

**RUGVISTA**

Delårsrapport

**Januari – september 2023**

Rugvista Group AB (publ)

# Tillbaka till organisk tillväxt

## Tredje kvartalet

- Nettoomsättningen var MSEK 159,6 (127,9) motsvarande en ökning med 24,7% (-9,3%).
- Organisk nettoomsättningstillväxt var 14,1% (-12,7%).
- Bruttomarginalen uppgick till 62,7% (63,5%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 18,6 (16,6) och rörelsemarginalen uppgick till 11,7% (13,0%).
- Periodens resultat uppgick till MSEK 15,2 (13,0).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK 0,73 (0,63)<sup>2</sup>.
- Genomsnittligt NPS-värde (Net Promotor Score) var 68 (72) och genomsnittligt Trustpilot-värde var oförändrat 4,8 (4,8).

## Januari – september

- Nettoomsättningen var MSEK 468,9 (435,1) motsvarande en ökning med 7,8% (-10,5%).
- Organisk nettoomsättningstillväxt var 0,1% (-13,6%).
- Bruttomarginalen uppgick till 62,9% (62,0%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 56,0 (38,5) och rörelsemarginalen var 11,9% (8,9%).
- Periodens resultat uppgick till MSEK 45,7 (29,7).
- Lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader) uppgick till 23,9% (28,5%).
- Nettokassan vid periodens slut var MSEK 112,5 (54,7).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK 2,20 (1,43)<sup>2</sup>.
- Genomsnittligt NPS-värde (Net Promotor Score) var 67 (69) och genomsnittligt Trustpilot-värde var oförändrat 4,8 (4,8).

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

KSEK om inte annat anges	Juli - september		Januari - september	
	2023	2022	2023	2022
Rörelseintäkter	160 040	128 395	469 961	436 446
Nettoomsättning	159 593	127 937	468 918	435 138
Nettoomsättningstillväxt, %	24,7%	-9,3%	7,8%	-10,5%
Organisk nettoomsättningstillväxt, %	14,1%	-12,7%	0,1%	-13,6%
Bruttoresultat	100 003	81 241	294 874	269 969
Bruttomarginal, %	62,7%	63,5%	62,9%	62,0%
Rörelseresultat	18 610	16 570	56 033	38 544
Rörelsemarginal, %	11,7%	13,0%	11,9%	8,9%
Periodens resultat	15 187	13 019	45 655	29 708
Periodens marginal, %	9,5%	10,2%	9,7%	6,8%
Justerat rörelseresultat	18 610	16 570	56 033	38 544
Justerad rörelsemarginal, %	11,7%	13,0%	11,9%	8,9%
Lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader), %	-	-	23,9%	28,5%
Nettoskuldsättning	-112 465	-54 702	-112 465	-54 702
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,73	0,63	2,20	1,43
Resultat per aktie efter utspädning, SEK <sup>2)</sup>	0,73	0,63	2,20	1,43
Antal utestående aktier	20 785 140	20 785 140	20 785 140	20 785 140
Antal utestående aktier efter utspädning	20 785 140	20 785 140	20 785 140	20 785 140
Antal webbplatsbesök, miljon	5,8	5,7	20,2	23,1
Antal ordrar, tusen	71,3	49,7	194,6	174,0
Antal nya kunder, tusen	53,1	34,7	142,0	122,3
Genomsnittligt ordervärde, SEK	3 172	3 603	3 435	3 531
Genomsnittligt NPS-värde	68	72	67	69
Genomsnittligt Trustpilot-värde	4,8	4,8	4,8	4,8



***”Jag är glad att vi åter kan rapportera organisk nettoomsättningstillväxt kombinerat med fortsatt god lönsamhet.”***

**Michael Lindskog, CEO**

# Tillbaka till lönsam organisk tillväxt

## Kära aktieägare

Jag är glad att vi åter kan rapportera organisk nettoomsättningstillväxt kombinerat med fortsatt god lönsamhet. Att vi levererar lönsam organisk tillväxt, trots ett utmanande makroekonomiskt läge i merparten av Europa, är bevis på att vi effektivt navigerar marknadsförutsättningarna. Kvartalets prestation är också ett resultat av god kostnadseffektivitet och att vi levererar på vår långsiktiga strategi att hela tiden förbättra både kunderbudandet och oss som organisation.

Nettoomsättningen för kvartalet var 159,6 (127,9) miljoner kronor vilket motsvarar en ökning med 24,7% (-9,3%). Den organiska nettoomsättningstillväxten var 14,1%. Kvartalets nettoomsättning drevs av segmentet privatpersoner där framför allt regionerna DACH och Norden presterade väl jämfört med förhållandevis svaga jämförelsetal från 2022.

Bruttomarginalen för kvartalet var 62,7% (63,5%) och påverkades negativt av en ökad produktkostnad som andel av nettoomsättningen då kunderna i högre utsträckning än tidigare valt produkter utifrån ett högt fokus på pris.

Marknadsföringskostnaderna som andel av nettoomsättningen för kvartalet var 32,1% (28,8%) vilket motsvarar en ökning med 3,4 procentenheter jämfört med föregående år. Förra årets siffra var ovanligt låg på grund av högt fokus på kostnadseffektivitet. I år har vi också identifierat fler möjligheter att driva lönsam försäljningstillväxt.

Rörelseresultatet för kvartalet var 18,6 (16,6) miljoner kronor och rörelsemarginalen var 11,7% (13,0%). Oaktat en lägre rörelsemarginal så är den fortsatt på en god nivå givet marknadsförutsättningarna samt kvartalets tillväxt och att rörelseresultatet trots allt ökade med 12% jämfört med föregående år.

Våra strategiska KPI:er utvecklade sig överlag starkt under kvartalet där både orderantalet och antalet nya kunder ökade med 43% respektive 53% jämfört med föregående år. Det genomsnittliga NPS-värdet för kvartalet var 68 (72) och är fortsatt på en mycket hög nivå.

Vi fortsätter arbetet mot visionen att bli navet för den europeiska mattbranschen. Under kvartalet har vi lanserat vår nya e-handelsplattform i tolv marknader samt skalat upp marknadsföringsaktiviteten. Utöver den fortsatta utrollningen av plattformen så har utvecklingen av den nya kassan fortgått med lansering i två marknader under oktober månad. Kvaliteten på och mängden av innehåll vi publicerar på våra kanaler fortsätter att ta steg framåt och vi är övertygade om att detta förbättrar och stärker kunderbudandet både på kort och lång sikt.

Jag är stolt och glad över vår prestation för tredje kvartalet, men utsikterna för resten av året är osäkra. Det makroekonomiska klimatet är överlag svagt och vi möter mer utmanande jämförelsetal från sista kvartalet 2022. Vi fortsätter att fokusera på att effektivt navigera marknaden och ser fram emot att fortsätta leverera på vår strategiska agenda samt att exekvera vår kommersiella plan för årets högsäsong.

Med vänliga hälsningar,



CEO Rugvista Group

# Tredje kvartalet

## Nettoomsättning

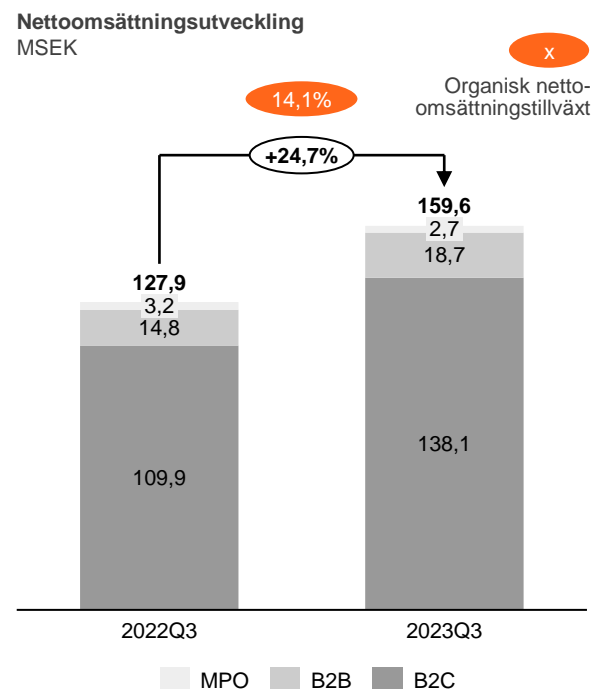
Koncernens nettoomsättning för kvartalet var MSEK 159,6 (127,9) vilket motsvarar en ökning med 24,7% (-9,3%). Under den senare delen av det andra kvartalet noterade vi en förbättring av ordergången som fortsatte in i det tredje kvartalet. Att den svenska kronan minskade i värde jämfört med framförallt euron bidrog till försäljningsökningen och den organiska nettoomsättningstillväxten var 14,1% (-12,7%).

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C) var MSEK 138,1 (109,9) vilket motsvarar en ökning med 25,6% (-11,5%). Regionen Norden drev nettoomsättningsökningen trots den lägre positiva valutapåverkan än övriga regioner. Nettoomsättningen i Norden ökade med 44,6% (-29,0%), DACH ökade med 30,0% (-14,0%) och Övriga länder, där merparten av försäljningen kommer från övriga Europa, ökade med 16,6% (-0,7%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) var MSEK 18,7 (14,8) vilket motsvarar en ökning med 26,6% (10,6%). Efterfrågan inom B2B-segmentet fortsätter att öka för flertalet av våra kundtyper.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) var MSEK 2,7 (3,2), vilket motsvarar en minskning med -14,4% (-6,8%). Den största delen av försäljningen i segmentet är via Amazons marknadsplats.

Utöver det utmanande marknadsklimatet påverkades nettoomsättningen på Amazon negativt av att vi, som i flera tidigare kvartal, har fokuserat på marknadsföringseffektivitet för att förbättra lönsamheten i detta segmentet.



## Resultat och marginaler

Bruttomarginalen minskade till 62,7% (63,5%). Produktkostnaden som andel av nettoomsättningen påverkades negativt av att kunderna i högre utsträckning har köpt produkter med ett högre prispunkt. Detta inkluderar bland annat att kunder i högre grad har köpt rabatterade produkter eller produkter med lägre prispunkter. Kostnaden för kundleveranser som andel av nettoomsättningen minskade som ett resultat av vårt förbättringsarbete med att effektivisera kundleveranser.

Övriga externa kostnader uppgick till MSEK -60,4 (-43,9) och som andel av nettoomsättningen 37,9% (34,3%). Andelsökningen är framförallt hänförligt till högre marknadsföringskostnader. Föregående års marknadsföringskostnader var ovanligt låg tack vare ett högt fokus på kostnadseffektivitet.

Personalkostnaderna uppgick till MSEK -16,1 (-15,2) och som andel av nettoomsättningen uppgick de till 10,1% (11,9%). Andelen minskade tack vare skaleffekten från högre nettoomsättning.

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK -1,9 (-2,9). Posten består av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner och omvärdering av balansposter i utländsk valuta till kvartalets stängningskurs.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -3,0 (-2,7) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar. Ökningen är hänförlig till hyreshöjningar för företagets hyrda lokaler som klassificeras som nyttjanderättstillgångar.

Rörelseresultatet (EBIT) ökade till MSEK 18,6 (16,6) och rörelsemarginalen var 11,7% (13,0%). Minskningen av rörelsemarginalen drevs i huvudsak av de högre marknadsföringskostnaderna.

Finansnettot uppgick till MSEK 0,7 (-0,2). Då vi har en god kassa och inte några räntebärande skulder utöver leasing, förbättras vårt finansnetto när marknadsräntorna stiger.

Skatter för perioden var MSEK -4,2 (-3,3).

Periodens resultat uppgick till MSEK 15,2 (13,0) och periodens marginal uppgick till 9,5% (10,2%).

# Tredje kvartalet

## Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten under kvartalet var MSEK 39,9 (-24,1). Ökningen av kassaflödet drivs av den positiva rörelsekapitalförändringen, där vi under kvartalet minskade vårt varulager samtidigt som varulagret ökade under föregående år.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick under kvartalet till MSEK -3,6 (-3,0) och är till stor del hänförligt till aktivering av kostnader för utveckling av vår nya e-handelsplattform.

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

## Övriga nyckeltal (KPI)

NPS-värdet var 68 (72) och Trustpilot-värdet var 4,8 (4,8). De bibehållna höga nivåerna är ett bevis på att vi har högt fokus på att säkerställa en kundupplevelse i världsklass. Vi följer veckovis utvecklingen av våra servicenyckeltal och sätter stort värde på att leverera över våra kunders förväntan.

Antalet webbplatsbesök var 5,8 (5,7) miljoner, vilket motsvarar en ökning med 1,5% (-27,6%). Med start 1 juli 2023 används Google Analytics 4 för att mäta webbplatsbesök till våra butiker. Tidigare användes Google Universal Analytics. Det är inte möjligt att räkna om historiska jämförelsetal för hela rapportperioden. Under perioder då vi har haft båda verktyg tillgängliga i våra webbbutiker har vi noterat att Google Universal Analytics mäter cirka 10 procent högre besökssiffror för ett givet tidsintervall jämfört med Google Analytics 4.

Orderantalet var 71,3 (49,7) tusen, vilket motsvarar en ökning med 43,3% (-8,8%).

Antalet nya kunder som förvärvades var 53,1 (34,7) tusen, vilket motsvarar en ökning med 53,1% (-11,9%).

Genomsnittligt ordervärde var SEK 3 172 (3 603), vilket motsvarar en minskning med -12,0% (-1,2%). Ordervärdet påverkades negativt av att kunderna i högre grad valde produkter baserat på ett högt prisfokus.





# Januari – september

## Nettoomsättning

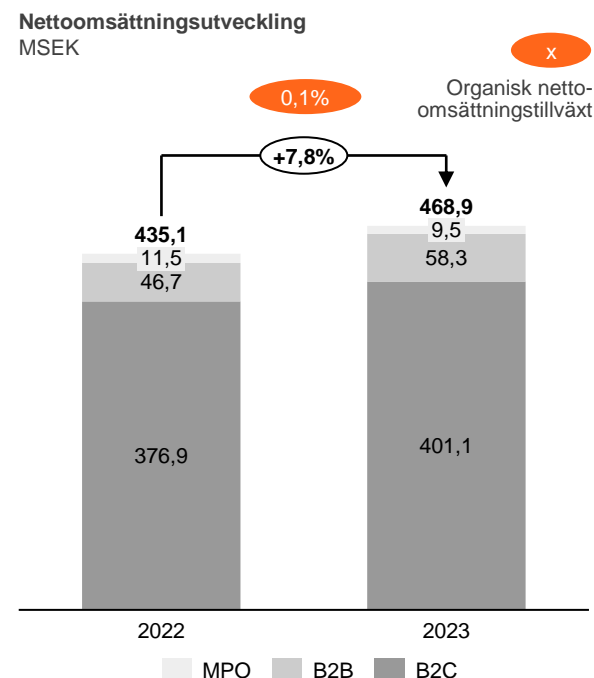
Koncernens nettoomsättning för perioden uppgick till MSEK 468,9 (435,1), vilket motsvarar en ökning med 7,8% (-10,5%). Under det andra kvartalets senare del samt under början på det tredje kvartalet noterade vi en förbättring av orderingsgången jämfört med föregående år. Deprecieringen av den svenska kronan bidrog till försäljningsökningen och den organiska nettoomsättningstillväxten var 0,1% (-13,6%).

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 401,1 (376,9) vilket motsvarar en ökning med 6,4% (-12,3%). Norden ökade med 11,9% (-26,0%), DACH ökade med 4,0% (-17,5%) och Övriga länder ökade med 5,2% (-3,1%). Norden hade således den största ökningen trots att den positiva valutaeffekten är mindre i den regionen jämfört med övriga.

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 58,3 (46,7) vilket motsvarar en ökning med 24,9% (7,9%). Efterfrågan inom B2B-segmentet har under perioden varit starkare jämfört med B2C-segmentet. Efterfrågan inom B2B-segmentet fortsätter att öka för flertalet av våra kundtyper.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 9,5 (11,5), vilket motsvarar en minskning med -18,0% (-11,4%). I likhet med B2C-

segmentet påverkades efterfrågan inom MPO-segmentet negativt av det makroekonomiska klimatet samt vårt fokus på lönsamhet.



## Resultat och marginaler

Bruttomarginalen uppgick till 62,9% (62,0%). Produktkostnaden som andel av nettoomsättningen och påverkades positivt av prisjusteringen i kvartal 3 föregående år och kategorimixeffekter. Kostnaden för kundleveranser som andel av nettoomsättningen var högre jämfört med föregående period drivet av extra avgifter från fraktbolagen under början av året samt geografiska mix effekter.

Övriga externa kostnader uppgick till MSEK -174,6 (-165,6) och ökningen är i huvudsak driven av att marknadsföringskostnaderna har stigit med den högre försäljningen. Som andel av nettoomsättningen uppgick övriga externa kostnader till 37,2% (38,1%) och minskningen är hänförligt till det höga fokuset på marknadsföringseffektivitet under större delen av perioden.

Personalkostnaderna uppgick till MSEK -52,0 (-52,2) och som andel av nettoomsättningen uppgick de till -11,1% (-12,0%).

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK -3,1 (-5,3). Posten består av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner samt omvärdering av tillgångar- och skulder i utländsk valuta.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -9,1 (-8,3) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar.

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

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till MSEK 56,0 (38,5) och rörelsemarginalen var 11,9% (8,9%). Ökningen i rörelsemarginal drevs av den högre bruttomarginalen, förbättrad marknadsföringskostnadseffektivitet samt skaleffekter från den högre försäljningen.

Finansnettot ökade till MSEK 1,8 (-0,9). Då vi har en god kassa och inte några räntebärande skulder förutom leasing, förbättras vårt finansnetto när marknadsräntorna stiger.

Skatter för perioden uppgick till MSEK -12,2 (-7,9).

Periodens resultat uppgick till MSEK 45,7 (29,7) och periodens marginal uppgick till 9,7% (6,8%).



# Januari - september

## Finansiell ställning och likviditet

Lagervärdet vid periodens slut uppgick till MSEK 160,8 (186,1) och lagervärdet som andel av nettoomsättningen under de senaste tolv månaderna (LTM) uppgick till 23,9% (28,5%). Under perioden har vi fokuserat på att minska vår lagerposition vilket har varit framgångsrikt trots implementeringen av ett "alltid i lager" program för våra storsäljare vilket ökade lagervärdet något. Produkternas karaktär gör att lagerrisken är låg vilket också återspeglas i bolagets historiska nedskrivningsbehov.

Nettoskuldsättningen uppgick till MSEK -112,5 (-54,7).

Likvida medel uppgick till MSEK 135,7 (81,6). Styrelsens förslag till utdelning som beslutades om vid Bolagsstämman i maj 2023 om 1,50 kr per aktie (2,50) utgjorde totalt MSEK 31,2 (52,0) och betalades ut till aktieägarna den 1 juni 2023.

## Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten under perioden uppgick till MSEK 42,2 (-70,2). Förbättringen beror på att förändringen av rörelsekapitalet är väsentligt bättre än föregående år.

Kassaflödet från investeringsverksamheten under perioden uppgick till MSEK -8,6 (-7,4) och den huvudsakliga delen utgör investering i vår nya e-handelsplattform.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten under perioden uppgick till MSEK -38,9 (-58,9). Utdelningen till aktieägarna, som betalades i det andra kvartalet, var lägre än föregående år.

## Övriga nyckeltal (KPI)

NPS värdet var 67 (69) och TrustPilot värdet var 4,8 (4,8), vilket är ett bevis på att vårt fortsatt höga fokus på att säkerställa en kundupplevelse i världsklass har varit framgångsrikt.

Antalet webbplatsbesök var 20,2 (23,1) miljoner, vilket motsvarar en minskning med -12,6% (-18,2%). Se kommentaren för tredje kvartalet på sidan 6.

Orderantalet var 194,6 (174,0) tusen, vilket motsvarar en ökning med 11,9% (-8,8%).

Antalet nya kunder som förvärvades var 142,0 (122,3) tusen, vilket motsvarar en ökning med 16,1% (-11,5%).

Genomsnittligt ordervärde var SEK 3 435 (3 531), vilket motsvarar en minskning med -2,7% (-1,5%).



# Privatpersoner (B2C)

## Tredje kvartalet

KSEK om inte annat anges	Juli - september		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	138 116	109 937	25,6%
Nettoomsättning, DACH	27 688	21 294	30,0%
Nettoomsättning, Norden	36 557	25 289	44,6%
Nettoomsättning, Övriga länder	73 871	63 354	16,6%
Bruttoresultat	85 869	69 026	24,4%
Bruttomarginal, %	62,2%	62,8%	-0,6pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	34,8%	30,8%	4,0pp
Segmentresultat	37 814	35 125	7,7%
Segmentmarginal, %	27,4%	31,9%	-4,6pp

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under kvartalet var MSEK 138,1 (109,9) vilket motsvarar en ökning med 25,6% (-11,5%). Den ökade nettoomsättningen inom segmentet drevs av Norden trots den lägre positiva valutapåverkan än övriga regioner. Norden ökade med 44,6% (-29,0%), DACH ökade med 30,0% (-14,0%) och Övriga länder, där den stora delen av försäljningen kommer från övriga Europa, ökade med 16,6% (-0,7%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 85,9 (69,0) vilket motsvarar en ökning med 24,4% (-12,9%) och bruttomarginalen uppgick till 62,2% (62,8%). Kunderna har i högre utsträckning än under samma kvartal föregående år köpt produkter baserat på ett högt prisfokus.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 34,8% (30,8%). Föregående års marknadsföringskostnader var ovanligt låg tack vare ett högt fokus på kostnadseffektivitet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 37,8 (35,1) vilket motsvarar en ökning med 7,7% (-6,0%) och segmentmarginalen uppgick till 27,4% (31,9%) där marginal minskningen i huvudsak är hänförlig till ökningen av marknadsföringskostnaderna som en andel av nettoomsättningen.

## Januari - september

KSEK om inte annat anges	Januari - september		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	401 130	376 911	6,4%
Nettoomsättning, DACH	82 094	78 948	4,0%
Nettoomsättning, Norden	93 810	83 842	11,9%
Nettoomsättning, Övriga länder	225 227	214 121	5,2%
Bruttoresultat	250 835	231 396	8,4%
Bruttomarginal, %	62,5%	61,4%	1,1pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	34,4%	34,9%	-0,5pp
Segmentresultat	113 027	100 040	13,0%
Segmentmarginal, %	28,2%	26,5%	1,6pp

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under perioden var MSEK 401,1 (376,9) vilket motsvarar en ökning med 6,4% (-12,3%). Efterfrågan var negativt påverkad av det allmänna konjunkturläget i Europa under det första halvåret. I slutet på det andra kvartalet ökade efterfrågan och ökningen fortsatte in i det tredje kvartalet. Tillväxten för Norden var 11,9% (-26,0%), för DACH 4,0% (-17,5%) och Övriga länder, som till största delen utgörs av övriga europeiska marknader, ökade med 5,2% (-3,1%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 250,8 (231,4) vilket motsvarar en ökning med 8,4% (-15,8%) och bruttomarginalen uppgick till 62,5% (61,4%). Ökningen i bruttomarginal drevs i huvudsak av prisjusteringen i kvartal tre föregående år samt kategorimixeffekter.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 34,4% (34,9%) och minskningen är ett resultat av fokuset på marknadsföringseffektivitet under första halvan av året.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 113,0 (100,0) vilket motsvarar en ökning med 13,0% (-28,6%) och segmentmarginalen uppgick till 28,2% (26,5%) där ökningen i huvudsak är hänförlig till ökad bruttomarginal och en bättre marknadsföringseffektivitet.

# Företagskunder (B2B)

## Tredje kvartalet

KSEK om inte annat anges	Juli - september		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	18 746	14 809	26,6%
Bruttoresultat	11 989	9 744	23,0%
Bruttomarginal, %	64,0%	65,8%	-1,8pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	12,1%	11,4%	0,7pp
Segmentresultat	9 720	8 053	20,7%
Segmentmarginal, %	51,9%	54,4%	-2,5pp

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under kvartalet var MSEK 18,7 (14,8) vilket motsvarar en ökning med 26,6% (10,6%). Efterfrågan inom B2B-segmentet fortsätter att öka drivet av framför allt kundgrupperna småbolag och inredningsarkitekter.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 12,0 (9,7) vilket motsvarar en ökning med 23,0% (7,8%) och bruttomarginalen uppgick till 64,0% (65,8%). Minskningen av bruttomarginalen drevs av samma faktorer som för B2C.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 12,1% (11,4%) där ökningen drevs av samma faktorer som i B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 9,7 (8,1) vilket motsvarar en ökning med 20,7% (11,9%) och segmentmarginalen uppgick till 51,9% (54,4%) där marginal minskningen drevs av lägre bruttomarginalen och högre marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen.

## Januari - september

KSEK om inte annat anges	Januari - september		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	58 333	46 696	24,9%
Bruttoresultat	37 333	30 158	23,8%
Bruttomarginal, %	64,0%	64,6%	-0,6pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	13,1%	14,4%	-1,3pp
Segmentresultat	29 691	23 450	26,6%
Segmentmarginal, %	50,9%	50,2%	0,7pp

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under perioden var MSEK 58,3 (46,7) vilket motsvarar en ökning med 24,9% (7,9%). Efterfrågan inom B2B-segmentet fortsätter att öka drivet av framför allt kundgrupperna småbolag och inredningsarkitekter.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 37,3 (30,2) vilket motsvarar en ökning med 23,8% (4,3%) och bruttomarginalen uppgick till 64,0% (64,6%).

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 13,1% (14,4%) där minskningen drevs av samma faktorer som i B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 29,7 (23,5) vilket motsvarar en ökning med 26,6% (0,3%) och segmentmarginalen uppgick till 50,9% (50,2%) där ökningen drevs av de lägre marknadsföringskostnaderna som andel av nettoomsättningen.

# Marknadsplatser & övrigt (MPO)

## Tredje kvartalet

KSEK om inte annat anges	Juli - september		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	2 730	3 190	-14,4%
Bruttoresultat	1 697	2 012	-15,6%
Bruttomarginal, %	62,2%	63,1%	-0,9pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	35,8%	39,0%	-3,2pp
Segmentresultat	721	768	-6,1%
Segmentmarginal, %	26,4%	24,1%	2,3pp

Nettoomsättningen för segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) under kvartalet uppgick till MSEK 2,7 (3,2), vilket motsvarar en minskning med -14,4% (-6,8%). Utöver det utmanande marknadsklimatet så påverkades nettoomsättningen på Amazon negativt av det fortsatta fokuset på marknadsföringseffektivitet samt den pågående omstruktureringen av försäljningsstrategin.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 1,7 (2,0) vilket motsvarar en minskning med -15,6% (-8,9%) och bruttomarginalen uppgick till 62,2% (63,1%).

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 35,8% (39,0%) där minskningen drevs av fokuset på marknadsföringseffektivitet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 0,7 (0,8), således ett resultat i nivå med föregående år. Segmentmarginalen uppgick till 26,4% (24,1%) där ökningen drevs av den lägre marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen.

## Januari - september

KSEK om inte annat anges	Januari - september		
	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	9 455	11 531	-18,0%
Bruttoresultat	5 662	7 107	-20,3%
Bruttomarginal, %	59,9%	61,6%	-1,8pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	32,8%	37,6%	-4,8pp
Segmentresultat	2 559	2 767	-7,5%
Segmentmarginal, %	27,1%	24,0%	3,1pp

Nettoomsättningen för segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) under perioden uppgick till MSEK 9,5 (11,5), vilket motsvarar en minskning med -18,0% (-11,4%). Det utmanande marknadsklimatet har haft en större negativ påverkan på vår Amazon-försäljning jämfört med våra egna webbutiker. Vårt fokus på marknadsföringseffektivitet samt den pågående omstruktureringen av försäljningsstrategin har också påverkat tillväxten negativt.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 5,7 (7,1) vilket motsvarar en minskning med -20,3% (-18,4%) och bruttomarginalen uppgick till 59,9% (61,6%). Högre kostnader för kundleveranser påverkade bruttomarginalen negativt där den geografiska försäljningsmixen delvis drev utvecklingen.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 32,8% (37,6%) där minskningen drevs av fokuset på marknadsföringseffektivitet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 2,6 (2,8) vilket motsvarar en minskning med -7,5% (-48,3%). Segmentmarginalen uppgick till 27,1% (24,0%) där ökningen drevs av att andelen marknadsföringskostnader var lägre.



# Övrig information

## Väsentliga händelser under kvartalet

- Den 28 september signerade Rugvista ett avtal om förlängning av hyrestid samt uppsägning för avflyttning från anläggningen på Ringugnsgratan 11 i Limhamn. Avflyttningsdatum är den 30 september 2025. Avsikten är att teckna nytt hyresavtal under fjärde kvartalet 2023 eller första kvartalet 2024.
- Den 28 september registrerades Rugvista GmbH, ett dotterbolag ägt till 100% av Rugvista AB, med säte i Berlin, Tyskland.
- Den nya e-handelsplattform lanserades i 10 befintliga marknader samt 2 marknader som tidigare inte hade dedikerade domäner.

## Väsentliga händelser efter kvartalet

Inga väsentliga händelser efter kvartalet.

## Säsongsvariationer

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

## Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

Koncernens väsentliga risk- och osäkerhetsfaktorer inkluderar finansiella risker såsom valutarisk, likviditets- och finansieringsrisker, risk för nedskrivning av goodwill, samt verksamhets- och affärsrisker. För mer information om risker och riskhantering hänvisas till Rugvistas årsredovisning för 2022.

Ryssland invaderade Ukraina i början på 2022. Koncernen har genom sin affärsverksamhet ingen direkt exponering mot Ryssland, Ukraina eller Belarus. Det är dock svårt att bedöma krigets indirekta inverkan på BNP-tillväxt, inflation, globala leveranskedjor samt konsumenternas framtidstro och efterfrågan på koncernens produkter. Detsamma gäller de senaste händelserna i mellanöstern, i huvudsak Israel och Gaza. Koncernen har ingen direkt exponering i Israel eller Gaza men händelserna kan få indirekt påverkan genom konsumenters framtidstro, inflation, BNP-tillväxt etc.

## Medarbetare

Antalet heltidsanställda under perioden juli-september uppgick till 89,3 (92,1) och andelen kvinnor uppgick till 47,3% (42,1%).

Antalet heltidsanställda under perioden januari – september uppgick till 88,7 (92,8) och andelen kvinnor uppgick till 46,6% (42,4%).

## Aktien

Rugvista Group AB (publ)-aktien är noterad på Nasdaq First North Premier Growth under tickerkoden RUG och ISIN-koden SE0015659834.

Börsvärdet på den sista handelsdagen i det tredje kvartalet 2023 (29 september) var MSEK 1 181 värderat till slutkursen på SEK 56,80 per aktie.

Vid rapportperiodens slut uppgick antalet emitterade aktier till 20 785 140, samtliga stamaktier.

Under 2021 emitterades 860 000 teckningsoptioner av koncernen. Av dessa har 435 981 sålts till och är utestående hos nyckelpersoner inom koncernen.

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

Under andra kvartalet 2023 emitterades 595 000 teckningsoptioner av koncernen. Av dessa har 35 000 sålts till ledande befattningshavare och andra nyckelpersoner inom koncernen.

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

Se not 5 för en översikt över de tio största aktieägarna.

# Övrig information

## LTIP 2021

Koncernen har utfärdat teckningsoptioner som en del av ett incitamentsprogram ("LTIP 2021/2024"). Varje teckningsoption berättigar, efter omräkning med anledning av utdelning beslutad av årsstämman 2022 och 2023, till teckning av 1,07 aktier i bolaget under lösenperioden till SEK 152,20. Ursprunglig teckningskurs motsvarade 130 procent av introduktionskursen för aktien. Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 15 april–15 juni 2024.

Bolagsstämman den 20 maj 2022 var sista dag för överlåtelse av teckningsoptioner i LTIP 2021. Av de totalt 860 000 utfärdade teckningsoptionerna kvarstod 423 019 stycken som osålda som därmed förverkades.

## LTIP 2022

Koncernen har utfärdat teckningsoptioner som en del av ett incitamentsprogram ("LTIP 2022/2025"). Varje teckningsoption berättigar, efter omräkning med anledning av utdelning beslutad av årsstämman 2023, till teckning av 1,03 aktie i bolaget under lösenperioden till SEK 87,20. Ursprunglig teckningskurs motsvarade 130 procent av den genomsnittliga aktiekursen under värderingsperioden. Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 1 juni – 1 september 2025.

Bolagsstämman den 25 maj 2023 var sista dag för överlåtelse av teckningsoptioner i LTIP 2022. Av de totalt 300 000 utfärdade teckningsoptionerna kvarstod 260 000 stycken som osålda som därmed förverkades.

## LTIP 2023

Koncernen har utfärdat teckningsoptioner som en del av ett incitamentsprogram ("LTIP 2023/2026"). Varje teckningsoption berättigar till teckning av en (1) aktie i bolaget under lösenperioden till SEK 62,60 vilket motsvarar 120 procent av den genomsnittliga aktiekursen under värderingsperioden. Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 1 juni – 1 september 2026.

### Juli – september 2023

Under det tredje kvartalet har inga teckningsoptioner under LTIP2023 programmet sålts.

### Januari – september 2023

Under perioden har 35 000 teckningsoptioner under LTIP2023 programmet sålts.

## Transaktioner med närstående

### Juli – september

Under perioden har designtjänster till ett värde av KSEK 145 utförts av Love Terins, dotter till Chief Design and Purchasing Officer Carin Terins.

### Januari – september

Under perioden har inga transaktioner med närstående förekommit förutom de transaktioner som nämns under kvartalet.

## Revisorernas granskning

Denna delårsrapport har översiktligt granskats av bolagets revisor.

## Moderbolaget

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

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

Moderbolagets nettoomsättning uppgick till MSEK 3,1 (3,6) under kvartalet och för perioden september MSEK 11,5 (12,8). Moderbolagets intäkter består av fakturerade arvoden för managementtjänster till dotterbolag, i enlighet med ett koncerninternt avtal.

Moderbolagets kostnader består huvudsakligen av löner till delar av ledningen, ersättningar till styrelsen samt kostnader relaterade till att bolagets aktier är noterade på Nasdaq. Resultatet för kvartalet uppgick till MSEK 0,1 (-0,1) och för perioden januari-september MSEK -0,1 (-0,3).

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

# Övrig information

## Finansiell kalender

Aktivitet	Datum	Telefonkonferens
Bokslutskommuniké 2023	8 februari 2024	09:00-10:00 CET
Årsredovisning 2023	18 april 2024	
Delårsrapport januari – mars 2024	8 maj 2024	09:00-10:00 CEST
Årsstämma 2024	23 maj 2024	
Delårsrapport januari - juni 2024	15 augusti 2024	09:00-10:00 CEST
Delårsrapport januari – september 2024	7 november 2024	09:00-10:00 CET
Bokslutskommuniké 2024	8 februari 2025	09:00-10:00 CET

I samband med publiceringen av delårsrapporten för januari – september kommer Michael Lindskog (VD) och Joakim Tuvner (CFO) hålla en telefonkonferens och webbsändning den 9 november 2023 kl. 09.00 CET. Presentationen hålls på engelska.

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

Registrera dig via: <https://conference.financialhearings.com/teleconference/?id=5001288> Efter registrering får du telefonnummer och ett konferens-ID för inloggning. Det är också möjligt att medverka i telefonkonferensen via koncernens hemsida:

<https://www.rugvistagroup.com/se/report/kv3-2023/>

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

Direktlänk till webbsändningen: <https://ir.financialhearings.com/rugvista-group-q3-report-2023>

Delårsrapporten och presentationen finns tillgängliga på Rugvista-koncernens hemsida:

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

## Kontaktinformation

### Michael Lindskog

CEO

Michael.Lindskog@rugvista.se

### Joakim Tuvner

CFO

Joakim.Tuvner@rugvista.se

### Koncern- och investerarinformation

InvestorRelations@rugvistagroup.com

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

Telefonnummer +46 40 668 81 04

## Huvudkontor och besöksadress

### Rugvista Group AB (publ)

Ringugnsgatan 11

SE-216 16 Limhamn

Sverige

## Certified advisor

### FNCA Sweden AB

Box 5216

Nybrogatan 34, SE-102 45 Stockholm

info@fnca.se

*Denna rapport är sådan information som Rugvista Group AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 9 november 2023 kl. 07.30 CET.*





# Koncernen

## Koncernens resultaträkning i sammandrag

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Juli - September			Januari - september		
	2023	2022	Δ	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	159 593	127 937	24,7%	468 918	435 138	7,8%
Övriga rörelseintäkter	447	458	-2,4%	1 043	1 308	-20,2%
<b>Rörelseintäkter</b>	<b>160 040</b>	<b>128 395</b>	<b>24,6%</b>	<b>469 961</b>	<b>436 446</b>	<b>7,7%</b>
Handelsvaror	-60 037	-47 154		-175 088	-166 477	
Övriga externa kostnader	-60 435	-43 923		-174 649	-165 573	
Personalkostnader	-16 063	-15 190		-52 001	-52 191	
Övriga rörelsekostnader	-1 870	-2 906		-3 138	-5 329	
Av- och nedskrivningar	-3 026	-2 652		-9 052	-8 332	
<b>Rörelseresultat (EBIT)</b>	<b>18 610</b>	<b>16 570</b>	<b>12,3%</b>	<b>56 033</b>	<b>38 544</b>	<b>45,4%</b>
Finansiella intäkter	1 066	29		2 788	49	
Finansiella kostnader	-323	-238		-973	-941	
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>19 353</b>	<b>16 361</b>	<b>18,3%</b>	<b>57 847</b>	<b>37 652</b>	<b>53,6%</b>
Skatter	-4 166	-3 343		-12 192	-7 944	
<b>Periodens resultat</b>	<b>15 187</b>	<b>13 019</b>	<b>16,7%</b>	<b>45 655</b>	<b>29 708</b>	<b>53,7%</b>
<b>Hänförligt till:</b>						
Moderföretagets ägare	15 187	13 019		45 655	29 708	
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,73	0,63		2,20	1,43	
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,73	0,63		2,20	1,43	

# Koncernen

## Koncernens rapport över totalresultat i sammandrag

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Juli - september			Januari - september		
	2023	2022	Δ	2023	2022	Δ
<b>Periodens resultat</b>	<b>15 187</b>	<b>13 019</b>	<b>16,7%</b>	<b>45 655</b>	<b>29 708</b>	<b>53,7%</b>
<i>Poster som senare kan omklassificeras till resultaträkningen</i>						
Omräkningsdifferens	-11	-		-11	-	
<b>Övrigt totalresultat</b>	<b>-11</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-11</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Periodens totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare</b>	<b>15 176</b>	<b>13 019</b>	<b>16,6%</b>	<b>45 644</b>	<b>29 708</b>	<b>53,6%</b>

# Koncernen

## Koncernens rapport över finansiell ställning i sammandrag

KSEK om inget annat anges

TILLGÅNGAR	30 september, 2023	30 september, 2022	31 december, 2022	EGET KAPITAL & SKULDER	30 september, 2023	30 september, 2022	31 december, 2022
<b>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</b>				<b>EGET KAPITAL</b>			
Goodwill	299 949	299 949	299 949	Aktiekapital	1 039	1 039	1 039
Immateriella anläggningstillgångar	17 071	6 755	9 064	Övrigt tillskjutet kapital	228 052	227 627	227 627
Materiella anläggningstillgångar	2 923	3 695	3 540	Balanserat resultat	243 797	216 113	216 114
Nyttjanderättstillgångar	22 212	25 495	26 828	Periodens resultat	45 655	29 708	58 872
Uppskjuten skattefordran	311	236	311	<b>Summa eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare</b>	<b>518 543</b>	<b>474 487</b>	<b>503 651</b>
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>342 466</b>	<b>336 131</b>	<b>339 693</b>				
<b>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</b>				<b>LÅNGFRISTIGA SKULDER</b>			
Varulager	160 830	186 124	174 259	Uppskjuten skatteskuld	90	107	90
Övriga fordringar	21 146	45 897	51 581	Leasingskulder	12 265	17 354	17 249
Förutbetalda kostnader	4 962	3 962	1 465	<b>Summa långfristiga skulder</b>	<b>12 354</b>	<b>17 462</b>	<b>17 338</b>
Likvida medel	135 723	81 610	139 978	<b>KORTFRISTIGA SKULDER</b>			
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>322 661</b>	<b>317 593</b>	<b>367 283</b>	Leverantörsskulder	55 816	82 271	76 963
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>665 127</b>	<b>653 724</b>	<b>706 975</b>	Aktuella skatteskulder	14 279	35 681	41 556
				Övriga skulder	38 892	22 993	44 429
				Leasingskulder	10 994	9 554	10 919
				Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	14 250	11 277	12 118
				<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>134 230</b>	<b>161 775</b>	<b>185 986</b>
				<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>665 127</b>	<b>653 724</b>	<b>706 975</b>

# Koncernen

## Koncernens rapport över förändringar i eget kapital

Juli - september

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

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat	Summa eget kapital
			inklusive periodens resultat	
<b>2022</b>				
<b>Ingående balans 2022-07-01</b>	<b>1 039</b>	<b>227 627</b>	<b>232 802</b>	<b>461 469</b>
Periodens resultat			13 019	13 019
Övrigt totalresultat			-	-
<b>Summa Totalresultat</b>	<b>1 039</b>	<b>227 627</b>	<b>245 821</b>	<b>474 487</b>
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman				-
Teckningsoptioner				-
Teckningsoptioner, återköp				-
Nyemission				-
<b>Utgående balans 2022-09-30</b>	<b>1 039</b>	<b>227 627</b>	<b>245 821</b>	<b>474 487</b>

## Koncernens rapport över förändringar i eget kapital

Januari - september

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

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat	Summa eget kapital
			inklusive periodens resultat	
<b>2022</b>				
<b>Ingående balans 2022-01-01</b>	<b>1 039</b>	<b>227 784</b>	<b>268 075</b>	<b>496 899</b>
Periodens resultat			29 708	29 708
Övrigt totalresultat			-	-
<b>Summa Totalresultat</b>	<b>1 039</b>	<b>227 784</b>	<b>297 784</b>	<b>526 607</b>
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman			-51 963	-51 963
Teckningsoptioner		469		469
Teckningsoptioner, återköp		-626		-626
Nyemission				-
<b>Utgående balans 2022-09-30</b>	<b>1 039</b>	<b>227 627</b>	<b>245 821</b>	<b>474 487</b>

# Koncernen

## Koncernens kassaflödesanalys i sammandrag

KSEK om inget annat anges

	Juli - september		Januari - september	
	2023	2022	2023	2022
<i>Den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</i>				
Rörelseresultat	18 610	16 570	56 033	38 544
<i>Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet</i>				
Avskrivningar och nedskrivningar	3 026	2 652	9 052	8 332
Orealiserade kursdifferenser	1 646	-	-1 622	-
Erhållen ränta	1 066	29	2 788	49
Ränta	-323	-238	-973	-941
Betald inkomstskatt	-2 455	-1 747	-39 469	-20 388
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</b>	<b>21 570</b>	<b>17 266</b>	<b>25 808</b>	<b>25 596</b>
<i>Förändringar i rörelsekapital</i>				
Förändring av varulager	10 137	-20 385	13 428	-39 565
Förändring av rörelsefordringar	1 603	-33 136	27 004	-29 019
Förändring av rörelseskulder	6 600	12 187	-24 050	-27 223
<b>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</b>	<b>18 339</b>	<b>-41 335</b>	<b>16 382</b>	<b>-95 806</b>
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>39 910</b>	<b>-24 069</b>	<b>42 191</b>	<b>-70 210</b>
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-3 610	-2 791	-8 007	-6 755
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-10	-208	-585	-796
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	-	-	-	136
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-3 620</b>	<b>-2 999</b>	<b>-8 592</b>	<b>-7 416</b>
Nyemission	-	-	-	-
Teckningsoptioner	-	-	425	469
Teckningsoptioner, återköp	-	-	-	-626
Amortering leasingkulder	-2 734	-2 273	-8 144	-6 760
Utdelning aktieägare	-	-	-31 178	-51 963
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	<b>-2 734</b>	<b>-2 273</b>	<b>-38 896</b>	<b>-58 880</b>
<b>PERIODENS TOTALA KASSAFLÖDE</b>	<b>33 556</b>	<b>-29 341</b>	<b>-5 297</b>	<b>-136 506</b>
Likvida medel vid periodens början	104 393	110 951	139 978	218 116
Kursdifferens i likvida medel	-2 226	-	1 043	-
<b>Likvida medel vid periodens slut</b>	<b>135 723</b>	<b>81 610</b>	<b>135 723</b>	<b>81 610</b>



# Noter

## Not 1 - Redovisningsprinciper

Denna bokslutskommuniké är upprättad i enlighet med IAS 34 Delårsrapportering och Årsredovisningslagen. Upplysningar enligt IAS 34 p.16A framkommer förutom i de finansiella rapporterna och dess tillhörande noter även i övriga delar av delårsrapporten. Moderbolaget tillämpar Årsredovisningslagen och RFR 2 Redovisning för juridiska personer. För ytterligare information om Rugvista Groups redovisningsprinciper hänvisar vi till **not 2** i årsredovisningen avseende 2022, publicerad på [www.rugvistagroup.com](http://www.rugvistagroup.com).

### Nya och ändrade standarder

Inga av de nya och ändrade standarder och tolkningar som tillämpas från och med den 1 januari 2023 har haft någon väsentlig inverkan på koncernens eller moderföretagets finansiella rapporter.

### Kommande standarder

Ett antal nya och ändrade IFRS har ännu inte trätt i kraft och har inte förtidstillämpats vid upprättandet av koncernens och moderföretagets finansiella rapporter. Inga nya eller ändrade standarder eller tolkningar som IASB har publicerats förväntas ha någon påverkan på koncernens eller moderföretagets finansiella rapporter.

### Viktiga uppskattningar och bedömningar

När styrelsen och verkställande direktören upprättar finansiella rapporter i enlighet med tillämpade redovisningsprinciper måste vissa uppskattningar och antaganden göras som påverkar det redovisade värdet av tillgångar, skulder, intäkter och kostnader. De områden där uppskattningar och antaganden är av stor betydelse för koncernen och som kan komma att påverka resultat- och balansräkning om de ändras beskrivs i Årsredovisningen för 2022.

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

## Not 2 - Risker och osäkerhetsfaktorer

Det finns flera strategiska, operativa och finansiella risker och osäkerhetsfaktorer som kan påverka koncernens finansiella resultat och ställning. De flesta risker kan hanteras genom interna rutiner, medan andra till stor del drivs av externa faktorer.

För en mer detaljerad beskrivning av de risker och osäkerhetsfaktorer som koncernen står inför, se förvaltningsberättelsen i årsredovisningen för 2022.

Utöver de risker som beskrivs där är bedömningen att det inte finns några ytterligare väsentliga risker förutom att en markant minskning av konsumentförtroendet har observerats på många av koncernens nyckelmarknader i Europa under 2022 och under årets tre första kvartal 2023.



# Noter

## Not 3 – Segmentsredovisning

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

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

<b>Juli – september 2022</b>	<b>Privatkunder</b>	<b>Företagskunder</b>	<b>Marknadsplatser &amp; Övrigt</b>	<b>Summa segment</b>
Nettoomsättning	109 937	14 809	3 190	<b>127 937</b>
Handelsvaror	-40 911	-5 065	-1 178	<b>-47 154</b>
<b>Bruttoresultat</b>	<b>69 026</b>	<b>9 744</b>	<b>2 012</b>	<b>80 783</b>
Marknadsföringskostnader	-33 901	-1 691	-1 244	<b>-36 837</b>
<b>Segmentresultat</b>	<b>35 125</b>	<b>8 053</b>	<b>768</b>	<b>43 946</b>

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

<b>Januari – september 2022</b>	<b>Privatkunder</b>	<b>Företagskunder</b>	<b>Marknadsplatser &amp; Övrigt</b>	<b>Summa segment</b>
Nettoomsättning	376 911	46 696	11 531	<b>435 138</b>
Handelsvaror	-145 515	-16 538	-4 424	<b>-166 477</b>
<b>Bruttoresultat</b>	<b>231 396</b>	<b>30 158</b>	<b>7 107</b>	<b>268 661</b>
Marknadsföringskostnader	-131 356	-6 708	-4 341	<b>-142 405</b>
<b>Segmentresultat</b>	<b>100 040</b>	<b>23 450</b>	<b>2 767</b>	<b>126 256</b>

## Övriga upplysningar Justeringar och elimineringar

Endast nettointäkter, handelsvaror och marknadsföringskostnader allokeras till respektive segment. Övriga intäkter och kostnader allokeras inte på segmentnivå då dessa poster hänför sig till koncernverksamheten.

	<b>Juli - september</b>		<b>Januari - september</b>	
<b>Avstämning av resultat</b>	<b>2023</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2022</b>
<b>Segmentresultat</b>	<b>48 255</b>	<b>43 946</b>	<b>145 277</b>	<b>126 256</b>
Övriga rörelseintäkter	447	458	1 043	1 308
Övriga externa kostnader exkl. marknadsföringskostnader	-9 134	-7 086	-26 095	-23 169
Personalkostnader	-16 063	-15 190	-52 001	-52 191
Övriga rörelsekostnader	-1 870	-2 906	-3 138	-5 329
Av- och nedskrivningar	-3 026	-2 652	-9 052	-8 332
Finansiella intäkter och kostnader	742	-209	1 814	-892
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>19 353</b>	<b>16 361</b>	<b>57 847</b>	<b>37 652</b>

# Noter

## Not 4 - Finansiella tillgångar och skulder

<b>Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde</b>	<b>2023-09-30</b>	<b>2022-09-30</b>
<i>Finansiella tillgångar i balansräkningen</i>		
Övriga fordringar	5 169	4 623
Likvida medel	135 723	81 610
<b>Summa</b>	<b>140 892</b>	<b>86 233</b>

Tillgångarnas maximala kreditrisk utgörs av de redovisade beloppen i tabellen ovan. Koncernen har inte erhållit några ställda säkerheter för de finansiella nettotillgångarna.

Övriga fordringar utgörs främst av fordringar på de betalningsförmedlare som koncernen samarbetar med för att erbjuda slutkunden betalnings- och finansieringslösningar och diverse korta fordringar.

Bokfört värde överensstämmer i all väsentlighet med verkligt värde.

<b>Övriga finansiella skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde</b>	<b>2023-09-30</b>	<b>2022-09-30</b>
<i>Finansiella skulder i balansräkningen</i>		
Leverantörsskulder	55 816	82 271
Övriga skulder	8 129	7 461
Upplupna kostnader	12 476	9 654
Leasingskulder	23 258	26 908
<b>Summa</b>	<b>99 679</b>	<b>126 295</b>

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

## Not 5 – Ägaröversikt

De 10 största aktieägarna per den 29 september 2023. En grupp aktieägare anses utgöra en ägare om de ägargrupperats i Euroclear.

<b>Ägare</b>	<b>Antal aktier</b>	<b>Andel av kapital</b>	<b>Andel av rösterna</b>
Madhat AB	2 505 874	12,1%	12,1%
Bank Julius Baer & Co LTD	2 321 605	11,2%	11,2%
Futur Pension Försäkringsaktiebolag	1 816 556	8,7%	8,7%
TIN Fonder	1 671 250	8,0%	8,0%
Alcur Fonder AB	1 524 756	7,3%	7,3%
Indexon AB	1 490 204	7,2%	7,2%
Movestic Livförsäkring AB	1 074 323	5,2%	5,2%
Mediuminvest AS	1 039 256	5,0%	5,0%
RBC Asset management	965 341	4,6%	4,6%
SEB Life International Assurance	878 201	4,2%	4,2%
<i>Totalt de tio största aktieägarna</i>	<i>15 287 366</i>	<i>73,5%</i>	<i>73,5%</i>
<b>Totalt antal utestående aktier</b>	<b>20 785 140</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Källa: Euroclear utdrag per 29 september 2023

# Moderbolag

## Moderbolagets resultaträkning

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Juli - september			Januari - september		
	2023	2022	Δ	2023	2022	Δ
Nettoomsättning	3 118	3 622	-13,9%	11 538	12 799	-9,9%
<b>Totala intäkter</b>	<b>3 118</b>	<b>3 622</b>	<b>-13,9%</b>	<b>11 538</b>	<b>12 799</b>	<b>-9,9%</b>
Övriga externa kostnader	-1 245	-1 268		-5 275	-4 490	
Personalkostnader	-2 019	-2 440		-6 624	-8 380	
Övriga rörelsekostnader	-	-15		-	-20	
<b>Rörelseresultat (EBIT)</b>	<b>-147</b>	<b>-101</b>	<b>45%</b>	<b>-361</b>	<b>-91</b>	<b>295%</b>
Finansiella intäkter	202	-		326	-	
Finansiella kostnader	-	-		-73	-201	
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>55</b>	<b>-101</b>	<b>-154,2%</b>	<b>-107</b>	<b>-292</b>	<b>-63,4%</b>
Skatter	-	-		-	-	
<b>Periodens resultat <sup>1)</sup></b>	<b>55</b>	<b>-73</b>	<b>-175,4%</b>	<b>-107</b>	<b>-257</b>	<b>-58,4%</b>

# Moderbolag

## Moderbolagets balansräkning

KSEK om inget annat anges

TILLGÅNGAR	30 september, 2023	30 september, 2022	31 december, 2022	EGET KAPITAL OCH SKULDER	30 september, 2023	30 september, 2022	31 december, 2022
<u>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</u>				<u>EGET KAPITAL</u>			
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>				<i>Bundet eget kapital</i>			
Andelar i koncernföretag	321 271	321 271	321 271	Aktiekapital	1 039	1 039	1 039
Långfristiga fordringar hos dotterföretag	11 080	3 554	3 591	<b>Delsumma, bundet eget kapital</b>	<b>1 039</b>	<b>1 039</b>	<b>1 039</b>
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>332 351</b>	<b>324 825</b>	<b>324 862</b>	<i>Fritt eget kapital</i>			
<u>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</u>				Balanserat resultat	331 607	318 965	318 965
Övriga fordringar	11 022	16 538	47 498	Periodens resultat	-107	-257	36 596
Förutbetalda kostnader	326	367	156	<b>Delsumma, fritt eget kapital</b>	<b>331 500</b>	<b>318 707</b>	<b>355 561</b>
Kassa och bank	10 341	10 493	10 983	<b>Summa eget kapital</b>	<b>332 539</b>	<b>319 747</b>	<b>356 600</b>
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>21 689</b>	<b>27 398</b>	<b>58 637</b>	<u>KORTFRISTIGA SKULDER</u>			
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>354 040</b>	<b>352 223</b>	<b>383 499</b>	Leverantörsskulder	320	242	251
				Aktuella skatteskulder	9 433	15 137	24 654
				Övriga skulder	10 594	15 764	383
				Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	1 154	1 334	1 611
				<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>21 501</b>	<b>32 477</b>	<b>26 898</b>
				<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>354 040</b>	<b>352 223</b>	<b>383 499</b>

# Försäkran från Styrelse och Verkställande Direktör

Styrelsen och verkställande direktören (VD) försäkrar att delårsrapporten ger en rättvisande utvecklingsöversikt över koncernens och moderbolagets (Rugvista Group AB (publ)) verksamhet, finansiella ställning och finansiella resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget och de företag som ingår i koncernen står inför.

Limhamn den 9 november 2023

---

**Martin Benckert**

Styrelseordförande

---

**Hanna Graflund Sleyman**

Styrelsemedlem

---

**Ebba Ljungerud**

Styrelsemedlem

---

**Patrik Berntsson**

Styrelsemedlem

---

**Ludvig Friberger**

Styrelsemedlem

---

**Magnus Dimert**

Styrelsemedlem

---

**Michael Lindskog**

VD

# Revisors granskningsrapport

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

Till styrelsen för Rugvista Group AB (publ)

## Inledning

Vi har utfört en översiktlig granskning av den finansiella delårsinformationen i sammandrag (delårsrapporten) för Rugvista Group AB (publ) per 30 september 2023 och den niomånadersperiod som slutade per detta datum. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta och presentera denna delårsrapport i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om denna delårsrapport grundad på vår översiktliga granskning.

## Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning

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

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

## Slutsats

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

Malmö, den dag som framgår av vår elektroniska underskrift

Ernst & Young

**Hanna Fehland**  
Auktoriserad revisor

# Definitioner och motivering av nyckeltal

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

Mått	Definition	Motivering
Antal nya kunder	Antal nya kunder som har lagt en beställning, före avbeställningar och returer.	Ett tal som ger en indikation om hur väl koncernen lyckas attrahera nya kunder med sitt erbjudande.
Antal ordrar	Antal ordrar som kunder har gjort under perioden före avbeställningar eller returer.	Ett tal som ger en indikation om koncernens aktivitetsnivå mot kunder. Används även för att beräkna enhetsbaserade nyckeltal.
Antal webbplatsbesök	Antal besök till bolagets webbutiker under perioden.	Ett tal som ger en indikation om förmågan att attrahera potentiella kunder till koncernens webbutiker.
Bruttomarginal	Bruttoresultatet dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten efter kostnaden för handelsvaror.
Bruttoresultat	Rörelseintäkter minskat med kostnaden för handelsvaror.	Ett tal som påvisar vad som finns kvar för att finansiera övriga kostnader efter att handelsvarorna har sålts.
Genomsnittligt NPS-värde	Genomsnittsvärdet för kundsvår på NPS (Net Promotor Score) frågan för beställningar mottagna under perioden. Maxvärdet är 100.	Ett tal som används för att mäta koncernens kundnöjdhet och är vedertaget bland flera olika industrier.
Genomsnittligt ordervärde	Genomsnittliga värdet, inklusive moms, av ordrar efter avbokningar under perioden dividerat med antalet ordrar under perioden.	Ett tal som ger en indikation om hur mycket varje kund är villiga att betala för koncernens produkter.
Genomsnittligt Trustpilot-värde	Genomsnittsvärdet för kundsvår på Trustpilot plattformen mottagna under perioden. Maxvärdet är 5,0.	Ett tal som används för att mäta kundnöjdhet.
Jämförelsestörande poster	Poster som saknar tydliga samband med den ordinarie verksamheten och är av sådan typ att den inte kan förväntas inträffa ofta eller regelbundet samt att det är en post av väsentligt värde.	Ett tal som isolera händelser som inte kan karakteriseras som normala driftkostnader.
Justerad rörelsemarginal (Justerad EBIT-marginal)	Justerad EBIT dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten för den operationella verksamheten exklusive jämförelsestörande poster.
Justerat rörelseresultat (Justerad EBIT)	Rörelseintäkter minus rörelsekostnaderna justerat för jämförelsestörande poster före finansnetto och skatt.	Ett tal som påvisar det operationella resultatet för verksamheten exklusive jämförelsestörande poster.

Mått	Definition	Motivering
Lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader)	Lagervärde per balansdagen dividerat med nettoomsättning (rullande 12 månader).	Ett tal som ger en indikation om lagervärdet är tillräckligt för att möta efterfrågan.
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen	Kostnaden för marknadsföringsaktiviteter utförda under perioden dividerat med nettoomsättningen under perioden.	Ett tal som påvisar hur mycket investeras i marknadsföring som en andel av nettoomsättningen.
Nettoomsättningstillväxt	Procentuell förändring i periodens nettoomsättning jämfört med föregående period.	Ett tal som påvisar tillväxttakten för nettoomsättning.
Nettoskuldssättning/ Nettokassa	Räntebärande skulder minus likvida medel.	Ett tal som visar förhållandet räntebärande skulder och räntebärande tillgångar samt likvida medel. Med andra ord möjligheten att på kort sikt lösa skulder om detta skulle krävas.
Organisk nettoomsättningstillväxt	Procentuell förändring i periodens nettoomsättning exklusive avyttrad verksamhet med justeringar gjorda för valutaeffekter jämfört med föregående period.	Ett tal som påvisar tillväxttakten för nettoomsättning exklusive avyttrad verksamhet och med justeringar för valutaeffekter.
Periodens marginal	Periodens resultat efter skatt dividerat med periodens totala intäkter.	Ett tal som påvisar lönsamheten efter skatt.
Resultat per aktie	Periodens resultat hänförligt till moderbolagets ägare, dividerat med genomsnittligt antal utestående aktier.	Målet är att fördela bolagets vinst till varje aktie.
Returgrad i procent	Värdet av returer (faktiska och förväntade) delat med försäljningen under perioden.	Ett värde som ger en indikation om bolagets kunder är nöjda med produkten de har beställt.
Rörelsemarginal (EBIT marginal)	Rörelseresultat (EBIT) dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten för den operationella verksamheten.
Rörelseresultat (EBIT)	Rörelseintäkter minus rörelsekostnaderna före finansnetto och skatt.	Ett tal som påvisar det operationella resultatet för verksamheten.
Segmentmarginal	Segmentresultat dividerat med nettoomsättning för segmentet.	Ett tal som påvisar segmentets lönsamhet.
Segmentresultat	Nettoomsättningen minskat med kostnaden för handelsvaror och marknadsföring för segmentet.	Ett tal som påvisar segmentets resultat bidrag.

# Ordlista

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





# Härledning av alternativa nyckeltal

## Bruttomarginal

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Juli-September		Januari-september	
	2023	2022	2023	2022
Rörelseintäkter (A)	160 040	128 395	469 961	436 446
Handelsvaror (B)	-60 037	-47 154	-175 088	-166 477
<b>Bruttoresultat (A) + (B)</b>	<b>100 003</b>	<b>81 241</b>	<b>294 874</b>	<b>269 969</b>
Nettoomsättning (C)	159 593	127 937	468 918	435 138
<b>Bruttomarginal, % ((A) + (B)) / (C)</b>	<b>62,7%</b>	<b>63,5%</b>	<b>62,9%</b>	<b>62,0%</b>

## Justerad rörelsemarginal

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Juli-September		Januari-september	
	2023	2022	2023	2022
Rörelseresultat (EBIT) (A)	18 610	16 570	56 033	38 544
Jämförelsestörande poster (B)	-	-	-	-
<b>Justerat rörelseresultat (A) + (B)</b>	<b>18 610</b>	<b>16 570</b>	<b>56 033</b>	<b>38 544</b>
Nettoomsättning (C)	159 593	127 937	468 918	435 138
<b>Justerad rörelsemarginal, % ((A) + (B)) / (C)</b>	<b>11,7%</b>	<b>13,0%</b>	<b>11,9%</b>	<b>8,9%</b>

## Lagervärde som andel av nettoomsättningen

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Juli-September		Januari-september	
	2023	2022	2023	2022
Varulager (A)	160 830	186 124	160 830	186 124
Nettoomsättning, rullande tolv månader (LTM) (B)	673 053	653 939	673 053	653 939
<b>Lagervärde som andel av nettoomsättningen (LTM) (A) / (B)</b>	<b>23,9%</b>	<b>28,5%</b>	<b>23,9%</b>	<b>28,5%</b>

## Nettoskuldsättning

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Juli-September		Januari-september	
	2023	2022	2023	2022
Likvida medel (A)	-135 723	-81 610	-135 723	-81 610
Räntebärande skulder (B)	-	-	-	-
Räntebärande leasingskulder (C)	23 258	26 908	23 258	26 908
<b>Nettoskuldsättning/(-)nettokassa (A) + (B) + (C)</b>	<b>-112 465</b>	<b>-54 702</b>	<b>-112 465</b>	<b>-54 702</b>

## Organisk nettoomsättningstillväxt

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Juli - September		Januari - september	
	2023	2022	2023	2022
Föregående års nettoomsättning (A)	127 937	141 025	435 138	486 183
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (B)	-	-	-	-
<b>Föregående års nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (A)-(B)=(C)</b>	<b>127 937</b>	<b>141 025</b>	<b>435 138</b>	<b>486 183</b>
Årets nettoomsättning (D)	159 593	127 937	468 918	435 138
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (E)	-	-	-	-
<b>Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (D)-(E)=(F)</b>	<b>159 593</b>	<b>127 937</b>	<b>468 918</b>	<b>435 138</b>
Valutaeffekt på årets nettoomsättning (G)	13 678	4 890	33 411	14 969
<b>Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet och valutaeffekter (F)-(G)=(H)</b>	<b>145 915</b>	<b>123 047</b>	<b>435 507</b>	<b>420 168</b>
<b>Organisk nettoomsättningstillväxt % (H)/(C)-1</b>	<b>14,1%</b>	<b>-12,7%</b>	<b>0,1%</b>	<b>-13,6%</b>

# Kvartalsinformation för utvalda kostnadsposter

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Jan - mar 2020		Apr - jun 2020		Jul - sep 2020		Okt - dec 2020	
<b>Resultat post</b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>
Nettoomsättning	106 686	100,0%	118 807	100,0%	110 157	100,0%	206 062	100,0%
Produktkostnader	-30 714	-28,8%	-31 705	-26,7%	-28 319	-25,7%	-54 669	-26,5%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-10 501	-9,8%	-12 209	-10,3%	-11 092	-10,1%	-24 338	-11,8%
Marknadsföringskostnader	-31 218	-29,3%	-31 524	-26,5%	-31 068	-28,2%	-56 622	-27,5%
	Jan - mar 2021		Apr - jun 2021		Jul - sep 2021		Okt - dec 2021	
<b>Resultat post</b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>
Nettoomsättning	204 538	100,0%	140 621	100,0%	141 025	100,0%	218 801	100,0%
Produktkostnader	-48 509	-23,7%	-32 651	-23,2%	-33 432	-23,7%	-52 939	-24,2%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-23 762	-11,6%	-18 218	-13,0%	-17 074	-12,1%	-24 243	-11,1%
Marknadsföringskostnader	-57 280	-28,0%	-41 635	-29,6%	-44 731	-31,7%	-69 025	-31,5%
	Jan - mar 2022		Apr - jun 2022		Jul - sep 2022		Okt - dec 2022	
<b>Resultat post</b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>
Nettoomsättning	185 973	100,0%	121 228	100,0%	127 937	100,0%	204 135	100,0%
Produktkostnader	-45 993	-24,7%	-32 284	-26,6%	-29 294	-22,9%	-49 878	-24,4%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-24 529	-13,2%	-16 517	-13,6%	-17 860	-14,0%	-28 458	-13,9%
Marknadsföringskostnader	-65 038	-35,0%	-40 529	-33,4%	-36 837	-28,8%	-62 898	-30,8%
	Jan - mar 2023		April - juni 2023		Jul - sep 2023			
<b>Resultat post</b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>		
Nettoomsättning	180 262	100,0%	129 063	100,0%	159 593	100,0%		
Produktkostnader	-41 557	-23,1%	-29 588	-22,9%	-38 414	-24,1%		
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-26 289	-14,6%	-17 617	-13,7%	-21 623	-13,5%		
Marknadsföringskostnader	-57 011	-31,6%	-40 242	-31,2%	-51 301	-32,1%		

# Vision & Strategi

Rugvistas affärsvision är **att vara navet för den europeiska mattbranschen**. För att förverkliga visionen har ett antal strategiska initiativ definierats. Initiativen på koncernens nuvarande strategiska agenda är:

## Vinn de europeiska nyckelmarknaderna

Detta mål ska uppnås genom att ytterligare förstärka den lokala prägeln på användarupplevelsen från "A till Ö" på våra huvudmarknader. Initiativ för att förstärka den lokala prägeln per region och/eller marknad inkluderar, men är inte begränsat till, åtgärder som att optimera leveransalternativ, skräddarsy betalningsalternativ och anpassa marknadsföringsaktiviteter.

Koncernen menar att ännu starkare lokal prägel på användarupplevelsen kommer att leda till ökad kundpreferens på kärnmarknaderna och därmed möjliggöra ytterligare effektiv tillväxt i dessa regioner.

I den andra fasen av detta initiativ är ambitionen att börja investera i att bygga ett känt och omtyckt varumärke som förväntas driva ytterligare kundförvärvning och preferens.

## Visa upp vårt sortiment

Detta mål ska uppnås genom att förfina hur vårt sortiment presenteras för användare i våra webbbutiker. Särskild vikt kommer att läggas vid att tydliggöra att de flesta produkter vi erbjuder antingen är utvecklade internt eller endast tillgängliga att köpa hos oss. Arbete för att förstärka berättelsen kring varje kategori, kollektion och/eller artikel pågår också genom att till exempel erbjuda inspirerande bilder och innehåll som del av användarupplevelsen.

Ny design av och introduktion av ytterligare funktionalitet i Rugvistas webbbutik, i syfte att göra det ännu enklare för användaren att hitta den perfekta mattan, ingår också som en del av detta initiativ.

Koncernen tror att dessa ansträngningar inte bara kommer att driva ökad varumärkespreferens, kundnöjdhet och lojalitet utan också över tid öka konverteringsgraden.

## Vara världsklass i allt vi gör

Detta mål ska uppnås genom att implementera mer omfattande och sofistikerade spårningsverktyg och processer för att styra och optimera vår kommersiella och operativa prestanda.

Koncernen tror att detta arbete kommer att ligga till grund för fortsatt lönsam tillväxt och effektivitetsförbättringar.

## Utnyttja utvalda marknadsplatser

Detta mål är för närvarande fokuserat på att skala vår Amazon-verksamhet då koncernen har identifierat detta som en, till stor del historiskt outnyttjad, tillväxtpotential. Tredjepartsmarknadsplatsen ska utvecklas genom att till exempel optimera sortimentet som erbjuds, tillse förbättrad artikelpresentation, arbeta mot Prime-kvalificering och skala marknadsföringsaktiviteterna på Amazon-plattformen.

# Om Rugvista Group AB (publ)

## Introduktion

Rugvista är en av Europas ledande "direct-to-consumer" e-handlare och säljer mattor via egna webbutiker tillgängliga på 20 olika språk under varumärkena Rugvista och Carpetvista. Bolaget grundades 2005 och erbjuder ett brett och relevant utbud av prisvärda kvalitativa design- och traditionella mattor. Rugvista erbjuder kunder inom EU fri frakt och kostnadsfri retur.

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

## Syfte och vision

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

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

## Styrkor och konkurrensfördelar

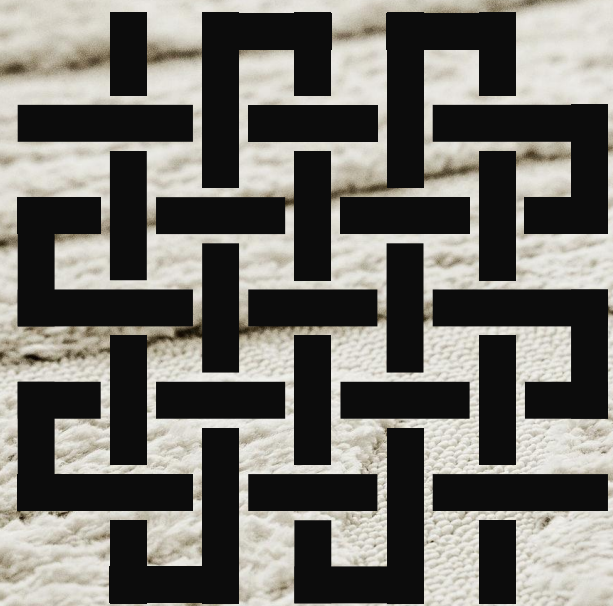
Rugvista anser sig ha ett antal styrkor och konkurrensfördelar som bidrar till koncernens förmåga att förverkliga strategiska målsättningar och uppnå finansiella mål:

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

## Finansiella mål

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

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



**RUGVISTA**

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