

RUGVISTA

Delårsrapport

Januari – juni 2024

Rugvista Group AB (publ)

Fortsatt ordertillväxt i ett utmanande marknadsklimat

Andra kvartalet

- Nettoomsättningen var MSEK 128,4 (129,1) motsvarande en minskning med -0,5% (6,5%).
- Organisk nettoomsättningstillväxt var -1,0% (-1,5%).
- Bruttomarginalen uppgick till 63,0% (63,6%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 2,4 (11,8) och rörelsemarginalen var 1,8% (9,1%).
- Periodens resultat uppgick till MSEK 2,6 (10,2).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK 0,12 (0,49).
- Genomsnittligt NPS-värde (Net Promotor Score) var 62 (65) och genomsnittligt Trustpilot-värde var 4,7 (4,8).

Januari - juni

- Nettoomsättningen var MSEK 304,2 (309,3) motsvarande en minskning med -1,7% (0,7%).
- Organisk nettoomsättningstillväxt var -2,5% (-5,8%).
- Bruttomarginalen uppgick till 62,2% (63,0%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 22,3 (37,4) och rörelsemarginalen var 7,3% (12,1%).
- Periodens resultat uppgick till MSEK 19,7 (30,5).
- Lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader) uppgick till 21,0% (26,7%).
- Nettoskultsättning vid periodens slut var MSEK -137,5 (-81,6).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK 0,95 (1,47).
- 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	April - juni		Januari - juni	
	2024	2023	2024	2023
Rörelseintäkter	128 805	129 311	304 941	309 921
Nettoomsättning	128 357	129 063	304 212	309 326
Nettoomsättningstillväxt, %	-0,5%	6,5%	-1,7%	0,7%
Organisk nettoomsättningstillväxt, %	-1,0%	-1,5%	-2,5%	-5,8%
Bruttoresultat	80 805	82 106	189 094	194 870
Bruttomarginal, %	63,0%	63,6%	62,2%	63,0%
Rörelseresultat	2 360	11 757	22 333	37 422
Rörelsemarginal, %	1,8%	9,1%	7,3%	12,1%
Periodens resultat	2 570	10 159	19 722	30 468
Periodens marginal, %	2,0%	7,9%	6,5%	9,8%
Justerat rörelseresultat	2 360	11 757	22 333	37 422
Justerad rörelsemarginal, %	1,8%	9,1%	7,3%	12,1%
Lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader), %	-	-	21,0%	26,7%
Nettoskultsättning	-	-	-137 532	-81 635
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,12	0,49	0,95	1,47
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,12	0,49	0,95	1,47
Antal utestående aktier	20 785 140	20 785 140	20 785 140	20 785 140
Antal utestående aktier efter utspädning	20 786 018	20 785 140	20 786 592	20 785 140
Antal webbplatsbesök, miljon	5,9	5,5	13,4	14,4
Antal ordrar, tusen	58,5	51,6	140,9	123,3
Antal nya kunder, tusen	41,2	36,7	101,7	88,8
Genomsnittligt ordervärde, SEK	3 044	3 568	2 993	3 588
Genomsnittligt NPS-värde	62	65	63	67
Genomsnittligt Trustpilot-värde	4,7	4,8	4,7	4,8
CO2e-utsläpp per kvm såld matta, CO2e	39,1	36,3	54,6	41,9



”Trots det utmanande marknadsklimatet växer vi antalet ordrar tvåsiffrigt jämfört med förra året. Vi förbättrar också bruttomarginalen samt marknadsföringseffektiviteten jämfört med årets första kvartal.”

Michael Lindskog, CEO

Fortsatt ordertillväxt i ett utmanande marknadsklimat

Kära aktieägare

Vi ser fortsatt att köpkraften hos de europeiska hushållen är pressad och att köpbeteendet är präglad av stort fokus på pris och rabatterbudanden. Trots det utmanande marknadsklimatet växer vi antalet ordrar tvåsiffrigt jämfört med förra året. Vi förbättrar också bruttomarginalen samt marknadsföringseffektiviteten jämfört med årets första kvartal. Rörelsemarginalen för kvartalet är dock betydligt lägre än föregående år, påverkat av kostnader av engångskaraktär. Vårt andra kvartal är generellt det säsongsmässigt minsta från ett nettoomsättningsperspektiv och högre kostnader får därför stor påverkan på rörelsemarginalen.

Nettoomsättningen för kvartalet var 128,4 (129,1) miljoner kronor vilket motsvarar en minskning med -0,5% (6,5%). Den organiska nettoomsättningstillväxten var -1,0%. Under kvartalet såg vi fortsatt skillnader mellan våra viktigaste marknader vad gäller tillväxttakt och där Norden presterar bättre än de andra regionerna. Det lägre genomsnittliga ordervärdet, primärt hänförligt till priskänsliga konsumenter, var även detta kvartal orsaken till den lägre nettoomsättningen.

Bruttomarginalen för kvartalet var 63,0% (63,6%) och påverkades av kundernas fokus på pris och rabatterbudanden. Jämfört med det första kvartalet förbättrades bruttomarginalen med mer än en procentenhet tack vare prisjusteringar samt fortsatt arbete med att optimera fraktkostnader till och från kund.

Marknadsföringskostnaderna som andel av nettoomsättningen för kvartalet var 29,8% (31,2%) vilket motsvarar en förbättring med mer än en procentenhet. Vår förmåga att driva mer organisk trafik bidrog till den högre effektiviteten jämfört med förra året trots att marknadsföringsklimatet för köpt trafik fortsatt var intensivt.

Rörelseresultatet för kvartalet var 2,4 (11,8) miljoner kronor vilket motsvarar en rörelsemarginal om 1,8% (9,1%). Att rörelsemarginalen sjönk, trots att den variabla lönsamheten förbättrades jämfört med förra året, är till stor del hänförligt till organisationsförändringskostnader av engångskaraktär samt ett negativt utfall i posten "övriga rörelsekostnader" som drivs av valutaeffekter.

Under kvartalet delade vi ut 1,80 kronor per aktie till aktieägarna enligt beslut från årsstämman. Med likvida medel om 155 miljoner kronor och det faktum att vi inte har några skulder till finansiella institut står vi finansiellt starka vilket är en trygg utgångspunkt givet det osäkra marknadsklimatet.

Våra strategiska KPI:er utvecklade sig stabilt under kvartalet och vi är glada att våra kunder fortsatt är mycket nöjda efter ett köp. Antal ordrar och nya kunder ökade med 13% respektive 12%. Tillväxten i antal nya kunder var framför allt stark i Norden och DACH regionerna. Utvecklingen för våra strategiska KPI:er är ett kvitto på att vårt erbjudande är attraktivt även i en utmanande marknad.

Vi fortsätter arbetet mot visionen att bli navet för den europeiska mattindustrin. Fokusområden under kvartalet har inkluderat förberedelser inför flytten till vår nya lager-, logistik och kontorslokal, vidareutveckling av kundupplevelsen i våra webbbutiker samt integration av en ny e-postmarknadsföringsplattform. Vidareutvecklingen av kundupplevelsen har primärt riktat in sig på att påbörja resan mot en mer segmenterad köpupplevelse för våra olika kundgrupper. Syftet med den nya e-postmarknadsföringsplattformen är att möjliggöra ytterligare personalisering och automation samt är ett steg i vårt arbete med att driva mer organisk trafik framöver. Under kvartalet kunde vi också notera att vårt utökade sortiment inom utomhusmattor mottogs väl av kunderna och försäljningen inom kategorin växte med mer än 70% jämfört med förra året.

Osäkerheten rörande utsikterna för resten av året kvarstår där särskilt utvecklingen i de stora marknaderna i centrala och södra Europa är svårbedömd. Trots det utmanande marknadsläget fortsätter vi att fokusera på att effektivt navigera förutsättningarna samt att förbereda oss inför årets högsäsong. Vi ser fram emot, är förberedda och har förutsättningar för att tillvarata efterfrågan när hushållens köpkraft väl stärks. Jag är övertygad om att balans mellan att navigera nuläget parallellt med kontinuerligt arbete med att förbättra kunderbudandet och verksamheten ger oss bäst möjlighet till lönsam tillväxt både på kort och lång sikt.

Med vänliga hälsningar,

Michael Lindskog

CEO Rugvista Group

Andra kvartalet

Nettoomsättning

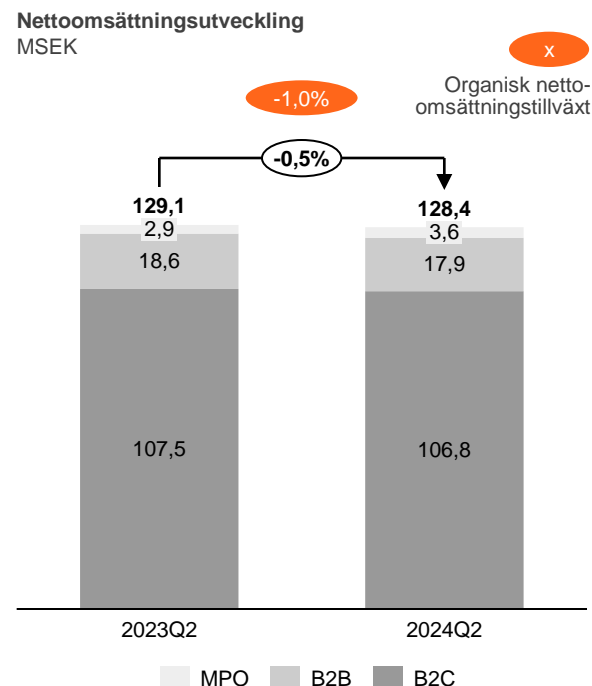
Koncernens nettoomsättning var MSEK 128,4 (129,1) motsvarande en minskning med -0,5% (6,5%) och exklusive valutaeffekter var den organiska tillväxten -1,0% (-1,5%). Antalet ordrar ökade under kvartalet med 13,4% samtidigt som genomsnittligt ordervärde minskade med -14,7%. I flera av våra huvudmarknader stärktes konsumentförtroendet något under kvartalet men ligger fortfarande på en låg nivå. Vi såg en fortsättning på köpbeteendet, som började under det tredje kvartalet 2023, med konsumenter som i högre grad köper produkter med rabatter och lägre priser.

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C) var MSEK 106,8 (107,5) vilket motsvarar en minskning med -0,7% (4,1%). Nettoomsättningen i Norden ökade med 8,6% (6,0%), DACH minskade med -1,4% (4,2%) och Övriga länder, där merparten av försäljningen kommer från övriga Europa, minskade med -4,2% (3,3%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) var MSEK 17,9 (18,6) vilket motsvarar en minskning med -3,7% (26,9%). Under kvartalet minskade försäljningen i huvudsak i kundgruppen mindre företag.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) var MSEK 3,6 (2,9), vilket motsvarar en ökning med 24,8% (-9,9%). Den största delen av försäljningen i

segmentet var via Amazons marknadsplats. Under föregående år påverkades vår försäljning i MPO-segmentet negativt av omstrukturering av försäljningsstrategin samt i viss mån av operationella utmaningar.



Resultat och marginaler

Bruttomarginalen minskade till 63,0% (63,6%). Kostnaden för handelsvaror som andel av nettoomsättningen påverkades negativt av högre rabatter till kunder. Antalet rabatterade produkter för kvartalet var något större än föregående års men den negativa marginaleffekten är primärt hänförlig till att kunder i högre grad valde rabatterade produkter eller produkter med lägre priser. Ökningen av bruttomarginal jämfört med det första kvartalet i år, som landade på 61,6%, förklaras av en prisökning med ett par procentenheter som realiserades i början av april.

Övriga externa kostnader uppgick till MSEK -48,2 (-49,5) och som andel av nettoomsättningen -37,6% (-38,4%). Andelsminskningen är hänförlig till lägre marknadsföringskostnader som minskade med -1,4 procentenheter på grund av en högre andel organisk trafik. Våra kostnadsökningar drevs delvis av kostnader för förberedelser inför flytt till nytt lager och kontor sommaren 2025 samt ökade IT-kostnader.

Personalkostnaderna uppgick till MSEK -25,2 (-18,1) och som andel av nettoomsättningen uppgick de till -19,6% (-14,0%). Organisationsförändringar drev kostnader av engångskaraktär om MSEK -2,5. Resterande kostnadsökningar drevs av ett högre antal anställda, generella löneökningar samt av att Berlin-kontorets personal har övergått från externt inhyrd till anställd personal.

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK -1,1 (0,3). Posten består av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner och omvärdering av balansposter i utländsk valuta till kvartalets stängningskurs.

Avskrivningar uppgick till MSEK -3,9 (-3,0) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar samt immateriella anläggningstillgångar. Den immateriella anläggningstillgången är vår nya e-handelsplattform för vilken avskrivning påbörjades under kvartalet. Avskrivningsökningen är också hänförlig till indexerade hyreshöjningar för företagets hyrda lokaler samt den tillkommande kostnaden för den nya lagerlokal för vilken bolaget tecknade ett hyresavtal i slutet på kvartal 4 2023.

Rörelseresultatet (EBIT) var MSEK 2,4 (11,8) och rörelsemarginalen var 1,8% (9,1%). En stor del av resultatminskningen drevs av personalkostnader och kostnader av engångskaraktär för en förändrad organisation.

Finansnettot uppgick till MSEK 0,9 (1,2). Skatter för perioden var MSEK -0,7 (-2,8).

Periodens resultat uppgick till MSEK 2,6 (10,2) och periodens marginal uppgick till 2,0% (7,9%).

Andra kvartalet

Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten under kvartalet var MSEK -31,2 (-4,4). Minskningen av kassaflödet drevs av rörelsekapitalförändringen, där vi under kvartalet har minskat våra leverantörsskulder.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick under kvartalet till MSEK -2,3 (-2,8) och är i huvudsak hänförligt till aktivering av kostnader för utveckling av vår nya e-handelsplattform. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick under kvartalet till MSEK -40,7 (-33,5) av vilka MSEK -37,4 (-31,2) avsåg utdelning till aktieägarna.

Övriga nyckeltal (KPI)

NPS-värdet var 62 (65) 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 5,9 (5,5) miljoner, vilket motsvarar en ökning med 7,4% (-19,1%) och är hänförligt till vårt arbete med att driva ökad organisk trafik. Från 1 juli 2023 används Google Analytics 4 för att mäta webbplatsbesök till våra butiker och tidigare användes Google Universal Analytics. Det är inte möjligt att räkna om historiska jämförelsetal för hela rapportperioden. Under perioder då vi har haft båda verktygen tillgängliga i våra webbbutiker har vi noterat att Google Universal Analytics mäter cirka 10 procent högre besökssiffror jämfört med Google Analytics 4.

Orderantalet var 58,5 (51,6) tusen, vilket motsvarar en ökning med 13,4% (6,0%).

Antalet nya kunder som förvärvades var 41,2 (36,7) tusen, vilket motsvarar en ökning med 12,2% (8,9%).

Genomsnittligt ordervärde var SEK 3 044 (3 568), vilket motsvarar en minskning med -14,7% (3,1%). Ordervärdet påverkades negativt av att kunderna i högre grad valde produkter med lägre priser och med högre rabatter.

Finansiell ställning och likviditet

Lagervärdet vid periodens slut uppgick till MSEK 146,1 (171,0) och lagervärdet som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader) uppgick till 21,0% (26,7%). 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 under den andra halvan av året. Våra produkters karaktär gör att lagerrisken är låg vilket också återspeglas i bolagets låga historiska nedskrivningsbehov.

Nettoskuldsättning vid periodens slut var MSEK -137,5 (-81,6) och likvida medel uppgick till MSEK 154,5 (104,4).





Januari – juni

Nettoomsättning

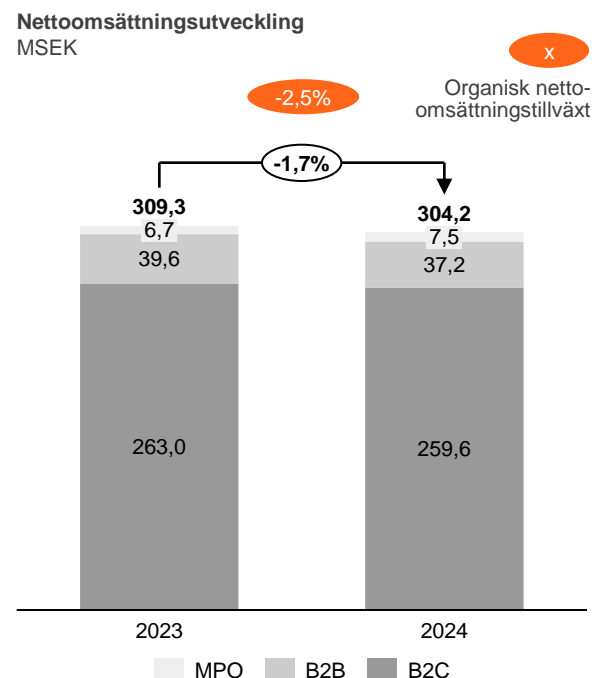
Koncernens nettoomsättning för perioden uppgick till MSEK 304,2 (309,3), vilket motsvarar en minskning med -1,7% (0,7%). Under det första halvåret har vi sett en fortsatt god orderingång men det genomsnittliga ordervärdet har minskat då kunder i högre grad köper produkter med ett lägre pris. Den organiska nettoomsättningstillväxten var -2,5% (-5,8%). I flera av våra huvudmarknader stärktes konsumentförtroendet något under slutet av det första halvåret men ligger fortfarande på en historiskt låg nivå.

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 259,6 (263,0) vilket motsvarar en minskning med -1,3% (-1,5%). Norden ökade med 11,2% (-2,2%), DACH minskade med -3,3% (-5,6%) och Övriga länder minskade med -5,3% (0,4%),

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 37,2 (39,6) vilket motsvarar en minskning med -6,1% (24,2%). Under kvartalet minskade försäljningen i huvudsak i kundgruppen mindre företag.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 7,5 (6,7), vilket motsvarar en ökning med 10,9% (-19,4%). Under det första halvåret föregående år påverkades vår försäljning i

segmentet negativt av operationella utmaningar samt en omstrukturering av försäljningsstrategin.



Resultat och marginaler

Bruttomarginalen uppgick till 62,2% (63,0%). Antalet rabatterade produkter för perioden var något större än föregående års men den negativa margineffekten är primärt hänförlig till att kunder i högre grad valde rabatterade produkter eller produkter med lägre prispunkter.

Övriga externa kostnader har under perioden uppgått till MSEK -112,5 (-114,2) och som andel av nettoomsättningen -37,0% (-36,9 %). Lägre marknadsföringskostnader bidrog med en minskning på -1,2 procentenheter pga en högre andel organisk trafik. Vi hade också kostnadsökningar som drevs av kostnader för förberedelser inför flytt till nytt lager och kontor 2025 samt ökade IT-kostnader.

Personalkostnaderna uppgick till MSEK -45,4 (-35,9) och som andel av nettoomsättningen uppgick de till -14,9% (-11,6 %). Organisationsförändringar drev kostnader av engångskaraktär om MSEK -2,5. Resterande kostnadsökningar drevs av ökningarna i antalet anställda, generella löneökningar samt av att Berlin-kontorets personal har övergått från externt inhyrd till anställd personal från mars-april.

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

Avskrivningar uppgick till MSEK -7,5 (-6,0) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar samt immateriella anläggningstillgångar. Den immateriella anläggningstillgången är vår nya e-handelsplattform för vilken avskrivning påbörjades under slutet av det andra kvartalet. Avskrivningsökningen är också hänförlig till indexerade hyreshöjningar för företagets hyrda lokaler samt den tillkommande kostnaden för den nya lagerlokal för vilken bolaget tecknade ett hyresavtal i slutet på kvartal 4 2023.

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till MSEK 22,3 (37,4), vilket motsvarar en rörelsemarginal på 7,3% (12,1%). Minskningen i rörelsemarginal drevs av personalkostnadsökning, den lägre bruttomarginalen samt en negativ skaleffekt från lägre nettoomsättning.

Finansnettot har ökat till MSEK 2,6 (1,1). Under perioden har vi haft en väsentligt högre nettokassa än föregående år.

Skatter för perioden uppgick till MSEK -5,2 (-8,0).

Periodens resultat uppgick till MSEK 19,7 (30,5) och periodens marginal uppgick till 6,5% (9,8%).

Januari - juni

Finansiell ställning och likviditet

Lagervärdet vid periodens slut uppgick till MSEK 146,1 (171,0) och lagervärdet som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader) uppgick till 21,0% (26,7%). Vårt mål är att ha ett lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande 12 månader) inom intervallet 17,5% - 22,5%. Under perioden har vi fortsatt att öka lager inför högsäsongen. Våra produkters karaktär gör att lagerrisken är låg vilket också återspeglas i bolagets låga historiska nedskrivningsbehov.

Nettoskuldsättning vid periodens slut var MSEK -137,5 (-81,6) och likvida medel uppgick till MSEK 154,5 (104,4). Styrelsens förslag till utdelning som det beslutades om vid Bolagsstämman i maj 2024 om 1,80 kr per aktie (1,50) vilket totalt utgjorde MSEK 37,4 (31,2) betalades den 30 maj.

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 13,4 (14,4) miljoner, vilket motsvarar en minskning med -6,5% (-16,8 %). Minskningen är hänförlig till det makroekonomiska klimatet med minskad efterfrågan inom framförallt B2C-segmentet under årets första kvartal samt fokus på kostnadseffektivitet inom de betalda marknadsföringskanalerna.

Orderantalet var 140,9 (123,3) tusen, vilket motsvarar en ökning med 14,2% (-0,8 %).

Antalet nya kunder som förvärvades var 101,7 (88,8) tusen, vilket motsvarar en ökning med 14,5% (1,4 %).

Genomsnittligt ordervärde var SEK 2 993 (3 588), vilket motsvarar en minskning med -16,6% (1,7%). Ordervärdet påverkades negativt av att kunderna i högre grad valde produkter med lägre pris och med högre rabatter.

Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten under perioden uppgick till MSEK -8,8 (2,3). Det lägre kassaflödet är framförallt hänförligt till en planerad ökning av lager i år.

Kassaflödet från investeringsverksamheten under perioden uppgick till MSEK -4,8 (-5,0) och den huvudsakliga delen utgör investering i vår nya e-handelsplattform.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten under perioden uppgick till MSEK -43,9 (-36,2). Utdelningen till aktieägarna, som betalades i det andra kvartalet, var högre än föregående år.



Privatpersoner (B2C)

Andra kvartalet

KSEK om inte annat anges	April - juni		
	2024	2023	Δ
Nettoomsättning	106 810	107 543	-0,7%
Nettoomsättning, DACH	20 944	21 232	-1,4%
Nettoomsättning, Norden	26 820	24 694	8,6%
Nettoomsättning, Övriga länder	59 046	61 618	-4,2%
Bruttoresultat	66 790	68 005	-1,8%
Bruttomarginal, %	62,5%	63,2%	-0,7pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	32,9%	34,4%	-1,6pp
Segmentresultat	31 679	30 974	2,3%
Segmentmarginal, %	29,7%	28,8%	0,9pp

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under kvartalet var MSEK 106,8 (107,5) vilket motsvarar en minskning med (-0,7%). Trots den minskade nettoomsättningen inom segmentet växte Norden 8,6% (6,0%) där bl.a. utomhusmattor växte starkt. DACH minskade med -1,4% (4,2%) och regionen Övriga länder, där den stora delen av försäljningen kommer från övriga Europa, minskade nettoomsättningen med -4,2 (3,3%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 66,8 (68,0) vilket motsvarar en minskning med -1,8% (10,9%) och bruttomarginalen uppgick till 62,5% (63,2%). Minskningen i bruttomarginal drevs av en högre andel försäljning med rabatter samtidigt som en prisjustering i början av kvartalet bidrog till att öka marginalen jämfört med det första kvartalet.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 32,9% (34,4%) och minskningen var driven av en högre andel organisk trafik.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 31,7 (31,0) vilket motsvarar en ökning med 2,3% (28,2%) och segmentmarginalen uppgick till 29,7 (28,8%) där ökningen är hänförlig till en förbättrad marknadsföringseffektivitet.

Januari - juni

KSEK om inte annat anges	Januari - juni		
	2024	2023	Δ
Nettoomsättning	259 583	263 014	-1,3%
Nettoomsättning, DACH	52 601	54 406	-3,3%
Nettoomsättning, Norden	63 647	57 252	11,2%
Nettoomsättning, Övriga länder	143 336	151 355	-5,3%
Bruttoresultat	160 408	164 966	-2,8%
Bruttomarginal, %	61,8%	62,7%	-0,9pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	32,8%	34,1%	-1,3pp
Segmentresultat	75 275	75 213	0,1%
Segmentmarginal, %	29,0%	28,6%	0,4pp

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under kvartalet var MSEK 259,6 (263,0) vilket motsvarar en minskning med -1,3% (-1,5%). Norden ökade med 11,2% (-2,2%) och DACH minskade med -3,3% (-5,6%). RoW, som till största delen utgörs av övriga europeiska marknader, minskade med -5,3% (0,4%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 160,4 (165,0) vilket motsvarar en minskning med -2,8% (1,6%) och bruttomarginalen uppgick till 61,8 (62,7%). Minskningen i bruttomarginal drevs av en högre andel försäljning med rabatter samtidigt som en prisjustering i början av andra kvartalet bidrog till att öka marginalen jämfört med det första kvartalet.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 32,8 (34,1%) och minskningen var driven av fokuset på marknadsföringseffektivitet samt en högre andel organisk trafik.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 75,3 (75,2) vilket motsvarar en ökning med 0,1% (15,9%) och segmentmarginalen uppgick till 29,0% (28,6%).

Företagskunder (B2B)

Andra kvartalet

KSEK om inte annat anges	April - juni		
	2024	2023	Δ
Nettoomsättning	17 948	18 635	-3,7%
Bruttoresultat	11 588	12 150	-4,6%
Bruttomarginal, %	64,6%	65,2%	-0,6pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	10,8%	12,1%	-1,3pp
Segmentresultat	9 658	9 897	-2,4%
Segmentmarginal, %	53,8%	53,1%	0,7pp

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under kvartalet var MSEK 17,9 (18,6) vilket motsvarar en minskning med -3,7% (26,9%). Det är framförallt försäljningen till kundgruppen mindre företag som minskar.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 11,6 (12,2) vilket motsvarar en minskning med -4,6 (32,1%) och bruttomarginalen uppgick till 64,6% (65,2%).

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 10,8% (12,1%) där minskningen drevs av samma faktorer som i B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 9,7 (9,9) vilket motsvarar en minskning med -2,4% (41,1%) och segmentmarginalen uppgick till 53,8% (53,1%) där ökningen drevs av den högre marknadsföringseffektiviteten.

Januari - juni

KSEK om inte annat anges	Januari - juni		
	2024	2023	Δ
Nettoomsättning	37 172	39 588	-6,1%
Bruttoresultat	23 625	25 344	-6,8%
Bruttomarginal, %	63,6%	64,0%	-0,5pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	11,2%	13,6%	-2,4pp
Segmentresultat	19 467	19 971	-2,5%
Segmentmarginal, %	52,4%	50,4%	1,9pp

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under kvartalet var MSEK 37,2 (39,6) vilket motsvarar en minskning med -6,1% (24,2%). Det är framförallt försäljningen i kundgruppen mindre företag som minskar.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 23,6 (25,3) vilket motsvarar en minskning med -6,8% (24,2%) och bruttomarginalen uppgick till 63,6% (64,0%).

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 11,2% (13,6%) där minskningen drevs av samma faktorer som i B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 19,5 (20,0) vilket motsvarar en minskning med -2,5% (29,7%) och segmentmarginalen uppgick till 52,4 (50,4%) där ökningen drevs av den högre marknadsföringseffektiviteten.

Marknadsplatser & övrigt (MPO)

Andra kvartalet

KSEK om inte annat anges	April - juni		
	2024	2023	Δ
Nettoomsättning	3 600	2 885	24,8%
Bruttoresultat	1 980	1 703	16,3%
Bruttomarginal, %	55,0%	59,0%	-4,0pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	33,7%	33,2%	0,5pp
Segmentresultat	766	745	2,8%
Segmentmarginal, %	21,3%	25,8%	-4,6pp

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 3,6 (2,9), vilket motsvarar en ökning med 24,8% (-9,9%). Under föregående år påverkades vår försäljning i MPO-segmentet negativt av omstrukturering av försäljningsstrategin på Amazon samt i viss mån av operationella utmaningar.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 2,0 (1,7) vilket motsvarar en ökning med 16,3% (-9,6%) och bruttomarginalen uppgick till 55,0% (59,0%). Under kvartalet har vi testat nya kampanjer vilket har påverkat bruttomarginalen negativt.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 33,7% (33,2%).

Segmentresultatet uppgick till MSEK 0,8 (0,7). Segmentmarginalen uppgick till 21,3% (25,8%) där minskningen i huvudsak drevs av den lägre bruttomarginalen.

Januari - juni

KSEK om inte annat anges	Januari - juni		
	2024	2023	Δ
Nettoomsättning	7 457	6 724	10,9%
Bruttoresultat	4 332	3 964	9,3%
Bruttomarginal, %	58,1%	59,0%	-0,9pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	34,9%	31,6%	3,3pp
Segmentresultat	1 727	1 838	-6,0%
Segmentmarginal, %	23,2%	27,3%	-4,2pp

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 7,5 (6,7), vilket motsvarar en ökning med 10,9% (-19,4%). Under föregående år påverkades vår försäljning i MPO-segmentet negativt av omstrukturering av försäljningsstrategin på Amazon samt i viss mån av operationella utmaningar.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 4,3 (4,0) vilket motsvarar en ökning med 9,3% (-22,2%) och bruttomarginalen uppgick till 58,1% (59,0%). Under det andra kvartalet har vi testat kampanjer på Amazon vilket har påverkat bruttomarginalen negativt för perioden.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 34,9% (31,6%) där ökningen drevs dels av tekniska utmaningar i det första kvartalet samt dels av test av nya kampanjer i det andra kvartalet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 1,7 (1,8) vilket motsvarar en minskning med -6,0% (-8,0%). Segmentmarginalen uppgick till 23,2% (27,3%) där minskningen drevs av de högre marknadsföringskostnaderna samt en något lägre bruttomarginal.



Övrig information

Väsentliga händelser under kvartalet

- Den 23 maj 2024 höll Rugvista Group AB (publ) bolagsstämma. Agenda, beslutsunderlag, protokoll samt annan dokumentation finns tillgängligt på bolagets hemsida www.rugvistagroup.com.
- Årsstämman beslutade att godkänna styrelsens förslag till utdelning om 1,80 kr per aktie. Utdelningen om totalt MSEK 37,4 betalades till aktieägarna den 30 maj 2024.
- Årsstämman godkände valberedningens förslag om omval för styrelseledamöterna Ludvig Friberger, Magnus Dimert, Hanna Graflund Sleyman, Martin Benckert, Ebba Ljungerud och Patrik Berntsson. Martin Benckert omvaldes till styrelseordförande.
- Carin Terins meddelade att hon har beslutat lämna Rugvista. Carin lämnade bolaget i juni och har som CDPO ansvarat för Rugvistas design- och inköpsfunktion. VD tar tills vidare det operativa ansvaret för funktionen.

Väsentliga händelser efter kvartalet

Inga väsentliga händelser efter kvartalet.

Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

Koncernens väsentliga risk- och osäkerhetsfaktorer inkluderar finansiella risker såsom valutarisk, likviditets- och finansieringsrisker samt verksamhets- och affärsrisker. För mer information om risker och riskhantering hänvisas till Rugvistas årsredovisning för 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 samt risken för en utvidgad konflikt i regionen. Koncernen har ingen direkt exponering i Israel eller Gaza men händelserna kan få indirekt påverkan genom konsumenters framtidstro, inflation, BNP-tillväxt etc. Oroligheterna i Röda havet har fått viss påverkan på vår leveranskedja för produkter från Indien genom längre leveranstider och högre fraktkostnader. Påverkan på Rugvistas resultat förväntas bli marginell men företagsledningen följer utvecklingen.

Säsongsvariationer

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

Medarbetare

Antalet heltidsanställda under perioden april-juni uppgick till 99,1 (88,5) och andelen kvinnor uppgick till 50,5% (47,9%).

Antalet heltidsanställda under perioden januari-juni uppgick till 98,1 (88,4) och andelen kvinnor uppgick till 50,3% (46,2%).

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 2024 (28 juni) var MSEK 1 127 värderat till slutkursen på SEK 54,20 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 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 kvartalet i samband med att hon lämnade bolaget.

Transaktioner med närstående

April– juni

Under kvartalet förekommer inga transaktioner med närstående.

Januari – juni

Under perioden förekommer 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. 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 4,1 (4,4). Under perioden januari-juni uppgick moderbolagets nettoomsättning till MSEK 7,6 (8,4). 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). För perioden januari-juni uppgick resultatet till -0,0 (-0,2).

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
Delårsrapport januari – september 2024	7 november 2024	09:00-10:00 CET
Bokslutskommuniké 2024	6 februari 2025	09:00-10:00 CET

I samband med publiceringen av delårsrapporten kommer Michael Lindskog (VD) och Joakim Tuvner (CFO) hålla en telefonkonferens och webbsändning den 15 augusti 2024 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=50048858>

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/kv2-2024/>

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

Direktlänk till webbsändningen: <https://ir.financialhearings.com/rugvista-group-q2-report-2024>

Rapporten och presentationen finns tillgängliga på Rugvista-koncernens hemsida:

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

Kontaktinformation

Michael Lindskog

CEO

Michael.Lindskog@rugvista.com

Joakim Tuvner

CFO

Joakim.Tuvner@rugvista.com

Koncern- och investerarinformation

InvestorRelations@rugvistagroup.com

www.rugvistagroup.com

Telefonnummer +46 40 668 81 04

Huvudkontor och besöksadress

Rugvista Group AB (publ)

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 15 augusti 2024 kl. 07.30 CEST.



Koncernen

Koncernens resultaträkning i sammandrag

<i>KSEK om inget annat anges</i>	April - juni			Januari - juni		
	2024	2023	Δ	2024	2023	Δ
Nettoomsättning	128 357	129 063	-0,5%	304 212	309 326	-1,7%
Övriga rörelseintäkter	448	248	80,5%	729	596	22,4%
Rörelseintäkter	128 805	129 311	-0,4%	304 941	309 921	-1,6%
Handelsvaror	-47 999	-47 205		-115 847	-115 051	
Övriga externa kostnader	-48 202	-49 528		-112 506	-114 214	
Personalkostnader	-25 169	-18 133		-45 383	-35 939	
Övriga rörelsekostnader	-1 133	335		-1 364	-1 268	
Av- och nedskrivningar	-3 941	-3 023		-7 508	-6 027	
Rörelseresultat (EBIT)	2 360	11 757	-79,9%	22 333	37 422	-40,3%
Finansiella intäkter	1 315	1 493		3 110	1 612	
Finansiella kostnader	-379	-337		-557	-540	
Resultat efter finansiella poster	3 297	12 913	-74,5%	24 886	38 494	-35,4%
Skatter	-727	-2 754		-5 164	-8 026	
Periodens resultat	2 570	10 159	-74,7%	19 722	30 468	-35,3%
Hänförligt till:						
Moderföretagets ägare	2 570	10 159		19 722	30 468	
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,12	0,49		0,95	1,47	
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,12	0,49		0,95	1,47	

Koncernen

Koncernens rapport över totalresultat i sammandrag

<i>KSEK om inget annat anges</i>	April - juni			Januari - juni		
	2024	2023	Δ	2024	2023	Δ
Periodens resultat	2 570	10 159	-74,7%	19 722	30 468	-35,3%
<i>Poster som senare kan omklassificeras till resultaträkningen</i>						
Omräkningsdifferens	-5	-	-	5	-	-
Övrigt totalresultat	-5	-	-	5	-	-
Periodens totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare	2 565	10 159	-74,7%	19 727	30 468	-35,3%

Koncernen

Koncernens rapport över finansiell ställning i sammandrag

KSEK om inget annat anges

<u>TILLGÅNGAR</u>	<u>30 juni, 2024</u>	<u>30 juni, 2023</u>	<u>EGET KAPITAL & SKULDER</u>	<u>30 juni, 2024</u>	<u>30 juni, 2023</u>
<u>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</u>			<u>EGET KAPITAL</u>		
Goodwill	299 949	299 949	Aktiekapital	1 039	1 039
Immateriella anläggningstillgångar	23 470	13 461	Övrigt tillskjutet kapital	227 933	228 052
Materiella anläggningstillgångar	3 741	3 323	Balanserat resultat	276 343	243 807
Nyttjanderättstillgångar	16 158	21 594	Periodens resultat	19 722	30 468
Uppskjuten skattefordran	242	311	Summa eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	525 036	503 366
Summa anläggningstillgångar	343 560	338 638			
<u>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</u>			<u>LÅNGFRISTIGA SKULDER</u>		
Varulager	146 059	170 967	Uppskjuten skatteskuld	22	90
Övriga fordringar	25 730	21 898	Leasingskulder	4 461	11 700
Förutbetalda kostnader	5 786	5 747	Summa långfristiga skulder	4 483	11 790
Likvida medel	154 517	104 393	<u>KORTFRISTIGA SKULDER</u>		
Summa omsättningstillgångar	332 091	303 005	Leverantörsskulder	77 161	59 294
SUMMA TILLGÅNGAR	675 652	641 643	Aktuella skatteskulder	7 041	12 569
			Övriga skulder	27 968	29 470
			Leasingskulder	12 524	11 058
			Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	21 438	14 097
			Summa kortfristiga skulder	146 132	126 487
			SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	675 652	641 643

Koncernen

Koncernens rapport över förändringar i eget kapital

April - juni

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat	Summa eget kapital
			inklusive periodens resultat	
2024				
Ingående balans 2024-04-01	1 039	228 052	330 912	560 003
Periodens resultat			2 570	2 570
Övrigt totalresultat			-5	-5
Summa Totalresultat	1 039	228 052	333 478	562 568
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman			-37 413	-37 413
Teckningsoptioner			-	-
Teckningsoptioner, återköp		-119	-	-119
Nyemission			-	-
Utgående balans 2024-06-30	1 039	227 933	296 065	525 036

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

Koncernens rapport över förändringar i eget kapital

Januari - juni

	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			19 722	19 722
Övrigt totalresultat			5	5
Summa Totalresultat	1 039	228 052	333 478	562 568
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman			-37 413	-37 413
Teckningsoptioner			-	-
Teckningsoptioner, återköp		-119	-	-119
Nyemission			-	-
Utgående balans 2024-06-30	1 039	227 933	296 065	525 036

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat	Summa eget kapital
			inklusive periodens resultat	
2023				
Ingående balans 2023-01-01	1 039	227 627	274 985	503 651
Periodens resultat			30 468	30 468
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 039	227 627	305 453	534 119
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman			-31 178	-31 178
Teckningsoptioner		425	-	425
Teckningsoptioner, återköp			-	-
Nyemission			-	-
Utgående balans 2023-06-30	1 039	228 052	274 275	503 366

Koncernen

Koncernens kassaflödesanalys i sammandrag

KSEK om inget annat anges

	April - juni		Januari - juni	
	2024	2023	2024	2023
<i>Den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</i>				
Rörelseresultat	2 360	11 757	22 333	37 422
<i>Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet</i>				
Avskrivningar och nedskrivningar	3 941	3 023	7 508	6 027
Orealiserade kursdifferenser	109	-1 407	-3 619	-1 175
Erhållen ränta	1 315	1 493	3 110	1 612
Erlagd ränta	-379	-337	-557	-540
Betald inkomstskatt	-3 997	-2 483	-17 279	-37 014
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital	3 349	12 047	11 497	6 331
<i>Förändringar i rörelsekapital</i>				
Förändring av varulager	-13 047	-6 083	-20 402	3 292
Förändring av rörelsefordringar	4 583	7 576	-6 386	25 722
Förändring av rörelseskulder	-26 080	-17 952	6 539	-33 064
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital	-34 544	-16 459	-20 249	-4 050
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-31 195	-4 412	-8 752	2 281
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-1 880	-2 500	-4 114	-4 396
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-850	-271	-1 136	-576
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	407	-	407	-
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-2 323	-2 771	-4 843	-4 972
Nyemission	-	-	-	-
Teckningsoptioner	-	425	-	425
Teckningsoptioner, återköp	-119	-	-119	-
Amortering leasingkulder	-3 202	-2 714	-6 386	-5 410
Utdelning aktieägare	-37 413	-31 178	-37 413	-31 178
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-40 734	-33 467	-43 919	-36 162
PERIODENS TOTALA KASSAFLÖDE	-74 252	-40 650	-57 514	-38 853
Likvida medel vid periodens början	229 410	141 543	208 936	139 978
Kursdifferens i likvida medel	-641	3 500	3 096	3 268
Likvida medel vid periodens slut	154 517	104 393	154 517	104 393



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.

April – juni 2024	Privatkunder	Företagskunder	Marknadsplatser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	106 810	17 948	3 600	128 357
Handelsvaror	-40 020	-6 360	-1 620	-47 999
Bruttoresultat	66 790	11 588	1 980	80 358
Marknadsföringskostnader	-35 111	-1 930	-1 214	-38 255
Segmentresultat	31 679	9 658	766	42 103

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

Januari – juni 2024	Privatkunder	Företagskunder	Marknadsplatser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	259 583	37 172	7 457	304 212
Handelsvaror	-99 175	-13 547	-3 126	-115 847
Bruttoresultat	160 408	23 625	4 332	188 365
Marknadsföringskostnader	-85 134	-4 158	-2 604	-91 896
Segmentresultat	75 275	19 467	1 727	96 469

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

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.

	April - Juni		Januari - juni	
Avstämning av resultat	2024	2023	2024	2023
Segmentresultat	42 103	41 616	96 469	97 021
Övriga rörelseintäkter	448	248	729	596
Övriga externa kostnader exkl. marknadsföringskostnader	-9 946	-9 286	-20 610	-16 961
Personalkostnader	-25 169	-18 133	-45 383	-35 939
Övriga rörelsekostnader	-1 133	335	-1 364	-1 268
Av- och nedskrivningar	-3 941	-3 023	-7 508	-6 027
Finansiella intäkter och kostnader	936	1 156	2 553	1 072
Resultat efter finansiella poster	3 297	12 913	24 886	38 494

Noter

Not 4 - Finansiella tillgångar och skulder

Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	2024-06-30	2023-06-30
<i>Finansiella tillgångar i balansräkningen</i>		
Övriga fordringar	6 160	4 203
Likvida medel	154 517	104 393
Summa	160 678	108 596

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	2024-06-30	2023-06-30
<i>Finansiella skulder i balansräkningen</i>		
Leverantörsskulder	77 161	59 294
Övriga skulder	5 408	4 824
Upplupna kostnader	15 346	11 920
Leasingskulder	16 985	22 758
Summa	114 900	98 795

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

Not 5 – Ägaröversikt

De 10 största aktieägarna per den 28 juni 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%
Futur Pension Försäkringsaktiebolag	1 834 006	8,8%	8,8%
Alcur Fonder AB	1 604 005	7,7%	7,7%
Indexon AB	1 490 204	7,2%	7,2%
TIN Fonder	1 292 310	6,2%	6,2%
Nordnet Pensionsförsäkring AB	1 164 092	5,6%	5,6%
Movestic Livförsäkring AB	1 070 890	5,2%	5,2%
SEB LIFE INTERNATIONAL ASSURANCE	801 600	3,9%	3,9%
Spiltan Fonder AB	667 397	3,2%	3,2%
<i>Totalt de tio största aktieägarna</i>	<i>14 751 983</i>	<i>71,0%</i>	<i>71,0%</i>
Totalt antal utestående aktier	20 785 140	100,0%	100,0%

Källa: Euroclear utdrag per 28 juni 2024

Moderbolag

Moderbolagets resultaträkning

<i>KSEK om inget annat anges</i>	April - juni			Januari - juni		
	2024	2023	Δ	2024	2023	Δ
Nettoomsättning	4 100	4 374	-6,3%	7 569	8 420	-10,1%
Övriga rörelseintäkter	-	-	-	-	-	-
Totala intäkter	4 100	4 374	-6,3%	7 569	8 420	-10,1%
Övriga externa kostnader	-1 929	-2 298		-3 192	-4 030	
Personalkostnader	-2 319	-2 232		-4 617	-4 604	
Övriga rörelsekostnader	-	-		-	-	
Rörelseresultat (EBIT)	-148	-156	-5%	-240	-214	12%
Finansiella intäkter	211	31		421	125	
Finansiella kostnader	-224	-73		-224	-73	
Resultat efter finansiella poster	-162	-197	-18,0%	-43	-162	-73,5%
Skatter	-	-		-	-	
Periodens resultat ¹⁾	-162	-197	-18,0%	-43	-162	-73,5%

Moderbolag

Moderbolagets balansräkning

KSEK om inget annat anges

<u>TILLGÅNGAR</u>	<u>30 juni, 2024</u>	<u>30 juni, 2023</u>	<u>EGET KAPITAL OCH SKULDER</u>	<u>30 juni, 2024</u>	<u>30 juni, 2023</u>
<u>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</u>			<u>EGET KAPITAL</u>		
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			<i>Bundet eget kapital</i>		
Andelar i koncernföretag	321 271	321 271	Aktiekapital	1 039	1 039
Långfristiga fordringar hos dotterföretag	11 540	10 924	Delsumma, bundet eget kapital	1 039	1 039
Summa anläggningstillgångar	332 811	332 195	<i>Fritt eget kapital</i>		
<u>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</u>			Balanserat resultat	345 853	331 607
Övriga fordringar	15 281	11 430	Periodens resultat	-43	-162
Förutbetalda kostnader	569	640	Delsumma, fritt eget kapital	345 810	331 445
Kassa och bank	10 280	10 807	Summa eget kapital	346 849	332 484
Summa omsättningstillgångar	26 129	22 878	<u>KORTFRISTIGA SKULDER</u>		
SUMMA TILLGÅNGAR	358 941	355 073	Leverantörsskulder	573	762
			Aktuella skatteskulder	9 217	9 440
			Övriga skulder	808	11 152
			Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	1 493	1 235
			Summa kortfristiga skulder	12 092	22 589
			SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	358 941	355 073

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 15 augusti 2024

Martin Benckert

Styrelseordförande

Hanna Graflund Sleyman

Styrelsemedlem

Ebba Ljungerud

Styrelsemedlem

Patrik Berntsson

Styrelsemedlem

Ludvig Friberger

Styrelsemedlem

Magnus Dimert

Styrelsemedlem

Michael Lindskog

VD

Definitioner och motivering av nyckeltal

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

Mått	Definition	Motivering
Antal nya kunder	Antal nya kunder som har lagt en beställning, före avbeställningar och retur.	Ett tal som ger en indikation om hur väl koncernen lyckas attrahera nya kunder med sitt erbjudande.
Antal ordrar	Antal ordrar som kunder har gjort under perioden före avbeställningar eller retur.	Ett tal som ger en indikation om koncernens aktivitetsnivå mot kunder. Används även för att beräkna enhetsbaserade nyckeltal.
Antal webbplatsbesök	Antal besök till bolagets webbutiker under perioden.	Ett tal som ger en indikation om förmågan att attrahera potentiella kunder till koncernens webbutiker.
Bruttomarginal	Bruttoresultatet dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten efter kostnaden för handelsvaror.
Bruttoresultat	Rörelseintäkter minskat med kostnaden för handelsvaror.	Ett tal som påvisar vad som finns kvar för att finansiera övriga kostnader efter att handelsvarorna har sålts.
CO2e-utsläpp per kvm såld matta	Utsläpp av koldioxidequivaler från inköp av mattor under perioden omräknat till ett intensitetsmått 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 Promoter 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.
Jämförelse-störande 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.
Nettoomsättningsstillväxt	Procentuell förändring i periodens nettoomsättning jämfört med föregående period.	Ett tal som påvisar tillväxttakten för nettoomsättning.
Nettoskulsättning	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 nettoomsättningsstillväxt	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.	Ett tal som visar vinsten per utestående aktie.
Returgrad i procent	Värdet av retur (faktiska och förväntade) delat med försäljningen under perioden.	Ett värde som ger en indikation om bolagets kunder är nöjda med produkten de har beställt.
Rörelsemarginal (EBIT marginal)	Rörelseresultat (EBIT) dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten för den operationella verksamheten.
Rörelseresultat (EBIT)	Rörelseintäkter minus rörelsekostnaderna före finansnetto och skatt.	Ett tal som påvisar det operationella resultatet för verksamheten.
Segmentmarginal	Segmentresultat dividerat med nettoomsättning för segmentet.	Ett tal som påvisar segmentets lönsamhet.
Segmentresultat	Nettoomsättningen minskat med kostnaden för handelsvaror och marknadsföring för segmentet.	Ett tal som påvisar segmentets resultat bidrag.

Ordlista

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



Härledning av alternativa nyckeltal

Bruttomarginal

<i>KSEK om inte annat anges</i>	April-Juni		Januari-juni	
	2024	2023	2024	2023
Rörelseintäkter (A)	128 805	129 311	304 941	309 921
Handelsvaror (B)	-47 999	-47 205	-115 847	-115 051
Bruttoresultat (A) + (B)	80 805	82 106	189 094	194 870
Nettoomsättning (C)	128 357	129 063	304 212	309 326
Bruttomarginal, % ((A) + (B)) / (C)	63,0%	63,6%	62,2%	63,0%

Justerad rörelsemarginal

<i>KSEK om inte annat anges</i>	April-Juni		Januari-juni	
	2024	2023	2024	2023
Rörelseresultat (EBIT) (A)	2 360	11 757	22 333	37 422
Jämförelsestörande poster (B)	-	-	-	-
Justerat rörelseresultat (A) + (B)	2 360	11 757	22 333	37 422
Nettoomsättning (C)	128 357	129 063	304 212	309 326
Justerad rörelsemarginal, % ((A) + (B)) / (C)	1,8%	9,1%	7,3%	12,1%

Lagervärde som andel av nettoomsättningen

<i>KSEK om inte annat anges</i>	April-Juni		Januari-juni	
	2024	2023	2024	2023
Varulager (A)	146 059	170 967	146 059	170 967
Nettoomsättning, rullande tolv månader (LTM) (B)	697 089	641 397	697 089	641 397
Lagervärde som andel av nettoomsättningen (LTM) (A) / (B)	21,0%	26,7%	21,0%	26,7%

Nettoskuldsättning

<i>KSEK om inte annat anges</i>	April-Juni		Januari-juni	
	2024	2023	2024	2023
Likvida medel (A)	-154 517	-104 393	-154 517	-104 393
Räntebärande skulder (B)	-	-	-	-
Räntebärande leasingskulder (C)	16 985	22 758	16 985	22 758
Nettoskuldsättning/(-)nettokassa (A) + (B) + (C)	-137 532	-81 635	-137 532	-81 635

Organisk nettoomsättningstillväxt

<i>KSEK om inte annat anges</i>	April - Juni		Januari - juni	
	2024	2023	2024	2023
Föregående års nettoomsättning (A)	129 063	121 228	309 326	307 201
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (B)	-	-	-	-
Föregående års nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (A)-(B)=(C)	129 063	121 228	309 326	307 201
Årets nettoomsättning (D)	128 357	129 063	304 212	309 326
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (E)	-	-	-	-
Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (D)-(E)=(F)	128 357	129 063	304 212	309 326
Valutaeffekt på årets nettoomsättning (G)	617	9 689	2 467	19 790
Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet och valutaeffekter (F)-(G)=(H)	127 740	119 374	301 745	289 535
Organisk nettoomsättningstillväxt % (H)/(C)-1	-1,0%	-1,5%	-2,5%	-5,8%

Kvartalsinformation för utvalda kostnadsposter

KSEK om inget annat anges	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					
Resultat post	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹				
Nettoomsättning	175 855	100,0%	128 357	100,0%				
Produktkostnader	-42 542	-24,2%	-29 836	-23,2%				
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-25 306	-14,4%	-18 164	-14,2%				
Marknadsföringskostnader	-53 641	-30,5%	-38 255	-29,8%				

Översikt Rugvista Group egna web-shoppar

Rugvista webbbutiker

Domän	Legacy plattform	Ny plattform	Lansering av nya plattformen
Rugvista.se	x	x	Q2 2023
Rugvista.dk	x	x	Q3 2023
Rugvista.no	x	x	Q3 2023
Rugvista.fi	x	x	Q3 2023
Rugvista.de	x	x	Q2 2023
Rugvista.at		x	Q2 2023
Rugvista.ch		x	Q2 2023
Rugvista.nl	x	x	Q3 2023
Rugvista.be		x	Q3 2023
Rugvista.co.uk		x	Q2 2023
Rugvista.ie		x	Q3 2023
Rugvista.pl	x	x	Q3 2023
Rugvista.ro	x	x	Q3 2023
Rugvista.cz	x	x	Q3 2023
Rugvista.hu	x	x	Q3 2023
Rugvista.hr		x	Q1 2023
Rugvista.it	x	x	Q2 2023
Rugvista.fr	x	x	Q2 2023
Rugvista.es	x	x	Q3 2023
Rugvista.pt	x	x	Q3 2023
Rugvista.jp		x	Q1 2024
Rugvista.com	x	x	Q4 2023
Rugvista.kr	x		

Carpetvista webbbutiker

Domän	Legacy plattform	Ny plattform	Lansering av nya plattformen
Carpetvista.se	x		
Carpetvista.dk	x		
Carpetvista.no	x		
Carpetvista.fi	x		
Carpetvista.de	x		
Carpetvista.nl	x		
Carpetvista.com	x		
Carpetvista.pl	x		
Carpetvista.cz	x		
Carpetvista.ro	x		
Carpetvista.hu	x		
Carpetvista.hr	x		
Carpetvista.it	x		
Carpetvista.fr	x		
Carpetvista.es	x		
Carpetvista.pt	x		
Carpetvista.gr	x		
Carpetvista.jp	x		
Carpetvista.kr	x		

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