

RUGVISTA

Delårsrapport

Januari – september 2024

Rugvista Group AB (publ)

Utmanande marknad och jämförelsetal

Tredje kvartalet

- Nettoomsättningen var MSEK 144,8 (159,6) motsvarande en minskning med -9,3% (24,7%).
- Organisk nettoomsättningstillväxt var -7,1% (14,1%).
- Bruttomarginalen uppgick till 62,4% (62,7%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 9,0 (18,6) och rörelsemarginalen uppgick till 6,2% (11,7%).
- Periodens resultat uppgick till MSEK 7,9 (15,2).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK 0,38 (0,73)²⁾.
- Genomsnittligt NPS-värde (Net Promotor Score) var 62 (68) och genomsnittligt Trustpilot-värde var 4,7 (4,8).

Januari - september

- Nettoomsättningen var MSEK 449,0 (468,9) motsvarande en minskning med -4,3% (7,8%).
- Organisk nettoomsättningstillväxt var -4,0% (0,1%).
- Bruttomarginalen uppgick till 62,2% (62,9%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 31,4 (56,0) och rörelsemarginalen var 7,0% (11,9%).
- Periodens resultat uppgick till MSEK 27,6 (45,7).
- Lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader) uppgick till 22,8% (23,9%).
- Nettoskudsättning vid periodens slut var MSEK -137,2 (-112,5).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK 1,33 (2,20)²⁾.
- Genomsnittligt NPS-värde (Net Promotor Score) var 63 (67) och genomsnittligt Trustpilot-värde var 4,7 (4,8).

Nyckeltal för koncernen¹⁾

KSEK om inte annat anges	Juli - september		Januari - september	
	2024	2023	2024	2023
Rörelseintäkter	144 989	160 040	449 930	469 961
Nettoomsättning	144 759	159 593	448 971	468 918
Nettoomsättningstillväxt, %	-9,3%	24,7%	-4,3%	7,8%
Organisk nettoomsättningstillväxt, %	-7,1%	14,1%	-4,0%	0,1%
Bruttoresultat	90 277	100 003	279 371	294 874
Bruttomarginal, %	62,4%	62,7%	62,2%	62,9%
Rörelseresultat	9 044	18 610	31 376	56 033
Rörelsemarginal, %	6,2%	11,7%	7,0%	11,9%
Periodens resultat	7 903	15 187	27 624	45 655
Periodens marginal, %	5,5%	9,5%	6,2%	9,7%
Justerat rörelseresultat	9 044	18 610	31 376	56 033
Justerad rörelsemarginal, %	6,2%	11,7%	7,0%	11,9%
Lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader), %	-	-	22,8%	23,9%
Nettoskudsättning	-137 166	-112 465	-137 166	-112 465
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,38	0,73	1,33	2,20
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,38	0,73	1,33	2,20
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, miljon	7,7	5,8	21,2	20,2
Antal ordrar, tusen	67,5	71,3	208,4	194,6
Antal nya kunder, tusen	48,9	53,1	150,7	142,0
Genomsnittligt ordervärde, SEK	2 957	3 172	2 981	3 435
Genomsnittligt NPS-värde	62	68	63	67
Genomsnittligt Trustpilot-värde	4,7	4,8	4,7	4,8
CO2e-utsläpp per kvm såld matta, CO2e	31,8	14,3	39,2	27,8



” Under tredje kvartalet var köpkraften hos europeiska hushåll fortsatt svag, även om vi mot slutet av kvartalet såg tidiga tecken på förbättrat konsumentförtroende. Även om det kan ta tid för efterfrågan att återhämta sig, är vi väl positionerade för att kunna fånga efterfrågan när den återkommer och tillvarata tillväxtmöjligheterna.”

Ebba Ljungerud, CEO

Utmanande marknad och jämförelsetal

Kära aktieägare,

Under tredje kvartalet var köpkraften hos europeiska hushåll fortsatt svag, även om vi mot slutet av kvartalet såg tidiga tecken på förbättrat konsumentförtroende, särskilt i Norden och då främst i Sverige. Detta har ännu inte resulterat i ökad försäljning, och perioden präglades fortsatt av försiktiga, prismetvetna konsumenter.

Nettoomsättningen för kvartalet uppgick till 144,8 miljoner SEK, en minskning med -9,3 % (24,7 %) jämfört med samma period förra året. En av de främsta orsakerna till nedgången var det lägre genomsnittliga ordervärdet (AOV), primärt drivet av priskänsliga kunder. Vi ser behovet av att balansera ordervolym med AOV. Även om en ökning av ordrar är positivt, är stabilisering och tillväxt av AOV också en prioritering. Vi arbetar kontinuerligt med att optimera denna balans, och det kommer att vara ett fokusområde under Q4 och framåt. Den organiska tillväxten av nettoomsättning var -7,1 % (14,1 %) och fortsatte att variera mellan regionerna, där Norden presterade bättre än övriga regioner. Denna regionala styrka bekräftar effektiviteten av vårt starkare varumärke i Norden samt ett något förbättrat makroekonomiskt läge.

Trots en utmanande marknad var bruttomarginalen relativt stabil på 62,4 % jämfört med 62,7 % förra året. Vi såg även en positiv effekt av minskade marknadsföringskostnader i förhållande till nettoomsättningen, som sjönk med två procentenheter. Detta är ett resultat av vårt fokus på att förbättra marknadsföringseffektiviteten.

Rörelseresultatet uppgick till 9,0 (18,6) miljoner SEK, vilket motsvarar en rörelsemarginal på 6,2 % (11,7 %). Den lägre rörelsemarginalen berodde främst på den lägre nettoomsättningen och ökade personalkostnader som delvis var relaterade till kostnader för avgående VD.

När det gäller våra strategiska nyckeltal var genomsnittligt NPS-värde (NPS) 62 (68), och genomsnittligt Trustpilot-värde låg på 4,7 (4,8) av 5,0. Även om dessa nyckeltal är på mycket höga nivåer och bekräftar vårt kundcentrerade fokus, är vi medvetna om möjligheter att ytterligare förbättra kundresan. Antalet ordrar uppgick till 67,5 (71,3) tusen, vilket motsvarar 94,7 % av antalet ordrar förra året för motsvarande period, och antalet nya kunder var 48,9 (53,1) tusen, motsvarande 92,1 % av föregående års period.

Utsikterna för resten av året förblir osäkra, särskilt med tanke på den oförutsägbara makro-

ekonomiska utvecklingen på nyckelmarknader i Central- och Sydeuropa. Vi är medvetna om att denna utmanande miljö, präglad av volatilitet och press på hushållen, sannolikt kommer att kvarstå en tid framöver. Även om det kan ta tid för efterfrågan att återhämta sig, är vi väl positionerade för att kunna fånga efterfrågan när den återkommer och tillvarata tillväxtpotentialerna.

Vi är fokuserade och förberedda på den kommande högsäsongen i Q4 med bra lagernivåer för att säkerställa att vi kan möta kundernas efterfrågan. Dessutom fortsätter vi att stärka våra kundreseinitiativ, med målet att erbjuda en exceptionell shoppingupplevelse som främjar lojalitet och återkommande köp i alla våra olika matkategorier.

Som VD sedan den 1 oktober ser jag mycket fram emot att leda Rugvista framåt mot att leverera på vår vision och våra mål tillsammans med våra starka och ambitiösa team. Vi har en stark finansiell ställning med en nettokassa på 137 miljoner SEK vid periodens slut som ger oss möjlighet att genomföra våra strategiska investeringar. Jag vill rikta ett varmt tack till alla medarbetare för deras engagemang och hårda arbete, och till våra aktieägare för ert fortsatta förtroende och stöd.

Med vänliga hälsningar,

Ebba Ljungerud
CEO Rugvista Group

Tredje kvartalet

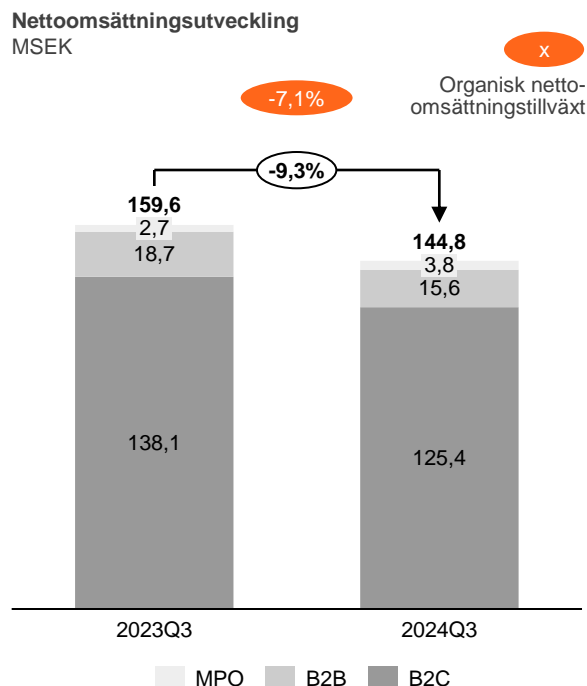
Nettoomsättning

Koncernens nettoomsättning för kvartalet var MSEK 144,8 (159,6) vilket motsvarar en minskning med -9,3% (24,7%). Föregående års starka ordertillväxt (+43%) samt det kvartalets mycket svaga svenska krona ger höga jämförelsetal. Den organiska nettoomsättnings-tillväxten var -7,1% (14,1%).

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C) var MSEK 125,4 (138,1) vilket motsvarar en minskning med -9,2% (25,6%). Regionen Norden ökade nettoomsättningen med 0,3% (44,6%), DACH minskade med -18,3% (30,0%) och Övriga länder, där merparten av försäljningen kommer från övriga Europa, minskade med -10,5% (16,6%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) var MSEK 15,6 (18,7) vilket motsvarar en minskning med -17,0% (26,6%). Efterfrågan inom B2B-segmentet var god för avtalskunder men minskade för övriga mindre företagskunder.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) var MSEK 3,8 (2,7), vilket motsvarar en ökning med 38,4% (-14,4%) Den största delen av försäljningen i segmentet sker via Amazons marknadsplatser. Under föregående år påverkades försäljningen i segmentet negativt av omstrukturering av försäljningsstrategin men som detta år har drivit en tillväxt på Amazons marknadsplatser.



Resultat och marginaler

Bruttomarginalen minskade till 62,4% (62,7%). Kostnaden för handelsvaror som andel av nettoomsättningen påverkades negativt av att kunderna i högre utsträckning har köpt produkter med ett lägre pris. Kostnaden för kundleveranser ökar då som andel av nettoomsättningen trots att vårt förbättringsarbete med att effektivisera kundleveranserna har givit en positiv effekt.

Övriga externa kostnader uppgick till MSEK -53,1 (-60,4) och som andel av nettoomsättningen -36,7% (-37,9%). Förbättringen är framförallt hänförligt till ett högt fokus på kostnadseffektivitet i marknadsföringen. Marknadsföringskostnaderna minskade med -2,0 procentenheter.

Personalkostnaderna uppgick till MSEK -24,1 (-16,1) och som andel av nettoomsättningen uppgick de till -16,7% (-10,1%). I kvartalet hade vi kostnader på MSEK -4,8 som hänförs till den avgående verkställande direktörens avgångsersättning. Övriga personalkostnadsökningar är hänförliga till ett högre antal anställda (9), generella löneökningar samt att Berlinkontorets personal detta året var anställda i vårt dotterbolag men var externt inhyrd personal föregående år.

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK 0,7 (-1,9). Posten består av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner och omvärdering av balansposter i utländsk valuta till kvartalets stängningskurs.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -4,7 (-3,0) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar samt immateriella anläggningstillgångar, dvs vår webbplatsform. Ökningen är hänförlig till att avskrivning på vår immateriella tillgång påbörjades under slutet av det andra kvartalet i år samt hyreshöjningar för företagets hyrda lokaler som klassificeras som nyttjanderättstillgångar.

Rörelseresultatet (EBIT) minskade till MSEK 9,0 (18,6) och rörelsemarginalen var 6,2% (11,7%). Minskningen av rörelsemarginalen drevs i huvudsak av högre personalkostnader samt en minskning av nettoomsättningen.

Finansnettot uppgick till MSEK 0,9 (0,7). Koncernen hade en god nettokassa under kvartalet som renderade ränteintäker. Våra räntekostnader var hänförliga till företagets hyrda lokaler som klassificeras som nyttjanderättstillgångar.

Skatter för perioden var MSEK -2,1 (-4,2).

Periodens resultat uppgick till MSEK 7,9 (15,2) och periodens marginal uppgick till 5,5% (9,5%).

Tredje kvartalet

Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten under kvartalet var MSEK 4,0 (39,9). Minskningen drevs i huvudsak av den negativa rörelsekapitalförändringen, där vi under kvartalet ökade vårt varulager inför högsäsongen samtidigt som varulagret minskade under föregående år. Minskningen av kassaflödet från den löpande verksamheten drevs också av det lägre rörelseresultatet.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick under kvartalet till MSEK -3,5 (-3,6) och är hänförligt till investeringar i anläggningstillgångar.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick under kvartalet till MSEK -3,2 (-2,7).

Övriga nyckeltal (KPI)

NPS-värdet var 62 (68) och Trustpilot-värdet var 4,7 (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 7,7 (5,8) miljoner, vilket motsvarar en ökning med 32,5% (1,5%). Ökningen var delvis hänförlig till en förändrad trafikmix.

Orderantalet var 67,5 (71,3) tusen, vilket motsvarar en minskning med -5,3% (43,3%).

Antalet nya kunder som förvärvades var 48,9 (53,1) tusen, vilket motsvarar en minskning med -7,9% (53,1%).

Genomsnittligt ordervärde var SEK 2 957 (3 172), vilket motsvarar en minskning med -6,8% (-12,0%). Ordervärdet påverkades negativt av att kunderna i högre grad valde produkter baserat på ett högt prispokus.

Finansiell ställning och likviditet

Lagervärdet vid periodens slut uppgick till MSEK 155,7 (160,8) och lagervärdet som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader) uppgick till 22,8% (23,9%). Vårt mål är att ha ett lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande 12 månader) inom intervallet 17,5% - 22,5%. Under kvartalet har vi fortsatt att öka lager inför högsäsongen i det fjärde kvartalet. Våra produkters karaktär gör att lagerrisken är låg vilket också återspeglas i bolagets låga historiska nedskrivningsbehov.

Nettoskuldsättning vid periodens slut var MSEK -137,2 (-112,5) och likvida medel uppgick till MSEK 151,2 (135,7).





Januari – september

Nettoomsättning

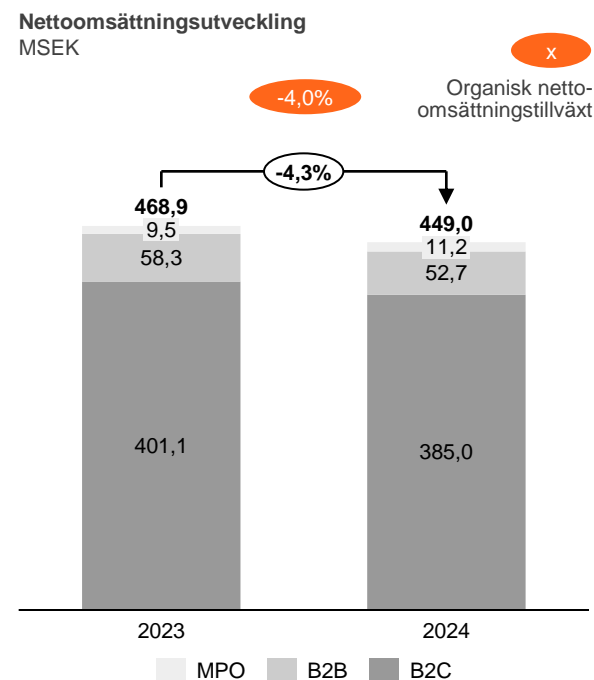
Koncernens nettoomsättning för perioden uppgick till MSEK 449,0 (468,9), vilket motsvarar en minskning med -4,3% (7,8%). Under perioden har antalet ordrar ökat med 7,1% och det genomsnittliga ordervärdet minskade som en följd av att kunder i högre utsträckning väljer produkter med lägre pris. Den organiska nettoomsättningstillväxten, vilket exkluderar valutaeffekter, var -4,0% (0,1%).

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 385,0 (401,1) vilket motsvarar en minskning med -4,0% (6,4%). Norden ökade med 6,9% (11,9%), DACH minskade med -8,4% (4,0%) och Övriga länder minskade med -7,0% (5,2%). Antalet ordrar ökade i samtliga regioner samtidigt som det genomsnittliga ordervärdet minskade.

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 52,7 (58,3) vilket motsvarar en minskning med -9,6% (24,9%). Minskningen av nettoomsättningen drevs av en svag försäljning i kundgruppen mindre företag.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 11,2 (9,5), vilket motsvarar en ökning med 18,8% (-18,0%). Under föregående år påverkades försäljningen i segmentet negativt av

omstrukturering av försäljningsstrategin men som under de senaste två kvartalen har vänt till en tillväxt på Amazons marknadsplatser.



Resultat och marginaler

Bruttomarginalen uppgick till 62,2% (62,9%). Kostnaden för handelsvaror som andel av nettoomsättningen påverkades negativt av att kunderna i högre utsträckning har köpt produkter med ett lägre pris och högre rabatter. Som en följd av ett lägre genomsnittligt ordervärde ökar kostnaden för kundleveranser i förhållande till nettoomsättningen men vårt förbättringsarbete med att effektivisera kundleveranserna har minskat denna kostnadsökning.

Övriga externa kostnader uppgick till MSEK -165,6 (-174,6) och minskningen var i huvudsak driven av lägre marknadsföringskostnader. Minskningen var både hänförlig till en lägre rörlig marknadsföringskostnad som andel av nettoomsättningen samt den lägre försäljningen. Minskningen av marknadsföringskostnaden var större än den totala minskningen av övriga externa kostnader, således hade vi också kostnadsökningar. Under perioden hade vi kostnader för förberedelser av flytt till nytt lager- och kontor 2025 samt ökade IT-kostnader. Som andel av nettoomsättningen uppgick övriga externa kostnader till -36,9% (-37,2%).

Personalkostnaderna uppgick till MSEK -69,5 (-52,0) och som andel av nettoomsättningen uppgick de till -15,5% (-11,1%). Organisationsförändringar drev kostnader på MSEK -7,3. Resterande personalkostnadsökningar drevs av ökningar i antalet anställda,

generella löneökningar samt av att Berlinkontorets personal har övergått från externt inhyrd personal till anställda.

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK -0,7 (-3,1). Posten består av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner samt omvärdering av tillgångar- och skulder i utländsk valuta.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -12,2 (-9,1) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar samt immateriella anläggningstillgångar, dvs vår webplattform. Ökningen är hänförlig till att avskrivning på vår immateriella tillgång påbörjades under slutet av det andra kvartalet i år samt hyreshöjningar för företagets hyrda lokaler som klassificeras som nyttjanderättstillgångar.

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till MSEK 31,4 (56,0) och rörelsemarginalen var 7,0% (11,9%). Minskningen av rörelseresultatet drevs av högre personalkostnader, vilka delvis var av engångskaraktär, samt den lägre nettoomsättningen.

Finansnettot ökade till MSEK 3,5 (1,8).

Skatter för perioden uppgick till MSEK -7,2 (-12,2).

Periodens resultat uppgick till MSEK 27,6 (45,7) och periodens marginal uppgick till 6,2% (9,7%).

Januari - september

Finansiell ställning och likviditet

Lagervärdet vid periodens slut uppgick till MSEK 155,7 (160,8) och lagervärdet som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader) uppgick till 22,8% (23,9%). Vårt mål är att ha ett lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande 12 månader) inom intervallet 17,5% - 22,5%. Under kvartalet har vi fortsatt att öka lager inför högsäsongen i det fjärde kvartalet. Våra produkters karaktär gör att lagerrisken är låg vilket också återspeglas i bolagets låga historiska nedskrivningsbehov.

Nettoskuldssättning vid periodens slut var MSEK -137,2 (-112,5) och likvida medel uppgick till MSEK 151,2 (135,7).

Övriga nyckeltal (KPI)

NPS värdet var 63 (67) och TrustPilot värdet var 4,7 (4,8), vilket är ett bevis på att vårt fortsatt höga fokus på att säkerställa en kundupplevelse i världsklass har varit framgångsrikt.

Antalet webbplatsbesök var 21,2 (20,2) miljoner, vilket motsvarar en ökning med 4,8% (-12,6%). Se kommentaren för tredje kvartalet på sidan 6. Med start 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 besökssiffror för ett givet tidsintervall jämfört med Google Analytics 4.

Orderantalet var 208,4 (194,6) tusen, vilket motsvarar en ökning med 7,1% (11,9%).

Antalet nya kunder som förvärvades var 150,7 (142,0) tusen, vilket motsvarar en ökning med 6,1% (16,1%).

Genomsnittligt ordervärde var SEK 2 981 (3 435), vilket motsvarar en minskning med -13,2% (-2,7%).

Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten under perioden uppgick till MSEK -4,8 (42,2). Minskningen drevs av förändringen i rörelsekapitalet som drevs av en, planerad, större förändring av lager under perioden.

Kassaflödet från investeringsverksamheten under perioden uppgick till MSEK -8,4 (-8,6) och är hänförligt till investeringar i anläggningstillgångar samt, under de första två kvartalen i år, hänförligt till investeringar i vår immateriella anläggningstillgång (vår webplattform).

Kassaflödet från finansieringsverksamheten under perioden uppgick till MSEK -47,1 (-38,9). Under året har utdelningen till aktieägarna betalats MSEK -37,4 (-31,2).



Privatpersoner (B2C)

Tredje kvartalet

KSEK om inte annat anges	Juli - september		
	2024	2023	Δ
Nettoomsättning	125 429	138 116	-9,2%
Nettoomsättning, DACH	22 631	27 688	-18,3%
Nettoomsättning, Norden	36 651	36 557	0,3%
Nettoomsättning, Övriga länder	66 146	73 871	-10,5%
Bruttoresultat	78 112	85 869	-9,0%
Bruttomarginal, %	62,3%	62,2%	0,1pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	32,4%	34,8%	-2,4pp
Segmentresultat	37 523	37 814	-0,8%
Segmentmarginal, %	29,9%	27,4%	2,5pp

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under kvartalet var MSEK 125,4 (138,1) vilket motsvarar en minskning med -9,2% (25,6%). Den minskade nettoomsättningen inom segmentet drevs av DACH och Övriga länder medan Norden hade en svag tillväxt. Norden ökade med 0,3% (44,6%), DACH minskade med -18,3% (30,0%) och Övriga länder, där den stora delen av försäljningen kommer från övriga Europa, minskade med -10,5% (16,6%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 78,1 (85,9) vilket motsvarar en minskning med -9,0% (24,4%) och bruttomarginalen uppgick till 62,3% (62,2%). Kunderna har i högre utsträckning än under samma kvartal föregående år köpt produkter baserat på ett högt prisfokus vilket påverkar bruttomarginalen negativt.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 32,4% (34,8%). Andelsminskningen är framförallt hänförligt till ett högt fokus på kostnadseffektivitet i marknadsföringen.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 37,5 (37,8) vilket motsvarar en minskning med -0,8% (7,7%) och segmentmarginalen uppgick till 29,9% (27,4%) där segmentmarginalökningen i huvudsak är hänförlig till en högre marknadsföringseffektivitet.

Januari - september

KSEK om inte annat anges	Januari - september		
	2024	2023	Δ
Nettoomsättning	385 012	401 130	-4,0%
Nettoomsättning, DACH	75 232	82 094	-8,4%
Nettoomsättning, Norden	100 298	93 810	6,9%
Nettoomsättning, Övriga länder	209 482	225 227	-7,0%
Bruttoresultat	238 521	250 835	-4,9%
Bruttomarginal, %	62,0%	62,5%	-0,6pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	32,7%	34,4%	-1,7pp
Segmentresultat	112 797	113 027	-0,2%
Segmentmarginal, %	29,3%	28,2%	1,1pp

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under perioden var MSEK 385,0 (401,1) vilket motsvarar en minskning med -4,0% (6,4%). Under perioden har orderingången ökat men det genomsnittliga ordervärdet minskade med mer än orderantalsökningen, som en följd av att kunder i högre utsträckning väljer produkter med lägre pris. Tillväxten för Norden var 6,9% (11,9%), för DACH -8,4% (4,0%) och Övriga länder, som till största delen utgörs av övriga europeiska marknader, minskade med -7,0% (5,2%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 238,5 (250,8) vilket motsvarar en minskning med -4,9% (8,4%) och bruttomarginalen uppgick till 62,0% (62,5%). Kunderna har i högre utsträckning än under samma kvartal föregående år köpt produkter baserat på ett högt prisfokus vilket påverkar bruttomarginalen negativt.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 32,7% (34,4%) och minskningen är ett resultat av fokuset på marknadsföringseffektivitet under perioden.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 112,8 (113,0) vilket motsvarar en minskning med -0,2% (13,0%) och segmentmarginalen uppgick till 29,3% (28,2%) där ökningen i huvudsak är hänförlig till en bättre marknadsföringseffektivitet.

Företagskunder (B2B)

Tredje kvartalet

KSEK om inte annat anges	Juli - september		
	2024	2023	Δ
Nettoomsättning	15 552	18 746	-17,0%
Bruttoresultat	9 832	11 989	-18,0%
Bruttomarginal, %	63,2%	64,0%	-0,7pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	10,9%	12,1%	-1,2pp
Segmentresultat	8 132	9 720	-16,3%
Segmentmarginal, %	52,3%	51,9%	0,4pp

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under kvartalet var MSEK 15,6 (18,7) vilket motsvarar en minskning med -17,0% (26,6%). Efterfrågan inom B2B-segmentet var god för avtalskunder men minskade för övriga mindre företagskunder.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 9,8 (12,0) vilket motsvarar en minskning med -18,0% (23,0%) och bruttomarginalen uppgick till 63,2% (64,0%). Minskningen av bruttomarginalen drevs av samma faktorer som för B2C.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 10,9% (12,1%) där minskningen drevs av samma faktorer som i B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 8,1 (9,7) vilket motsvarar en minskning med -16,3% (20,7%) och segmentmarginalen uppgick till 52,3% (51,9%) där marginalökningen drevs av lägre marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen.

Januari - september

KSEK om inte annat anges	Januari - september		
	2024	2023	Δ
Nettoomsättning	52 724	58 333	-9,6%
Bruttoresultat	33 456	37 333	-10,4%
Bruttomarginal, %	63,5%	64,0%	-0,5pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	11,1%	13,1%	-2,0pp
Segmentresultat	27 598	29 691	-7,0%
Segmentmarginal, %	52,3%	50,9%	1,4pp

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under perioden var MSEK 52,7 (58,3) vilket motsvarar en minskning med -9,6% (24,9%). Efterfrågan inom B2B-segmentet var god för avtalskunder men minskade för övriga mindre företagskunder.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 33,5 (37,3) vilket motsvarar en minskning med -10,4% (23,8%) och bruttomarginalen uppgick till 63,5% (64,0%).

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 11,1% (13,1%) där minskningen drevs av samma faktorer som i B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 27,6 (29,7) vilket motsvarar en minskning med -7,0% (26,6%) och segmentmarginalen uppgick till 52,3% (50,9%) där ökningen av den senare drevs av de lägre marknadsföringskostnaderna som andel av nettoomsättningen.

Marknadsplatser & övrigt (MPO)

Tredje kvartalet

KSEK om inte annat anges	Juli - september		
	2024	2023	Δ
Nettoomsättning	3 778	2 730	38,4%
Bruttoresultat	2 104	1 697	24,0%
Bruttomarginal, %	55,7%	62,2%	-6,5pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	34,0%	35,8%	-1,7pp
Segmentresultat	818	721	13,4%
Segmentmarginal, %	21,6%	26,4%	-4,8pp

Nettoomsättningen för segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) under kvartalet uppgick till MSEK 3,8 (2,7), vilket motsvarar en ökning med 38,4 (-14,4%). Försäljningen i segmentet görs i huvudsak på Amazons marknadsplatser och ökningen i kvartalet är driven av att vi har genomfört nya kampanjer på dessa marknadsplatser.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 2,1 (1,7) vilket motsvarar en ökning med 24,0% (-15,6%) och bruttomarginalen uppgick till 55,7% (62,2%). Minskningen av bruttomarginalen är i huvudsak hänförlig till ett högre kampanjtryck på Amazons marknadsplatser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 34,0% (35,8%).

Segmentresultatet uppgick till MSEK 0,8 (0,7). Segmentmarginalen uppgick till 21,6% (26,4%) där ökningen i segmentsresultat i huvudsak drevs av den högre nettoomsättningen och den lägre segmentmarginalen av ett högre kampanjtryck på Amazons marknadsplatser.

Januari - september

KSEK om inte annat anges	Januari - september		
	2024	2023	Δ
Nettoomsättning	11 236	9 455	18,8%
Bruttoresultat	6 436	5 662	13,7%
Bruttomarginal, %	57,3%	59,9%	-2,6pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	34,6%	32,8%	1,8pp
Segmentresultat	2 545	2 559	-0,5%
Segmentmarginal, %	22,7%	27,1%	-4,4pp

Nettoomsättningen för segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) under perioden uppgick till MSEK 11,2 (9,5), vilket motsvarar en ökning med 18,8% (-18,0%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 6,4 (5,7) vilket motsvarar en ökning med 13,7% (-20,3%) och bruttomarginalen uppgick till 57,3% (59,9%). Minskningen av bruttomarginalen är bl a hänförlig till ett högre kampanjtryck på Amazons marknadsplatser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 34,6% (32,8%) där minskningen drevs av fokuset på marknadsföringseffektivitet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 2,5 (2,6). Segmentmarginalen uppgick till 22,7% (27,1%) där minskningen i huvudsak var driven av den lägre bruttomarginalen samt högre marknadsföringskostnader.



Övrig information

Väsentliga händelser under kvartalet

- Den 30 september kom styrelsen överens med Michael Lindskog om att han lämnar sitt uppdrag som VD för Rugvista Group. Ebba Ljungerud, styrelseledamot i bolaget, utsågs samma dag till tillförordnad VD.

Väsentliga händelser efter kvartalet

- Styrelsen har startat rekryteringsprocessen för en ny VD för Rugvista Group.

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 2023.

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 det fortsatta krigets indirekta inverkan på BNP-tillväxt, inflation, globala leveranskedjor samt konsumenternas framtidstro och efterfrågan på koncernens produkter. Detsamma gäller händelserna i mellanöstern, i huvudsak kriget mellan Israel och Hamas, Israel och Hizbollah samt risken för en utvidgad konflikt i regionen. Koncernen har ingen direkt exponering i Israel, Gaza eller Libanon 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.

Säsongsvariationer

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

Medarbetare

Antalet heltidsanställda under perioden juli-september uppgick till 98,0 (89,3) och andelen kvinnor uppgick till 48,2% (47,3%).

Antalet heltidsanställda under perioden januari – september uppgick till 98,1 (88,7) och andelen kvinnor uppgick till 48,9% (46,6%).

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 tredje kvartalet 2024 (30 september) var MSEK 888 värderat till slutkursen på SEK 42,70 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 nyckelpersoner inom koncernen. Alla utestående teckningsoptioner under LTIP2021 förföll utan att utnyttjas under året eftersom teckningskursen översteg aktiekursen under hela teckningsperioden.

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

Under 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 berättigade, 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 kunde utnyttjas under perioden 15 april–15 juni 2024. Alla utestående teckningsoptioner under LTIP 2021 förföll utan att utnyttjas under året eftersom teckningskursen översteg aktiekursen under hela teckningsperioden.

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 1,06 aktier i bolaget under lösenperioden till SEK 84,60. 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. Carin Terins 5 000 teckningsoptioner av serie LTIP 2022/2025 återköptes under det andra kvartalet i samband med att hon lämnade bolaget.

LTIP 2023

Koncernen har utfärdat teckningsoptioner som en del av ett incitamentsprogram ("LTIP 2023/2026"). Varje teckningsoption berättigar, efter omräkning med anledning av utdelning beslutad av årsstämman 2023, till teckning av 1,03 aktier i bolaget under lösenperioden till SEK 60,80 vilket motsvarar 120 procent av den genomsnittliga aktiekursen under värderingsperioden. Bolagsstämman den 23 maj 2024 var sista dag för överlåtelse av teckningsoptioner i LTIP 2023. Av de totalt 595 000 utfärdade teckningsoptionerna kvarstod 560 000 stycken som osålda som därmed förverkades. Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 1 juni – 1 september 2026. Carin Terins 5 000 teckningsoptioner av serie LTIP 2023/2026 återköptes under det andra kvartalet i samband med att hon lämnade bolaget.

Transaktioner med närstående

Juli – september

Under kvartalet förekommer inga transaktioner med närstående.

Januari – september

Under perioden förekommer inga transaktioner med närstående.

Revisorernas granskning

Denna delårsrapport har översiktligt 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 under kvartalet till MSEK 8,3 (3,1). Under perioden januari-september uppgick moderbolagets nettoomsättning till MSEK 15,9 (11,5). 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 0,3 (0,1). För perioden januari-september uppgick resultatet till 0,3 (-0,1).

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

Övrig information

Finansiell kalender

Aktivitet	Datum	Telefonkonferens
Bokslutskommuniké 2024	6 februari 2025	09:00-10:00 CET
Årsredovisning 2024	14 april 2025	
Delårsrapport januari – mars 2025	8 maj 2025	09:00-10:00 CEST
Årsstämma 2025	21 maj 2025	
Delårsrapport januari - juni 2025	14 augusti 2025	09:00-10:00 CEST
Delårsrapport januari – september 2025	6 november 2025	09:00-10:00 CET
Bokslutskommuniké 2025	5 februari 2026	09:00-10:00 CET

I samband med publiceringen av delårsrapporten kommer Ebba Ljungerud (CEO) och Joakim Tuvner (CFO) hålla en telefonkonferens och webbsändning den 7 november 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=50049715>

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/kv3-2024/>

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

Direktlänk till webbsändningen: <https://ir.financialhearings.com/rugvista-group-q3-report-2024>

Rapporten och presentationen finns tillgängliga på Rugvista-koncernens hemsida:

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

Kontaktinformation

Ebba Ljungerud

CEO

Ebba.Ljungerud@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)

Ringugnsgatan 11

SE-216 16 Limhamn

Sverige

Certified advisor

FNCA Sweden AB

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 7 november 2024 kl. 07.30 CET.



Koncernen

Koncernens resultaträkning i sammandrag

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Juli - september			Januari - september		
	2024	2023	Δ	2024	2023	Δ
Nettoomsättning	144 759	159 593	-9,3%	448 971	468 918	-4,3%
Övriga rörelseintäkter	229	447	-48,8%	958	1 043	-8,1%
Rörelseintäkter	144 989	160 040	-9,4%	449 930	469 961	-4,3%
Handelsvaror	-54 711	-60 037		-170 559	-175 088	
Övriga externa kostnader	-53 067	-60 435		-165 572	-174 649	
Personalkostnader	-24 141	-16 063		-69 524	-52 001	
Övriga rörelsekostnader	681	-1 870		-683	-3 138	
Av- och nedskrivningar	-4 708	-3 026		-12 216	-9 052	
Rörelseresultat (EBIT)	9 044	18 610	-51,4%	31 376	56 033	-44,0%
Finansiella intäkter	1 062	910		4 172	2 522	
Finansiella kostnader	-133	-168		-690	-707	
Resultat efter finansiella poster	9 972	19 353	-48,5%	34 858	57 847	-39,7%
Skatter	-2 069	-4 166		-7 233	-12 192	
Periodens resultat	7 903	15 187	-48,0%	27 624	45 655	-39,5%
Hänförligt till:						
Moderföretagets ägare	7 903	15 187		27 624	45 655	
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,38	0,73		1,33	2,20	
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,38	0,73		1,33	2,20	

Koncernen

Koncernens rapport över totalresultat i sammandrag

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Juli - september			Januari - september		
	2024	2023	Δ	2024	2023	Δ
Periodens resultat	7 903	15 187	-48,0%	27 624	45 655	-39,5%
<i>Poster som senare kan omklassificeras till resultaträkningen</i>						
Omräkningsdifferens	-2	-11		2	-11	
Övrigt totalresultat	-2	-11	-79,1%	2	-11	-122,2%
Periodens totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare	7 900	15 176	-47,9%	27 627	45 644	-39,5%

Koncernen

Koncernens rapport över finansiell ställning i sammandrag

KSEK om inget annat anges

TILLGÅNGAR	30 september, 2024	30 september, 2023	31 december, 2023	EGET KAPITAL & SKULDER	30 september, 2024	30 september, 2023	31 december, 2023
<u>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</u>				<u>EGET KAPITAL</u>			
Goodwill	299 949	299 949	299 949	Aktiekapital	1 039	1 039	1 039
Immateriella anläggningstillgångar	22 276	17 071	19 754	Övrigt tillskjutet kapital	227 933	228 052	228 052
Materiella anläggningstillgångar	6 876	2 923	3 903	Balanserat resultat	276 340	243 797	243 789
Nyttjanderättstillgångar	13 313	22 212	22 126	Periodens resultat	27 624	45 655	69 962
Uppskjuten skattefordran	242	311	242	Summa eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	532 937	518 543	542 842
Summa anläggningstillgångar	342 657	342 466	345 974				
<u>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</u>				<u>LÅNGFRISTIGA SKULDER</u>			
Varulager	155 720	160 830	125 656	Uppskjuten skatteskuld	22	90	22
Övriga fordringar	29 011	21 146	22 351	Leasingskulder	1 804	12 265	10 545
Förutbetalda kostnader	5 839	4 962	2 698	Avsättningar	2 697	-	-
Likvida medel	151 201	135 723	208 936	Summa långfristiga skulder	4 522	12 354	10 566
Summa omsättningstillgångar	341 771	322 661	359 642				
				<u>KORTFRISTIGA SKULDER</u>			
SUMMA TILLGÅNGAR	684 428	665 127	705 615	Leverantörsskulder	69 832	55 816	55 449
				Aktuella skatteskulder	5 152	14 279	19 155
				Övriga skulder	35 154	38 892	50 501
				Leasingskulder	12 231	10 994	12 576
				Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	24 600	14 250	14 527
				Summa kortfristiga skulder	146 970	134 230	152 208
				SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	684 428	665 127	705 615

Koncernen

Koncernens rapport över förändringar i eget kapital

Juli - september

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat	Summa eget kapital
			inklusive periodens resultat	
2024				
Ingående balans 2024-07-01	1 039	227 933	296 065	525 036
Periodens resultat			7 903	7 903
Övrigt totalresultat			-2	-2
Summa Totalresultat	1 039	227 933	303 965	532 937
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman				-
Teckningsoptioner				-
Teckningsoptioner, återköp				-
Nyemission				-
Utgående balans 2024-09-30	1 039	227 933	303 965	532 937

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat	Summa eget kapital
			inklusive periodens resultat	
2023				
Ingående balans 2023-07-01	1 039	228 052	274 275	503 366
Periodens resultat			15 187	15 187
Övrigt totalresultat			-11	-11
Summa Totalresultat	1 039	228 052	289 451	518 543
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman				-
Teckningsoptioner				-
Teckningsoptioner, återköp				-
Nyemission				-
Utgående balans 2023-09-30	1 039	228 052	289 451	518 543

Koncernens rapport över förändringar i eget kapital

Januari - september

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat	Summa eget kapital
			inklusive periodens resultat	
2024				
Ingående balans 2024-01-01	1 039	228 052	313 751	542 842
Periodens resultat			27 624	27 624
Övrigt totalresultat			2	2
Summa Totalresultat	1 039	228 052	341 378	570 469
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman			-37 413	-37 413
Teckningsoptioner				-
Teckningsoptioner, återköp		-119		-119
Nyemission				-
Utgående balans 2024-09-30	1 039	227 933	303 965	532 937

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat	Summa eget kapital
			inklusive periodens resultat	
2023				
Ingående balans 2023-01-01	1 039	227 627	274 986	503 651
Periodens resultat			45 655	45 655
Övrigt totalresultat			-11	-11
Summa Totalresultat	1 039	227 627	320 630	549 296
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman			-31 178	-31 178
Teckningsoptioner		425		425
Teckningsoptioner, återköp				-
Nyemission				-
Utgående balans 2023-09-30	1 039	228 052	289 451	518 543

Koncernen

Koncernens kassaflödesanalys i sammandrag

KSEK om inget annat anges

	Juli - september		Januari - september	
	2024	2023	2024	2023
<i>Den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</i>				
Rörelseresultat	9 044	18 610	31 376	56 033
<i>Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet</i>				
Avskrivningar och nedskrivningar	4 708	3 026	12 216	9 052
Orealiserade kursdifferenser	-651	1 646	-3 742	-1 622
Erhållen ränta	1 062	910	4 172	2 522
Erlagd ränta	-133	-168	-690	-707
Betald inkomstskatt	-3 958	-2 455	-21 236	-39 469
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital	10 071	21 570	22 096	25 808
<i>Förändringar i rörelsekapital</i>				
Förändring av varulager	-9 661	10 137	-30 063	13 428
Förändring av rörelsefordringar	-3 269	1 603	-9 735	27 004
Förändring av rörelseskulder	6 851	6 600	12 942	-24 050
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital	-6 079	18 339	-26 856	16 382
Kassaflöde från den löpande verksamheten	3 992	39 910	-4 761	42 191
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-	-3 610	-4 114	-8 007
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-3 541	-10	-4 677	-585
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	-	-	407	-
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-3 541	-3 620	-8 384	-8 592
Nyemission	-	-	-	-
Teckningsoptioner	-	-	-	425
Teckningsoptioner, återköp	-	-	-119	-
Amortering leasingkulder	-3 214	-2 734	-9 600	-8 144
Utdelning aktieägare	-	-	-37 413	-31 178
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-3 214	-2 734	-47 132	-38 896
PERIODENS TOTALA KASSAFLÖDE	-2 763	33 556	-60 277	-5 297
Likvida medel vid periodens början	154 517	104 393	208 936	139 978
Kursdifferens i likvida medel	-554	-2 226	2 542	1 043
Likvida medel vid periodens slut	151 201	135 723	151 201	135 723



Noter

Not 1 - Redovisningsprinciper

Denna delårsrapport 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 2023, 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 2024 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 2023.

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

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 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.

Juli - september 2024	Privatkunder	Företagskunder	Marknadsplatser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	125 429	15 552	3 778	144 759
Handelsvaror	-47 317	-5 721	-1 674	-54 711
Bruttoresultat	78 112	9 832	2 104	90 048
Marknadsföringskostnader	-40 590	-1 700	-1 286	-43 576
Segmentresultat	37 523	8 132	818	46 472

Juli – september 2023	Privatkunder	Företagskunder	Marknadsplatser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	138 116	18 746	2 730	159 593
Handelsvaror	-52 247	-6 756	-1 033	-60 037
Bruttoresultat	85 869	11 989	1 697	99 556
Marknadsföringskostnader	-48 055	-2 269	-976	-51 301
Segmentresultat	37 814	9 720	721	48 255

Januari – september 2024	Privatkunder	Företagskunder	Marknadsplatser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	385 012	52 724	11 236	448 971
Handelsvaror	-146 491	-19 268	-4 800	-170 559
Bruttoresultat	238 521	33 456	6 436	278 413
Marknadsföringskostnader	-125 723	-5 858	-3 891	-135 472
Segmentresultat	112 797	27 598	2 545	142 941

Januari – september 2023	Privatkunder	Företagskunder	Marknadsplatser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	401 130	58 333	9 455	468 918
Handelsvaror	-150 295	-21 000	-3 793	-175 088
Bruttoresultat	250 835	37 333	5 662	293 830
Marknadsföringskostnader	-137 808	-7 643	-3 103	-148 554
Segmentresultat	113 027	29 691	2 559	145 277

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.

	Juli - september		Januari - september	
Avstämning av resultat	2024	2023	2024	2023
Segmentresultat	46 472	48 255	142 941	145 277
Övriga rörelseintäkter	229	447	958	1 043
Övriga externa kostnader exkl. marknadsföringskostnader	-9 491	-9 134	-30 100	-26 095
Personalkostnader	-24 141	-16 063	-69 524	-52 001
Övriga rörelsekostnader	681	-1 870	-683	-3 138
Av- och nedskrivningar	-4 708	-3 026	-12 216	-9 052
Finansiella intäkter och kostnader	928	742	3 482	1 814
Resultat efter finansiella poster	9 972	19 353	34 858	57 847

Noter

Not 4 - Finansiella tillgångar och skulder

Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	2024-09-30	2023-09-30
<i>Finansiella tillgångar i balansräkningen</i>		
Övriga fordringar	10 774	5 169
Likvida medel	151 201	135 723
Summa	161 975	140 892

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	2024-09-30	2023-09-30
<i>Finansiella skulder i balansräkningen</i>		
Leverantörsskulder	69 832	55 816
Övriga skulder	6 654	8 129
Upplupna kostnader	17 669	12 476
Leasingskulder	14 035	23 258
Summa	108 191	99 679

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

Not 5 – Ägaröversikt

De 10 största aktieägarna per den 30 september 2024. En grupp aktieägare anses utgöra en ägare om de har ägargrupperats av 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%
Alcur Fonder AB	2 054 318	9,9%	9,9%
Futur Pension Försäkringsaktiebolag	1 777 256	8,6%	8,6%
Indexon AB	1 490 204	7,2%	7,2%
Nordnet Pensionsförsäkring AB	1 293 822	6,2%	6,2%
Movestic Livförsäkring AB	1 070 890	5,2%	5,2%
TIN Fonder	930 910	4,5%	4,5%
Spiltan Fonder AB	667 397	3,2%	3,2%
Försäkringsaktiebolaget Avanza Pension	630 899	3,0%	3,0%
<i>Totalt de tio största aktieägarna</i>	<i>14 743 175</i>	<i>70,9%</i>	<i>70,9%</i>
Totalt antal utestående aktier	20 785 140	100,0%	100,0%

Källa: Euroclear utdrag per 30 september 2024

Moderbolag

Moderbolagets resultaträkning

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Juli - september			Januari - september		
	2024	2023	Δ	2024	2023	Δ
Nettoomsättning	8 284	3 118	165,7%	15 853	11 538	37,4%
Övriga rörelseintäkter	-	-	-	-	-	-
Totala intäkter	8 284	3 118	165,7%	15 853	11 538	37,4%
Övriga externa kostnader	-1 364	-1 245		-4 556	-5 275	
Personalkostnader	-6 738	-2 019		-11 356	-6 624	
Övriga rörelsekostnader	-	-		-	-	
Rörelseresultat (EBIT)	182	-147	-224%	-58	-361	-84%
Finansiella intäkter	201	202		623	326	
Finansiella kostnader	-	-		-224	-73	
Resultat efter finansiella poster	383	55	596,9%	340	-107	-418,5%
Skatter	-87	-		-87	-	
Periodens resultat ¹⁾	297	55	439,3%	254	-107	-337,4%

Moderbolag

Moderbolagets balansräkning

KSEK om inget annat anges

TILLGÅNGAR	30 september, 2024	30 september, 2023	31 december, 2023	EGET KAPITAL OCH SKULDER	30 september, 2024	30 september, 2023	31 december, 2023
<u>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</u>				<u>EGET KAPITAL</u>			
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>				<i>Bundet eget kapital</i>			
Andelar i koncernföretag	321 271	321 271	321 271	Aktiekapital	1 039	1 039	1 039
Långfristiga fordringar hos dotterföretag	11 677	11 080	11 238	Delsumma, bundet eget kapital	1 039	1 039	1 039
Summa anläggningstillgångar	332 948	332 351	332 508	<i>Fritt eget kapital</i>			
<u>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</u>				Balanserat resultat	345 853	331 607	331 607
Övriga fordringar	21 563	11 022	66 184	Periodens resultat	254	-107	51 659
Förutbetalda kostnader	367	326	172	Delsumma, fritt eget kapital	346 106	331 500	383 266
Kassa och bank	7 888	10 341	10 784	Summa eget kapital	347 146	332 539	384 305
Summa omsättningstillgångar	29 818	21 689	77 139	<u>LÅNGFRISTIGA SKULDER</u>			
SUMMA TILLGÅNGAR	362 766	354 040	409 647	Avsättningar	2 697	-	-
				Summa långfristiga skulder	2 697	-	-
				<u>KORTFRISTIGA SKULDER</u>			
				Leverantörsskulder	324	320	396
				Aktuella skatteskulder	6 810	9 433	22 835
				Övriga skulder	1 877	10 594	800
				Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	3 913	1 154	1 311
				Summa kortfristiga skulder	12 924	21 501	25 342
				SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	362 766	354 040	409 647

Försäkran från styrelsen och verkställande direktör

Styrelsen och verkställande direktören (VD) försäkrar att delårsrapporten 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 7 november 2024

Martin Benckert

Styrelseordförande

Ebba Ljungerud

VD och Styrelsemedlem

Hanna Graflund Sleyman

Styrelsemedlem

Patrik Berntsson

Styrelsemedlem

Ludvig Friberger

Styrelsemedlem

Magnus Dimert

Styrelsemedlem

Revisors granskningsrapport

Rugvista Group AB (publ), org.nr 559037-7882

Till styrelsen för Rugvista Group AB (publ)

Inledning

Vi har utfört en översiktlig granskning av den finansiella delårsinformationen i sammandrag (delårsrapporten) för Rugvista Group AB (publ) per 30 september 2024 och den niomånadersperiod som slutade per detta datum. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta och presentera denna delårsrapport i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om denna delårsrapport grundad på vår översiktliga granskning.

Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med International Standard on Review Engagements ISRE 2410 Översiktlig granskning av finansiell delårsinformation utförd av företagets valda revisor. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för finansiella frågor och redovisningsfrågor, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i övrigt har.

De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

Slutsats

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att delårsrapporten inte, i allt väsentligt, är upprättad för koncernens del i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen samt för moderbolagets del i enlighet med årsredovisningslagen.

Malmö, den dag som framgår av vår elektroniska underskrift

Ernst & Young

Hanna Fehland

Auktoriserad revisor

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.
CO2e-utsläpp per kvm såld matta	Utsläpp av koldioxidequivallenter från inköp av mattor under perioden omräknat till ett intensitetsmål per kvadratmeter såld matta under perioden.	Används för att mäta växthusgasutsläppen från bolagets inköp av mattor under perioden i relation till försäljningen.
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.	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.
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.
Nettoskuldsättning	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.
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

Bruttoresultat och bruttomarginal

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Juli-september		Januari-september	
	2024	2023	2024	2023
Rörelseintäkter (A)	144 989	160 040	449 930	469 961
Handelsvaror (B)	-54 711	-60 037	-170 559	-175 088
Bruttoresultat (A) + (B)	90 277	100 003	279 371	294 874
Nettoomsättning (C)	144 759	159 593	448 971	468 918
Bruttomarginal, % ((A) + (B)) / (C)	62,4%	62,7%	62,2%	62,9%

Justerat rörelseresultat och rörelsemarginal

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Juli-september		Januari-september	
	2024	2023	2024	2023
Rörelseresultat (EBIT) (A)	9 044	18 610	31 376	56 033
Jämförelsestörande poster (B)	-	-	-	-
Justerat rörelseresultat (A) + (B)	9 044	18 610	31 376	56 033
Nettoomsättning (C)	144 759	159 593	448 971	468 918
Justerad rörelsemarginal, % ((A) + (B)) / (C)	6,2%	11,7%	7,0%	11,9%

Lagervärde som andel av nettoomsättningen

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Juli-september		Januari-september	
	2024	2023	2024	2023
Varulager (A)	155 720	160 830	155 720	160 830
Nettoomsättning, rullande tolv månader (LTM) (B)	682 256	673 053	682 256	673 053
Lagervärde som andel av nettoomsättningen (LTM) (A) / (B)	22,8%	23,9%	22,8%	23,9%

Nettoskuldsättning

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Juli-september		Januari-september	
	2024	2023	2024	2023
Likvida medel (A)	-151 201	-135 723	-151 201	-135 723
Räntebärande skulder (B)	0	0	0	0
Räntebärande leasingskulder (C)	14 035	23 258	14 035	23 258
Nettoskuldsättning/(-)nettokassa (A) + (B) + (C)	-137 166	-112 465	-137 166	-112 465

Organisk nettoomsättningstillväxt

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Juli - september		Januari - september	
	2024	2023	2024	2023
Föregående års nettoomsättning (A)	159 593	127 937	468 918	435 138
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (B)	-	-	-	-
Föregående års nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (A)-(B)=(C)	159 593	127 937	468 918	435 138
Årets nettoomsättning (D)	144 759	159 593	448 971	468 918
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (E)	-	-	-	-
Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (D)-(E)=(F)	144 759	159 593	448 971	468 918
Valutaeffekt på årets nettoomsättning (G)	-3 464	13 678	-1 138	33 411
Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet och valutaeffekter (F)-(G)=(H)	148 223	145 915	450 110	435 507
Organisk nettoomsättningstillväxt % (H)/(C)-1	-7,1%	14,1%	-4,0%	0,1%

Kvartalsinformation för utvalda kostnadsposter

<i>KSEK om inget annat anges</i>	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%
	Jan - mar 2024		April - juni 2024		Juli - sep 2024			
Resultat post	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹		
Nettoomsättning	175 855	100,0%	128 357	100,0%	144 759	100,0%		
Produktkostnader	-42 542	-24,2%	-29 836	-23,2%	-34 565	-23,9%		
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-25 306	-14,4%	-18 164	-14,2%	-20 146	-13,9%		
Marknadsföringskostnader	-53 641	-30,5%	-38 255	-29,8%	-43 576	-30,1%		

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

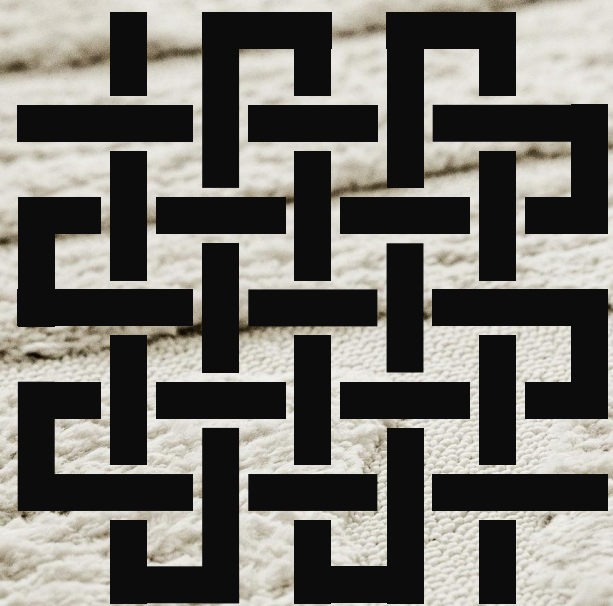
Rugvistas syfte är *att hjälpa människor till ett hem att älska*. Rugvista har definierat tre visioner där var och en har en tydlig ambition:

- **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



RUGVISTA

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