	377	290,5%	2 516	1 685	49,3%
Rörelseintäkter	234 757	204 512	14,8%	704 718	640 958	9,9%
Handelsvaror	-94 059	-78 336		-269 147	-244 813	
Övriga externa kostnader	-84 889	-71 274		-259 538	-236 847	
Personalkostnader	-20 787	-17 521		-72 788	-69 711	
Övriga rörelsekostnader	-2 565	1 653		-5 703	-3 676	
Av- och nedskrivningar	-3 086	-2 660		-12 139	-10 992	
Rörelseresultat (EBIT)	29 370	36 375	-19,3%	85 403	74 919	14,0%
Finansiella intäkter	1 625	505		4 147	519	
Finansiella kostnader	-212	-195		-920	-1 101	
Resultat efter finansiella poster	30 784	36 684	-16,1%	88 630	74 336	19,2%
Skatter	-6 476	-7 520		-18 669	-15 464	
Periodens resultat	24 307	29 164	-16,7%	69 962	58 872	18,8%
Hänförligt till:						
Moderföretagets ägare	24 307	29 164		69 962	58 872	
Resultat per aktie före utspädning, SEK	1,17	1,40		3,37	2,83	
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	1,17	1,40		3,37	2,83	

Koncernen

Koncernens rapport över totalresultat i sammandrag

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Oktober - december			Januari - december		
	2023	2022	Δ	2023	2022	Δ
Periodens resultat	24 307	29 164	-16,7%	69 962	58 872	18,8%
<i>Poster som senare kan omklassificeras till resultaträkningen</i>						
Omräkningsdifferens	-9	-	-	-19	-	-
Övrigt totalresultat	-9	-	-	-19	-	-
Periodens totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare	24 298	29 164	-16,7%	69 943	58 872	18,8%

Koncernen

Koncernens rapport över finansiell ställning i sammandrag

KSEK om inget annat anges

<u>TILLGÅNGAR</u>	<u>31 december, 2023</u>	<u>31 december, 2022</u>	<u>EGET KAPITAL & SKULDER</u>	<u>31 december, 2023</u>	<u>31 december, 2022</u>
<u>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</u>			<u>EGET KAPITAL</u>		
Goodwill	299 949	299 949	Aktiekapital	1 039	1 039
Immateriella anläggningstillgångar	19 754	9 064	Övrigt tillskjutet kapital	228 052	227 627
Materiella anläggningstillgångar	3 903	3 540	Balanserat resultat	243 788	216 114
Nyttjanderättstillgångar	22 126	26 828	Periodens resultat	69 962	58 872
Uppskjuten skattefordran	242	311	Summa eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	542 842	503 651
Summa anläggningstillgångar	345 974	339 693			
<u>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</u>			<u>LÅNGFRISTIGA SKULDER</u>		
Varulager	125 656	174 259	Uppskjuten skatteskuld	22	90
Övriga fordringar	22 351	51 581	Leasingskulder	10 545	17 249
Förutbetalda kostnader	2 698	1 465	Summa långfristiga skulder	10 566	17 338
Likvida medel	208 936	139 978	<u>KORTFRISTIGA SKULDER</u>		
Summa omsättningstillgångar	359 642	367 283	Leverantörsskulder	55 449	76 963
			Aktuella skatteskulder	19 155	41 556
SUMMA TILLGÅNGAR	705 615	706 975	Övriga skulder	50 501	44 429
			Leasingskulder	12 576	10 919
			Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	14 527	12 118
			Summa kortfristiga skulder	152 208	185 986
			SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	705 615	706 975

Koncernen

Koncernens rapport över förändringar i eget kapital

Oktober - december

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
2023				
Ingående balans 2023-10-01	1 039	228 052	289 451	518 543
Periodens resultat			24 307	24 307
Övrigt totalresultat			-9	-9
Summa Totalresultat	1 039	228 052	313 751	542 842
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman				-
Teckningsoptioner				-
Teckningsoptioner, återköp				-
Nyemission				-
Utgående balans 2023-12-31	1 039	228 052	313 751	542 842

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
2022				
Ingående balans 2022-10-01	1 039	227 627	245 821	474 487
Periodens resultat			29 164	29 164
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 039	227 627	274 985	503 651
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman				-
Teckningsoptioner				-
Teckningsoptioner, återköp				-
Nyemission				-
Utgående balans 2022-12-31	1 039	227 627	274 985	503 651

Koncernens rapport över förändringar i eget kapital

Januari - december

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
2023				
Ingående balans 2023-01-01	1 039	227 627	274 985	503 651
Periodens resultat			69 962	69 962
Övrigt totalresultat			-19	-19
Summa Totalresultat	1 039	227 627	344 929	573 594
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman			-31 178	-31 178
Teckningsoptioner		425		425
Teckningsoptioner, återköp				-
Nyemission				-
Utgående balans 2023-12-31	1 039	228 052	313 751	542 842

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
2022				
Ingående balans 2022-01-01	1 039	227 784	268 075	496 899
Periodens resultat			58 872	58 872
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 039	227 784	326 948	555 771
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman			-51 963	-51 963
Teckningsoptioner		469		469
Teckningsoptioner, återköp		-626		-626
Nyemission				-
Utgående balans 2022-12-31	1 039	227 627	274 985	503 651

Koncernen

Koncernens kassaflödesanalys i sammandrag

KSEK om inget annat anges

Den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital

	Oktober - december		Januari - december	
	2023	2022	2023	2022
Rörelseresultat	29 370	36 375	85 403	74 919
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet				
Avskrivningar och nedskrivningar	3 086	2 660	12 139	10 992
Orealiserade kursdifferenser	3 581	-1 208	2 529	-4 657
Erhållen ränta	1 625	505	4 147	519
Erlagd ränta	-212	-195	-920	-1 101
Betald inkomstskatt	-1 599	-1 738	-41 069	-22 126
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital	35 851	36 399	62 229	58 546

Förändringar i rörelsekapital

Förändring av varulager	35 174	11 865	48 602	-27 699
Förändring av rörelsefordringar	1 118	-2 972	28 057	-31 792
Förändring av rörelseskulder	13 739	16 424	-10 816	-10 799
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital	50 031	25 317	65 843	-70 290
Kassaflöde från den löpande verksamheten	85 882	61 716	128 072	-11 744

Investeringar i immateriella anläggningstillgångar

Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-2 683	-2 309	-10 690	-9 064
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	-1 389	-222	-1 974	-1 018
Försäljning av immateriella anläggningstillgångar	-	-	-	136
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-4 072	-2 531	-12 664	-9 946

Nyemission

Teckningsoptioner	-	-	-	-
Teckningsoptioner, återköp	-	-	425	469
Amortering leasingskulder	-2 729	-2 356	-10 873	-9 116
Utdelning aktieägare	-	-	-31 178	-51 963
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-2 729	-2 356	-41 626	-61 236

PERIODENS TOTALA KASSAFLÖDE

	79 081	56 829	73 783	-82 927
Likvida medel vid periodens början	135 723	81 610	139 978	218 116
Kursdifferens i likvida medel	-5 868	1 539	-4 825	4 789
Likvida medel vid periodens slut	208 936	139 978	208 936	139 978



Noter

Not 1 - Redovisningsprinciper

Denna bokslutskommuniké är upprättad i enlighet med IAS 34 Delårsrapportering och Årsredovisningslagen. Upplysningar enligt IAS 34 p.16A framkommer förutom i de finansiella rapporterna och dess tillhörande noter även i övriga delar av delårsrapporten. Moderbolaget tillämpar Årsredovisningslagen och RFR 2 Redovisning för juridiska personer. För ytterligare information om Rugvista Groups redovisningsprinciper hänvisar vi till **not 2** i årsredovisningen avseende 2022, publicerad på www.rugvistagroup.com.

Nya och ändrade standarder

Inga av de nya och ändrade standarder och tolkningar som tillämpas från och med den 1 januari 2023 har haft någon väsentlig inverkan på koncernens eller moderföretagets finansiella rapporter.

Kommande standarder

Ett antal nya och ändrade IFRS har ännu inte trätt i kraft och har inte förtidstillämpats vid upprättandet av koncernens och moderföretagets finansiella rapporter. Inga nya eller ändrade standarder eller tolkningar som IASB har publicerats förväntas ha någon påverkan på koncernens eller moderföretagets finansiella rapporter.

Viktiga uppskattningar och bedömningar

När styrelsen och verkställande direktören upprättar finansiella rapporter i enlighet med tillämpade redovisningsprinciper måste vissa uppskattningar och antaganden göras som påverkar det redovisade värdet av tillgångar, skulder, intäkter och kostnader. De områden där uppskattningar och antaganden är av stor betydelse för koncernen och som kan komma att påverka resultat- och balansräkning om de ändras beskrivs i Årsredovisningen för 2022.

Inga ändringar har gjorts i sådana uppskattningar och bedömningar, vilka kunde ha haft väsentlig påverkan på bokslutskommunikén.

Not 2 - Risker och osäkerhetsfaktorer

Det finns flera strategiska, operativa och finansiella risker och osäkerhetsfaktorer som kan påverka koncernens finansiella resultat och ställning. De flesta risker kan hanteras genom interna rutiner, medan andra till stor del drivs av externa faktorer.

För en mer detaljerad beskrivning av de risker och osäkerhetsfaktorer som koncernen står inför, se förvaltningsberättelsen i årsredovisningen för 2022.

Utöver de risker som beskrivs där är bedömningen att det inte finns några ytterligare väsentliga risker förutom att en markant minskning av konsumentförtroendet har observerats på många av koncernens nyckelmarknader i Europa under 2022 och under året 2023.

Noter

Not 3 – Segmentsredovisning

Rugvista Groups verksamhet är indelad i tre segment: Privatpersoner (B2C), Företagskunder (B2B) samt Marknadsplatser & Övrigt (MPO). Privatpersoner representerar konsumentmarknaden och är Rugvista Groups huvudsakliga segment.

Oktober – december 2023	Privatkunder	Företagskunder	Marknadsplatser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	205 402	23 329	4 553	233 284
Handelsvaror	-83 099	-9 142	-1 818	-94 059
Bruttoresultat	122 303	14 187	2 735	139 225
Marknadsföringskostnader	-67 558	-2 950	-1 628	-72 135
Segmentresultat	54 746	11 237	1 107	67 090

Oktober – december 2022	Privatkunder	Företagskunder	Marknadsplatser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	177 920	22 247	3 968	204 135
Handelsvaror	-68 991	-7 862	-1 483	-78 336
Bruttoresultat	108 929	14 385	2 485	125 799
Marknadsföringskostnader	-58 697	-3 011	-1 190	-62 898
Segmentresultat	50 232	11 374	1 295	62 901

Januari – december 2023	Privatkunder	Företagskunder	Marknadsplatser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	606 533	81 662	14 008	702 203
Handelsvaror	-233 394	-30 142	-5 611	-269 147
Bruttoresultat	373 139	51 520	8 397	433 056
Marknadsföringskostnader	-205 366	-10 593	-4 730	-220 689
Segmentresultat	167 773	40 928	3 666	212 366

Januari – december 2022	Privatkunder	Företagskunder	Marknadsplatser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	554 831	68 943	15 499	639 273
Handelsvaror	-214 506	-24 400	-5 907	-244 813
Bruttoresultat	340 325	44 543	9 592	394 460
Marknadsföringskostnader	-190 053	-9 719	-5 531	-205 302
Segmentresultat	150 272	34 824	4 061	189 158

Övriga upplysningar Justeringar och elimineringar

Endast nettointäkter, handelsvaror och marknadsföringskostnader allokeras till respektive segment. Övriga intäkter och kostnader allokeras inte på segmentnivå då dessa poster hänför sig till koncernverksamheten.

	Oktober - december		Januari - december	
Avstämning av resultat	2023	2022	2023	2022
Segmentresultat	67 090	62 901	212 366	189 158
Övriga rörelseintäkter	1 472	377	2 516	1 685
Övriga externa kostnader exkl. marknadsföringskostnader	-12 753	-8 376	-38 849	-31 544
Personalkostnader	-20 787	-17 521	-72 788	-69 711
Övriga rörelsekostnader	-2 565	1 653	-5 703	-3 676
Av- och nedskrivningar	-3 086	-2 660	-12 139	-10 992
Finansiella intäkter och kostnader	1 413	310	3 227	-582
Resultat efter finansiella poster	30 784	36 684	88 630	74 336

Noter

Not 4 - Finansiella tillgångar och skulder

Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	2023-12-31	2022-12-31
<i>Finansiella tillgångar i balansräkningen</i>		
Övriga fordringar	5 296	4 791
Likvida medel	208 936	139 978
Summa	214 232	144 769

Tillgångarnas maximala kreditrisk utgörs av de redovisade beloppen i tabellen ovan. Koncernen har inte erhållit några ställda säkerheter för de finansiella nettotillgångarna.

Övriga fordringar utgörs främst av fordringar på de betalningsförmedlare som koncernen samarbetar med för att erbjuda slutkunden betalnings- och finansieringslösningar och diverse korta fordringar.

Bokfört värde överensstämmer i all väsentlighet med verkligt värde.

Övriga finansiella skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde	2023-12-31	2022-12-31
<i>Finansiella skulder i balansräkningen</i>		
Leverantörsskulder	55 449	76 963
Övriga skulder	8 391	8 716
Upplupna kostnader	12 348	10 358
Leasingskulder	23 120	28 167
Summa	99 308	124 204

Verkligt värde på finansiella skulder bedöms stämma överens med redovisat värde.

Not 5 – Ägaröversikt

De 10 största aktieägarna per den 29 december 2023. En grupp aktieägare anses utgöra en ägare om de ägargrupperats i Euroclear.

Ägare	Antal aktier	Andel av kapital	Andel av rösterna
Madhat AB	2 505 874	12,1%	12,1%
Bank Julius Baer & Co LTD	2 321 605	11,2%	11,2%
Futur Pension Försäkringsaktiebolag	1 816 556	8,7%	8,7%
Alcur Fonder AB	1 747 887	8,4%	8,4%
TIN Fonder	1 500 000	7,2%	7,2%
Indexon AB	1 490 204	7,2%	7,2%
Movestic Livförsäkring AB	1 074 323	5,2%	5,2%
Mediuminvest AS	1 039 256	5,0%	5,0%
SEB Life International Assurance	876 601	4,2%	4,2%
RBC Asset management	855 407	4,1%	4,1%
<i>Totalt de tio största aktieägarna</i>	<i>15 227 713</i>	<i>73,3%</i>	<i>73,3%</i>
Totalt antal utestående aktier	20 785 140	100,0%	100,0%

Källa: Euroclear utdrag per 29 december 2023

Moderbolag

Moderbolagets resultaträkning

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Oktober - december			Januari - december		
	2023	2022	Δ	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	3 852	2 796	37,8%	15 390	15 595	-1,3%
Övriga rörelseintäkter	1	-	-	1	-	-
Totala intäkter	3 853	2 796	37,8%	15 391	15 595	-1,3%
Övriga externa kostnader	-1 361	-1 266		-6 635	-5 756	
Personalkostnader	-2 527	-1 638		-9 151	-10 018	
Övriga rörelsekostnader	-	-		0	-21	
Rörelseresultat (EBIT)	-34	-109	-68%	-395	-200	97%
Finansiella intäkter	212	53		539	88	
Finansiella kostnader	-	-		-73	-201	
Resultat efter finansiella poster	178	-57	-414,5%	71	-314	-122,6%
<i>Bokslutsdispositioner</i>						
Koncernbidrag	65 000	46 455		65 000	46 455	
Skatter	-13 412	-9 545		-13 412	-9 545	
Periodens resultat ¹⁾	51 766	36 854	40,5%	51 659	36 596	41,2%

Moderbolag

Moderbolagets balansräkning

KSEK om inget annat anges

<u>TILLGÅNGAR</u>	<u>31 december, 2023</u>	<u>31 december, 2022</u>	<u>EGET KAPITAL OCH SKULDER</u>	<u>31 december, 2023</u>	<u>31 december, 2022</u>
<u>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</u>			<u>EGET KAPITAL</u>		
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			<i>Bundet eget kapital</i>		
Andelar i koncernföretag	321 271	321 271	Aktiekapital	1 039	1 039
Långfristiga fordringar hos dotterföretag	11 238	3 591	Delsumma, bundet eget kapital	1 039	1 039
Summa anläggningstillgångar	332 508	324 862	<i>Fritt eget kapital</i>		
<u>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</u>			Balanserat resultat	331 607	318 965
Övriga fordringar	66 184	47 498	Periodens resultat	51 659	36 596
Förutbetalda kostnader	172	156	Delsumma, fritt eget kapital	383 266	355 561
Kassa och bank	10 784	10 983	Summa eget kapital	384 305	356 600
Summa omsättningstillgångar	77 139	58 637	<u>KORTFRISTIGA SKULDER</u>		
SUMMA TILLGÅNGAR	409 647	383 499	Leverantörsskulder	396	251
			Aktuella skatteskulder	22 835	24 654
			Övriga skulder	800	383
			Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	1 311	1 611
			Summa kortfristiga skulder	25 342	26 898
			SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	409 647	383 499

Försäkran från Styrelse och Verkställande Direktör

Styrelsen och verkställande direktören (VD) försäkrar att bokslutskommunikén ger en rättvisande utvecklingsöversikt över koncernens och moderbolagets (Rugvista Group AB (publ)) verksamhet, finansiella ställning och finansiella resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget och de företag som ingår i koncernen står inför.

Limhamn den 8 februari 2024

Martin Benckert

Styrelseordförande

Hanna Graflund Sleyman

Styrelsemedlem

Ebba Ljungerud

Styrelsemedlem

Patrik Berntsson

Styrelsemedlem

Ludvig Friberger

Styrelsemedlem

Magnus Dimert

Styrelsemedlem

Michael Lindskog

VD

Definitioner och motivering av nyckeltal

Rugvista Group presenterar vissa mått som inte definieras enligt IFRS, så kallade alternativa nyckeltal. Koncernen anser att dessa mått ger värdefull kompletterande information till investerare och bolagets ledning då de möjliggör utvärdering av bolagets finansiella utveckling och ställning. Eftersom alla företag inte beräknar finansiella och operationella mått på samma sätt är dessa inte alltid jämförbara med mått som används av andra företag. Dessa mått ska därför inte ses som en ersättning för mått som definieras enligt IFRS

Mått	Definition	Motivering
Antal nya kunder	Antal nya kunder som har lagt en beställning, före avbeställningar och retur.	Ett tal som ger en indikation om hur väl koncernen lyckas attrahera nya kunder med sitt erbjudande.
Antal ordrar	Antal ordrar som kunder har gjort under perioden före avbeställningar eller retur.	Ett tal som ger en indikation om koncernens aktivitetsnivå mot kunder. Används även för att beräkna enhetsbaserade nyckeltal.
Antal webbplatsbesök	Antal besök till bolagets webbutiker under perioden.	Ett tal som ger en indikation om förmågan att attrahera potentiella kunder till koncernens webbutiker.
Bruttomarginal	Bruttoresultatet dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten efter kostnaden för handelsvaror.
Bruttoresultat	Rörelseintäkter minskat med kostnaden för handelsvaror.	Ett tal som påvisar vad som finns kvar för att finansiera övriga kostnader efter att handelsvarorna har sålts.
Genomsnittligt NPS-värde	Genomsnittsvärdet för kundsvår på NPS (Net Promotor Score) frågan för beställningar mottagna under perioden. Maxvärdet är 100.	Ett tal som används för att mäta koncernens kundnöjdhet och är vedertaget bland flera olika industrier.
Genomsnittligt ordervärde	Genomsnittliga värdet, inklusive moms, av ordrar efter avbokningar under perioden dividerat med antalet ordrar under perioden.	Ett tal som ger en indikation om hur mycket varje kund är villiga att betala för koncernens produkter.
Genomsnittligt Trustpilot-värde	Genomsnittsvärdet för kundsvår på Trustpilot plattformen mottagna under perioden. Maxvärdet är 5,0.	Ett tal som används för att mäta kundnöjdhet.
Jämförelsestörande poster	Poster som saknar tydliga samband med den ordinarie verksamheten och är av sådan typ att den inte kan förväntas inträffa ofta eller regelbundet samt att det är en post av väsentligt värde.	Ett tal som isolera händelser som inte kan karakteriseras som normala driftkostnader.
Justerad rörelsemarginal (Justerad EBIT-marginal)	Justerad EBIT dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten för den operationella verksamheten exklusive jämförelsestörande poster.
Justerat rörelseresultat (Justerad EBIT)	Rörelseintäkter minus rörelsekostnaderna justerat för jämförelsestörande poster före finansnetto och skatt.	Ett tal som påvisar det operationella resultatet för verksamheten exklusive jämförelsestörande poster.

Mått	Definition	Motivering
Lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader)	Lagervärde per balansdagen dividerat med nettoomsättning (rullande 12 månader).	Ett tal som ger en indikation om lagervärdet är tillräckligt för att möta efterfrågan.
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen	Kostnaden för marknadsföringsaktiviteter utförda under perioden dividerat med nettoomsättningen under perioden.	Ett tal som påvisar hur mycket investeras i marknadsföring som en andel av nettoomsättningen.
Nettoomsättningstillväxt	Procentuell förändring i periodens nettoomsättning jämfört med föregående period.	Ett tal som påvisar tillväxttakten för nettoomsättning.
Nettoskuldssättning	Räntebärande skulder minus likvida medel.	Ett tal som visar förhållandet räntebärande skulder och räntebärande tillgångar samt likvida medel. Med andra ord möjligheten att på kort sikt lösa skulder om detta skulle krävas.
Organisk nettoomsättningstillväxt	Procentuell förändring i periodens nettoomsättning exklusive avyttrad verksamhet med justeringar gjorda för valutaeffekter jämfört med föregående period.	Ett tal som påvisar tillväxttakten för nettoomsättning exklusive avyttrad verksamhet och med justeringar för valutaeffekter.
Periodens marginal	Periodens resultat efter skatt dividerat med periodens totala intäkter.	Ett tal som påvisar lönsamheten efter skatt.
Resultat per aktie	Periodens resultat hänförligt till moderbolagets ägare, dividerat med genomsnittligt antal utestående aktier.	Målet är att fördela bolagets vinst till varje aktie.
Returgrad i procent	Värdet av retur (faktiska och förväntade) delat med försäljningen under perioden.	Ett värde som ger en indikation om bolagets kunder är nöjda med produkten de har beställt.
Rörelsemarginal (EBIT marginal)	Rörelseresultat (EBIT) dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten för den operationella verksamheten.
Rörelseresultat (EBIT)	Rörelseintäkter minus rörelsekostnaderna före finansnetto och skatt.	Ett tal som påvisar det operationella resultatet för verksamheten.
Segmentmarginal	Segmentresultat dividerat med nettoomsättning för segmentet.	Ett tal som påvisar segmentets lönsamhet.
Segmentresultat	Nettoomsättningen minskat med kostnaden för handelsvaror och marknadsföring för segmentet.	Ett tal som påvisar segmentets resultat bidrag.

Ordlista

Förkortning	Förklaring
B2B	Business-to-Business, dvs. segmentet som representerar försäljning till företagskunder.
B2C	Business-to-Consumer, dvs. segmentet som representerar försäljning till privatpersoner.
MPO	Marketplaces & Other, dvs. segmentet som representerar försäljning via tredjeparts plattformar så som Amazon.
DACH	Marknader där tyska är det huvudsakliga språket, dvs Tyskland, Österrike och Schweiz.
Norden	De nordiska marknaderna inkluderar Sverige, Danmark, Norge, Finland och Island.
Övriga länder	Alla övriga marknader som koncernen säljer till och inte är inkluderade i antingen regionen DACH eller Norden.
pp	Percentage points, dvs. procentenheter.
LTM	Rullande tolv månader (Last Twelve Months)



Härledning av alternativa nyckeltal

Bruttomarginal

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Oktober-december		Januari-december	
	2023	2022	2023	2022
Rörelseintäkter (A)	234 757	204 512	704 718	640 958
Handelsvaror (B)	-94 059	-78 336	-269 147	-244 813
Bruttoresultat (A) + (B)	140 698	126 176	435 571	396 145
Nettoomsättning (C)	233 284	204 135	702 203	639 273
Bruttomarginal, % ((A) + (B)) / (C)	60,3%	61,8%	62,0%	62,0%

Justerad rörelsemarginal

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Oktober-december		Januari-december	
	2023	2022	2023	2022
Rörelseresultat (EBIT) (A)	29 370	36 375	85 403	74 919
Jämförelsestörande poster (B)	-	-	-	-
Justerat rörelseresultat (A) + (B)	29 370	36 375	85 403	74 919
Nettoomsättning (C)	233 284	204 135	702 203	639 273
Justerad rörelsemarginal, % ((A) + (B)) / (C)	12,6%	17,8%	12,2%	11,7%

Lagervärde som andel av nettoomsättningen

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Oktober-december		Januari-december	
	2023	2022	2023	2022
Varulager (A)	125 656	174 259	125 656	174 259
Nettoomsättning, rullande tolv månader (LTM) (B)	702 203	639 273	702 203	639 273
Lagervärde som andel av nettoomsättningen (LTM) (A) / (B)	17,9%	27,3%	17,9%	27,3%

Nettoskuldsättning

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Oktober-december		Januari-december	
	2023	2022	2023	2022
Likvida medel (A)	-208 936	-139 978	-208 936	-139 978
Räntebärande skulder (B)	-	-	-	-
Räntebärande leasingskulder (C)	23 120	28 167	23 120	28 167
Nettoskuldsättning/(-)nettokassa (A) + (B) + (C)	-185 816	-111 810	-185 816	-111 810

Organisk nettoomsättningstillväxt

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Oktober - december		Januari - december	
	2023	2022	2023	2022
Föregående års nettoomsättning (A)	204 135	218 801	639 273	704 984
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (B)	-	-	-	-
Föregående års nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (A)-(B)=(C)	204 135	218 801	639 273	704 984
Årets nettoomsättning (D)	233 284	204 135	702 203	639 273
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (E)	-	-	-	-
Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (D)-(E)=(F)	233 284	204 135	702 203	639 273
Valutaeffekt på årets nettoomsättning (G)	10 153	13 210	45 165	26 942
Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet och valutaeffekter (F)-(G)=(H)	223 131	190 925	657 037	612 331
Organisk nettoomsättningstillväxt % (H)/(C)-1	9,3%	-12,7%	2,8%	-13,1%

Kvartalsinformation för utvalda kostnadsposter

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Jan - mar 2020		Apr - jun 2020		Jul - sep 2020		Okt - dec 2020	
Resultat post	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹
Nettoomsättning	106 686	100,0%	118 807	100,0%	110 157	100,0%	206 062	100,0%
Produktkostnader	-30 714	-28,8%	-31 705	-26,7%	-28 319	-25,7%	-54 669	-26,5%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-10 501	-9,8%	-12 209	-10,3%	-11 092	-10,1%	-24 338	-11,8%
Marknadsföringskostnader	-31 218	-29,3%	-31 524	-26,5%	-31 068	-28,2%	-56 622	-27,5%
	Jan - mar 2021		Apr - jun 2021		Jul - sep 2021		Okt - dec 2021	
Resultat post	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹
Nettoomsättning	204 538	100,0%	140 621	100,0%	141 025	100,0%	218 801	100,0%
Produktkostnader	-48 509	-23,7%	-32 651	-23,2%	-33 432	-23,7%	-52 939	-24,2%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-23 762	-11,6%	-18 218	-13,0%	-17 074	-12,1%	-24 243	-11,1%
Marknadsföringskostnader	-57 280	-28,0%	-41 635	-29,6%	-44 731	-31,7%	-69 025	-31,5%
	Jan - mar 2022		Apr - jun 2022		Jul - sep 2022		Okt - dec 2022	
Resultat post	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹
Nettoomsättning	185 973	100,0%	121 228	100,0%	127 937	100,0%	204 135	100,0%
Produktkostnader	-45 993	-24,7%	-32 284	-26,6%	-29 294	-22,9%	-49 878	-24,4%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-24 529	-13,2%	-16 517	-13,6%	-17 860	-14,0%	-28 458	-13,9%
Marknadsföringskostnader	-65 038	-35,0%	-40 529	-33,4%	-36 837	-28,8%	-62 898	-30,8%
	Jan - mar 2023		April - juni 2023		Jul - sep 2023		Okt - dec 2023	
Resultat post	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹
Nettoomsättning	180 262	100,0%	129 063	100,0%	159 593	100,0%	233 284	100,0%
Produktkostnader	-41 557	-23,1%	-29 588	-22,9%	-38 414	-24,1%	-59 633	-25,6%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-26 289	-14,6%	-17 617	-13,7%	-21 623	-13,5%	-34 427	-14,8%
Marknadsföringskostnader	-57 011	-31,6%	-40 242	-31,2%	-51 301	-32,1%	-72 135	-30,9%

Vision & Strategi

Rugvistas affärsvision är **att vara navet för den europeiska mattbranschen**. För att förverkliga visionen har ett antal strategiska initiativ definierats. Initiativen på koncernens nuvarande strategiska agenda är:

Vinn de europeiska nyckelmarknaderna

Detta mål ska uppnås genom att ytterligare förstärka den lokala prägeln på användarupplevelsen från "A till Ö" på våra huvudmarknader. Initiativ för att förstärka den lokala prägeln per region och/eller marknad inkluderar, men är inte begränsat till, åtgärder som att optimera leveransalternativ, skräddarsy betalningsalternativ och anpassa marknadsföringsaktiviteter.

Koncernen menar att ännu starkare lokal prägel på användarupplevelsen kommer att leda till ökad kundpreferens på kärnmarknaderna och därmed möjliggöra ytterligare effektiv tillväxt i dessa regioner.

I den andra fasen av detta initiativ är ambitionen att börja investera i att bygga ett känt och omtyckt varumärke som förväntas driva ytterligare kundförvärvning och preferens.

Visa upp vårt sortiment

Detta mål ska uppnås genom att förfina hur vårt sortiment presenteras för användare i våra webbutiker. Särskild vikt kommer att läggas vid att tydliggöra att de flesta produkter vi erbjuder antingen är utvecklade internt eller endast tillgängliga att köpa hos oss. Arbete för att förstärka berättelsen kring varje kategori, kollektion och/eller artikel pågår också genom att till exempel erbjuda inspirerande bilder och innehåll som del av användarupplevelsen.

Ny design av och introduktion av ytterligare funktionalitet i Rugvistas webbutik, i syfte att göra det ännu enklare för användaren att hitta den perfekta mattan, ingår också som en del av detta initiativ.

Koncernen tror att dessa ansträngningar inte bara kommer att driva ökad varumärkespreferens, kundnöjdhet och lojalitet utan också över tid öka konverteringsgraden.

Vara världsklass i allt vi gör

Detta mål ska uppnås genom att implementera mer omfattande och sofistikerade spårningsverktyg och processer för att styra och optimera vår kommersiella och operativa prestanda.

Koncernen tror att detta arbete kommer att ligga till grund för fortsatt lönsam tillväxt och effektivitetsförbättringar.

Utnyttja utvalda marknadsplatser

Detta mål är för närvarande fokuserat på att skala vår Amazon-verksamhet då koncernen har identifierat detta som en, till stor del historiskt outnyttjad, tillväxtpotential. Tredjepartsmarknadsplatsen ska utvecklas genom att till exempel optimera sortimentet som erbjuds, tillse förbättrad artikelpresentation, arbeta mot Prime-kvalificering och skala marknadsföringsaktiviteterna på Amazon-plattformen.

Om Rugvista Group AB (publ)

Introduktion

Rugvista är en av Europas ledande "direct-to-consumer" e-handlare och säljer mattor via egna webbutiker tillgängliga på 20 olika språk under varumärkena Rugvista och Carpetvista. Bolaget grundades 2005 och erbjuder ett brett och relevant utbud av prisvärda kvalitativa design- och traditionella mattor. Rugvista erbjuder kunder inom EU fri frakt och kostnadsfri retur.

Verksamheten är indelad i tre segment: Privatpersoner (B2C), Företagskunder (B2B), samt Marknadsplatser & Övrigt (MPO). Privatpersoner representerar konsumentmarknaden och är Rugvistas huvudsakliga segment.

Syfte och vision

Rugvistas syfte är *att hjälpa människor till ett hem att älska*. Rugvista har definierat tre visioner där var och en har en tydlig ambition:

- **Affären:** Att vara navet för den europeiska mattbranschen.
- **Hållbarhet:** Att leda mattbranschen mot en socialt och miljömässigt hållbar framtid.
- **Organisation:** Att attrahera, motivera och behålla extraordinära individer.

Styrkor och konkurrensfördelar

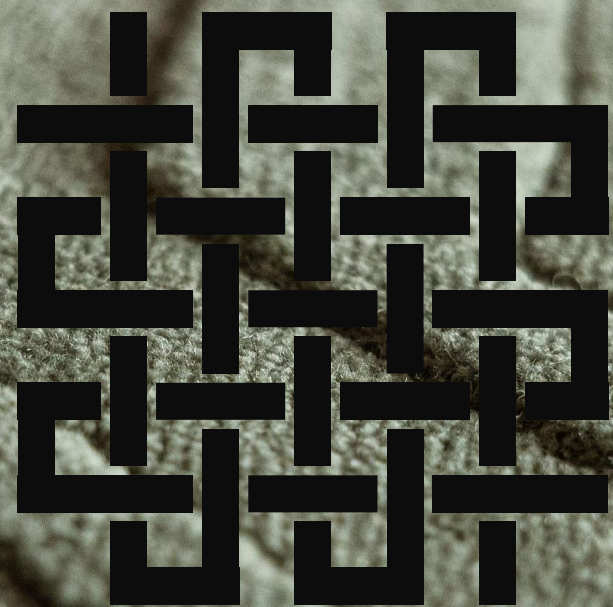
Rugvista anser sig ha ett antal styrkor och konkurrensfördelar som bidrar till koncernens förmåga att förverkliga strategiska målsättningar och uppnå finansiella mål:

- Stor europeisk marknad för matthandel med starkt momentum för onlinehandel
- Ledande position i en marknad där storlek är viktigt
- Gedigen produkt- och sortimentexpertis
- Ändamålsenlig teknikplattform och data-driven operationell modell
- Kundnöjdhet i världsklass och växande kundbas
- Historik av lönsam tillväxt och hög kassagenerering
- Välmeriterad ledning och styrelse med omfattande och relevant erfarenhet

Finansiella mål

Styrelsen har antagit följande finansiella mål på medellång till lång sikt:

- Rugvista Group har som mål att **organiskt öka nettoomsättningen med omkring 20 procent per år**.
- Rugvista Group har som mål att **upprätthålla en EBIT-marginal på över 15 procent**.
- Rugvista Group satsar sina resurser på tillväxt och verksamhetsutveckling. Därtill är Rugvista Groups målsättning att **dela ut upp till 50 procent av årets resultat till aktieägarna**.



RUGVISTA

Ringugnsgratan 11, SE-216 16 Limhamn, Sweden
www.rugvistagroup.com