

**RUGVISTA**

Delårsrapport

**Januari – juni 2023**

Rugvista Group AB (publ)



# Väsentligt förbättrad lönsamhet

## Andra kvartalet

- Nettoomsättningen var MSEK 129,1 (121,2) motsvarande en ökning med 6,5% (-13,8%).
- Den organiska nettoomsättningstillväxten var -1,5% (-15,6%) efter justering för valutaeffekter.
- Bruttomarginalen ökade till 63,6% (60,1%).
- Rörelseresultatet förbättrades markant till MSEK 11,8 (0,4) och således även rörelsemarginalen, som förbättrades till 9,1% (0,4%).
- Periodens resultat ökade till MSEK 10,2 (-0,1).
- Lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader) uppgick till 26,7% (24,8%).
- Nettokassan vid periodens slut var MSEK 81,6 (81,8).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK 0,49 (-0,01)<sup>2</sup>.
- Det genomsnittliga NPS-värdet (Net Promotor Score) var 65 (68) och genomsnittligt Trustpilot-värde var fortsatt stabilt 4,8 (4,8).

## Januari – juni

- Nettoomsättningen var MSEK 309,3 (307,2) motsvarande en ökning med 0,7% (-11,0%).
- Den organiska nettoomsättningstillväxten var -5,8% (-14,0%).
- Bruttomarginalen ökade till 63,0% (61,4%).
- Rörelseresultatet förbättrades till MSEK 37,4 (22,0) och rörelsemarginalen var 12,1% (7,2%).
- Periodens resultat ökade till MSEK 30,5 (16,7).
- Lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader) uppgick till 26,7% (24,8%).
- Nettokassan vid periodens slut var MSEK 81,6 (81,8).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK 1,47 (0,80)<sup>2</sup>.
- Det genomsnittliga NPS-värdet (Net Promotor Score) var 67 (68) och genomsnittligt Trustpilot-värde var fortsatt stabilt över perioden med 4,8 (4,8).

## Nyckeltal för koncernen<sup>1</sup>

KSEK om inte annat anges	April - juni		Januari - juni	
	2023	2022	2023	2022
Rörelseintäkter	129 311	121 670	309 921	308 050
Nettoomsättning	129 063	121 228	309 326	307 201
Nettoomsättningstillväxt, %	6,5%	-13,8%	0,7%	-11,0%
Organisk nettoomsättningstillväxt, %	-1,5%	-15,6%	-5,8%	-14,0%
Bruttoresultat	82 106	72 869	194 870	188 728
Bruttomarginal, %	63,6%	60,1%	63,0%	61,4%
Rörelseresultat	11 757	446	37 422	21 974
Rörelsemarginal, %	9,1%	0,4%	12,1%	7,2%
Periodens resultat	10 159	-115	30 468	16 690
Periodens marginal, %	7,9%	-0,1%	9,8%	5,4%
Justerat rörelseresultat	11 757	446	37 422	21 974
Justerad rörelsemarginal, %	9,1%	0,4%	12,1%	7,2%
Lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader), %	26,7%	24,8%	26,7%	24,8%
Nettoskuldsättning	-81 635	-81 769	-81 635	-81 769
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,49	-0,01	1,47	0,80
Resultat per aktie efter utspädning, SEK <sup>2)</sup>	0,49	-0,01	1,47	0,80
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	5,5	6,8	14,4	17,3
Antal ordrar, tusen	51,6	48,7	123,3	124,3
Antal nya kunder, tusen	36,7	33,7	88,8	87,6
Genomsnittligt ordervärde, SEK	3 568	3 461	3 588	3 528
Genomsnittligt NPS-värde	65	68	67	68
Genomsnittligt Trustpilot-värde	4,8	4,8	4,8	4,8





***”Vi fortsätter leverera god lönsamhet tack vare vårt fokus på kostnadseffektivitet. Under kvartalet har vi sett tecken på något ökad kundefterfrågan på flera marknader vilket har bidragit till kvartalets omsättningsökning.”***

**Michael Lindskog, CEO**



# Fortsatt god lönsamhet och tecken på ökad efterfrågan

## Kära aktieägare

Vi fortsätter leverera god lönsamhet tack vare vårt fokus på kostnadseffektivitet. Under kvartalet har vi sett tecken på något ökad kundefterfrågan på flera marknader vilket, i kombination med valutaeffekter och att vi levererar på våra strategiska initiativ, har bidragit till kvartalets omsättningsökning.

Nettoomsättningen för kvartalet var 129,1 (121,2) miljoner kronor vilket motsvarar en ökning med 6,5% (-13,8%) och den organiska nettoomsättningstillväxten var -1,5%. Nettoomsättningen påverkades positivt av kronans värdeminskning mot framför allt euron men negativt av en generellt fortsatt utmanande marknad.

Bruttomarginalen för kvartalet var 63,6% (60,1%) vilket motsvarar en ökning med 3,5 procentenheter jämfört med föregående år och som är hänförlig till förbättrad produktmarginal. Den förbättrade produktmarginalen är driven av förra årets prisjusteringar samt kategorimixeffekter.

Marknadsföringskostnaderna som en andel av nettoomsättningen för kvartalet var 31,2% (33,4%) vilket motsvarar en minskning med -2,3 procentenheter jämfört med föregående år. Utvecklingen är driven av vårt fortsatta fokus på kostnadseffektivitet samt att marknadsföringsklimatet överlag var något mindre intensivt jämfört med förra året även om vi noterar väsentliga skillnader mellan länder.

Rörelseresultatet för kvartalet var 11,8 (0,4) miljoner kronor och rörelsemarginalen var 9,1% (0,4%). Rörelsemarginalen ökade med 8,7 procentenheter jämfört med föregående år och är på en hälsosam nivå givet marknadsförutsättningarna och att andra kvartalet brukar säsongsmässigt vara vårt minst lönsamma.

Orderantalet och antalet nya kunder ökade under kvartalet för första gången på fem kvartal vilket är glädjande. Vårt genomsnittliga NPS-värde för kvartalet minskade till 65 (68) men är fortfarande på en mycket hög nivå.

Under kvartalet utbetalades den av årsstämman beslutade utdelningen om 1,50 kronor per aktie motsvarande 31,2 miljoner kronor. Vi är finansiellt starka med en nettokassa om 82 miljoner kronor vilket är en styrka givet det osäkra makroekonomiska och geopolitiska klimatet.

Vi fortsätter arbetet mot visionen att bli navet för den europeiska mattbranschen. Jag är mycket nöjd att vi under kvartalet lanserade första versionen av vår nya e-handelsplattform i sju marknader som också representerar en betydande del av vår omsättning. Introduktionen av en helt ny e-handelsplattform har självklart inneburit utmaningar men flera tidiga nyckeltal är lovande och vi ser fram emot att lansera resterande Rugvista domäner under tredje kvartalet. Satsningen på ett utökat och förbättrat sortiment inom utomhusmattor har varit framgångsrik och bidragande till kvartalets omsättningsökning. Vi ser redan bra potential från våra nya badrumsmattor och planerar att utveckla sortimentet framöver.

Utsikterna för resten av året är fortfarande osäkra även om vi under andra kvartalet noterade viss återhämtning i kundefterfrågan. För juli månad, efter räkenskapsperiodens slut, såg vi fortsatt omsättningsökning samt organisk tillväxt. Jag ser fram emot resten av året där vi kommer att fokusera på att effektivt navigera marknaden, arbeta vidare med våra strategiska initiativ samt säkerställa en framgångsrik start på årets högsäsong.

Med vänliga hälsningar,



CEO Rugvista Group



# Andra kvartalet

## Nettoomsättning

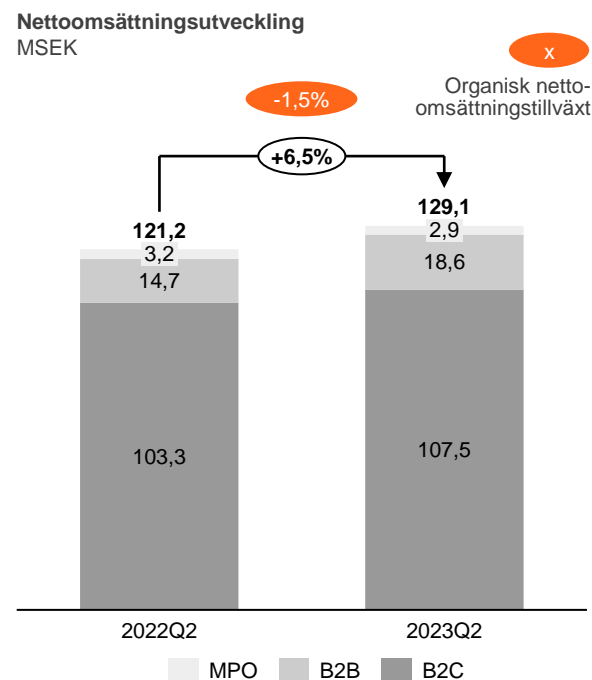
Koncernens nettoomsättning för kvartalet ökade till MSEK 129,1 (121,2) vilket motsvarar en ökning med 6,5% (-13,8%). Under kvartalet noterade vi en förbättring av ordergången efterhand som kvartalet fortlöpte. Den svaga svenska kronan bidrog till försäljningsökningen och den organiska nettoomsättningstillväxten var -1,5% (-15,6%).

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C) ökade till 107,5 (103,3) vilket motsvarar en ökning med 4,1% (-16,2%). Den ökade nettoomsättningen inom segmentet drevs bäst i Norden, trots att regionen har en lägre positiv valutapåverkan än övriga regioner. Norden ökade med 6,0% (-27,6%) och DACH ökade med 4,2% (-24,5%). I regionen Övriga länder, där den stora delen av försäljningen kommer från övriga Europa, ökade med 3,3% (-7,0%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) var MSEK 18,6 (14,7) vilket motsvarar en ökning med 26,9% (8,7%). Efterfrågan inom B2B-segmentet fortsätter att öka för flertalet av våra kundtyper.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) var MSEK 2,9 (3,2), vilket motsvarar en minskning med -9,9% (-16,0%). Utöver det utmanande

marknadsklimatet påverkades nettoomsättningen på Amazon negativt av det fortsatta fokuset på marknadsföringseffektivitet, tillfälliga operationella problem samt den pågående omstruktureringen av försäljningsstrategin.



## Resultat och marginaler

Bruttomarginalen ökade markant till 63,6% (60,1%). Produktkostnaden som andel av nettoomsättningen påverkades positivt av prisjusteringen i kvartal 3 föregående år, av lägre rabatter, av positiva kategorimixeffekter samt av SEK-deprecieringen, som direkt påverkar nettoomsättningen men har en fördröjd påverkan på produktkostnaden.

Övriga externa kostnader har under året uppgått till MSEK -49,5 (-48,7) och som andel av nettoomsättningen 38,4% (40,2%). Förbättringen är driven av fortsatt fokus på marknadsföringseffektivitet inom framförallt B2C segmentet.

Personalkostnaderna uppgick till MSEK -18,1 (-20,0) och som andel av nettoomsättningen uppgick de till 14,0% (16,5%). Kostnaderna var lägre jämfört med föregående år, då föregående år inkluderade kostnader av engångskaraktär relaterat till personalförändringar.

Övriga rörelsekostnader var MSEK 0,3 (-0,8) dvs en intäkt i kvartalet och kostnad föregående år. Posten består av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner och omvärdering av balansposter i utländsk valuta till kvartalets stängningskurs.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -3,0 (-2,8) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar.

Ökningen är hänförlig till hyreshöjningar för företagets hyrda lokaler som klassificeras som nyttjanderättstillgångar.

Rörelseresultatet (EBIT) ökade markant till MSEK 11,8 (0,4) och rörelsemarginalen var 9,1% (0,4%). Ökningen i rörelsemarginal drevs i huvudsak av den högre bruttomarginalen samt fokus på lönsamhet med en lägre marknadsföringskostnad som andel av nettoomsättningen jämfört med föregående år.

Finansnettot uppgick till MSEK 1,2 (-0,4). Då vi inte har några räntebärande skulder förbättras vårt finansnetto när marknadsräntorna stiger.

Skatter för perioden var MSEK -2,8 (-0,1).

Periodens resultat uppgick till MSEK 10,2 (-0,1) och periodens marginal uppgick till 7,9% (-0,1%).



# Andra kvartalet

## Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten under kvartalet var MSEK -4,4 (-27,5). Det finns en säsongsvariation i rörelsekapital som gör att skulder för momsinsbetalningar minskar i det andra kvartalet givet att nettoomsättningen minskar mellan kvartalen.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick under kvartalet till MSEK -2,8 (-2,8) och är till stor del hänförligt till aktivering av kostnader för utveckling av vår e-handelsplattform.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick under kvartalet till MSEK -33,5 (-54,4). En betydande andel avser utdelning som beslutades av Bolagsstämman i maj och som utbetalades den 1 juni om 1,50 kr per aktie (2,50) vilket totalt uppgick till MSEK 31,2 (52,0)

## Övriga nyckeltal (KPI)

NPS-värdet var 65 (68) 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 5,5 miljoner (6,8), vilket motsvarar en minskning med -19,1% (-14,5%). Minskningen är hänförlig till det makroekonomiska klimatet med minskad efterfrågan inom B2C-segmentet samt vårt fokus på marknadsföringseffektivitet. Bytet från Google Universal Analytics till GA4 för att mäta webbplatsbesök och andra nyckeltal genomfördes under kvartalet.

Orderantalet var 51,6 tusen (48,7), vilket motsvarar en ökning med 6,0% (-8,8%).

Antalet nya kunder som förvärvades var 36,7 tusen (33,7), vilket motsvarar en ökning med 8,9% (-11,4%).

Genomsnittligt ordervärde var SEK 3 568 (3 461), vilket motsvarar en ökning med 3,1% (-1,6%). Ordervärdet var positivt påverkat av prisökningen i tredje kvartalet föregående år och deprecieringen av den svenska kronan samtidigt som det finns en negativ påverkan från att kunder i högre grad köper produkter med lägre prispunkter.









# Januari – juni

## Nettoomsättning

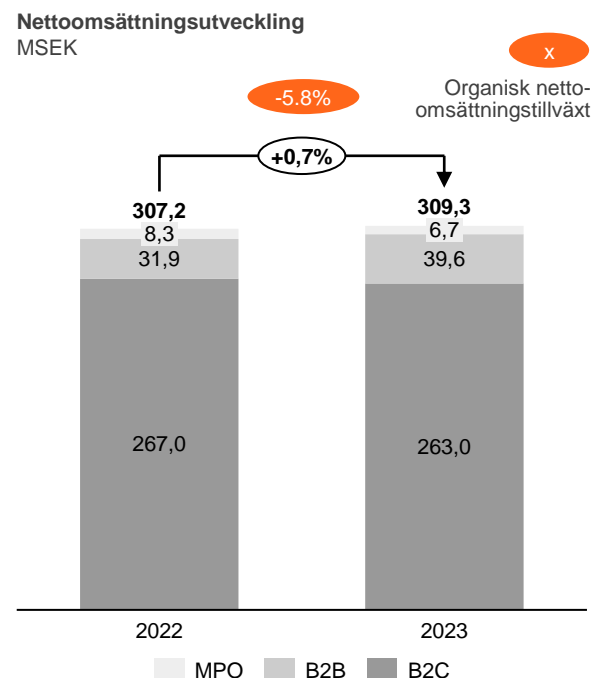
Koncernens nettoomsättning för perioden uppgick till MSEK 309,3 (307,2), vilket motsvarar en ökning med 0,7% (-11,0%). Under det andra kvartalet noterade vi en förbättring av ordergången efterhand som kvartalet fortlöpte. Den svaga svenska kronan bidrog till försäljningsökningen och den organiska nettoomsättningstillväxten var -5,8% (-14,0%).

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 263,0 (267,0) vilket motsvarar en minskning med -1,5% (-12,7%). Övriga länder har störst ökning med 0,4% (-7,0%), DACH minskade med -5,6% (-18,7%) och Norden minskar med -2,2% (-24,6%), dock har den senare en mindre positiv effekt från deprecieringen av den svenska kronan.

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 39,6 (31,9) vilket motsvarar en ökning med 24,2% (6,7%). Efterfrågan inom B2B-segmentet har under perioden varit starkare jämfört med B2C-segmentet. Efterfrågan inom B2B-segmentet fortsätter att öka för flertalet av våra kundtyper.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 6,7 (8,3), vilket motsvarar en minskning med -19,4% (-13,1%). I likhet med B2C-segmentet påverkades efterfrågan inom MPO-

segmentet negativt av det makroekonomiska klimatet samt vårt eget fokus på lönsamhet.



## Resultat och marginaler

Bruttomarginalen uppgick till 63,0% (61,4%). Produktkostnaden som andel av nettoomsättningen påverkades dels positivt av prisjusteringen i kvartal 3 föregående år samt av deprecieringen av den svenska kronan, som direkt påverkar nettoomsättningen men har en fördröjd påverkan på produktkostnaden. Kostnaden för kundleveranser som andel av nettoomsättningen var högre under det första kvartalet men var i nivå med föregående år under det andra kvartalet.

Övriga externa kostnader har under året uppgått till MSEK -114,2 (-121,7) och som andel av nettoomsättningen 37,0% (35,9%). Kostnaderna har minskat tack vare vårt fokus på lönsamhet som har sänkt marknadsföringskostnaderna.

Personalkostnaderna uppgick till MSEK -35,9 (-37,0) och som andel av nettoomsättningen uppgick de till -11,6% (-12,0%). En förklaring till kostnadsminskningen är att under föregående år togs kostnader för personalförändringar som genomfördes under det andra kvartalet.

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK -1,3 (-2,4). Posten består av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner samt omvärdering av tillgångar- och skulder i utländsk valuta.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -6,0 (-5,7) 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 37,4 (22,0), vilket motsvarar en rörelsemarginal på 12,1% (7,2%). Ökningen i rörelsemarginal drevs i huvudsak av den högre bruttomarginalen samt fokus på lönsamhet med en lägre marknadsföringskostnad som andel av nettoomsättningen jämfört med föregående år.

Finansnettot har ökat till MSEK 1,1 (-0,7). Då vi inte har några räntebärande skulder förbättras vårt finansnetto när marknadsräntorna stiger.

Skatter för perioden uppgick till MSEK -8,0 (-4,6).

Periodens resultat uppgick till MSEK 30,5 (16,7) och periodens marginal uppgick till 9,8% (5,4%).



# Januari - juni

## Finansiell ställning och likviditet

Lagervärdet vid periodens slut uppgick till MSEK 171,0 (165,7) och lagervärdet som andel av nettoomsättningen under de senaste tolv månaderna (LTM) uppgick till 26,7% (24,8%). Under perioden har vi implementerat ett "alltid i lager" program för våra storsäljare vilket har bidragit till en ökning av lagret. Produkternas karaktär gör att lagerrisken är låg vilket också återspeglas i bolagets historiska nedskrivningsbehov.

Nettoskudsättningen uppgick till MSEK -81,6 (-81,8). Se vidare detaljer om förändringen i nettoskudsättning på sidan 22.

Likvida medel uppgick till MSEK 104,4 (111,0). Styrelsens förslag till utdelning som beslutades om vid Bolagsstämman i maj 2023 om 1,50 kr per aktie (2,50) vilket totalt utgjorde MSEK 31,2 (52,0) betalades den 1 juni.

## Övriga nyckeltal (KPI)

NPS värdet var 67 (68) och TrustPilot värdet var 4,8 (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 14,4 (17,3) miljoner, vilket motsvarar en minskning med -16,8% (-14,5%). Minskningen är hänförlig till det makroekonomiska klimatet med minskad efterfrågan inom framförallt B2C-segmentet samt vårt fokus på lönsamhet.

Orderantalet var 123,3 (124,3) tusen, vilket motsvarar en minskning med -0,8% (-8,8%).

Antalet nya kunder som förvärvades var 88,8 (87,6) tusen, vilket motsvarar en ökning med 1,4% (-11,4%).

Genomsnittligt ordervärde var SEK 3 588 (3 528), vilket motsvarar en ökning med 1,7% (-1,6%). Ordervärdet var positivt påverkat av prisökningen i tredje kvartalet föregående år och deprecieringen av den svenska kronan samtidigt som det finns en negativ påverkan från att kunder i högre grad köper produkter med lägre prispunkter.

## Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten under perioden uppgick till MSEK 2,3 (-46,1). Förbättringen är framför allt hänförlig till den högre lönsamheten samt att negativa förändringar i rörelsekapitalet är mindre än föregående år.

Kassaflödet från investeringsverksamheten under perioden uppgick till MSEK -5,0 (-4,4) och den huvudsakliga delen utgör investering i vår nya e-handelsplattform.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten under perioden uppgick till MSEK -36,2 (-56,6). Utdelningen till aktieägarna, som betalades i det andra kvartalet, var lägre än föregående år.





# Privatpersoner (B2C)

## Andra kvartalet

KSEK om inte annat anges	April - juni		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	107 543	103 338	4,1%
Nettoomsättning, DACH	21 232	20 381	4,2%
Nettoomsättning, Norden	24 694	23 288	6,0%
Nettoomsättning, Övriga länder	61 618	59 669	3,3%
Bruttoresultat	68 005	61 342	10,9%
Bruttomarginal, %	63,2%	59,4%	3,9pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	34,4%	36,0%	-1,6pp
Segmentresultat	30 974	24 158	28,2%
Segmentmarginal, %	28,8%	23,4%	5,4pp

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under kvartalet var MSEK 107,5 (103,3) vilket motsvarar en ökning med 4,1% (-16,2%). Den ökade nettoomsättningen inom segmentet drevs bäst i Norden, som har en lägre positiv valutapåverkan än övriga regioner. Norden ökade med 6,0% (-27,6%) och DACH ökade med 4,2% (-24,5%). I regionen Övriga länder, där den stora delen av försäljningen kommer från övriga Europa, ökade med 3,3% (-7,0%). Tillväxten har påverkats negativt av vårt fokus på lönsamhet och det fortsatt intensiva marknadsföringsklimatet i vissa marknader.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 68,0 (61,3) vilket motsvarar en ökning med 10,9% (-21,5%) och bruttomarginalen uppgick till 63,2% (59,4%). Ökningen i bruttomarginal drevs av prisjusteringen i kvartal tre föregående år samt det sjunkande värdet på den svenska kronan.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 34,4% (36,0%) och minskningen är ett resultat av vårt fokus på marknadsföringseffektivitet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 31,0 (24,2) vilket motsvarar en ökning med 28,2% (-38,3%) och segmentmarginalen uppgick till 28,8% (23,4%) där ökningen är hänförlig till den högre bruttomarginalen samt en förbättrad marknadsföringseffektivitet.

## Januari - juni

KSEK om inte annat anges	Januari - juni		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	263 014	266 973	-1,5%
Nettoomsättning, DACH	54 406	57 654	-5,6%
Nettoomsättning, Norden	57 252	58 552	-2,2%
Nettoomsättning, Övriga länder	151 355	150 767	0,4%
Bruttoresultat	164 966	162 370	1,6%
Bruttomarginal, %	62,7%	60,8%	1,9pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	34,1%	36,5%	-2,4pp
Segmentresultat	75 213	64 915	15,9%
Segmentmarginal, %	28,6%	24,3%	4,3pp

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under kvartalet var MSEK 263,0 (267,0) vilket motsvarar en minskning med -1,5% (-12,7%). I starten av året var efterfrågan negativt påverkad av ökande inflation, geopolitisk osäkerhet samt lägre konsumentförtroende. I slutet på det andra kvartalet har efterfrågan ökat i volym samtidigt som konsumenter i högre utsträckning väljer att köpa produkter med lägre prispunkter. RoW, som till största delen utgörs av övriga europeiska marknader, ökar med 0,4% (-4,0%). Tillväxten för Norden -2,2% (-24,6) och DACH -5,6% (-18,7%) påverkades negativt, framförallt i början på perioden, av fokuset på lönsamhet då marknadsföringsintensiteten var hög.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 165,0 (162,4) vilket motsvarar en ökning med 1,6% (-17,0%) och bruttomarginalen uppgick till 62,7% (60,8%). Ökningen i bruttomarginal drevs i huvudsak av prisjusteringen i kvartal tre föregående år samt den svaga svenska kronan men påverkades också negativt av ökade kostnader för kundleveranser under början av perioden.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 34,1% (36,5%) och minskningen är ett resultat av fokuset på marknadsföringseffektivitet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 75,2 (64,9) vilket motsvarar en ökning med 15,9% (-36,8%) och segmentmarginalen uppgick till 28,6% (24,3%) där ökningen i huvudsak är hänförlig till ökad bruttomarginal och en bättre marknadsföringseffektivitet.



## Företagskunder (B2B)

## Andra kvartalet

KSEK om inte annat anges	April - juni		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	18 635	14 687	26,9%
Bruttoresultat	12 150	9 201	32,1%
Bruttomarginal, %	65,2%	62,6%	2,6pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	12,1%	14,9%	-2,8pp
Segmentresultat	9 897	7 012	41,1%
Segmentmarginal, %	53,1%	47,7%	5,4pp

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under kvartalet var MSEK 18,6 (14,7) vilket motsvarar en ökning med 26,9% (8,7%). Efterfrågan inom B2B-segmentet fortsätter att öka drivet av framför allt kundgruppen inredningsarkitekter och småbolag.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 12,2 (9,2) vilket motsvarar en ökning med 32,1% (2,6%) och bruttomarginalen uppgick till 65,2% (62,6%).

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 12,1% (14,9%) där minskningen av marknadsföringskostnader drevs av samma faktorer som i B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 9,9 (7,0) vilket motsvarar en ökning med 41,1% (-4,1%) och segmentmarginalen uppgick till 53,1% (47,7%) där ökningen drevs av den högre bruttomarginalen och lägre marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen.

## Januari - juni

KSEK om inte annat anges	Januari - juni		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	39 588	31 887	24,2%
Bruttoresultat	25 344	20 414	24,2%
Bruttomarginal, %	64,0%	64,0%	0,0pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	13,6%	15,7%	-2,2pp
Segmentresultat	19 971	15 397	29,7%
Segmentmarginal, %	50,4%	48,3%	2,2pp

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under kvartalet var MSEK 39,6 (31,9) vilket motsvarar en ökning med 24,2% (6,7%). Efterfrågan inom B2B-segmentet fortsätter att öka drivet av framför allt kundgruppen inredningsarkitekter och småbolag.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 25,3 (20,4) vilket motsvarar en ökning med 24,2% (2,7%) och bruttomarginalen uppgick till 64,0% (64,0%).

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 13,6% (15,7%) där minskningen av marknadsföringskostnader drevs av samma faktorer som i B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 20,0 (15,4) vilket motsvarar en ökning med 29,7% (-4,9%) och segmentmarginalen uppgick till 50,4% (48,3%) där ökningen drevs av de lägre marknadsföringskostnaderna.



# Marknadsplatser & övrigt (MPO)

## Andra kvartalet

KSEK om inte annat anges	April - juni		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	2 885	3 202	-9,9%
Bruttoresultat	1 703	1 884	-9,6%
Bruttomarginal, %	59,0%	58,8%	0,2pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	33,2%	36,1%	-2,9pp
Segmentresultat	745	728	2,4%
Segmentmarginal, %	25,8%	22,7%	3,1pp

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 2,9 (3,2), vilket motsvarar en minskning med -9,9% (-16,0%). Utöver det utmanande marknadsklimatet så påverkades nettoomsättningen på Amazon negativt av det fortsatta fokuset på marknadsföringseffektivitet samt den pågående omstruktureringen av försäljningsstrategin.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 1,7 (1,9) vilket motsvarar en minskning med -9,6% (-27,5%) och bruttomarginalen uppgick till 59,0% (58,8%).

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 33,2% (36,1%) där minskningen drevs av fokuset på marknadsföringseffektivitet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 0,7 (0,7), således ett resultat i nivå med föregående år. Segmentmarginalen uppgick till 25,8% (22,7%) där ökningen drevs av att andelen marknadsföringskostnader var lägre.

## Januari - juni

KSEK om inte annat anges	Januari - juni		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	6 724	8 341	-19,4%
Bruttoresultat	3 964	5 095	-22,2%
Bruttomarginal, %	59,0%	61,1%	-2,1pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	31,6%	37,1%	-5,5pp
Segmentresultat	1 838	1 999	-8,0%
Segmentmarginal, %	27,3%	24,0%	3,4pp

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 6,7 (8,3), vilket motsvarar en minskning med -19,4% (-13,1%). Det utmanande marknadsklimatet har haft en större negativ påverkan på vår Amazon omsättning jämfört med våra egna webbutiker. Vårt fokus på marknadsföringseffektivitet samt den pågående omstruktureringen av försäljningsstrategin har också påverkat tillväxten negativt.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 4,0 (5,1) vilket motsvarar en minskning med -22,2% (-21,6%) och bruttomarginalen uppgick till 59,0% (61,1%). Högre kostnader för kundleveranser påverkade bruttomarginalen negativt där den geografiska försäljningsmixen delvis drev utvecklingen.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 31,6% (37,1%) där minskningen drevs av fokuset på marknadsföringseffektivitet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 1,8 (2,0) vilket motsvarar en minskning med -8,0% (-51,8%). Segmentmarginalen uppgick till 27,3% (24,0%) där ökningen drevs av att andelen marknadsföringskostnader var väsentligt lägre.







# Övrig information

## Väsentliga händelser under kvartalet

- Den 25 maj 2023 höll Rugvista Group AB (publ) årsstämma. Agenda, protokoll samt annan dokumentation finns tillgängligt på bolagets hemsida [www.rugvistagroup.com](http://www.rugvistagroup.com).
- Årsstämman beslutade att godkänna styrelsens förslag till utdelning om 1,50 kr per aktie. Utdelningen om totalt MSEK 31,2 betalades till aktieägarna den 1 juni 2023.
- Årsstämman godkände valberedningens förslag om omval för styrelseledamöterna Ludvig Friberger, Magnus Dimert och Hanna Graflund Sleyman. Martin Benckert, Ebba Ljungerud och Patrik Berntsson valdes som nya ledamöter. Martin Benckert valdes till styrelseordförande.
- Årsstämman godkände styrelsens förslag om att etablera ett incitamentsprogram för ledande befattningshavare och andra nyckelpersoner inom koncernen.
- I anslutning till Årsstämman höll bolaget en Kapitalmarknadsdag. Inspelning och material finns tillgängligt på bolagets hemsida. <https://www.rugvistagroup.com/sv/report/rugvistas-kapitalmarknadsdag-2023/>.
- Rugvista lanserade första versionen av en ny e-handelsplattform på sju marknader.
- Abdullatef Almalouhi tillträdde som Director of Performance Marketing den 3 april.

## 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, risk för nedskrivning av goodwill, samt verksamhets- och affärsrisker. För mer information om risker och riskhantering hänvisas till Rugvistas årsredovisning för 2022.

### Rysslands invasion av Ukraina

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.

## Medarbetare

Antalet heltidsanställda under perioden april-juni uppgick till 88,4 (93,2) och andelen kvinnor uppgick till 47,9% (42,1%).

## 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 andra kvartalet 2023 (30 juni) var MSEK 1031 värderat till slutkursen på SEK 49,60 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 andra nyckelpersoner.

För mer detaljerad information om incitamentsprogram, se "LTIP2021", "LTIP2022" samt "LTIP2023" på sidan 15 samt bolagets hemsida [www.rugvistagroup.com](http://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) 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.

### April – juni 2023

Under det andra kvartalet har 35 000 teckningsoptioner under LTIP2023 programmet sålts.

## Transaktioner med närstående

### Januari – juni

Under perioden förekom inga transaktioner med närstående.

## Revisorernas granskning

Denna delårsrapport har inte granskats av bolagets revisor.

## Moderbolaget

Rugvista Group AB (publ), med registreringsnummer 559037-7882, är koncernens moderbolag. 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 4,4 (6,1) under kvartalet och för perioden januari-juni MSEK 8,4 (9,2). 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 -0,2 (-0,2) och för perioden januari-juni MSEK -0,2 (-0,2).

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
Delårsrapport januari – september 2023	9 november 2023	09:00-10:00 CET
Bokslutskommuniké 2023	8 februari 2024	09:00-10:00 CET

I samband med publiceringen av delårsrapporten för januari – juni kommer Michael Lindskog (VD) och Joakim Tuvner (CFO) hålla en telefonkonferens och webbsändning den 17 augusti 2023 kl. 09.00 CEST. Presentationen hålls på engelska.

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

Registrera dig via: <https://conference.financialhearings.com/teleconference/?id=200913>. 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/kv2-2023/>

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

Delta via: <https://ir.financialhearings.com/rugvista-group-q2-2023>

Delårsrapporten och presentationen finns tillgängliga på Rugvista-koncernens hemsida:

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

## Kontaktinformation

### Michael Lindskog

CEO

Michael.Lindskog@rugvista.se

### Joakim Tuvner

CFO

Joakim.Tuvner@rugvista.se

### Koncern- och investerarinformation

InvestorRelations@rugvistagroup.com

[www.rugvistagroup.com](http://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

Box 5216

Nybrogatan 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 17 augusti 2023 kl. 07.30 CEST.*







# Koncernen

## Koncernens resultaträkning i sammandrag

<i>KSEK om inget annat anges</i>	April - juni			Januari - juni		
	2023	2022	Δ	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	129 063	121 228	6,5%	309 326	307 201	0,7%
Övriga rörelseintäkter	248	443	-44,0%	596	850	-29,9%
<b>Rörelseintäkter</b>	<b>129 311</b>	<b>121 670</b>	<b>6,3%</b>	<b>309 921</b>	<b>308 050</b>	<b>0,6%</b>
Handelsvaror	-47 205	-48 801		-115 051	-119 322	
Övriga externa kostnader	-49 528	-48 737		-114 214	-121 650	
Personalkostnader	-18 133	-20 035		-35 939	-37 001	
Övriga rörelsekostnader	335	-830		-1 268	-2 423	
Av- och nedskrivningar	-3 023	-2 821		-6 027	-5 680	
<b>Rörelseresultat (EBIT)</b>	<b>11 757</b>	<b>446</b>	<b>2536,6%</b>	<b>37 422</b>	<b>21 974</b>	<b>70,3%</b>
Finansiella kostnader	1 156	-426		1 072	-683	
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>12 913</b>	<b>20</b>	<b>64595,6%</b>	<b>38 494</b>	<b>21 291</b>	<b>80,8%</b>
Skatter	-2 754	-135		-8 026	-4 601	
<b>Periodens resultat</b>	<b>10 159</b>	<b>-115</b>	<b>-8911,3%</b>	<b>30 468</b>	<b>16 690</b>	<b>82,6%</b>
<b>Hänförligt till:</b>						
Moderföretagets ägare	10 159	-115		30 468	16 690	
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,49	-0,01		1,47	0,80	
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,49	-0,01		1,47	0,80	



# Koncernen

## Koncernens rapport över totalresultat i sammandrag

<i>KSEK om inget annat anges</i>	April - juni			Januari - juni		
	2023	2022	Δ	2023	2022	Δ
<b>Periodens resultat</b>	<b>10 159</b>	<b>-115</b>	<b>-8911,3%</b>	<b>30 468</b>	<b>16 690</b>	<b>82,6%</b>
<i>Poster som senare kan omklassificeras till resultaträkningen</i>						
Omräkningsdifferens	-	-	-	-	-	-
<b>Övrigt totalresultat</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Periodens totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare</b>	<b>10 159</b>	<b>-115</b>	<b>-8911,3%</b>	<b>30 468</b>	<b>16 690</b>	<b>82,6%</b>

# Koncernen

## Koncernens rapport över finansiell ställning i sammandrag

KSEK om inget annat anges

<u>TILLGÅNGAR</u>	<u>30 juni, 2023</u>	<u>30 juni, 2022</u>	<u>EGET KAPITAL &amp; SKULDER</u>	<u>30 juni, 2023</u>	<u>30 juni, 2022</u>
<u>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</u>			<u>EGET KAPITAL</u>		
Goodwill	299 949	299 949	Aktiekapital	1 039	1 039
Immateriella anläggningstillgångar	13 461	3 964	Övrigt tillskjutet kapital	228 052	227 627
Materiella anläggningstillgångar	3 323	3 846	Balanserat resultat	243 807	216 113
Nyttjanderättstillgångar	21 594	27 789	Periodens resultat	30 468	16 690
Uppskjuten skattefordran	311	236	<b>Summa eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare</b>	<b>503 366</b>	<b>461 469</b>
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>338 638</b>	<b>335 784</b>			
<u>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</u>			<u>LÅNGFRISTIGA SKULDER</u>		
Varulager	170 967	165 739	Uppskjuten skatteskuld	90	107
Övriga fordringar	21 898	11 697	Leasingskulder	11 700	19 756
Förutbetalda kostnader	5 747	5 026	<b>Summa långfristiga skulder</b>	<b>11 790</b>	<b>19 863</b>
Likvida medel	104 393	110 951	<u>KORTFRISTIGA SKULDER</u>		
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>303 005</b>	<b>293 412</b>	Leverantörsskulder	59 294	71 533
			Aktuella skatteskulder	12 569	34 086
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>641 643</b>	<b>629 197</b>	Övriga skulder	29 470	20 075
			Leasingskulder	11 058	9 425
			Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	14 097	12 745
			<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>126 487</b>	<b>147 864</b>
			<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>641 643</b>	<b>629 197</b>



# Koncernen

## Koncernens rapport över förändringar i eget kapital

April - juni

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat	Summa eget kapital
			inklusive periodens resultat	
<b>2023</b>				
<b>Ingående balans 2023-04-01</b>	<b>1 039</b>	<b>227 627</b>	<b>295 294</b>	<b>523 960</b>
Periodens resultat			10 159	10 159
Övrigt totalresultat			-	-
<b>Summa Totalresultat</b>	<b>1 039</b>	<b>227 627</b>	<b>305 453</b>	<b>534 119</b>
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman			-31 178	-31 178
Teckningsoptioner		425		425
Teckningsoptioner, återköp				-
Nyemission				-
<b>Utgående balans 2023-06-30</b>	<b>1 039</b>	<b>228 052</b>	<b>274 275</b>	<b>503 366</b>

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat	Summa eget kapital
			inklusive periodens resultat	
<b>2022</b>				
<b>Ingående balans 2022-04-01</b>	<b>1 039</b>	<b>227 784</b>	<b>284 881</b>	<b>513 704</b>
Periodens resultat			-115	-115
Övrigt totalresultat			-	-
<b>Summa Totalresultat</b>	<b>1 039</b>	<b>227 784</b>	<b>284 765</b>	<b>513 589</b>
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman			-51 963	-51 963
Teckningsoptioner		469		469
Teckningsoptioner, återköp		-626		-626
Nyemission				-
<b>Utgående balans 2022-06-30</b>	<b>1 039</b>	<b>227 627</b>	<b>232 802</b>	<b>461 469</b>

## Koncernens rapport över förändringar i eget kapital

Januari - juni

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat	Summa eget kapital
			inklusive periodens resultat	
<b>2023</b>				
<b>Ingående balans 2023-01-01</b>	<b>1 039</b>	<b>227 627</b>	<b>274 986</b>	<b>503 651</b>
Periodens resultat			30 468	30 468
Övrigt totalresultat			-	-
<b>Summa Totalresultat</b>	<b>1 039</b>	<b>227 627</b>	<b>305 453</b>	<b>534 119</b>
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman			-31 178	-31 178
Teckningsoptioner		425		425
Teckningsoptioner, återköp				-
Nyemission				-
<b>Utgående balans 2023-06-30</b>	<b>1 039</b>	<b>228 052</b>	<b>274 275</b>	<b>503 366</b>

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat	Summa eget kapital
			inklusive periodens resultat	
<b>2022</b>				
<b>Ingående balans 2022-01-01</b>	<b>1 039</b>	<b>227 784</b>	<b>268 075</b>	<b>496 899</b>
Periodens resultat			16 690	16 690
Övrigt totalresultat			-	-
<b>Summa Totalresultat</b>	<b>1 039</b>	<b>227 784</b>	<b>284 765</b>	<b>513 589</b>
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman			-51 963	-51 963
Teckningsoptioner		469		469
Teckningsoptioner, återköp		-626		-626
Nyemission				-
<b>Utgående balans 2022-06-30</b>	<b>1 039</b>	<b>227 627</b>	<b>232 802</b>	<b>461 469</b>

# Koncernen

## Koncernens kassaflödesanalys i sammandrag

KSEK om inget annat anges

	April - juni		Januari - juni	
	2023	2022	2023	2022
<i>Den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</i>				
Rörelseresultat	11 757	446	37 422	21 974
<i>Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet</i>				
Avskrivningar och nedskrivningar	3 023	2 821	6 027	5 680
Orealiserade kursdifferenser	-1 407	-	-1 175	-
Ränta	1 156	-426	1 072	-683
Betald inkomstskatt	-2 483	-1 759	-37 014	-18 641
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</b>	<b>12 047</b>	<b>1 082</b>	<b>6 331</b>	<b>8 330</b>
<i>Förändringar i rörelsekapital</i>				
Förändring av varulager	-6 083	-17 468	3 292	-19 179
Förändring av rörelsefordringar	7 576	7 216	25 722	4 118
Förändring av rörelseskulder	-17 952	-18 335	-33 064	-39 410
<b>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</b>	<b>-16 459</b>	<b>-28 588</b>	<b>-4 050</b>	<b>-54 471</b>
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>-4 412</b>	<b>-27 506</b>	<b>2 281</b>	<b>-46 141</b>
<i>Investeringar i immateriella anläggningstillgångar</i>				
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-2 500	-2 540	-4 396	-3 964
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-271	-334	-576	-589
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	-	70	-	136
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-2 771</b>	<b>-2 804</b>	<b>-4 972</b>	<b>-4 417</b>
<i>Nyemission</i>				
Nyemission	-	-	-	-
Teckningsoptioner	425	469	425	469
Teckningsoptioner, återköp	-	-626	-	-626
Amortering leasingkulder	-2 714	-2 256	-5 410	-4 487
Utdelning aktieägare	-31 178	-51 963	-31 178	-51 963
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	<b>-33 467</b>	<b>-54 376</b>	<b>-36 162</b>	<b>-56 607</b>
<b>PERIODENS TOTALA KASSAFLÖDE</b>	<b>-40 650</b>	<b>-84 686</b>	<b>-38 853</b>	<b>-107 165</b>
<b>Likvida medel vid periodens början</b>	<b>141 543</b>	<b>195 636</b>	<b>139 978</b>	<b>218 116</b>
Kursdifferens i likvida medel	3 500	-	3 268	-
<b>Likvida medel vid periodens slut</b>	<b>104 393</b>	<b>110 951</b>	<b>104 393</b>	<b>110 951</b>





# 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](http://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 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 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 första kvartalet 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.

<b>April – juni 2023</b>	<b>Privatkunder</b>	<b>Företagskunder</b>	<b>Marknadsplatser &amp; Övrigt</b>	<b>Summa segment</b>
Nettoomsättning	107 543	18 635	2 885	<b>129 063</b>
Handelsvaror	-39 539	-6 484	-1 182	<b>-47 205</b>
<b>Bruttoresultat</b>	<b>68 005</b>	<b>12 150</b>	<b>1 703</b>	<b>81 858</b>
Marknadsföringskostnader	-37 030	-2 254	-957	<b>-40 242</b>
<b>Segmentresultat</b>	<b>30 974</b>	<b>9 897</b>	<b>745</b>	<b>41 616</b>

<b>April – juni 2022</b>	<b>Privatkunder</b>	<b>Företagskunder</b>	<b>Marknadsplatser &amp; Övrigt</b>	<b>Summa segment</b>
Nettoomsättning	103 338	14 687	3 202	<b>121 228</b>
Handelsvaror	-41 996	-5 486	-1 319	<b>-48 801</b>
<b>Bruttoresultat</b>	<b>61 342</b>	<b>9 201</b>	<b>1 884</b>	<b>72 427</b>
Marknadsföringskostnader	-37 184	-2 190	-1 156	<b>-40 529</b>
<b>Segmentresultat</b>	<b>24 158</b>	<b>7 012</b>	<b>728</b>	<b>31 897</b>

<b>Januari – juni 2023</b>	<b>Privatkunder</b>	<b>Företagskunder</b>	<b>Marknadsplatser &amp; Övrigt</b>	<b>Summa segment</b>
Nettoomsättning	263 014	39 588	6 724	<b>309 326</b>
Handelsvaror	-98 048	-14 243	-2 760	<b>-115 051</b>
<b>Bruttoresultat</b>	<b>164 966</b>	<b>25 344</b>	<b>3 964</b>	<b>194 274</b>
Marknadsföringskostnader	-89 753	-5 373	-2 126	<b>-97 253</b>
<b>Segmentresultat</b>	<b>75 213</b>	<b>19 971</b>	<b>1 838</b>	<b>97 021</b>

<b>Januari – juni 2022</b>	<b>Privatkunder</b>	<b>Företagskunder</b>	<b>Marknadsplatser &amp; Övrigt</b>	<b>Summa segment</b>
Nettoomsättning	266 973	31 887	8 341	<b>307 201</b>
Handelsvaror	-104 604	-11 473	-3 246	<b>-119 322</b>
<b>Bruttoresultat</b>	<b>162 370</b>	<b>20 414</b>	<b>5 095</b>	<b>187 878</b>
Marknadsföringskostnader	-97 454	-5 017	-3 096	<b>-105 568</b>
<b>Segmentresultat</b>	<b>64 915</b>	<b>15 397</b>	<b>1 999</b>	<b>82 311</b>

## 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.

	<b>April - juni</b>		<b>Januari - juni</b>	
<b>Avstämning av resultat</b>	<b>2023</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2022</b>
<b>Segmentresultat</b>	<b>41 616</b>	<b>31 897</b>	<b>97 021</b>	<b>82 311</b>
Övriga rörelseintäkter	248	443	596	850
Övriga externa kostnader exkl. marknadsföringskostnader	-9 286	-8 208	-16 961	-16 082
Personalkostnader	-18 133	-20 035	-35 939	-37 001
Övriga rörelsekostnader	335	-830	-1 268	-2 423
Av- och nedskrivningar	-3 023	-2 821	-6 027	-5 680
Finansiella kostnader	1 156	-426	1 072	-683
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>12 913</b>	<b>20</b>	<b>38 494</b>	<b>21 291</b>

# Noter

## Not 4 - Finansiella tillgångar och skulder

<b>Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde</b>	<b>2023-06-30</b>	<b>2022-06-30</b>
<i>Finansiella tillgångar i balansräkningen</i>		
Övriga fordringar	4 203	3 546
Likvida medel	104 393	110 951
<b>Summa</b>	<b>108 596</b>	<b>114 496</b>

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.

<b>Övriga finansiella skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde</b>	<b>2023-06-30</b>	<b>2022-06-30</b>
<i>Finansiella skulder i balansräkningen</i>		
Leverantörsskulder	59 294	71 533
Övriga skulder	4 824	5 512
Upplupna kostnader	11 920	10 703
Leasingskulder	22 758	29 182
<b>Summa</b>	<b>98 795</b>	<b>116 930</b>

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

## Not 5 – Ägaröversikt

De 10 största aktieägarna per den 30 juni 2023.

<b>Ägare</b>	<b>Antal aktier</b>	<b>Andel av kapital</b>	<b>Andel av rösterna</b>
MadHat AB	2 505 874	12,1%	12,1%
Bank Julius Baer	2 321 605	11,2%	11,2%
Futur Pension	1 817 106	8,7%	8,7%
TIN Fonder	1 671 250	8,0%	8,0%
Indexon AB	1 490 204	7,2%	7,2%
Movestic Livförsäkring	1 074 323	5,2%	5,2%
RBCB Lux	1 039 482	5,0%	5,0%
MediumInvest AS	1 039 256	5,0%	5,0%
SEB Life International Assurance	878 201	4,2%	4,2%
Spiltan Fonder AB	667 397	3,2%	3,2%
<i>Totalt de tio största aktieägarna</i>	<i>14 504 698</i>	<i>69,8%</i>	<i>69,8%</i>
<b>Totalt antal utestående aktier</b>	<b>20 785 140</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Källa: Euroclear utdrag per 30 juni 2023



# Moderbolag

## Moderbolagets resultaträkning

<i>KSEK om inget annat anges</i>	April - juni			Januari - juni		
	2023	2022	Δ	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	4 374	6 069	-27,9%	8 420	9 177	-8,3%
<b>Totala intäkter</b>	<b>4 374</b>	<b>6 069</b>	<b>-27,9%</b>	<b>8 420</b>	<b>9 177</b>	<b>-8,3%</b>
Övriga externa kostnader	-2 298	-2 103		-4 030	-3 222	
Personalkostnader	-2 232	-4 006		-4 604	-5 940	
Övriga rörelsekostnader	-	-5		-	-5	
<b>Rörelseresultat (EBIT)</b>	<b>-156</b>	<b>-45</b>	<b>247%</b>	<b>-214</b>	<b>10</b>	<b>-2208%</b>
Finansiella kostnader	-41	-194		52	-194	
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>-197</b>	<b>-239</b>	<b>-17,7%</b>	<b>-162</b>	<b>-184</b>	<b>-12,1%</b>
Skatter	-	-		-	-	
<b>Periodens resultat <sup>1)</sup></b>	<b>-197</b>	<b>-239</b>	<b>-17,7%</b>	<b>-162</b>	<b>-184</b>	<b>-12,1%</b>

# Moderbolag

## Moderbolagets balansräkning

KSEK om inget annat anges

<u>TILLGÅNGAR</u>	<u>30 juni, 2023</u>	<u>30 juni, 2022</u>	<u>EGET KAPITAL OCH SKULDER</u>	<u>30 juni, 2023</u>	<u>30 juni, 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	10 924	3 526	<b>Delsumma, bundet eget kapital</b>	<b>1 039</b>	<b>1 039</b>
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>332 195</b>	<b>324 796</b>	<i>Fritt eget kapital</i>		
<u>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</u>			Balanserat resultat	331 607	318 965
Övriga fordringar	11 430	4 380	Periodens resultat	-162	-184
Förutbetalda kostnader	640	615	<b>Delsumma, fritt eget kapital</b>	<b>331 445</b>	<b>318 780</b>
Kassa och bank	10 807	8 768	<b>Summa eget kapital</b>	<b>332 484</b>	<b>319 820</b>
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>22 878</b>	<b>13 763</b>	<u>KORTFRISTIGA SKULDER</u>		
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>355 073</b>	<b>338 559</b>	Leverantörsskulder	762	622
			Aktuella skatteskulder	9 440	15 148
			Övriga skulder	11 152	2 024
			Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	1 235	946
			<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>22 589</b>	<b>18 740</b>
			<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>355 073</b>	<b>338 559</b>



# Försäkran från Styrelse 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 17 augusti 2023

---

**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 returer.	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 returer.	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/ Nettokassa	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 returer (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>	April-juni		Januari-juni	
	2023	2022	2023	2022
Rörelseintäkter (A)	129 311	121 670	309 921	308 050
Handelsvaror (B)	-47 205	-48 801	-115 051	-119 322
<b>Bruttoresultat (A) + (B)</b>	<b>82 106</b>	<b>72 869</b>	<b>194 870</b>	<b>188 728</b>
Nettoomsättning (C)	129 063	121 228	309 326	307 201
<b>Bruttomarginal, % ((A) + (B)) / (C)</b>	<b>63,6%</b>	<b>60,1%</b>	<b>63,0%</b>	<b>61,4%</b>

## Justerad rörelsemarginal

<i>KSEK om inte annat anges</i>	April-juni		Januari-juni	
	2023	2022	2023	2022
Rörelseresultat (EBIT) (A)	11 757	446	37 422	21 974
Jämförelsestörande poster (B)	-	-	-	-
<b>Justerat rörelseresultat (A) + (B)</b>	<b>11 757</b>	<b>446</b>	<b>37 422</b>	<b>21 974</b>
Nettoomsättning (C)	129 063	121 228	309 326	307 201
<b>Justerad rörelsemarginal, % ((A) + (B)) / (C)</b>	<b>9,1%</b>	<b>0,4%</b>	<b>12,1%</b>	<b>7,2%</b>

## Lagervärde som andel av nettoomsättningen

<i>KSEK om inte annat anges</i>	April-juni		Januari-juni	
	2023	2022	2023	2022
Varulager (A)	170 967	165 739	170 967	165 739
Nettoomsättning, rullande tolv månader (LTM) (B)	641 397	667 026	641 397	667 026
<b>Lagervärde som andel av nettoomsättningen (LTM) (A) / (B)</b>	<b>26,7%</b>	<b>24,8%</b>	<b>26,7%</b>	<b>24,8%</b>

## Nettoskuldsättning

<i>KSEK om inte annat anges</i>	April-juni		Januari-juni	
	2023	2022	2023	2022
Likvida medel (A)	-104 393	-110 951	-104 393	-110 951
Räntebärande skulder (B)	-	-	-	-
Räntebärande leasingskulder (C)	22 758	29 182	22 758	29 182
<b>Nettoskuldsättning/(-)nettokassa (A) + (B) + (C)</b>	<b>-81 635</b>	<b>-81 769</b>	<b>-81 635</b>	<b>-81 769</b>

## Organisk nettoomsättningstillväxt

<i>KSEK om inte annat anges</i>	April - juni		Januari - juni	
	2023	2022	2023	2022
Föregående års nettoomsättning (A)	121 228	140 621	307 201	345 158
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (B)	-	-	-	-
<b>Föregående års nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (A)-(B)=(C)</b>	<b>121 228</b>	<b>140 621</b>	<b>307 201</b>	<b>345 158</b>
Årets nettoomsättning (D)	129 063	121 228	309 326	307 201
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (E)	-	-	-	-
<b>Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (D)-(E)=(F)</b>	<b>129 063</b>	<b>121 228</b>	<b>309 326</b>	<b>307 201</b>
Valutaeffekt på årets nettoomsättning (G)	9 689	2 563	19 790	10 525
<b>Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet och valutaeffekter (F)-(G)=(H)</b>	<b>119 374</b>	<b>118 665</b>	<b>289 535</b>	<b>296 676</b>
<b>Organisk nettoomsättningstillväxt % (H)/(C)-1</b>	<b>-1,5%</b>	<b>-15,6%</b>	<b>-5,8%</b>	<b>-14,0%</b>



# Kvartalsinformation för utvalda kostnadsposter

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Jan - mar 2020		Apr - jun 2020		Jul - sep 2020		Okt - dec 2020	
<b>Resultat post</b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>
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	
<b>Resultat post</b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>
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	
<b>Resultat post</b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>
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					
<b>Resultat post</b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>				
Nettoomsättning	180 262	100,0%	129 063	100,0%				
Produktkostnader	-41 557	-23,1%	-29 588	-22,9%				
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-26 289	-14,6%	-17 617	-13,7%				
Marknadsföringskostnader	-57 011	-31,6%	-40 242	-31,2%				

# 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 webbbutiker. 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 webbbutik, 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

Rugvista 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

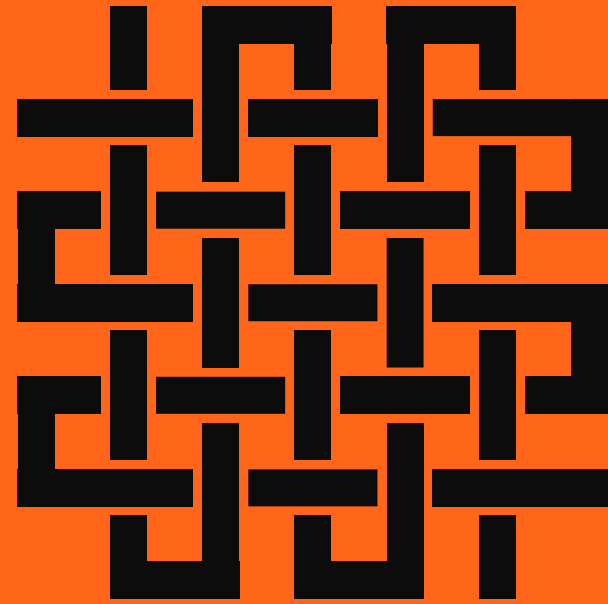
Rugvista anser sig ha ett antal styrkor och konkurrensfördelar som bidrar till koncernens förmåga att förverkliga strategiska målsättningar och uppnå finansiella mål:

- 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**

Ringugnsgatan 11, SE-216 16 Limhamn, Sweden  
[www.rugvistagroup.com](http://www.rugvistagroup.com)