



## **Delårsrapport januari – juni 2021**

RugVista Group AB (publ)

## Tillväxt i linje med långsiktigt mål

### Höjdpunkter under det andra kvartalet 2021

- Nettoomsättningen var MSEK 140,6 (124,3) motsvarande en ökning på 13,2% (47,8%).
- Nettoomsättningstillväxten exklusive avyttrad verksamhet uppgick till 18,4% (48,1%).
- Organisk nettoomsättningstillväxt uppgick till 22,6%.
- Bruttomarginalen ökade till 64,1% (62,2%).
- Rörelseresultatet växte till MSEK 24,8 (23,0) och rörelsemarginalen var 17,6% (18,5%).
- Periodens resultat var MSEK 18,6 (17,5).
- Resultat per aktie uppgick till SEK 0,89 (0,87).
- Net Promotor Score (NPS)-värdet uppgick till 66 (-).

### Höjdpunkter januari – juni 2021

- Nettoomsättningen var MSEK 345,2 (235,0) motsvarande en ökning på 46,9% (23,4%).
- Nettoomsättningstillväxten exklusive avyttrad verksamhet uppgick till 53,1% (23,2%).
- Organisk nettoomsättningstillväxt uppgick till 57,8%.
- Bruttomarginalen ökade till 64,6% (61,5%).
- Justerat rörelseresultat växte till MSEK 74,4 (40,6) och den justerade rörelsemarginalen var 21,6% (17,3%).
- Periodens resultat var MSEK 50,8 (30,7).
- Resultat per aktie uppgick till SEK 2,44 (1,52).
- Lagervärdet som en andel av nettoomsättningen rullande tolv månader var 17,2% (24,1%).

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

KSEK om inte annat anges	April - juni		Januari - juni	
	2021	2020	2021	2020
Rörelseintäkter	140 980	124 835	345 982	235 957
Nettoomsättning	140 621	124 276	345 158	234 960
Nettoomsättningstillväxt, %	13,2%	47,8%	46,9%	23,4%
Nettoomsättningstillväxt exklusive avyttrad verksamhet, %	18,4%	48,1%	53,1%	23,2%
Organisk nettoomsättningstillväxt, %	22,6%	-	57,8%	-
Bruttoresultat	90 110	77 282	222 842	144 456
Bruttomarginal, %	64,1%	62,2%	64,6%	61,5%
Rörelseresultat	24 819	23 013	64 496	40 634
Rörelsemarginal, %	17,6%	18,5%	18,7%	17,3%
Periodens resultat	18 553	17 530	50 782	30 726
Periodens marginal, %	13,2%	14,0%	14,7%	13,0%
Justerat rörelseresultat	24 819	23 013	74 396	40 634
Justerad rörelsemarginal, %	17,6%	18,5%	21,6%	17,3%
Lagervärde som andel av LTM nettoomsättningen, %	-	-	17,2%	24,1%
Nettoskulsättning	-	-	-119 511	19 211
Resultat per aktie, SEK	0,89	0,87	2,44	1,52
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,89	0,86	2,44	1,50
Antal utestående aktier	20 785 140	20 227 283	20 785 140	20 227 283
Antal utestående aktier efter utspädning	20 785 140	20 463 038	20 785 140	20 463 038
Antal webbplatsbesök, miljon	7,4	7,7	20,3	15,1
Antal ordrar, tusen	54,8	44,3	136,3	81,7
Antal nya kunder, tusen	39,4	32,0	98,9	58,2
Genomsnittligt ordervärde, SEK	3 605	3 755	3 560	3 882
Genomsnittligt NPS-värde	66	-	66	-
Genomsnittligt Trustpilot-värde	4,81	4,83	4,80	4,82

<sup>1</sup> Se sida 24 för definitioner och motivering av nyckeltal

## Fortsatt tillväxt i linje med långsiktigt finansiellt mål

### Kära aktieägare,

Det andra kvartalet var ännu en hektisk men framgångsrik period för oss och jag är glad att meddela att vi fortsätter att leverera i enlighet med våra långsiktiga tillväxt- och lönsamhetsambitioner trots utmanande Q2 2020 jämförelsetal samt ogynnsamma marknadsförhållanden.

Vår Q2 organiska nettoomsättningstillväxt på 22,6% var särskilt tillfredsställande med tanke på det starka jämförelsetalet och det ovanligt varma vädret i större delen av Europa under andra halvan av kvartalet.

Vi fortsatte även att förbättra bruttomarginalen under kvartalet vilket drevs av kategorimix-effekter samt lägre rabattsatser. Våra marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen ökade dock jämfört med förra året. Detta är främst drivet av två anledningar. Först så var jämförelsetalet för Q2 2020 tufft då marknadsföringsaktiviteten överlag var på en låg nivå efter Covid-19 nedstängningarna förra året. Sedan har vi sett en allmänt ökad marknadsföringsaktivitet under 2021 vilket har medfört att våra investeringar i marknadsföring för att driva tillväxt har ökat något jämfört med tidigare kvartal. Utsikterna för intensiteten framöver är osäkra då marknadsförare från olika branscher fortsatt anpassar sig till det något oförutsägbara kundbeteendet.

Trots utmanande marknadsförhållanden så fortsätter vi att utvecklas inom våra strategiska fokusområden. Vi lyckades attrahera nästan 40 000 nya kunder och DACH-regionen fortsätter att driva vår nettoomsättningstillväxt. Dessa resultat förstärker vår tilltro till vår långsiktiga strategiska agenda.

Vi kunde även fylla på med varor under perioden vilket framgår av ökningen på 27 MSEK i lagervärde sedan slutet av det första kvartalet. Detta säkerställer att vi kommer vara väl positionerade från ett lagerperspektiv när högsäsongen börjar.

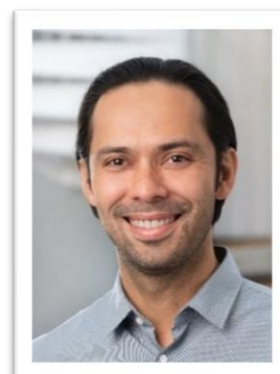
När vi summerar det andra kvartalet så är jag också stolt över våra gemensamma prestationer under första halvan av 2021. Först och främst så har våra medarbetare visat ett enormt engagemang för vår övergripande framgång trots den pågående Covid-19 pandemin och den ökade arbetsbördan som är en effekt av vår tillväxt. Vi fortsätter även att leverera på vår högsta prioritet, dvs. kundnöjdhet. Vårt NPS värde på 66 hitintills i år är ett bevis på detta. Slutligen, vår organiska nettoomsättningstillväxt på 57,8% och den justerade rörelsemarginalen på 21,6% hitintills i år påvisar resultatet av våra ansträngningar.

När jag blickar framåt mot andra halvan av året så kommer vi att möta tuffa Q4 jämförelsetal och effekten av en potentiell post-Covid-19 era är osäker. Oaktat detta så är vi väl förberedda i alla våra interna funktioner för att kunna kapitalisera på den kommande högsäsongen.

Med vänliga hälsningar,

**Michael Lindskog**

VD RugVista Group AB (publ)





# Koncernens utveckling

## Andra kvartalet

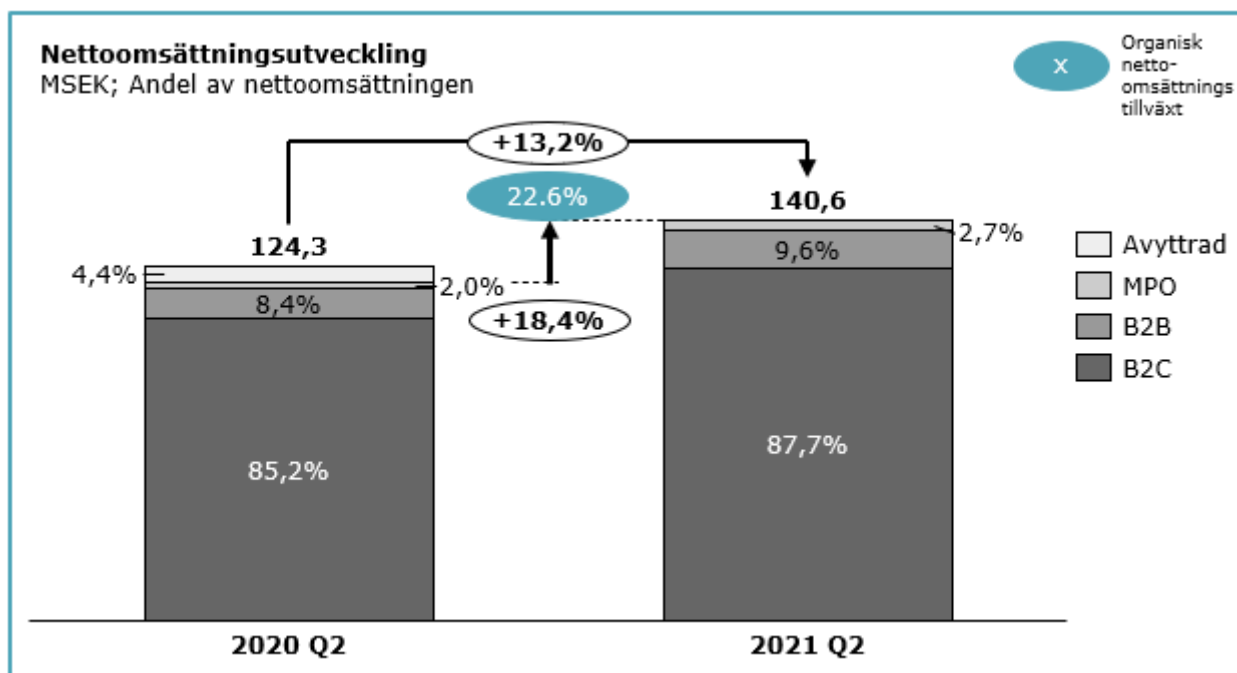
### Nettoomsättning

Koncernens nettoomsättning för perioden uppgick till MSEK 140,6 (124,3), vilket motsvarar en ökning med 13,2% (47,8%). Nettoomsättningstillväxten exklusive avyttrad verksamhet uppgick till 18,4% (48,1%) och den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till 22,6%. Svenska kronans förstärkning jämfört med förra året har påverkat nettoomsättningen negativt.

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 123,3 (105,8) vilket motsvarar en ökning med 16,5% (52,2%). Nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH-regionen med en tillväxttakt på 23,1% (46,5%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 13,5 (10,5) vilket motsvarar en ökning med 28,8% (10,8%). Trots att efterfrågan inom segmentet fortsätter att vara låg på grund av Covid-19 pandemin noterades en ökad aktivitet inom kundkategorin inredningsarkitekter.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 3,8 (2,5), vilket motsvarar en ökning med 54,4% (100,8%). Segmentet fortsatte sin positiva utveckling under perioden men mötte ett utmanande jämförelsetal från förra året.



Notera: Avrundningar kan göra att totaler inte matchar.

## Resultat och marginaler

Bruttomarginalen uppgick till 64,1% (62,2%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix-effekter samt lägre rabattsatser jämfört med föregående år.

Övriga externa kostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 33,8% (31,3%). Ökningen drevs främst av ökade investeringar i marknadsföring inom B2C segmentet.

Personalkostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 11,0% (9,0%). Ökningen berodde på minskade skalfördelar under lågsäsongen, att den årliga lönerevisionen genomfördes under perioden, samt planenligt ökat antal anställda jämfört med förra året.

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK 0,4 (2,3). Posten inkluderar nettot av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner under perioden.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK 1,9 (2,0) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar.

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till MSEK 24,8 (23,0), vilket motsvarar en rörelsemarginal på 17,6% (18,5%). Den minskade rörelsemarginalen drevs främst av ökade marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen.

Finansnettot uppgick till MSEK -0,2 (-1,0), där minskningen beror på att koncernen inte längre har några lån från kreditinstitut.

Skatter för perioden uppgick till MSEK 6,0 (4,5).

Periodens resultat uppgick till MSEK 18,6 (17,5) och periodens marginal uppgick till 13,2% (14,0%).

## Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till MSEK -17,0 (42,1) under perioden. Det negativa kassaflödet drevs av rörelsekapitalförändringar som uppgick till MSEK -41,5 (19,9) och var främst ett resultat av lageruppgbyggnaden inför högsäsongen.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till MSEK -0,3 (-0,3) under perioden.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till MSEK -1,8 (-7,1) under perioden. Kassautflödet berodde främst på amortering av leasingskulder. Föregående års kassautflöde inkluderade även amortering av skulder till kreditinstitut.

## Övriga nyckeltal (KPI)

Fortsatt starka kundnöjdhetsbetyg (NPS och TrustPilot) tack vare stabila operationella processer under perioden. NPS värdet var 66 (-) och TrustPilot värdet var 4,81 (4,83).

Antalet webbplatsbesök uppgick till 7,4 (7,7) miljoner, vilket motsvarar en minskning med -4,4% (52,4%). Minskningen berodde på högre marknadsföringsaktivitet från flera branscher jämfört med föregående år, dvs. allmänt ökad konkurrens om konsumenternas uppmärksamhet.

Orderantalet var 54,8 (44,3) tusen, vilket motsvarar en tillväxttakt på 23,7% (43,5%).

39,4 (32,0) tusen nya kunder förvärvades, vilket motsvarar en tillväxttakt på 23,0% (50,0%).

Genomsnittligt ordervärde uppgick till MSEK 3 605 (3 755), vilket motsvarar en minskning med -4,0% (3,3%). Minskningen drevs av kategorimix-effekter.

## Januari – juni

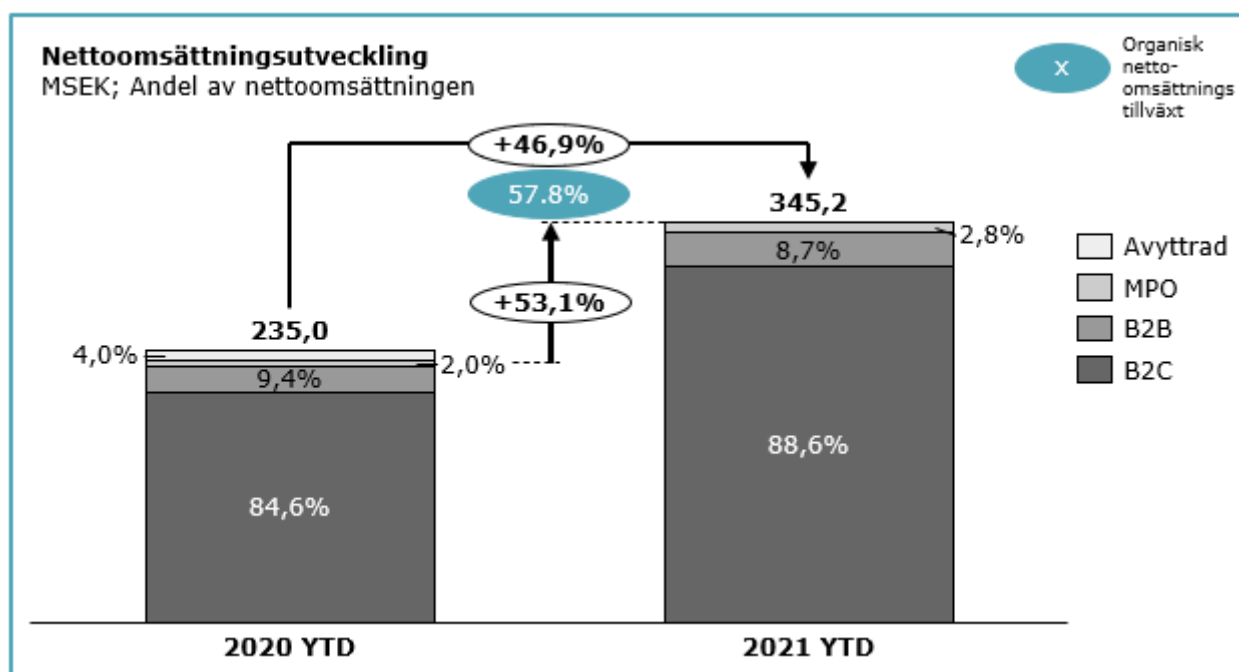
### Nettoomsättning

Koncernens nettoomsättning för perioden uppgick till MSEK 345,2 (235,0), vilket motsvarar en ökning med 46,9% (23,4%). Nettoomsättningstillväxten exklusive avyttrad verksamhet uppgick till 53,1% (23,2%) och den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till 57,8%. Svenska kronans förstärkning jämfört med förra året har påverkat nettoomsättningen negativt under perioden.

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 305,7 (198,7) vilket motsvarar en ökning med 53,8% (23,4%). Nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH-regionen med en tillväxttakt på 69,6% (26,5%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 29,9 (22,1) vilket motsvarar en ökning med 35,5% (11,7%). Trots att efterfrågan inom segmentet fortsätter att vara låg på grund av Covid-19 pandemin noterades en ökad aktivitet inom kundkategorin inredningsarkitekter under andra halvan av perioden.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 9,6 (4,7), vilket motsvarar en ökning med 102,6% (104,6%). Segmentet fortsatte sin positiva utveckling under perioden tack vare förbättringsåtgärder som implementerats.



Notera: Avrundningar kan göra att totaler inte matchar.

## Resultat och marginaler

Bruttomarginalen uppgick till 64,6% (61,5%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix-effekter samt lägre rabattsatser jämfört med föregående år.

Övriga externa kostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 35,5% (33,1%). Ökningen drevs främst av ökningen i marknadsföringskostnader under andra kvartalet samt kostnaderna för noteringsprocessen under det första kvartalet.

Personalkostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 9,2% (9,3%).

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK 0,3 (0,3). Posten inkluderar nettot av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner under perioden.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK 3,9 (3,9) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar.

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till MSEK 64,5 (40,6), vilket motsvarar en rörelsemarginal på 18,7% (17,3%).

Justerat rörelseresultat (justerad EBIT) uppgick till MSEK 74,4 (40,6), vilket motsvarar en justerad rörelsemarginal (justerad EBIT marginal) på 21,6% (17,3%). Justerad post på MSEK 9,9 (0) var hänförlig till noteringsprocessen under första kvartalet.

Finansnettot uppgick till MSEK -0,5 (-2,0), där minskningen beror på att koncernen inte längre har några lån från kreditinstitut.

Skatter för perioden uppgick till MSEK 13,2 (7,9).

Periodens resultat uppgick till MSEK 50,8 (30,7) och periodens marginal uppgick till 14,7% (13,0%).

## Finansiell ställning och likviditet

Lagervärdet vid periodens slut uppgick till MSEK 115,6 (112,7) och lagervärdet som andel av nettoomsättningen för de senaste tolv månaderna uppgick till 17,2% (24,1%). Andelen på 17,2% är i linje med målsättningen på medellång sikt att hålla ett lagervärde 17,5% och 22,5%. Inköpsavdelningens arbete med att säkerställa lagernivåerna inför kommande högsäsong och påfyllning av bäst säljande artiklar har, i samarbete med våra leverantörer, fallit väl ut trots utmaningar med varuförsörjningen till följd av Covid-19 pandemin.

Nettoskuldsättningen uppgick till MSEK -119,5 (19,2) där förbättringen på MSEK 138,7 drevs av starkt kassaflöde från den löpande verksamheten samt ett lågt behov av investeringar.

Likvida medel uppgick till MSEK 146,0 (96,3).

## Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till MSEK 29,0 (59,7) under perioden. Det positiva kassaflödet drevs av koncernens förbättrade rörelseresultat jämfört med föregående år.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till MSEK -0,4 (-0,6) under perioden.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till MSEK -22,0 (-8,6) under perioden. Kassautflödet berodde på avvecklingen av de historiska långsiktiga incitamentsprogrammen (LTIP 2017, LTIP 2018 och LTIP 2019) i samband med noteringen på NASDAQ First North Premier Growth Market och upprättandet av ett nytt långsiktigt incitamentsprogram (LTIP2021) för nyckelpersoner inom koncernen.

## Övriga nyckeltal (KPI)

Fortsatt starka kundnöjdhetsbetyg (NPS och TrustPilot) tack vare stabila operationella processer under perioden. NPS värdet var 66 (-) och TrustPilot värdet var 4,80 (4,82).

Antalet webbplatsbesök uppgick till 20,3 (15,1) miljoner, vilket motsvarar en tillväxttakt på 34,0% (14,9%) jämfört med föregående år och var främst drivet av första kvartalets starka resultat.

Orderantalet var 136,3 (81,7) tusen, vilket motsvarar en tillväxttakt på 66,9% (14,2%).

98,9 (58,2) tusen nya kunder förvärvades, vilket motsvarar en tillväxttakt på 69,8% (17,6%).

Genomsnittligt ordervärde uppgick till MSEK 3 560 (3 882), vilket motsvarar en minskning med -8,3% (11,0%). Minskningen drevs av kategorimix-effekter.





# Utveckling per segment

## Privatpersoner (B2C)

KSEK om inte annat anges	April - juni			Januari - juni		
	2021	2020	Δ	2021	2020	Δ
Nettoomsättning	123 303	105 848	16,5%	305 682	198 701	53,8%
Nettoomsättning, DACH	26 991	21 931	23,1%	70 913	41 817	69,6%
Nettoomsättning, Norden	32 146	29 382	9,4%	77 681	55 683	39,5%
Nettoomsättning, Övriga länder	64 166	54 535	17,7%	157 088	101 201	55,2%
Bruttoresultat	78 182	66 447	17,7%	195 638	123 294	58,7%
Bruttomarginal, %	63,4%	62,8%	0,6pp	64,0%	62,1%	2,0pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	31,7%	27,9%	3,8pp	30,4%	29,5%	0,9pp
Segmentresultat	39 144	36 966	5,9%	102 769	64 634	59,0%
Segmentmarginal, %	31,7%	34,9%	-3,2pp	33,6%	32,5%	1,1pp

## Andra kvartalet

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner uppgick till MSEK 123,3 (105,8) vilket motsvarar en ökning med 16,5% (52,2%). Nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH-regionen som växte med 23,1% (46,5%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 78,2 (66,4) vilket motsvarar en ökning med 17,7% (59,4%) och bruttomarginalen uppgick till 63,3% (62,8%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix-effekter samt lägre rabattsatser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 31,7% (27,9%). Ökningen jämfört med förra året är primärt ett resultat av att flera branscher minskade eller upphörde med sina marknadsföringsaktiviteter i samband med Covid-19 nedstängningarna förra året vilket gjorde det möjligt att attrahera extra webbplatsbesök till låga kostnader.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 39,1 (37,0) vilket motsvarar en ökning med 5,9% (92,4%) och segmentmarginalen uppgick till 31,7% (34,9%). Minskningen av segmentmarginalen berodde på ökade marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen.

## Januari – juni

Nettoomsättning för segmentet Privatpersoner under perioden uppgick till MSEK 305,7 (198,7) vilket motsvarar en ökning med 53,8% (23,4%). Nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH-regionen som växte med 69,6% (26,5%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 195,6 (123,3) vilket motsvarar en ökning med 58,7% (29,7%) och bruttomarginalen uppgick till 64,0% (62,1%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix-effekter samt lägre rabattsatser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 30,4% (29,5%). Ökningen drevs av utmanande marknadsförhållanden under det andra kvartalet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 102,8 (64,6) vilket motsvarar en ökning med 59,0% (46,3%) och segmentmarginalen uppgick till 33,6% (32,5%). Ökningen av segmentmarginalen berodde på förbättrad bruttomarginal men neutraliserades delvis av de ökade marknadsföringskostnaderna.

<i>KSEK om inte annat anges</i>	April - juni			Januari - juni		
	2021	2020	Δ	2021	2020	Δ
Nettoomsättning	13 508	10 491	28,8%	29 883	22 056	35,5%
Bruttoresultat	8 972	6 854	30,9%	19 880	14 024	41,8%
Bruttomarginal, %	66,4%	65,3%	1,1pp	66,5%	63,6%	2,9pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	12,3%	13,7%	-1,5pp	12,3%	13,7%	-1,4pp
Segmentresultat	7 315	5 414	35,1%	16 191	10 996	47,2%
Segmentmarginal, %	54,2%	51,6%	2,6pp	54,2%	49,9%	4,3pp

## Andra kvartalet

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under perioden uppgick till MSEK 13,5 (10,5) vilket motsvarar en ökning med 28,8% (10,8%). Trots att efterfrågan inom segmentet fortsätter att vara låg på grund av Covid-19-pandemin noterades en ökad aktivitet inom kundkategorin inredningsarkitekter.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 9,0 (6,9) vilket motsvarar en ökning med 30,9% (14,3%) och bruttomarginalen uppgick till 66,4% (65,3%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix-effekter samt lägre rabattsatser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 12,3% (13,7%). Minskningen berodde på något starkare efterfrågan jämfört med föregående år då segmentet påverkades negativt vid utbrottet av Covid-19 under det andra kvartalet föregående år.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 7,3 (5,4) vilket motsvarar en ökning på 35,1% (15,3%) och segmentmarginalen uppgick till 54,2% (51,6%). Ökningen i segmentmarginalen beror både på förbättrad bruttomarginal samt lägre marknadsföringskostnad som andel av nettoomsättningen.

## Januari – juni

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under perioden uppgick till MSEK 29,9 (22,1) vilket motsvarar en ökning på 35,5% (11,7%). Trots att efterfrågan inom segmentet fortsätter att vara låg på grund av Covid-19-pandemin har en ökad aktivitet noterats inom kundkategorin inredningsarkitekter under framförallt andra halvan av perioden.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 19,9 (14,0) vilket motsvarar en ökning på 41,8% (12,7%) och bruttomarginalen uppgick till 66,5% (63,6%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix effekter samt lägre rabattsatser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 12,3% (13,7%). Minskningen berodde på starkare efterfrågan jämfört med föregående år då segmentet påverkades negativt vid utbrottet av Covid-19 under det andra kvartalet föregående år.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 16,2 (11,0) vilket motsvarar en ökning med 47,2% (12,9%) och segmentmarginalen uppgick till 54,2% (49,9%). Ökningen i segmentmarginalen beror både på förbättrad bruttomarginal samt lägre marknadsföringskostnad som andel av nettoomsättningen.

## MPO

KSEK om inte annat anges	April - juni			Januari - Juni		
	2021	2020	Δ	2021	2020	Δ
Nettoomsättning	3 810	2 467	54,4%	9 593	4 735	102,6%
Bruttoresultat	2 597	1 592	63,1%	6 499	3 045	113,4%
Bruttomarginal, %	68,2%	64,5%	3,6pp	67,8%	64,3%	3,4pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	24,7%	24,4%	,2pp	24,6%	22,3%	2,3pp
Segmentresultat	1 657	989	67,5%	4 144	1 991	108,2%
Segmentmarginal, %	43,5%	40,1%	3,4pp	43,2%	42,0%	1,2pp

### Andra kvartalet

Nettoomsättningen för segmentet MPO uppgick till MSEK 3,8 (2,5) vilket motsvarar en ökning med 54,4% (100,8%). De initiativ som genomförts för att driva tillväxt på Amazons marknadsplattform fortsätter att vara framgångsrika.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 2,6 (1,6) vilket motsvarar en ökning med 63,1% (106,1%) och bruttomarginalen uppgick till 68,2% (64,5%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix-effekter samt lägre rabattsatser.

Marknadsföringskostnader som en andel av nettoomsättningen uppgick till 24,7 % (24,4 %). Ökningen drevs av ökade marknadsföringsinsatser för att driva försäljning på Amazon-plattformen.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 1,7 (1,0) vilket motsvarar en ökning med 67,5% (155,9%) och segmentmarginalen uppgick till 43,5% (40,1%). Ökningen i segmentmarginalen har skett genom ökad bruttomarginal.

### Januari – juni

Nettoomsättningen för segmentet MPO uppgick till MSEK 9,6 (4,7) vilket motsvarar en ökning med 102,6% (104,6%). De initiativ som genomförts för att driva tillväxt på Amazons marknadsplattform fortsätter att vara framgångsrika.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 6,5 (3,0) vilket motsvarar en ökning med 113,4% (111,2%) och bruttomarginalen uppgick till 67,8% (64,3%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix-effekter samt lägre rabattsatser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 24,6 % (22,3 %). Ökningen drevs av ökade marknadsföringsinsatser för att driva försäljning på Amazon-plattformen.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 4,2 (2,0) vilket motsvarar en ökning med 108,2% (146,0%) och segmentmarginalen uppgick till 43,2% (42,0%). Ökningen i segmentmarginalen har skett genom ökad bruttomarginal.

## Övrig information

### Väsentliga händelser under perioden

- Den 3 maj tillträdde Henrik Bo Joergensen som ny Chief Financial Officer (CFO) för koncernen.
- Den 12 maj publicerades den första delårsrapporten som börsnoterat bolag.

### Väsentliga händelser efter perioden

- Koncernen har efter periodens utgång sålt 52 500 teckningsoptioner av serie LTIP2021 till tre nyckelpersoner som tillträder anställningar inom koncernen under det tredje kvartalet.

### Medarbetare

Antalet heltidsanställda under perioden januari – juni uppgick till 79,4 (63,4) och andelen kvinnor uppgick till 45,2% (42,9%).

Antalet heltidsanställda under perioden april – juni uppgick till 79,3 (64,2) och andelen kvinnor uppgick till 44,3% (44,2%).

### Transaktioner med närstående

Inga transaktioner med närstående har skett under det andra kvartalet.

### Säsongsvariationer

Koncernens försäljning varierar typiskt sett över årstiderna där de fjärde och första kvartalen tenderar att vara starkast. Koncernens högsäsong har historiskt sett en koppling till temperaturen, dvs. efterfrågan är högre under kyligare årstider.

### Risker och osäkerhetsfaktorer

Den pågående Covid-19-pandemin har påverkat, och förväntas påverka, den allmänna ekonomiska utvecklingen, både globalt och regionalt, med ökade arbetslöshetsnivåer och lägre disponibla inkomster för konsumenter som följd. Som en direkt konsekvens av de restriktioner som har införts med anledning av Covid-19-pandemin har hotell- och besöksnäringen upplevt en kraftigt minskad beläggning vilket minskat efterfrågan bland bolagets B2B-kunder. Koncernen anser sig vara väl rustat för att möta den osäkerhet på marknaden som är kopplad till Covid-19-pandemin, både ur ett risk- och finansiellt perspektiv, tack vare stark likviditet och utan lån till kreditinstitut.

Talibanernas maktövertagande i Afghanistan skulle kunna komma att påverka några av våra grossisters förmåga att producera nya traditionella mattor i landet. Oroligheterna i regionen skulle också kunna påverka andra närliggande länder som några av våra grossister använder för produktion.

Koncernens årsredovisning som finns tillgänglig via [www.rugvistagroup.com](http://www.rugvistagroup.com) inkluderar beskrivning av ytterligare osäkerhetsfaktorer och risker.

### Redovisningsprinciper

Denna delårsrapport är upprättad i enlighet med IFRS såsom de har fastställts av EU. Vidare har Årsredovisningslagen och RFR 1 "Kompletterande redovisningsregler för koncerner" tillämpats. För ytterligare information om RugVista Groups redovisningsprinciper hänvisar vi till årsredovisningen avseende 2020 (sida 9) publicerad på [www.rugvistagroup.com](http://www.rugvistagroup.com).



## 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, 26 augusti 2021

---

**Erik Lindgren**

Styrelseordförande

---

**Magnus Dimert**

Styrelseledamot

---

**Paul Steene**

Styrelseledamot

---

**Eva Boding**

Styrelseledamot

---

**Ludvig Friberger**

Styrelseledamot

---

**John Womack**

Styrelseledamot

---

**Michael Lindskog**

VD

*Delårsrapporten har inte granskats av koncernens revisor.*

## Finansiell kalender

Aktivitet	Datum
Delårsrapport juli – september 2021	11 november 2021
Delårsrapport oktober – december 2021	17 februari 2022

I samband med publiceringen av delårsrapporten för januari – juni 2021 kommer Michael Lindskog (VD) och Henrik Bo Joergensen (CFO) hålla en telefonkonferens den 26 augusti 2021 kl. 09:00. Presentation hålls på engelska. För att medverka, vänligen ring +46 8 50 55 83 50 eller besök <https://tv.streamfabriken.com/rugvista-group-q2-2021>.

Delårsrapporten och presentationen finns tillgänglig på RugVista Groups hemsida: <https://www.rugvistagroup.com/sv/investerare/rapporter-och-presentationer/>

Det är även möjligt att medverka i telefonkonferensen via koncernens hemsida: <https://www.rugvistagroup.com/kv221/>.

## Kontaktinformation

### Michael Lindskog

VD

[Michael.Lindskog@rugvista.se](mailto:Michael.Lindskog@rugvista.se)

### Henrik Bo Joergensen

CFO & Investor Relations

[Henrik.Bo.Joergensen@rugvista.se](mailto:Henrik.Bo.Joergensen@rugvista.se)

### Koncerninformation

[InvestorRelations@rugvistagroup.com](mailto:InvestorRelations@rugvistagroup.com)

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

+46 40 668 81 04

## Besöksadress och huvudkontor

RugVista Group AB (publ)

Ringugnsgatan 11

SE-216 16 Limhamn

Sverige

*Denna rapport är sådan information som RugVista Group är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 26 augusti 2021 kl. 07:30 CEST.*



## Koncernens resultaträkning

KSEK om inget annat anges	April - juni			Januari - juni		
	2021	2020	Δ	2021	2020	Δ
Nettoomsättning	140 621	124 276	13,2%	345 158	234 960	46,9%
Övriga rörelseintäkter	359	560	-35,9%	824	997	-17,4%
<b>Rörelseintäkter</b>	<b>140 980</b>	<b>124 835</b>	<b>12,9%</b>	<b>345 982</b>	<b>235 957</b>	<b>46,6%</b>
Handelsvaror	-50 869	-47 553		-123 140	-91 501	
Övriga externa kostnader	-47 525	-38 876		-122 394	-77 701	
Personalkostnader	-15 443	-11 156		-31 722	-21 956	
Övriga rörelsekostnader	-374	-2 288		-300	-277	
Av- och nedskrivningar	-1 949	-1 950		-3 930	-3 889	
<b>Rörelseresultat (EBIT)</b>	<b>24 819</b>	<b>23 013</b>	<b>7,8%</b>	<b>64 496</b>	<b>40 634</b>	<b>58,7%</b>
Finansiella kostnader	-230	-963		-456	-1 985	
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>24 589</b>	<b>22 050</b>	<b>11,5%</b>	<b>64 040</b>	<b>38 649</b>	<b>65,7%</b>
Skatter	-6 037	-4 520		-13 258	-7 923	
<b>Periodens resultat</b>	<b>18 553</b>	<b>17 530</b>	<b>5,8%</b>	<b>50 782</b>	<b>30 726</b>	<b>65,3%</b>

## Koncernens rapport över totalresultat

KSEK om inget annat anges	April - juni			Januari - juni		
	2021	2020	Δ	2021	2020	Δ
<b>Periodens resultat</b>	<b>18 553</b>	<b>17 530</b>	<b>5,8%</b>	<b>50 782</b>	<b>30 726</b>	<b>65,3%</b>
Omräkningsdifferens	0	5		0	79	
<b>Övrigt totalresultat</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>-100,0%</b>	<b>0</b>	<b>79</b>	<b>-100,0%</b>
<b>Periodens totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare</b>	<b>18 553</b>	<b>17 535</b>	<b>5,8%</b>	<b>50 782</b>	<b>30 805</b>	<b>64,8%</b>

Notera: Avrundningar kan göra att totaler inte matchar.

# Koncernens rapport över finansiell ställning

KSEK om inget annat anges

<b>TILLGÅNGAR</b>	<b>30 juni 2021</b>	<b>30 juni 2020</b>	<b>31 december 2020</b>
<b>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</b>			
Goodwill	299 949	299 949	299 949
Immateriella anläggningstillgångar	0	430	0
Materiella anläggningstillgångar	2 655	1 962	2 773
Nyttjanderättstillgångar	25 466	32 183	28 884
Uppskjuten skattefordran	176	0	176
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>328 247</b>	<b>334 524</b>	<b>331 782</b>
<b>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</b>			
Varulager	115 606	112 675	90 997
Övriga fodringar	16 037	9 677	28 803
Förutbetalda kostnader	4 032	3 637	1 598
Likvida medel	146 047	96 355	139 508
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>281 723</b>	<b>222 344</b>	<b>260 906</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>609 969</b>	<b>556 868</b>	<b>592 688</b>
<b>EGET KAPITAL &amp; SKULDER</b>			
<b>EGET KAPITAL</b>			
Aktiekapital	1 039	1 011	1 014
Övrigt tillskjutet kapital	225 528	242 632	244 229
Balanserat resultat	168 225	88 227	88 241
Årets resultat	50 782	30 726	79 983
<b>Summa eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare</b>	<b>445 573</b>	<b>362 596</b>	<b>413 468</b>
<b>LÅNGFRISTIGA SKULDER</b>			
Uppskjuten skatteskuld	13 693	9 979	13 722
Skuld till kreditinstitut	0	71 500	0
Leasingskulder	19 937	26 532	23 231
<b>Summa långfristiga skulder</b>	<b>33 630</b>	<b>108 011</b>	<b>36 953</b>
<b>KORTFRISTIGA SKULDER</b>			
Kortfristig del av skuld till kreditinstitut	0	11 000	0
Leverantörsskulder	68 559	30 884	70 646
Aktuella skatteskulder	22 090	8 488	16 320
Övriga skulder	15 830	15 674	28 570
Leasingskulder	6 599	6 534	6 651
Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	17 688	13 682	20 081
<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>130 766</b>	<b>86 262</b>	<b>142 268</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>609 969</b>	<b>556 868</b>	<b>592 688</b>

Notera: Avrundningar kan göra att totaler inte matchar.



# Koncernens rapport över förändringar i eget kapital

KSEK om inget annat anges

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
<b>Ingående balans 2021-01-01</b>	<b>1 014</b>	<b>244 229</b>	<b>168 225</b>	<b>413 468</b>
Årets resultat			50 782	50 782
Övrigt totalresultat				0
<b>Summa Totalresultat</b>	<b>1 014</b>	<b>244 229</b>	<b>219 006</b>	<b>464 249</b>
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Teckningsoptioner, tillkommande		7 945		7 945
Teckningsoptioner, avslutat		-38 069		-38 069
Nyemission	25	11 423		11 449
<b>Utgående balans 2021-06-30</b>	<b>1 039</b>	<b>225 528</b>	<b>219 006</b>	<b>445 573</b>

KSEK om inget annat anges

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
<b>Ingående balans 2020-01-01</b>	<b>1 011</b>	<b>242 632</b>	<b>88 221</b>	<b>331 865</b>
Årets resultat			30 726	30 726
Övrigt totalresultat			5	5
<b>Summa Totalresultat</b>	<b>1 011</b>	<b>242 632</b>	<b>118 952</b>	<b>362 596</b>
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Teckningsoptioner				0
Nyemission				0
<b>Utgående balans 2020-06-30</b>	<b>1 011</b>	<b>242 632</b>	<b>118 952</b>	<b>362 596</b>

Notera: Avrundningar kan göra att totaler inte matchar.

# Koncernens rapport över kassaflöden

KSEK om inget annat anges

	1 april - 30 juni		1 januari - 30 juni	
	2021	2020	2021	2020
<b>DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN</b>				
<i>Den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</i>				
Rörelseresultat	24 819	23 013	64 496	40 634
Avskrivningar och nedskrivningar	1 949	1 950	3 930	3 889
Erlagd ränta	-230	-963	-456	-1 985
Betald inkomstskatt	-1 991	-1 723	-7 518	-3 645
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</b>	<b>24 548</b>	<b>22 277</b>	<b>60 452</b>	<b>38 893</b>
<i>Förändringar i rörelsekapital</i>				
Förändring av varulager	-27 430	12 338	-24 609	25 883
Förändring av rörelsefordringar	23 117	2 238	10 331	-1 938
Förändring av rörelseskulder	-37 191	5 300	-17 219	-3 132
<b>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</b>	<b>-41 503</b>	<b>19 875</b>	<b>-31 497</b>	<b>20 813</b>
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>-16 955</b>	<b>42 151</b>	<b>28 955</b>	<b>59 706</b>
<b>INVESTERINGSVERKSAMHETEN</b>				
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-287	-279	-394	-610
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-287</b>	<b>-279</b>	<b>-394</b>	<b>-610</b>
<b>FINANSIERINGSVERKSAMHETEN</b>				
Nyemission	0	0	11 449	0
Teckningsoptioner, tillkommande	0	0	7 945	0
Teckningsoptioner, avslutat	0	0	-38 070	0
Amortering leasingkulder	-1 755	-1 554	-3 346	-3 102
Amortering av lån	0	-5 500	0	-5 500
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	<b>-1 755</b>	<b>-7 054</b>	<b>-22 023</b>	<b>-8 602</b>
<b>PERIODENS TOTALA KASSAFLÖDE</b>	<b>-18 996</b>	<b>34 818</b>	<b>6 539</b>	<b>50 494</b>
<b>Likvida medel vid periodens början</b>	<b>165 044</b>	<b>61 075</b>	<b>139 508</b>	<b>45 582</b>
Kursdifferens i likvida medel	0	461	0	279
<b>Likvida medel vid periodens slut</b>	<b>146 048</b>	<b>96 354</b>	<b>146 047</b>	<b>96 355</b>

Notera: Avrundningar kan göra att totaler inte matchar.

# Koncernens rapport över nettoskuldsättning

KSEK om inget annat anges

	30 juni 2021	30 juni 2020	31 december 2020
Kassa	146 047	96 355	139 508
<b>Summa likviditet</b>	<b>146 047</b>	<b>96 355</b>	<b>139 508</b>
<b>Kortfristiga finansiella fodringar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Kortfristiga bankkulder	0	11 000	0
Kortfristig del av långfristiga skulder	6 599	6 534	6 651
<b>Summa kortfristiga finansiella skulder</b>	<b>6 599</b>	<b>17 534</b>	<b>6 651</b>
<b>Netto kortfristig finansiell skuldsättning</b>	<b>-139 448</b>	<b>-78 821</b>	<b>-132 857</b>
Långfristiga banklån	0	71 500	0
Andra långfristiga lån	19 937	26 532	23 231
<b>Summa långfristig finansiell skuldsättning</b>	<b>19 937</b>	<b>98 032</b>	<b>23 231</b>
<b>Finansiell nettoskuld</b>	<b>-119 511</b>	<b>19 211</b>	<b>-109 626</b>

Notera: Tabellen framställd baserad på ESMA:s riktlinjer för nettoskuldsättning.

Notera: Avrundningar kan göra att totaler inte matchar.

# Noter och tabeller rörande koncernen

## Härledning av segmentinformation

KSEK om inget annat anges

<b>April - juni 2021</b>	<b>Privatkunder</b>	<b>Företags-kunder</b>	<b>Marknads-platser &amp; Övrigt</b>	<b>Avyttrad verksamhet</b>	<b>Summa segment</b>
Nettoomsättning	123 303	13 508	3 810	0	<b>140 621</b>
Handelsvaror	-45 120	-4 536	-1 213	0	<b>-50 869</b>
<b>Bruttoresultat</b>	<b>78 182</b>	<b>8 972</b>	<b>2 597</b>	<b>0</b>	<b>89 751</b>
Marknadsföringskostnader	-39 038	-1 657	-940	0	<b>-41 635</b>
<b>Segmentresultat</b>	<b>39 144</b>	<b>7 315</b>	<b>1 657</b>	<b>0</b>	<b>48 117</b>

<b>April - juni 2020</b>	<b>Privatkunder</b>	<b>Företags-kunder</b>	<b>Marknads-platser &amp; Övrigt</b>	<b>Avyttrad verksamhet</b>	<b>Summa segment</b>
Nettoomsättning	105 848	10 491	2 467	5 469	<b>124 276</b>
Handelsvaror	-39 401	-3 637	-875	-3 640	<b>-47 553</b>
<b>Bruttoresultat</b>	<b>66 447</b>	<b>6 854</b>	<b>1 592</b>	<b>1 829</b>	<b>76 722</b>
Marknadsföringskostnader	-29 481	-1 440	-603	-837	<b>-32 360</b>
<b>Segmentresultat</b>	<b>36 966</b>	<b>5 414</b>	<b>989</b>	<b>993</b>	<b>44 362</b>

<b>Januari - juni 2021</b>	<b>Privatkunder</b>	<b>Företags-kunder</b>	<b>Marknads-platser &amp; Övrigt</b>	<b>Avyttrad verksamhet</b>	<b>Summa segment</b>
Nettoomsättning	305 682	29 883	9 593	0	<b>345 158</b>
Handelsvaror	-110 044	-10 003	-3 094	0	<b>-123 140</b>
<b>Bruttoresultat</b>	<b>195 638</b>	<b>19 880</b>	<b>6 499</b>	<b>0</b>	<b>222 018</b>
Marknadsföringskostnader	-92 869	-3 690	-2 355	0	<b>-98 915</b>
<b>Segmentresultat</b>	<b>102 769</b>	<b>16 191</b>	<b>4 144</b>	<b>0</b>	<b>123 103</b>

<b>Januari - juni 2020</b>	<b>Privatkunder</b>	<b>Företags-kunder</b>	<b>Marknads-platser &amp; Övrigt</b>	<b>Avyttrad verksamhet</b>	<b>Summa segment</b>
Nettoomsättning	198 701	22 056	4 735	9 468	<b>234 960</b>
Handelsvaror	-75 407	-8 032	-1 690	-6 372	<b>-91 501</b>
<b>Bruttoresultat</b>	<b>123 294</b>	<b>14 024</b>	<b>3 045</b>	<b>3 096</b>	<b>143 459</b>
Marknadsföringskostnader	-58 660	-3 028	-1 054	-1 805	<b>-64 547</b>
<b>Segmentresultat</b>	<b>64 634</b>	<b>10 996</b>	<b>1 991</b>	<b>1 291</b>	<b>78 912</b>

Notera: Avrundningar kan göra att totaler inte matchar.



## Härledning av justerat rörelseresultat (justerad EBIT)

KSEK om inget annat anges

Resultaträkningsposter	April - juni 2021		Januari - juni 2021	
	Före justeringar	Efter justeringar	Före justeringar	Efter justeringar <sup>1</sup>
Nettoomsättning	140 621	140 621	345 158	345 158
Övriga rörelseintäkter	359	359	824	824
Handelsvaror	-50 869	-50 869	-123 140	-123 140
Övriga externa kostnader	-47 525	-47 525	-122 394	-113 423
Personalkostnader	-15 443	-15 443	-31 722	-30 793
Övriga rörelsekostnader	-374	-374	-300	-300
Av- och nedskrivningar	-1 949	-1 949	-3 930	-3 930
<b>Summa</b>	<b>24 819</b>	<b>24 819</b>	<b>64 496</b>	<b>74 396</b>

1 Hänförligt till kostnader för noteringsprocessen på Nasdaq First North Premier Growth Market

Notera: Avrundningar kan göra att totaler inte matchar.

## Kvartalsinformation för utvalda kostnadsposter

KSEK om inget annat anges

Resultat post	Jan - mar 2020		Apr - jun 2020		Jul - sep 2020		Okt - dec 2020		Jan - mar 2021		Apr - jun 2021	
	KSEK	% <sup>1</sup>	KSEK	% <sup>1</sup>	KSEK	% <sup>1</sup>	KSEK	% <sup>1</sup>	KSEK	% <sup>1</sup>	KSEK	% <sup>1</sup>
Nettoomsättning	106 686	100%	118 807	100%	110 157	100%	206 062	100%	204 538	100%	140 621	100%
Produktkostnader	-30 714	-28,8%	-31 705	-26,7%	-28 319	-25,7%	-54 669	-26,5%	-48 509	-23,7%	-32 651	-23,2%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-10 501	-9,8%	-12 209	-10,3%	-11 092	-10,1%	-24 338	-11,8%	-23 762	-11,6%	-18 218	-13,0%
Marknadsföringskostnader	-31 218	-29,3%	-31 524	-26,5%	-31 068	-28,2%	-56 622	-27,5%	-57 280	-28,0%	-41 635	-29,6%

1 Procent av nettoomsättningen  
Ovan tabell exklusive avyttrad verksamhet.

Notera: Avrundningar kan göra att totaler inte matchar.

## Moderbolagets ägaröversikt

### De tio största aktieägarna per 30 juni 2021

Ägare	Antal aktier	Andel av kapital	Andel av rösterna
Litorina IV L.P	4 313 587	20,75%	20,75%
Futur Pension	1 986 042	9,56%	9,56%
TIN Fonder	1 641 250	7,90%	7,90%
Indexon AB	1 485 702	7,15%	7,15%
RBC Investor Services Bank S.A	1 450 612	6,98%	6,98%
RoosGruppen AB	1 040 000	5,00%	5,00%
SEB Life International	953 099	4,59%	4,59%
Goldman Sachs International Ltd.	918 874	4,42%	4,42%
Alcur Fonder	587 321	2,83%	2,83%
Enter Fonder	685 493	3,30%	3,30%
<i>Totalt de tio största aktieägarna</i>	<i>15 061 980</i>	<i>72,47%</i>	<i>72,47%</i>
<b>Totalt antal utestående aktier</b>	<b>20 785 140</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Källa: Euroclear utdrag per 30 juni 2021

# Moderbolagets resultaträkning

	April - juni			Januari - juni		
<i>KSEK om inget annat anges</i>	2021	2020	Δ	2021	2020	Δ
Nettoomsättning	3 677	1 855	98,2%	6 125	3 817	60,5%
<b>Totala intäkter</b>	<b>3 677</b>	<b>1 855</b>	<b>98,2%</b>	<b>6 125</b>	<b>3 817</b>	<b>60,5%</b>
Övriga externa kostnader	-1 096	-453		-10 622	-1 130	
Personalkostnader	-2 264	-1 316		-4 347	-2 503	
Övriga rörelsekostnader	0	0		-8	-1	
<b>Rörelseresultat (EBIT)</b>	<b>317</b>	<b>86</b>	<b>267%</b>	<b>-8 852</b>	<b>184</b>	<b>-4 908%</b>
Finansiella kostnader	-15	-358		-15	-723	
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>303</b>	<b>-272</b>	<b>-211,5%</b>	<b>-8 867</b>	<b>-539</b>	<b>1 545,5%</b>
<b>Periodens resultat</b>	<b>303</b>	<b>-272</b>	<b>-211,5%</b>	<b>-8 867</b>	<b>-539</b>	<b>1 545,5%</b>

Notera: Avrundningar kan göra att totaler inte matchar.

# Moderbolagets balansräkning

KSEK om inget annat anges

<b>TILLGÅNGAR</b>	<b>30 juni 2021</b>	<b>30 juni 2020</b>	<b>31 december 2020</b>
<b>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</b>			
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andelar i koncernföretag	321 271	356 839	321 271
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>321 271</b>	<b>356 839</b>	<b>321 271</b>
<b>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</b>			
Övriga fordringar	1 907	1 028	2 137
Förutbetalda kostnader	509	208	68
Kassa och bank	17 189	1 210	4 674
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>19 605</b>	<b>2 447</b>	<b>6 880</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>340 876</b>	<b>359 286</b>	<b>328 151</b>
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>30 juni 2021</b>	<b>30 juni 2020</b>	<b>31 december 2020</b>
<b>EGET KAPITAL</b>			
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital	1 039	1 011	1 014
<b>Delsumma, bundet eget kapital</b>	<b>1 039</b>	<b>1 011</b>	<b>1 014</b>
<i>Fritt eget kapital</i>			
Balanserat resultat	305 303	247 422	249 019
Årets resultat	-8 867	-539	28 065
<b>Delsumma, fritt eget kapital</b>	<b>296 437</b>	<b>246 884</b>	<b>277 084</b>
<b>Summa eget kapital</b>	<b>297 476</b>	<b>247 895</b>	<b>278 098</b>
<b>OBESKATTADE RESERVER</b>			
<b>Obeskattade reserver</b>	<b>25 687</b>	<b>2 187</b>	<b>25 687</b>
<b>LÅNGFRISTIGA SKULDER</b>			
Skuld till kreditinstitut	0	36 500	0
<b>Summa långfristiga skulder</b>	<b>0</b>	<b>36 500</b>	<b>0</b>
<b>KORTFRISTIGA SKULDER</b>			
Kortfristig del av skuld till kreditinstitut	0	11 000	0
Leverantörsskulder	623	404	5 315
Aktuella skatteskulder	14 584	856	16 320
Övriga skulder	748	59 004	140
Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	1 758	1 440	2 590
<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>17 713</b>	<b>72 704</b>	<b>24 366</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>340 876</b>	<b>359 286</b>	<b>328 151</b>

Notera: Avrundningar kan göra att totaler inte matchar.



## Definitioner och motivering av nyckeltal

RugVista Group presenterar vissa mått som inte definieras enligt IFRS (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 inte alla företag beräknar finansiella mått på samma sätt är dessa inte alltid jämförbara med mått som används av andra företag. Dessa finansiella mått ska därför inte ses som en ersättning för mått som definieras enligt IFRS. De alternativa nyckeltalen har hämtats från RugVista Groups interna redovisning och har inte reviderats.

Mått	Definition	Motivering
Antal webbplatsbesök	Antal besök till bolagets webbbutiker under perioden.	Ett tal som ger en indikation om förmågan att attrahera potentiella kunder till koncernens webbbutiker.
Antal nya kunder	Antal beställningar från nya kunder före avbeställningar eller 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.
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 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 TrustPilot-värde	Genomsnittsvärdet för kundsvår på TrustPilot plattformen mottagna under perioden. Maxvärdet är 5,0.	Ett tal som används för att mäta kundnöjdhet.
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.
Bruttomarginal	Bruttoresultatet dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten efter kostnaden för handelsvaror.
Rörelseresultat (EBIT)	Rörelseintäkter minus rörelsekostnaderna före finansnetto och skatt.	Ett tal som påvisar det operationella resultatet för verksamheten.
Rörelsemarginal (EBIT marginal)	Rörelseresultat (EBIT) dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten för den operationella verksamheten.
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.
Justerad rörelsemarginal (Justerad EBIT-marginal)	Justerad EBIT dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten för den operationella verksamheten exklusive jämförelsestörande poster.
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.
Tillväxt exklusive avyttrad verksamhet	Procentuell förändring i periodens nettoomsättning exklusive avyttrad verksamhet jämfört med föregående period.	Ett tal som påvisar tillväxttakten för nettoomsättning exklusive avyttrad verksamhet.
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.
Segmentresultat	Nettoomsättningen minskat med kostnaden för handelsvaror och marknadsföring för segmentet.	Ett tal som påvisar segmentets resultat bidrag.
Segmentmarginal	Segmentresultat dividerat med nettoomsättning för segmentet.	Ett tal som påvisar segmentets lönsamhet.

## 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 inklusive Sverige, Danmark, Norge, Finland samt de mindre nordiska marknaderna så som 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.



## Vision & Strategi

RugVistas affärsvision är att ***vara navet för den europeiska mattindustrin.***

För att förverkliga visionen har ett antal strategiska initiativ definierats. De strategiska initiativen på koncernens nuvarande strategiska agenda är:

### ***Fördjupa närvaron i kärnmarknaderna***

Detta mål ska uppnås genom att ytterligare förstärka den lokala präglingen på användarupplevelsen från "A till Ö" på våra huvudmarknader. Initiativ för att förstärka den lokala präglingen 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 konsumentpreferens 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 uppskattat 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 tiden öka konverteringsgraden.

### ***Good to great – kommersiell och operativ excellens***

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 möjligheter på tredje parts marknadsplatser***

Detta mål är för närvarande fokuserat på att skala vår Amazon-verksamhet då koncernen har identifierat detta som en, till stor del historiskt utnyttjad, tillväxtmöjlighet.

Tredjepartsmarknadsplatsen ska utvecklas genom att till exempel optimera sortimentet som erbjuds, tillse förbättrad artikelpresentation, säkra Prime-kvalificering och skala marknadsföringsaktiviteterna på Amazon-plattformen.

# Om RugVista Group AB (publ)

## Introduktion

RugVista Group är en av de ledande europeiska "direct-to-consumer"-onlineplattformarna för mattförsäljning via webbutiker tillgängliga på 20 olika språk genom varumärkena RugVista och CarpetVista. Bolaget grundades 2005 och erbjuder ett brett och relevant utbud av kvalitativa design- och traditionella mattor. RugVista Group erbjuder kunder inom EU fri frakt och kostnadsfri retur. Verksamheten är indelad i tre segment: Privatpersoner, Företagskunder, samt Marknadsplatser & Övrigt. Privatpersoner representerar konsumentmarknaden och är RugVista Groups huvudsakliga segment.

## Syfte och vision

RugVista Groups syfte är *att hjälpa människor till ett hem att älska*.

RugVista Group har definierat tre visioner där var och en har en tydlig ambition:

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

## Styrkor och konkurrensfördelar

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

- Stor europeisk marknad för matthandel med starkt momentum för onlinehandel.
- Attraktiv position på en marknad där storlek är viktigt.
- Stor och växande kundbas i Europa.
- Produktexpertis och ett brett och relevant sortiment anpassat efter kundernas behov.
- Datadriven operationell plattform.
- Finansiell profil som kombinerar tillväxt och lönsamhet.
- En välmeriterad styrelse och ledningsgrupp 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.





# RUG

---

VISTA

Ringugnsgrata 11, SE-216 16 Limhamn, Sweden

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

