



**Delårsrapport
Januari – mars 2022**

RugVista Group AB (publ)

God lönsamhet trots utmanande marknadsläge

Höjdpunkter under det första kvartalet 2022

- Nettoomsättningen var MSEK 186,0 (204,5) motsvarande en minskning med -9,1% (+84,8%).
- Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till -12,3%.
- Bruttomarginalen minskade till 62,3% (64,9%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 21,5 (39,7) och rörelsemarginalen var 11,6% (19,4%).
- Justerat rörelseresultat uppgick till MSEK 21,5 (49,6) och justerad rörelsemarginal var 11,6% (24,2%).
- Periodens resultat uppgick till MSEK 16,8 (32,2).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK 0,81 (1,58)¹.
- Nettokassan uppgick till MSEK 162,7 (136,8).
- Det genomsnittliga NPS- (Net Promotor Score) värdet uppgick till 68 (67).
- Lagervärde som andel av LTM nettoomsättningen var 21,6% (13,4%).

Nyckeltal för koncernen²

KSEK om inte annat anges	Januari - mars	
	2022	2021
Rörelseintäkter	186 380	205 003
Nettoomsättning	185 973	204 538
Nettoomsättningstillväxt, %	-9,1%	84,8%
Organisk nettoomsättningstillväxt, %	-12,3%	-
Bruttoresultat	115 859	132 732
Bruttomarginal, %	62,3%	64,9%
Rörelseresultat	21 528	39 677
Rörelsemarginal, %	11,6%	19,4%
Periodens resultat	16 805	32 229
Periodens marginal, %	9,0%	15,8%
Justerat rörelseresultat	21 528	49 577
Justerad rörelsemarginal, %	11,6%	24,2%
Lagervärde som andel av LTM nettoomsättningen, %	21,6%	13,4%
Likvida medel	195 636	165 044
Nettokassa	162 726	136 764
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,81	1,58
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,81	1,58
Antal utestående aktier	20 785 140	20 359 050
Antal utestående aktier efter utspädning	20 785 140	20 359 050
Antal webbplatsbesök, miljon	10,6	12,9
Antal ordrar, tusen	75,5	81,5
Antal nya kunder, tusen	53,9	59,4
Genomsnittligt ordervärde, SEK	3 528	3 529
Genomsnittligt NPS-värde	68	67
Genomsnittligt Trustpilot-värde	4,8	4,8

¹ Ingen utspädningseffekt för vare sig 2022 eller 2021.

² Se sida 24 för definitioner och motivering av nyckeltal

Utmanande start på året

Kära aktieägare,

Vi visste att första kvartalet skulle bli utmanande med exceptionellt tuffa jämförelsetal från Q1 2021. Det visade sig bli mer utmanande än vad vi kunde ha föreställt oss. Det turbulenta makroekonomiska klimatet, med minskad köpkraft på grund av ökande inflation, säkerhetspolitisk oro samt lägre konsumentförtroende påverkade konsumentefterfrågan negativt över hela Europa under kvartalet.

Nettoomsättningstillväxten för första kvartalet uppgick till -9,1%. Organisk nettoomsättningstillväxt var -12,3% som en följd av kronans försvagning gentemot framför allt euron. Bruttomarginalen minskade till 62,3% (64,9%) påverkad av kategorimixeffekter samt ökade kostnader för kundleveranser. Rörelsemarginalen minskade till 11,6% (19,4%) där den främsta orsaken till lägre lönsamhet beror på de marknadsföringsinvesteringar vi valde att göra under kvartalet.

Trots att all för oss tillgänglig data under kvartalet pekade på minskad konsumentefterfrågan fortsatte den höga marknadsföringsintensiteten i merparten av våra marknader. Vi valde att navigera situationen genom att selektivt investera i vissa marknader för att driva trafik till våra webbutiker. Som en följd av dessa faktorer slutade kvartalet med ovanligt höga marknadsföringskostnader.

Givet de tuffa jämförelsetalen från förra året, är det värt att notera att vår nettoomsättning under Q1 2022 ökade med 74,3% jämfört med Q1 2020, orderantalet ökade med 101,9% och antalet nya kunder vi attraherade ökade med 105,9%. Vi fortsätter även att vara lönsamma även i ett utmanande marknadsklimat.

Vårt genomsnittliga NPS-värde för det första kvartalet var 68 vilket är rekord och otroligt glädjande. Detta visar på att vi fortsätter

leverera på våra kundlöften. Vi attraherade 53,9 (59,4) tusen nya kunder vilket var en nedgång jämfört med förra året men som speglar det övergripande marknadsläget.

Utvecklingen av vår nya webbshop fortgick under kvartalet. Vi planerar att lansera nästa iteration till sommaren på ytterligare en marknad. Vår satsning att nå de som inreder sitt första hem, via *RugVista Essentials*, visar tidig framgång och utgör en ökande andel av försäljningen. Vi utvecklar fortsatt sortimentet och erbjuder för närvarande över 400 artiklar under *RugVista Essentials*.

Efter Rysslands invasion av Ukraina, som är en humanitär katastrof, valde vi att omedelbart stänga ner våra ryska webbutiker. Vi har gett ekonomiskt stöd till UNICEF för att stötta deras arbete med att hjälpa ukrainska flyktingar.

I skrivande stund så är det makroekonomiska klimatet fortsatt osäkert och utsikterna för resten av året svåra att förutse. Det kommer därför vara ännu viktigare att vi styr alla aspekter av verksamheten än mer agilt och vaksamt. Detta för att både utnyttja specifika tillväxtmöjligheter men även undvika ogynnsamma investeringar.

Vi fortsätter, trots de osäkra närtidsutsikterna, arbeta på våra strategiska initiativ för att kontinuerligt och långsiktigt förbättra vårt kunderbjudande samt verksamheten. Jag är fortsatt övertygad om att dessa investeringar kommer positionera oss väl för att uppnå våra medellånga till långsiktiga finansiella mål och vår vision om att vara navet för den europeiska mattbranschen.

Med vänliga hälsningar,

Michael Lindskog
VD RugVista Group



Koncernens utveckling

Första kvartalet

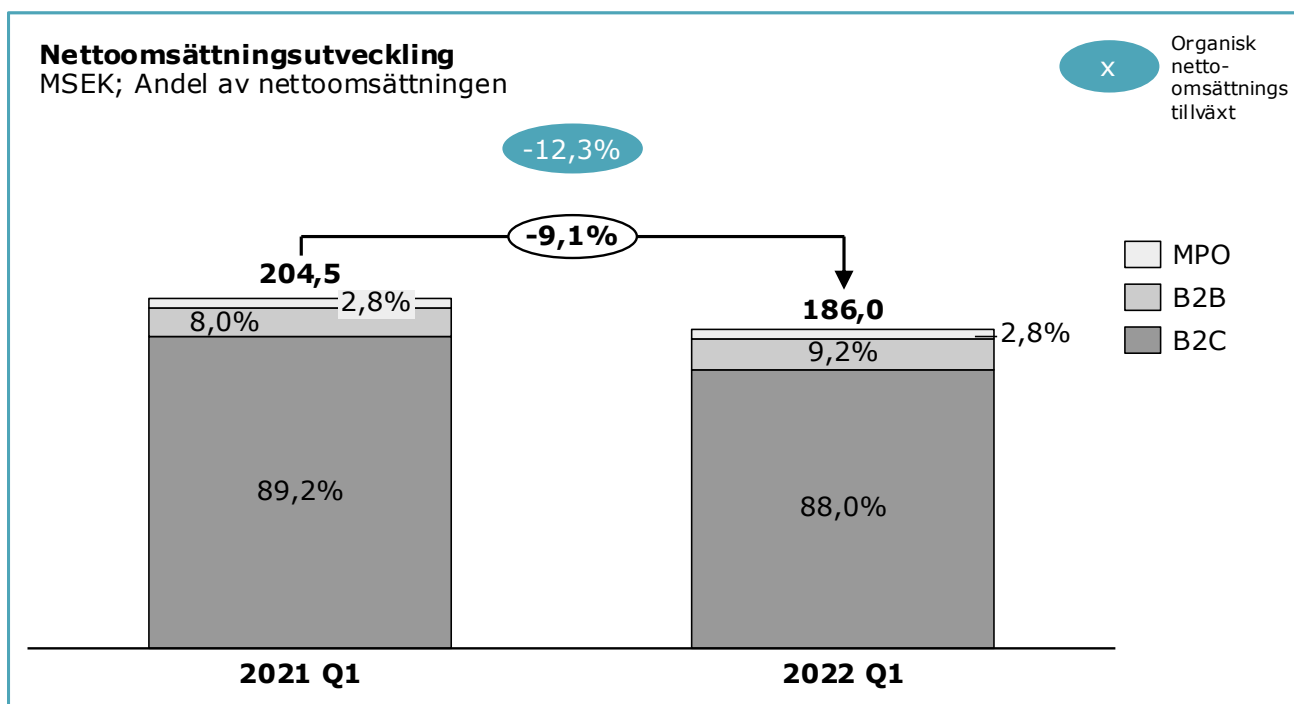
Nettoomsättning

Koncernens nettoomsättning för kvartalet uppgick till MSEK 186,0 (204,5), vilket motsvarar en minskning med -9,1% (+84,8%) och den organiska nettoomsättningstillväxten minskade med -12,3%. Det turbulenta makroekonomiska klimatet, med minskad köpkraft på grund av ökande inflation, säkerhetspolitisk oro samt lägre konsumentförtroende påverkade konsumentefterfrågan negativt över hela Europa under kvartalet. Detta, i kombination med de tuffa jämförelsesiffrorna (91,7% nettoomsättningstillväxt exklusive avyttrad verksamhet), drev den negativa nettoomsättningstillväxten under kvartalet.

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 163,6 (182,4) vilket motsvarar en minskning med -10,3% (+96,4%). Den minskade nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH- och Norden-regionerna med en tillväxttakt på -15,1% (+120,9%) respektive -22,6% (+73,1%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 17,2 (16,4) vilket motsvarar en ökning med 5,0% (41,6%). Jämfört med B2C-segmentet var efterfrågan mer robust under kvartalet och drevs fortsatt av kundgruppen inredningsarkitekter. Dessutom så var jämförelsetalet (41,6%) för B2B-segmentet inte lika utmanande som för de övriga segmenten.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 5,1 (5,8), vilket motsvarar en minskning med -11,1% (+155,0%). I likhet med B2C-segmentet påverkades efterfrågan inom MPO-segmentet negativt av det makroekonomiska klimatet under kvartalet då merparten av försäljningen sker via Amazons europeiska marknadsplatser till privatpersoner.



Resultat och marginaler

Bruttomarginalen uppgick till 62,3% (64,9%). Minskningen drevs av högre produktkostnadskvot och ökade kostnader för kundleveranser. Ökningen av produktkostnadskvoten drevs av kategorimixeffekter och de ökade kostnaderna för kundleveranser berodde på investeringar i val av fraktbolag för att säkerställa kundnöjdhet samt bränsletillägg från transportörerna.

Övriga externa kostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 39,2% (36,6%). Ökningen drevs främst av ökade marknadsföringsinvesteringar inom samtliga segment, men framför allt inom B2C- och MPO-segmenten. Den höga marknadsföringsinvesteringen drevs av fortsatt intensiv aktivitet från merparten av aktörerna och valet att selektivt driva trafik till våra webbbutiker trots minskad kundefterfrågan.

Personalkostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 9,1% (8,0%). Ökningen var primärt en negativ skaleffekt från minskningen av nettoomsättningen jämfört med föregående år samt ett resultat av nyanställningar enligt plan.

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK -1,6 (0,1). Posten består av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner och likvida medel under perioden. Kostnadsökningen är ett resultat av valutaskillnader på främst leverantörsskulder i och med den svenska kronans försvagning mot flertalet andra valutor.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -2,9 (-2,0) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar. Ökningen jämfört med föregående år drevs av investeringar i ytterligare nyttjanderättstillgångar till våra lager samt renovering av kontorsbyggnaden under andra halvåret 2021.

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till MSEK 21,5 (39,7), vilket motsvarar en rörelsemarginal på 11,6% (19,4%). Minskningen i rörelsemarginal drevs av den lägre bruttomarginalen, högre externa kostnader och en negativ skaleffekt kopplad till den lägre nettoomsättningen.

Justerat rörelseresultat uppgick till MSEK 21,5 (49,6), vilket motsvarar en justerad rörelsemarginal på 11,6% (24,2%). Det fanns inga jämförelsestörande poster i år, men förra årets kvartal inkluderade engångskostnader på MSEK 9,9 relaterade till noteringsprocessen.

Finansnettot uppgick till MSEK -0,3 (-0,2).

Skatter för perioden uppgick till MSEK -4,5 (-7,2).

Periodens resultat uppgick till MSEK 16,8 (32,2) och periodens marginal uppgick till 9,0% (15,8%).

Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten under kvartalet uppgick till MSEK -18,6 (+45,9). Minskningen är hänförlig till lägre operativ lönsamhet, högre skattebetalningar och högre rörelsekapital främst på grund av leverantörsbetalningar.

Kassaflödet från investeringsverksamheten under kvartalet uppgick till MSEK -1,6 (-0,1) och ökningen beror på aktivering av egna utvecklingskostnader.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten under kvartalet uppgick till MSEK -2,2 (-20,3). Finansieringsaktiviteter i år var hänförliga till amortering av leasingskulder medan förra årets utflöde främst drevs av avvecklingen av de historiska långsiktiga incitamentsprogrammen (LTIP2017, LTIP2018 och LTIP2019) i samband med noteringen på NASDAQ First North Premier Growth Market, inklusive återköp av teckningsoptioner till ett värde av 38,1 miljoner kronor samt nyemission av aktier uppgående till 11,4 miljoner kronor.

Övriga nyckeltal (KPI)

NPS värdet var 68 (67) och TrustPilot värdet var 4,8 (4,8), vilket är ett bevis på att vårt fortsatt höga fokus på att säkerställa en upplevelse i världsklass för våra kunder varit framgångsrikt.

Antalet webbplatsbesök uppgick till 10,6 (12,9) miljoner, vilket motsvarar en minskning med -18,1% (+73,9%). Minskningen är hänförlig till det makroekonomiska klimatet med minskad efterfrågan inom B2C-segmentet samt det tuffa jämförelsetalet.

Orderantalet var 75,5 (81,5) tusen, vilket motsvarar en minskning med -7,4% (+118,0%).

53,9 (59,4) tusen nya kunder förvärvades, vilket motsvarar en minskning med -9,3% (+127,0%).

Genomsnittligt ordervärde uppgick till SEK 3 528 (3 529).



Utveckling per segment

Privatpersoner (B2C)

KSEK om inte annat anges

	Januari 2022	- mars 2021	Δ
Nettoomsättning	163 635	182 380	-10,3%
Nettoomsättning, DACH	37 273	43 922	-15,1%
Nettoomsättning, Norden	35 265	45 535	-22,6%
Nettoomsättning, Övriga länder	91 097	92 922	-2,0%
Bruttoresultat	101 028	117 456	-14,0%
Bruttomarginal, %	61,7%	64,4%	-2,7pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	36,8%	29,5%	7,3pp
Segmentresultat	40 758	63 625	-35,9%
Segmentmarginal, %	24,9%	34,9%	-10,0pp

Första kvartalet

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under kvartalet uppgick till MSEK 163,6 (182,4) vilket motsvarar en minskning med -10,3% (+96,4%). Minskningen av nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH-regionen och Norden som minskade med -15,1% (+120,9%) respektive -22,6% (+73,1%). Det makroekonomiska klimatet tillsammans med tuffa jämförelsesiffror var drivande i minskningen av nettoomsättning.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 101,0 (117,5) vilket motsvarar en minskning med -14,0% (+106,6%) och bruttomarginalen uppgick till 61,7% (64,4%). Minskningen i bruttomarginalen drevs av högre produktkostnadskvot och ökade kostnader för kundleveranser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 36,8% (29,5%). Ökningen jämfört med förra året drevs av fortsatta investeringar inom marknadsföring för att driva tillväxt trots det utmanande marknadsläget.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 40,8 (63,6) vilket motsvarar en minskning med -35,9% (+130,0%) och segmentmarginalen uppgick till 24,9% (34,9%) där minskningen av segmentmarginalen drevs av både den minskade bruttomarginalen samt de ökade marknadsföringskostnaderna som andel av nettoomsättningen.

Företagskunder (B2B)

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Januari	-	mars	
	2022		2021	Δ
Nettoomsättning	17 199		16 375	5,0%
Bruttoresultat	11 212		10 909	2,8%
Bruttomarginal, %	65,2%		66,6%	-1,4pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	16,4%		12,4%	4,0pp
Segmentresultat	8 385		8 876	-5,5%
Segmentmarginal, %	48,8%		54,2%	-5,4pp

Första kvartalet

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder (B2B) under kvartalet uppgick till MSEK 17,2 (16,4) vilket motsvarar en ökning med +5,0% (+41,6%). Jämfört med B2C-segmentet var efterfrågan mer stabil under kvartalet och efterfrågan fortsätter att drivas av kundgruppen inredningsarkitekter. Dessutom var förra årets jämförelsesiffror inte lika tuffa som för både B2C- och MPO-segmenten.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 11,2 (10,9) vilket motsvarar en ökning med +2,8% (+52,1%) och bruttomarginalen uppgick till 65,2% (66,6%). Minskningen av bruttomarginalen drevs av kategorimixeffekter och högre kostnader för kundleveranser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 16,4% (12,4%) där ökningen av marknadsföringskostnader drevs av samma faktorer som i B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 8,4 (8,9) vilket motsvarar en minskning med -5,5% (+59,0%) och segmentmarginalen uppgick till 48,8% (54,2%) där minskningen drevs av den lägre bruttomarginalen och ökade marknadsföringskostnader.

Marknadsplatser & Övrigt (MPO)

KSEK om inte annat anges

Nettoomsättning
Bruttoresultat
Bruttomarginal, %
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %
Segmentresultat
Segmentmarginal, %

Januari	-	mars	
2022		2021	Δ
5 139		5 783	-11,1%
3 212		3 902	-17,7%
62,5%		67,5%	-5,0pp
37,8%		24,5%	13,3pp
1 271		2 487	-48,9%
24,7%		43,0%	-18,3pp

Första kvartalet

Nettoomsättningen för segmentet MPO uppgick till MSEK 5,1 (5,8) vilket motsvarar en minskning med -11,1% (+155,0%). Efterfrågan inom MPO-segmentet påverkades negativt av det makroekonomiska klimatet under kvartalet och de tuffa jämförelsesiffrorna från förra året.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 3,2 (3,9) vilket motsvarar en minskning med -17,7% (+168,6%) och bruttomarginalen uppgick till 62,5% (67,5%). Minskningen av bruttomarginalen drevs av kategorimixeffekter och högre kostnader för kundleveranser.

Marknadsföringskostnader som en andel av nettoomsättningen uppgick till 37,8% (24,5%). Ökningen drevs av ökade marknadsföringsinsatser för att driva försäljning och tillväxt på Amazon-plattformen.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 1,3 (2,5) vilket motsvarar en minskning med -48,9% (+148,4%) och segmentmarginalen uppgick till 24,7% (43,0%) där minskningen drevs av lägre bruttomarginal och högre marknadsföringskostnad som andel av nettoomsättningen.



Övrig information

Väsentliga händelser under kvartalet

- RugVista nominerades till "årets e-handlare 2022" även känd som "D-Award 2022". Sveriges Digitala Handelsförbund (Svensk Digital Handel) nominerar tre företag som bidragit mest för att driva den digitala handeln framåt under året.

Väsentliga händelser efter kvartalet

- RugVista Groups första årsredovisning som noterat bolag publicerades den 8 april 2022.
- Den 11 april 2022 bjöds aktieägarna i RugVista Group AB (publ), org.nr 559037-7882, in att närvara vid årsstämman, som kommer att hållas fredagen den 20 maj 2022, i bolagets lokaler på Frihamnsallén 10 i Malmö, Sverige.
- Henrik Bo Jørgensen, CFO för RugVista Group AB (publ), har meddelat att han har beslutat att lämna RugVista. Henrik Bo Jørgensen kommer att fortsätta som CFO till juli 2022.

Medarbetare

Antalet heltidsanställda under perioden januari – mars uppgick till 93,0 (79,5) och andelen kvinnor uppgick till 42,9% (46,1%).

Säsongsvariationer

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

Aktien

RugVista Group AB (publ)-aktien är noterad på Nasdaq First North Premier Growth under tickerkoden RUG och ISIN-koden SE0015659834. Börsvärdet för RugVista Group AB (publ) vid den sista handelsdagen i första kvartalet 2022 (31 mars) var SEK 2,2 miljarder med en slutkurs på SEK 105,40 per aktie.

Vid rapportperiodens slut uppgick antalet emitterade aktier till 22 785 140, samtliga stamaktier. Under 2021 emitterades 860 000 teckningsoptioner av koncernen. Av dessa har 496 981 sålts till nyckelpersoner i koncernen.

För mer detaljerad information om incitamentsprogram, se "LTIP2021" nedan.

Se not 6 för en översikt över de tio största aktieägarna.

LTIP2021

Koncernen har utfärdat teckningsoptioner som en del av implementeringen av ett incitamentsprogram ("LTIP 2021/2024"). Varje teckningsoption berättigar till teckning av en (1) aktie i bolaget under lösenperioden till SEK 162,50, vilket motsvarar 130 procent av introduktionskursen för aktien.

Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 15 april–15 juni 2024. Priset vid överlåtelse av teckningsoptionerna har fastställts av PricewaterhouseCoopers utifrån ett beräknat marknadsvärde för teckningsoptionerna vid tiden för överlåtelsen med tillämpning av Black & Scholes värderingsmodell.

Januari – mars

Under perioden har inga teckningsoptioner sålts till nyckelpersoner i koncernen.

Transaktioner med närstående

Januari - mars

Inga väsentliga transaktioner med närstående har skett under det första kvartalet.

Revisorernas granskning

Denna delårsrapport har inte granskats av bolagets revisor.

Moderbolaget

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

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

Moderbolagets nettoomsättning uppgick till MSEK 3,1 (2,4) under kvartalet. Moderbolaget har, i enlighet med koncerninternt avtal, fakturerat arvoden för managementtjänster till dotterbolag under

perioden. Periodens kostnader är huvudsakligen hänförliga till löner till delar av ledningen samt ersättningar till styrelsen.

Resultatet för kvartalet uppgick till MSEK 0,1 (-9,2). Moderbolaget har en koncernintern fordran på dotterbolag, som tillsammans med aktier i dotterbolaget RugVista AB och eget kapital utgör majoriteten av Bolagets finansiella tillgångar.

Årsstämman

Årsstämma kommer att hållas i Malmö den 20 maj 2022. Kallelse till årsstämman kungjordes den 11 april 2022.

Styrelsen föreslår en kontantutdelning om SEK 2,50 (0,00) per aktie motsvarande MSEK 52,0 (0,0). Avstämningsdatumet för rätt att få utdelning är den 24 maj 2022. Förutsatt att bolagsstämman godkänner utdelningsförslaget så är utbetalningsdatum för utdelning den 30 maj 2022.

Finansiell kalender

Aktivitet	Datum
Bolagsstämma 2022 (Malmö)	20 maj 2022
Delårsrapport april – juni 2022	18 augusti 2022
Delårsrapport juli – september 2022	10 november 2022
Kapitalmarknadsdag	8 december ¹
Delårsrapport oktober – december 2022	9 februari 2023

¹ Nytt datum.

I samband med publiceringen av delårsrapporten för januari - mars kommer Michael Lindskog (VD) och Henrik Bo Joergensen (CFO) hålla en telefonkonferens den 12 maj 2022 kl. 09.00. Presentation hålls på engelska. För att medverka, vänligen ring +46 85 66 42 705 och ange PIN: 35817580# eller besök <https://tv.streamfabriken.com/rugvista-group-q1-2022>.

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/en/investors/q122/>

Kontaktinformation

Michael Lindskog

VD

Michael.Lindskog@rugvista.se

Henrik Bo Joergensen

CFO & Investor Relations

Henrik.Bo.Joergensen@rugvista.se

Koncerninformation

InvestorRelations@rugvistagroup.com

www.rugvistagroup.com

+46 40 668 81 04

Huvudkontor och besöksadress

RugVista Group AB (publ)

Ringugnsgratan 11

SE-216 16 Limhamn

Sverige

Denna rapport är sådan information som RugVista Group är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 12 maj 2022 kl. 07.30 CEST.



Koncernen

Samtliga rapporter redovisas i tusentals kronor (KSEK) om inget annat anges.

Koncernens resultaträkning i sammandrag

KSEK om inget annat anges	Januari - mars		
	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	185 973	204 538	-9,1%
Övriga rörelseintäkter	407	465	-12,4%
Rörelseintäkter	186 380	205 003	-9,1%
Handelsvaror	-70 521	-72 271	
Övriga externa kostnader	-72 913	-74 869	
Personalkostnader	-16 966	-16 279	
Övriga rörelsekostnader	-1 593	74	
Av- och nedskrivningar	-2 859	-1 981	
Rörelseresultat (EBIT)	21 528	39 677	-45,7%
Finansiella kostnader	-257	-226	
Resultat efter finansiella poster	21 271	39 450	-46,1%
Skatter	-4 466	-7 221	
Periodens resultat	16 805	32 229	-47,9%
Hänförligt till:			
Moderföretagets ägare	16 805	32 229	
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,81	1,58	
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,81	1,58	

Koncernens rapport över totalresultat i sammandrag

KSEK om inget annat anges	Januari - mars		
	2022	2021	Δ
Periodens resultat	16 805	32 229	-47,9%
Poster som senare kan omklassificeras till resultaträkningen			
Omräkningsdifferens	-	-	
Övrigt totalresultat	-	-	-
Periodens totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare	16 805	32 229	-47,9%

Koncernens rapport över finansiell ställning i sammandrag

TILLGÅNGAR	31 mars, 2022	31 mars, 2021	31 december, 2021
<u>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</u>			
Goodwill	299 949	299 949	299 949
Immateriella anläggningstillgångar	1 424	-	-
Materiella anläggningstillgångar	3 938	2 612	4 150
Nyttjanderättstillgångar	31 727	27 172	27 533
Uppskjuten skattefordran	236	176	236
Summa anläggningstillgångar	337 275	329 909	331 868
<u>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</u>			
Varulager	148 270	88 177	146 559
Övriga fordringar	18 861	39 670	19 920
Förutbetalda kostnader	5 078	3 507	921
Likvida medel	195 636	165 044	218 116
Summa omsättningstillgångar	367 846	296 398	385 516
SUMMA TILLGÅNGAR	705 120	626 307	717 384
<u>EGET KAPITAL & SKULDER</u>			
<u>EGET KAPITAL</u>			
Aktiekapital	1 039	1 039	1 039
Övrigt tillskjutet kapital	227 784	225 528	227 784
Balanserat resultat	268 075	168 225	168 225
Periodens resultat	16 805	32 229	99 851
Summa eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	513 704	427 021	496 899
<u>LÅNGFRISTIGA SKULDER</u>			
Uppskjuten skatteskuld	107	13 693	107
Leasingskulder	23 316	21 590	20 070
Summa långfristiga skulder	23 423	35 283	20 177
<u>KORTFRISTIGA SKULDER</u>			
Leverantörsskulder	82 723	87 125	95 334
Aktuella skatteskulder	35 710	18 044	48 126
Övriga skulder	27 038	32 220	26 290
Leasingskulder	9 594	6 691	8 419
Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	12 928	19 923	22 139
Summa kortfristiga skulder	167 993	164 003	200 308
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	705 120	626 307	717 384

Koncernens rapport över förändringar i eget kapital

Januari – mars 2022

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
Ingående balans 2022-01-01	1 039	227 784	268 075	496 899
Periodens resultat			16 805	16 805
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 039	227 784	284 881	513 704
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Teckningsoptioner, tillkommande		-		-
Teckningsoptioner, avslutat		-		-
Nyemission	-	-		-
Utgående balans 2022-03-31	1 039	227 784	284 881	513 704

Januari – mars 2021

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
Ingående balans 2021-01-01	1 014	244 229	168 225	413 468
Periodens resultat			32 229	32 229
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 014	244 229	200 453	445 697
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Teckningsoptioner, tillkommande		7 945		7 945
Teckningsoptioner, avslutat		-38 069		-38 069
Nyemission	25	11 423		11 449
Utgående balans 2021-03-31	1 039	225 528	200 453	427 021

Koncernens kassaflödesanalys i sammandrag

KSEK om inget annat anges

	1 januari - 31 mars	
	2022	2021
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN		
<i>Den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</i>		
Rörelseresultat	21 528	39 677
Avskrivningar och nedskrivningar	2 859	1 981
Erlagd ränta	-257	-226
Betald inkomstskatt	-16 882	-5 527
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital	7 248	35 904
<i>Förändringar i rörelsekapital</i>		
Förändring av varulager	-1 711	2 820
Förändring av rörelsefordringar	-3 098	-12 785
Förändring av rörelseskulder	-21 074	19 972
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital	-25 883	10 007
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-18 635	45 912
INVESTERINGSVERKSAMHETEN		
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-1 424	-
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-254	-108
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	65	-
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-1 613	-108
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN		
Nyemission	-	11 449
Teckningsoptioner, tillkommande	-	7 945
Teckningsoptioner, avslutat	-	-38 069
Amortering leasingkulder	-2 231	-1 593
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-2 231	-20 268
PERIODENS TOTALA KASSAFLÖDE	-22 479	25 536
Likvida medel vid periodens början	218 116	139 508
Kursdifferens i likvida medel	-	-
Likvida medel vid periodens slut	195 636	165 044

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 2021 (sida 94) publicerad på www.rugvistagroup.com.

Övriga immateriella tillgångar – Balanserade utvecklingskostnader

Utgifter för utveckling av nya eller för förbättrade produkter och processer redovisas som en tillgång i rapporten över finansiell ställning om processen är tekniskt och kommersiellt användbar och koncernen har tillräckliga resurser för färdigställande. Det redovisade värdet inkluderar direkta kostnader och, när det är tillämpligt, utgifter för löner och andel indirekta utgifter. Övriga utgifter relaterade till teknologifunktionen redovisas i resultaträkningen som en kostnad när de uppkommer. I rapporten över finansiell ställning är aktiverade utvecklingsutgifter upptagna till anskaffningsvärde minus ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar. Aktiverade utgifter avser huvudsakligen mjukvara och mjukvaruplattformar.

Nya och ändrade standarder

Inga av de nya och ändrade standarder och tolkningar som tillämpas från och med den 1 januari 2022 bedöms ha 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 2021.

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 sidan 85 i förvaltningsberättelsen i årsredovisningen för 2021.

Utöver de risker som beskrivs där är bedömningen att det inte finns några ytterligare väsentliga risker förutom att en markant minskning av konsumentförtroendet har observerats på många av koncernens nyckelmarknader i Europa under Q1. Konsumentförtroendet i Sverige för mars 2022, till exempel, var på lägsta nivå sedan den globala finanskrisen 2008.

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.

Januari - mars 2022	Privatkunder	Företags- kunder	Marknads- platser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	163 635	17 199	5 139	185 973
Handelsvaror	-62 607	-5 987	-1 927	-70 521
Bruttoresultat	101 028	11 212	3 212	115 452
Marknadsföringskostnader	-60 270	-2 827	-1 941	-65 038
Segmentresultat	40 758	8 385	1 271	50 413

Januari - mars 2021	Privatkunder	Företags- kunder	Marknads- platser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	182 380	16 375	5 783	204 538
Handelsvaror	-64 924	-5 466	-1 881	-72 271
Bruttoresultat	117 456	10 909	3 902	132 267
Marknadsföringskostnader	-53 831	-2 033	-1 415	-57 280
Segmentresultat	63 625	8 876	2 487	74 987

Not 3 - Segmentsredovisning forts.

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 hänförs till koncernverksamheten.

	Januari - mars	
	2022	2021
Avstämning av resultat		
Segmentresultat	50 413	74 987
Övriga rörelseintäkter	407	465
Övriga externa kostnader exkl. marknadsföringskostnader	-7 875	-17 589
Personalkostnader	-16 966	-16 279
Övriga rörelsekostnader	-1 593	74
Av- och nedskrivningar	-2 859	-1 981
Finansiella kostnader	-257	-226
Resultat efter finansiella poster	21 271	39 450

Not 4 - Finansiella tillgångar och skulder

Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	2022-03-31	2021-03-31
<i>Finansiella tillgångar i balansräkningen</i>		
Övriga fordringar	5 288	10 042
Likvida medel	195 636	165 044
Summa	200 925	175 086

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	2022-03-31	2021-03-31
<i>Finansiella skulder i balansräkningen</i>		
Leverantörsskulder	82 723	87 125
Övriga skulder	8 606	9 570
Upplupna kostnader	11 168	18 298
Leasingskulder	32 911	28 281
Summa	135 408	143 274

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

Not 5 - Jämförelsestörande poster

Kostnader för noteringsprocessen på Nasdaq First North Premier Growth Market.

Jämförelsestörande poster	Januari - mars	
	2022	2021
Övriga externa kostnader	-	8 971
Personalkostnader	-	929
Summa	-	9 900

Not 6 – Ägaröversikt

De 10 största aktieägarna per 31 mars 2022.

Ägare	Antal aktier	Andel av kapital	Andel av rösterna
Futur Pension	1 921 523	9,2%	9,2%
Litorina IV L.P.	1 813 587	8,7%	8,7%
RBC	1 801 617	8,7%	8,7%
TIN Fonder	1 671 250	8,0%	8,0%
Indexon AB	1 490 204	7,2%	7,2%
MediumInvest	1 117 230	5,4%	5,4%
Movestic Livförsäkring	1 073 366	5,2%	5,2%
Nordnet Pensionförsäkring	1 062 071	5,1%	5,1%
SEB Life International	908 900	4,4%	4,4%
Enter Fonder	846 270	4,1%	4,1%
<i>Totalt de tio största aktieägarna</i>	<i>13 706 018</i>	<i>65,9%</i>	<i>65,9%</i>
Totalt antal utestående aktier	20 785 140	100,0%	100,0%

Källa: Euroclear utdrag per 31 mars 2022

Moderbolaget

Samtliga rapporter redovisas i tusentals kronor (KSEK) om inget annat anges.

Moderbolagets resultaträkning

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Januari - mars		
	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	3 108	2 447	27,0%
Totala intäkter	3 108	2 447	27,0%
Övriga externa kostnader	-1 119	-9 526	
Personalkostnader	-1 934	-2 083	
Övriga rörelsekostnader	-	-9	
Rörelseresultat (EBIT)	55	-9 170	-101%
Finansiella kostnader	-	-	
Resultat efter finansiella poster	55	-9 170	-100,6%
Skatter	-	-	
Periodens resultat¹	55	-9 170	-100,6%

1) Övrigt totalresultat motsvarar periodens resultat

Moderbolagets balansräkning

TILLGÅNGAR	31 mars, 2022	31 mars, 2021	31 december, 2021
<u>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</u>			
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andelar i koncernföretag	321 271	321 271	321 271
Summa anläggningstillgångar	321 271	321 271	321 271
<u>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</u>			
Övriga fordringar	54 276	7 340	63 250
Förutbetalda kostnader	359	426	98
Kassa och bank	10 547	19 464	17 437
Summa omsättningstillgångar	65 182	27 231	80 785
SUMMA TILLGÅNGAR	386 453	348 501	402 056
<u>EGET KAPITAL OCH SKULDER</u>	<u>31 mars, 2022</u>	<u>31 mars, 2021</u>	<u>31 december, 2021</u>
<u>EGET KAPITAL</u>			
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital	1 039	1 039	1 039
Delsumma, bundet eget kapital	1 039	1 039	1 039
<i>Fritt eget kapital</i>			
Balanserat resultat	367 408	305 303	305 303
Periodens resultat	55	-9 170	62 105
Delsumma, fritt eget kapital	367 463	296 134	367 408
Summa eget kapital	368 503	297 173	368 448
<u>OBESKATTADE RESERVER</u>			
Obeskattade reserver	-	25 687	-
<u>KORTFRISTIGA SKULDER</u>			
Leverantörsskulder	352	1 967	614
Aktuella skatteskulder	15 176	14 840	30 364
Övriga skulder	903	811	502
Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	1 519	8 024	2 128
Summa kortfristiga skulder	17 950	25 641	33 608
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	386 453	348 501	402 056

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, 12 maj 2022

Erik Lindgren

Styrelseordförande

Magnus Dimert

Styrelseledamot

Paul Steene

Styrelseledamot

Eva Boding

Styrelseledamot

Ludvig Friberger

Styrelseledamot

John Womack

Styrelseledamot

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 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.
Antal webbplatsbesök	Antal besök till bolagets webbutiker under perioden.	Ett tal som ger en indikation om förmågan att attrahera potentiella kunder till koncernens webbutiker.
Bruttomarginal	Bruttoresultatet dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten efter kostnaden för handelsvaror.
Bruttoresultat	Rörelseintäkter minskat med kostnaden för handelsvaror.	Ett tal som påvisar vad som finns kvar för att finansiera övriga kostnader efter att handelsvarorna har sålts.
Genomsnittligt NPS-värde	Genomsnittsvärdet för kundsvår på NPS (Net Promotor Score) frågan för beställningar mottagna under perioden. Maxvärdet är 100.	Ett tal som används för att mäta koncernens kundnöjdhet och är vedertaget bland flera olika industrier.
Genomsnittligt ordervärde	Genomsnittliga värdet, inklusive moms, av ordrar efter avbokningar under perioden dividerat med antalet ordrar under perioden.	Ett tal som ger en indikation om hur mycket varje kund är villiga att betala för koncernens produkter.
Genomsnittligt TrustPilot-värde	Genomsnittsvärdet för kundsvår på TrustPilot plattformen mottagna under perioden. Maxvärdet är 5,0.	Ett tal som används för att mäta kundnöjdhet.
Jämförelsestörande poster	Poster som saknar tydliga samband med den ordinarie verksamheten och är av sådan typ att den inte kan förväntas inträffa ofta eller regelbundet samt att det är en post av väsentligt värde.	Ett tal som isolera händelser som inte kan karakteriseras som normala driftkostnader.
Justerad rörelsemarginal (Justerad EBIT-marginal)	Justerad EBIT dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten för den operationella verksamheten exklusive jämförelsestörande poster.
Justerat rörelseresultat (Justerad EBIT)	Rörelseintäkter minus rörelsekostnaderna justerat för jämförelsestörande poster före finansnetto och skatt.	Ett tal som påvisar det operationella resultatet för verksamheten exklusive jämförelsestörande poster.
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 under perioden dividerat med nettoomsättningen	Kostnaden för marknadsföringsaktiviteter utförda under perioden dividerat med nettoomsättningen under perioden.	Ett tal som påvisar hur mycket investeras i marknadsföring som en andel av nettoomsättningen.
Nettoomsättningstillväxt	Procentuell förändring i periodens nettoomsättning jämfört med föregående period.	Ett tal som påvisar tillväxttakten för nettoomsättning.
Nettoskuldsättning/ Nettokassa	Räntebärande skulder minus likvida medel.	Ett tal som visar förhållandet räntebärande skulder och räntebärande tillgångar samt likvida medel. Med andra ord möjligheten att på kort sikt lösa skulder om detta skulle krävas.
Organisk nettoomsättningstillväxt	Procentuell förändring i periodens nettoomsättning exklusive avyttrad verksamhet med justeringar gjorda för valutaeffekter jämfört med föregående period.	Ett tal som påvisar tillväxttakten för nettoomsättning exklusive avyttrad verksamhet och med justeringar för valutaeffekter.
Periodens marginal	Periodens resultat efter skatt dividerat med periodens totala intäkter.	Ett tal som påvisar lönsamheten efter skatt.
Resultat per aktie	Periodens resultat hänförligt till moderbolagets ägare, dividerat med genomsnittligt antal utestående aktier.	Målet är att fördela bolagets vinst till varje aktie.
Returgrad i procent	Värdet av returer (faktiska och förväntade) delat med försäljningen under perioden.	Ett värde som ger en indikation om bolagets kunder är nöjda med produkten de har beställt.
Rörelsemarginal (EBIT marginal)	Rörelseresultat (EBIT) dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten för den operationella verksamheten.
Rörelseresultat (EBIT)	Rörelseintäkter minus rörelsekostnaderna före finansnetto och skatt.	Ett tal som påvisar det operationella resultatet för verksamheten.
Segmentmarginal	Segmentresultat dividerat med nettoomsättning för segmentet.	Ett tal som påvisar segmentets lönsamhet.
Segmentresultat	Nettoomsättningen minskat med kostnaden för handelsvaror och marknadsföring för segmentet.	Ett tal som påvisar segmentets resultat bidrag.

Ordlista

Förkortning	Förklaring
B2B	Business-to-Business, dvs. segmentet som representerar försäljning till företagskunder.
B2C	Business-to-Consumer, dvs. segmentet som representerar försäljning till privatpersoner.
MPO	Marketplaces & Other, dvs. segmentet som representerar försäljning via tredjeparts plattformar så som Amazon.
DACH	Marknader där tyska är det huvudsakliga språket, dvs Tyskland, Österrike och Schweiz.
Norden	De nordiska marknaderna 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.
LTM	Rullande tolv månader (Last Twelve Months)



Härledning av alternativa nyckeltal

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Januari - mars	
	2022	2021
Rörelseintäkter (A)	186 380	205 003
Handelsvaror (B)	-70 521	-72 271
Bruttoresultat (A) + (B)	115 859	132 732
Nettoomsättning (C)	185 973	204 538
Bruttomarginal, % ((A) + (B)) / (C)	62,3%	64,9%
Rörelseresultat (EBIT) (A)	21 528	39 677
Jämförelsestörande poster (B)	-	9 900
Justerat rörelseresultat (A) + (B)	21 528	49 577
Nettoomsättning (C)	185 973	204 538
Justerad rörelsemarginal, % ((A) + (B)) / (C)	11,6%	24,2%
Varulager (A)	148 270	88 177
Nettoomsättning, rullande tolv månader (LTM) (B)	686 419	655 736
Lagervärde som andel av nettoomsättningen (LTM) (A) / (B)	21,6%	13,4%
Likvida medel (A)	-195 636	-165 044
Räntebärande skulder (B)	-	-
Räntebärande leasingskulder (C)	32 911	28 281
Nettoskuldsättning/(-)nettokassa (A) + (B) + (C)	-162 726	-136 764
	Januari - mars	
	2022	2021 ¹⁾
Föregående års nettoomsättning (A)	204 538	-
Årets nettoomsättning (B)	185 973	-
Valutaeffekt på årets nettoomsättning (C)	6 588	-
Årets nettoomsättning exklusive valutaeffekter (B)-(C)=(D)	179 385	-
Organisk nettoomsättningstillväxt % (D)/(A)-1	-12,3%	-

1) Organisk nettoomsättning beräknades för första gången i Q2, 2021

Kvartalsinformation för utvalda kostnadsposter

	Jan - mar 2019		Apr - jun 2019		Jul - sep 2019		Okt - dec 2019	
Resultat post	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹
Nettoomsättning	102 847	100,0%	80 223	100,0%	92 945	100,0%	131 277	100,0%
Produktkostnader	-31 078	-30,2%	-22 717	-28,3%	-26 293	-28,3%	-36 721	-28,0%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-11 249	-10,9%	-9 056	-11,3%	-9 988	-10,7%	-14 613	-11,1%
Marknadsföringskostnader	-30 073	-29,2%	-24 159	-30,1%	-27 180	-29,2%	-39 528	-30,1%
	Jan - mar 2020		Apr - jun 2020		Jul - sep 2020		Okt - dec 2020	
Resultat post	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹
Nettoomsättning	106 686	100,0%	118 807	100,0%	110 157	100,0%	206 062	100,0%
Produktkostnader	-30 714	-28,8%	-31 705	-26,7%	-28 319	-25,7%	-54 669	-26,5%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-10 501	-9,8%	-12 209	-10,3%	-11 092	-10,1%	-24 338	-11,8%
Marknadsföringskostnader	-31 218	-29,3%	-31 524	-26,5%	-31 068	-28,2%	-56 622	-27,5%
	Jan - mar 2021		Apr - jun 2021		Jul - sep 2021		Okt - dec 2021	
Resultat post	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹
Nettoomsättning	204 538	100,0%	140 621	100,0%	141 025	100,0%	218 801	100%
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							
Resultat post	KSEK	% ¹						
Nettoomsättning	185 973	100,0%						
Produktkostnader	-45 993	-24,7%						
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-24 529	-13,2%						
Marknadsföringskostnader	-65 038	-35,0%						

1) Procent av nettoomsättningen

Ovan tabell exklusive avyttrad verksamhet.

Vision & Strategi

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

För att förverkliga visionen har ett antal strategiska initiativ definierats. De strategiska 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 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 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 Group erbjuder kunder inom EU fri frakt och kostnadsfri retur.

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

Syfte och vision

RugVista 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 mattbranschen.
- **Hållbarhet:** Att leda mattbranschen mot en socialt och miljömässigt hållbar framtid.
- **Organisation:** Att attrahera, motivera och behålla extraordinära individer.

Styrkor och konkurrensfördelar

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

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

Finansiella mål

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

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



RUG

V I S T A

Ringugnsgatan 11, SE-216 16 Limhamn, Sweden

www.rugvistagroup.com

