

Delårsrapport: 1 januari-31 mars 2021

Kraftig tillväxt

- Stark organisk utveckling och fortsatt högt förvärvstempo

SAMMANFATTNING

- Nettoomsättningen steg med 57,7 % till 2 567,8 (1 628,4) Mkr. Den organiska tillväxten uppgick till 36,5 %
- Bruttoresultatet ökade med 66,3 % till 699,3 (420,5) Mkr och bruttomarginalen uppgick till 27,2 (25,8) %
- Justerad EBIT uppgick till 183,7 (80,0) Mkr och den justerade EBIT-marginalen till 7,2 (4,9) %
- Rörelseresultatet uppgick till 168,6 (69,2) Mkr och rörelsemarginalen till 6,6 (4,2) %
- Kassaflödet från rörelsen uppgick till 119,5 (147,9) Mkr
- Periodens resultat uppgick till 115,3 (46,2) Mkr, en ökning med 149,4 % jämfört med föregående år
- Resultat per aktie före utspädning uppgick till 0,97 (0,43) kronor och efter utspädning till 0,96 (0,43) kronor

Viktiga händelser under och efter periodens slut

- Den 3 februari slutfördes en riktad nyemission, varigenom BHG Group tillfördes 1,6 Mdkr
- Förvärv av:
 - 51 % av **IP Agency**, ett ledande online-bolag inom produkter för fritid (annonserat den 5 februari). Förvärvet förstärker BHGs andel av egna varumärken ytterligare
 - 100 % av **Svenssons i Lammhult** genom dotterbolaget Nordic Nest (annonserat den 19 mars och villkorat av Konkurrensverkets godkännande). Förvärvet förstärker Nordic Nests position inom premiumvarumärken
 - 94 % av **Hafa Bathroom Group** (annonserat den 6 april och villkorat av Konkurrensverkets godkännande). Genom förvärvet stärker BHG sin ledande ställning inom badrumssegmentet ytterligare och utökar portföljen av egna varumärken
- Den 4 mars annonserades att Maria Morin kommer att tillträda en nyinrättad tjänst som chef för HR, kommunikation och ESG och ingå i BHG Groups ledningsgrupp

FINANSIELL SAMMANFATTNING

Mkr (om inte annat anges)	jan-mar		Δ%	jan-dec
	2021	2020		2020
Nettoomsättning	2 567,8	1 628,4	57,7	8 968,2
Bruttoresultat	699,3	420,5	66,3	2 330,8
Bruttomarginal (%)	27,2	25,8	1,4 p.p.	26,0
Justerad EBIT*	183,7	80,0	129,8	700,8
Justerad EBIT-marginal (%)	7,2	4,9	2,2 p.p.	7,8
Rörelseresultat	168,6	69,2	143,6	657,8
Rörelsemarginal (%)	6,6	4,2	2,3 p.p.	7,3
Periodens resultat	115,3	46,2	149,4	420,3
Resultat per aktie före utspädning, kr	0,97	0,43	125,6	3,87
Resultat per aktie efter utspädning, kr	0,96	0,43	123,3	3,80
Kassaflöde från rörelsen	119,5	147,9	-19,2	994,3
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	173,9	500,0	-65,2	1 796,0

* Se "Relevanta avstämningar av icke IFRS-baserade nyckeltal", för närmare beskrivning på sidan 28.



Kommentarer av Adam Schatz

VD & Koncernchef BHG Group

Efter ett transformativt 2020 inledde vi det nya året med fortsatt stark organisk tillväxt, utmärkt utveckling i nyligen förvärvade verksamheter, samt ett högt förvärvstempo. Med våra nyligen uppdaterade finansiella mål, däribland att vi åter ska dubbla verksamheten på medellång sikt, är vägen fram utstakad. Det gångna kvartalet visar tydligt vår rörelse längs denna väg.

Vi verkar i en värld i vilken utvecklingen på många sätt är svårare än vanligt att förutspå: Osäkerheten är stor kring hur konsumtionsviljan utvecklas som en följd av pandemin och pandemins effekter på offentliga stimulanser, räntebanor och bostadspriser. En ytterligare komplicerande faktor är de störningar som uppkommit i de globala logistikkedjorna. Vår egen kompass visar dock tydligt vägen fram trots den generella osäkerheten i omvärlden: Vår onlineposition i den stora och fortsatt lågt penetrerade Home Improvement-marknaden, våra fyra strategiska hörnspelare, vår kompetens att komplettera organiska initiativ med M&A och, ytterst, vår mission: *We make living easy*. Trots osäkerheten i omvärlden står vi på denna grundval trygga i att de goda tillväxtförutsättningarna för oss består.

Efter att båda våra segment uppvisat en stark utveckling under kvartalet landade nettoomsättningen på 2 567,8 Mkr, en ökning med 57,7 %, motsvarande en proforma organisk tillväxt på 42,7 % samt en organisk tillväxt på 36,5 %. Den fortsatt goda omsättningstillväxten resulterade också åter i en stark justerad EBIT, på 183,7 Mkr, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 7,2 %.

Proforma organisk tillväxt visar tydligt att Nordic Nest, som konsolideras från och med 1 januari i år och är vårt största förvärv hittills, fortsatte sin kraftiga tillväxt efter förvärvet. Jag rekommenderar er att läsa Bank Bergströms, vd på Nordic Nest, sammanfattande intryck från de första 90 dagarna som del av BHG på sid 10 i denna rapport. För min del kan jag konstatera att utöver att verksamheten utvecklas starkt, så fungerar samarbetet med Bank och hans team utmärkt.

Efter att vi i februari genom en riktad nyemission tillfört 1,6 miljarder kronor i nytt kapital har vi fortsatt att hålla ett högt förvärvstempo. I kvartalet har IP Agency och Svenssons i Lamnhult förvärvats och kort efter kvartalets utgång annonserade vi även förvärvet av Hafa Bathroom Group. Våra förutsättningar att fortsatt komplettera organiska initiativ med förvärv är bättre än någonsin och möjligheterna till attraktiva förvärv i våra marknader är tydliga – både i form av tillägsförvärv till existerande verksamheter, liksom större plattformsförvärv genom vilka vi etablerar en närvaro i en intressant kategori eller marknad.

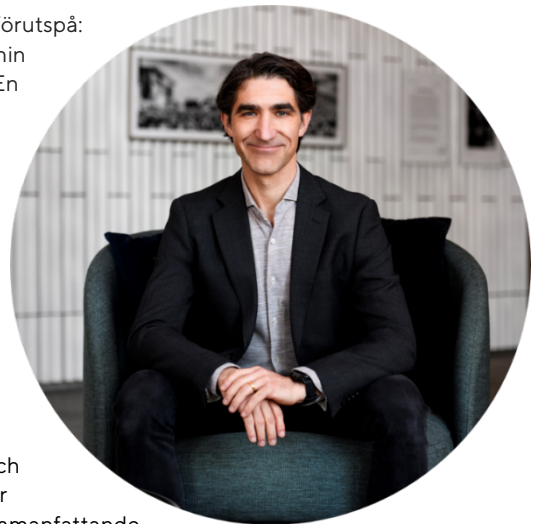
Vi befinner oss i skrivande stund en bit in i andra kvartalet och har m.a.o. börjat möta den period föregående år då efterfrågeutvecklingen tydligt accelererade i pandemins kölvatten. Efter ett helt år med tillväxt klart högre än trend är det svårt att sja om hur länge den höga efterfrågenivån består, men så här långt in i det andra kvartalet ser vi en fortsatt god efterfrågan. Vår övertygelse är att en högre nivå av onlinepenetration har etablerats och att marknaden kommer att utvecklas utifrån denna högre bas, med en fortsatt strukturell tillväxt i onlinesegmentet över en konjunkturcykel. Vi fortsätter därmed att bygga BHG för tillväxt.

Förutom att driva lönsam, kassagenererande tillväxt är två centrala områden för ledningsgruppen att ytterligare stärka allt som har med kundresan att göra samt att föra gruppen vidare inom hållbarhetsområdet, eller vad som numera ofta sammanfattas i begreppet ESG. Som ett led i detta annonserade vi i kvartalet att Maria Morin rekryterats in till en nyinrättad tjänst, som chef för HR, kommunikation och ESG. Maria börjar den 1 augusti och kommer att ingå i ledningsgruppen.

Utan våra entreprenörer i de operativa enheterna och deras medarbetare vore den gångna periodens framsteg och de ljusa framtidsutsikterna omöjliga: Tack till alla fantastiska BHG:are, inklusive de nya vi välkomnat i perioden, genom rekryteringar och förvärv! Tack också till vår växande skara aktieägare och till alla återkommande och nya kunder; vi arbetar oförtrutet med att förtjäna ert förtroende!

Malmö, 27 april 2021

Adam Schatz
Vd och koncernchef, BHG Group



“Vår passion att serva våra kunder tillsammans med vårt ekosystem av produkter och tjänster för hemmet har gjort oss till Nordens ledande onlineaktör mot konsument. Vi har sedan en tid tillbaka även ett starkt fotfäste i ett antal europeiska länder. Vår tillväxtresa fortsätter, utifrån vår unika position att leverera på vår vision – We make living easy.”

Koncernens finansiella utveckling i sammmandrag

Mkr (om inte annat anges)	jan-mar		Δ%	jan-dec
	2021	2020		2020
Nettoomsättning	2 567,8	1 628,4	57,7	8 968,2
Bruttoresultat	699,3	420,5	66,3	2 330,8
Bruttomarginal (%)	27,2	25,8	1,4 p.p.	26,0
Justerad EBITDA*	242,6	135,1	79,6	902,7
Justerad EBITDA-marginal (%)	9,4	8,3	1,2 p.p.	10,1
Justerad EBIT*	183,7	80,0	129,8	700,8
Justerad EBIT-marginal (%)	7,2	4,9	2,2 p.p.	7,8
Rörelseresultat	168,6	69,2	143,6	657,8
Rörelsemarginal (%)	6,6	4,2	2,3 p.p.	7,3
Periodens resultat	115,3	46,2	149,4	420,3
Kassaflöde från rörelsen	119,5	147,9	-19,2	994,3
Antal besök (tusental)	100 920	57 866	74,4	302 133
Antal order (tusental)	1 135	543	108,8	3 012
Konverteringsgrad (%)	1,1	0,9	0,2 p.p.	1,0
Genomsnittligt ordervärde** (kr)	2 438	3 119	-21,8	3 018

* Se "Relevanta avstämningar av icke IFRS-baserade nyckeltal", för närmare beskrivning på sidan 28.

** Kvartalets AOV är påverkat av att Nordic Nest, med AOVn på nivåer runt 1/3 av gruppens övriga verksamheter, konsolideras från 1 januari.

KOMMENTARER TILL RESULTATET FÖR PERIODEN

BHGs snabba utveckling fortsätter. Det första kvartalet kännetecknades av:

- Stark, lönsam, kassagenererande tillväxt, inklusive en mycket fin utveckling i Nordic Nest, vårt största förvärv hittills.
 - Gruppens omsättning uppgick till 2 567,8 Mkr i kvartalet. Den totala tillväxten uppgick till 57,7 %, proforma organisk tillväxt (d.v.s. inkl. Nordic Nest) till 42,7 % och den organiska tillväxten till 36,5 %.
 - Justerad EBIT uppgick till 183,7 Mkr i kvartalet, motsvarande justerad EBIT-marginal på 7,2 %. Den höga justerade EBIT-marginalen var, i likhet med de senaste kvartalen, ett resultat av en gynnsam pris- och produktmix, inklusive den fortsatt ökande andelen egna varumärken i DIY-segmentet, samt en god operativ hävstång till följd av den höga tillväxten.
 - Kassaflödet från rörelsen uppgick till 119,5 Mkr i kvartalet, trots att det första kvartalet säsongsmässigt typiskt sett inte kännetecknas av starka kassaflöden.
- Fortsatta framsteg vad gäller organiska initiativ för att bygga vidare på våra strategiska hörnpelare, inklusive en ökning av andelen av försäljningen i DIY-segmentet som kommer från våra egna varumärken.
- En hög aktivitetsnivå på M&A-sidan, inklusive två annonserade tilläggsförvärv under kvartalet och ett kort efter kvartalets utgång. Vi står operationellt och finansiellt väl rustade att agera på vår pipeline av ytterligare

spännande förvärvsmöjligheter, inte minst mot bakgrund av en fortsatt organisatorisk uppbyggnad av våra M&A- och integrationsteam, samt den i kvartalet genomförda riktade nyemissionen, som tillförde gruppen 1,6 Mdkr.

Gynnsamma marknadsförhållanden kombinerat med vår starka marknadsposition och vårt kundfokuserade och datadrivna angreppssätt har inneburit att vi varit väl positionerade för att möta en fortsatt hög efterfrågan: Vi har tillhandahållit ett attraktivt produktutbud, till rätt prispunkter och med ett batteri av relevanta kringtjänster.

För fjärde delårsrapporten i rad konstaterar vi att den osedvanligt höga tillväxttakten i perioden inte kan bestå i förlängningen. Bedömningen att våra onlinemarknader över en konjunkturcykel kan förväntas växa kring 15 % om året kvarstår. Även inledningen på det andra kvartalet har dock kännetecknats av en fortsatt stark efterfrågan, samtidigt som vi nu går in i en period med höga jämförelsetal.

De störningar som uppstått i de globala logistik- och produktförsörjningskedjorna till följd av pandemin har haft en viss negativ inverkan på kvartalet; tillväxten hade kunnat vara ytterligare ett par procentenheter högre om det inte vore för dessa. En redan ansträngd situation för godstrafiken från Asien förvärrades ytterligare av det ca. två veckor långa stoppet i Suezkanalen. Visserligen hade ingen av våra verksamheter några containrar just på den supertanker som blockerade kanalen, men dock på fartyg som fastnade i kön som uppstod bakom.

Den kombinerade bilden av utbud och efterfrågan som vi ser för närvarande visar alltså flaskhalsar i

produktförsörjningen, som väntas kvarstå åtminstone ytterligare ett antal månader, samt en fortsatt hög efterfrågenivå. Den sammanvägda situationen pekar därmed mot att vi även under andra kvartalet inom utvalda kategorier kommer att ha en utmaning i att fullt ut möta efterfrågan, snarare än att vi i närtid skulle uppleva en väsentlig efterfrågeinbromsning. Vidare förväntar vi oss att fraktraterna förblir höga genom hela det andra kvartalet och åtminstone en bit in i det tredje kvartalet. Vi bedömer att vi med de operationella åtgärder vi vidtagit under kvartalet står väl rustade både för att hantera utmaningarna och möta en fortsatt hög efterfrågan.

M&A

Under kvartalet annonserades två tilläggsförvärv och kort efter periodens utgång annonserades ett tredje. Dessa förvärv bidrar samtliga till en eller flera av vår fyra strategiska hörnpelare. Förvärven av Svenssons i Lammhult samt Hafa Bathroom Group är villkorade av Konkurrensverkets godkännande.

Förvärvet av Svenssons i Lammhult var en logisk fortsättning av att Nordic Nest nu blivit del av BHG och det förstärker tydligt vår ställning i premiumsegmentet, med vad vi anser vara ett av den svenska marknadens starkaste destinationsvarumärke, samt en portfölj av starka externa premiumvarumärken.

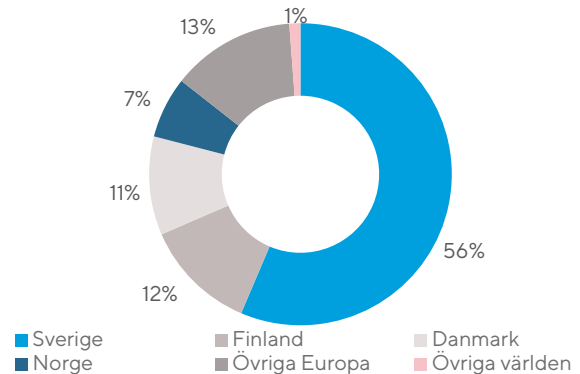
De båda förvärven inom DIY-segmentet har gemensamt att de tydligt driver den fortsatta utvecklingen mot en högre andel av egna varumärken, som komplement till de externa varumärkena som utgör merparten av försäljningen i segmentet. IP Agencys styrka ligger i egna varumärken inom fritidssegmentet, ett redan viktigt komplement på våra stora DIY-plattformar. Hafa Bathroom Group bidrar med tre starka varumärken i badrumssegmentet: Hafa, NORO och Westerbergs. Dessa kompletterar tydligt vårt eget varumärke, Bathlife. Genom Hafa Bathroom Group adderar vi också en organisation med stor vana att bygga starka varumärken med en tydlig och långsiktig position i marknaden.

Valutaeffekter

Den svenska kronan stärktes något i kvartalet i förhållande till både USD och EUR jämfört med föregående kvartal och var väsentligt starkare än motsvarande kvartal föregående år. Effekterna av detta ledde till negativa effekter på tillväxten i nettoomsättning, motsvarande ca. 3,0 procentenheter negativ påverkan.

Samtidigt hade kronförstärkningen positiva effekter på kostnadsbasen. Med det förenklade antagandet att prisbilden i marknaden inte påverkats av den starkare svenska kronan, eller annorlunda uttryckt, om man bara ser till effekterna av valutafluktuationerna på kostnadsbasen, uppskattar vi att valutaeffekter haft en positiv effekt på bruttomarginalen på ca. 15 Mkr, motsvarande ca. +0,6 procentenheter, samt en positiv nettoeffekt på EBIT uppgående till ca. +24 Mkr, motsvarande ca. +0,9 procentenheter på den justerade EBIT-marginalen.

Fördelning nettoomsättning per land (%) jan-mar 2021



Nettoomsättning

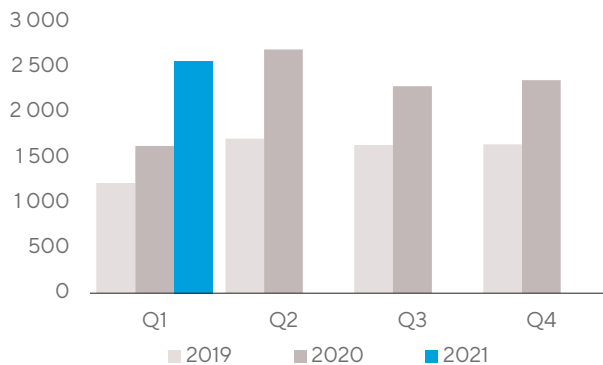
Tillväxten var stark i båda segmenten och drevs i DIY-segmentet inte minst av en fortsatt mycket god utveckling för våra egna varumärken. Samtidigt bidrog Nordic Nest högst väsentligt till den fina utvecklingen i Heminredningssegmentet.

Nettoomsättningen steg med 57,7 % till 2 567,8 (1 628,4) Mkr i kvartalet. Den organiska tillväxten uppgick till 36,5 % och proforma organisk tillväxt (som även inkluderar utvecklingen för nyligen genomförda förvärv, vilka typiskt sett växer snabbare efter det att de blivit en del av koncernen) uppgick till 42,7 % i kvartalet. I proforma organisk tillväxt ingår inte minst förvärvet av Nordic Nest.

Nettoomsättningen inom DIY-segmentet ökade med 47,6 % i kvartalet. Den organiska tillväxten uppgick till 44,8 %. Proforma organisk tillväxt uppgick till 43,3 %. De stora svenska och finska plattformarna, inklusive bygghemma.se, levererade åter på en hög nivå, samtidigt som den danska verksamheten och några av gruppens destinationer med starka portföljer av egna varumärken – såsom Arc E-commerce, Nordiska Fönster och LS-bolagen – växte mycket kraftigt.

Nettoomsättningen för Heminredningssegmentet steg med 70,6 % i kvartalet. Den organiska tillväxten uppgick till 25,4 %. Proforma organisk tillväxt, d.v.s. inklusive Nordic Nest, uppgick till 41,5 % i kvartalet, vilket tydligt demonstrerar både vikten av och den fortsatta starka utvecklingen för Nordic Nest. Gruppens östeuropeiska verksamhet, Furniture1, samt den nordiska specialisten inom belysning, Lampgallerian, utvecklades också synnerligen väl.

Gruppen har ett marknadsledande trafikdrivnings- och webteam. Koncernens webbutiker hade 100,9 (57,9) miljoner besök under kvartalet, vilket genererade 1 135 (543) tusen ordrar. Trots att antalet besök till gruppens destinationer utvecklades starkt – med en proforma tillväxt på 51 % – ökade konverteringsgraden. En övervägande majoritet av trafiken till gruppens destinationer kommer sedan en tid tillbaka från surfplattor och mobiler.

Nettoomsättning (Mkr)**Bruttomarginal och SG&A**

Produktmarginalen uppgick till 39,7 (37,8) % i kvartalet. Den redovisade bruttomarginalen (d.v.s. marginalen efter avdrag för direkta försäljningsomkostnader, såsom frakt, lagerhantering etc.), uppgick till 27,2 (25,8) % i kvartalet och tangerade därmed rekordnivån från föregående kvartal.

Den starka bruttomarginalen förklaras av:

- En ökad andel försäljning av egna varumärken inom DIY-segmentet.
- Ytterligare kostnads- och processeffektivitetsvinster inom inköp och logistik, delvis till följd av de höga volymerna.
- Positiva nettoeffekter från valutafluktuationer, framför allt till följd av en starkare SEK mot USD och EUR.
- Ett fortsatt fokus på upprätthållandet av prispunkterna för skrymmande produkter, för vilka annars skeppningskostnaderna utgör en väsentlig del av bruttobidraget.

Gruppen följer utvecklingen kring genomsnittliga ordervärden (AOV) noggrant och fäster särskild vikt vid att tillse att AOV:n för skrymmande produkter, som går med pallförsändelser, förblir hög. Detta är en viktig faktor för att upprätthålla höga bruttomarginaler. AOV:n för försändelser som skickas som paket genom leverans direkt till kunders brevlådor eller för uthämtning på service point är mindre väsentliga ur detta perspektiv. Den stora påverkan på AOV:n i kvartalet kommer från den mixförskjutning mot paketförsändelser som resulterat från att Nordic Nest konsolideras från och med 1 januari. Bruttomarginalen i kvartalet, på 27,2 %, tangerar rekordet från det föregående kvartalet och visar att en fördelaktig AOV-struktur bibehållits i förhållande till de leveransalternativ som är relevanta för en given kategori. Det är också värt att notera att valutaeffekter påverkade AOV negativt.

Kostnadsfokus är och förblir en av hörnpelarna i vår kultur. Samtidigt befinner vi oss i en fas då vi fortsätter bygga organisationen för att kunna leverera hög tillväxt med god kundnöjdhet på längre sikt och, som ett led i detta, kvarstår vår strävan att öka andelen egna varumärken, vilket också kräver en något mer omfattande organisation och högre onlinemarknadsföring, som vi redovisar som en del av försäljnings- och administrationskostnader (SG&A, definierat som skillnaden mellan justerat bruttoresultat och justerat EBITDA).

SG&A uppgick i kvartalet till 456,7 (285,4) Mkr, motsvarande 17,8 (17,5) % av nettoomsättningen. En låg SG&A i förhållande till nettoomsättningen har alltså kunnat behållas,

trots den fortsatta ökningen av andelen av försäljningen från egna varumärken och trots fortsatta organisatoriska förstärkningar. Som vi tidigare rapporterat befinner sig gruppen samtidigt i en fas då vi både adderar resurser för att hantera den höga tillväxten i närtid och fortsätter bygga organisationen för att kunna leverera hög tillväxt med god kundnöjdhet även på längre sikt.

Inga jämförelsestörande poster redovisades i kvartalet. Sedan det tredje kvartalet 2019 har vi valt att inte redovisa kostnader relaterade till gruppens pågående förvärvsagenda som jämförelsestörande. Vi har samtidigt kommunicerat att kostnader för eventuella större förvärv kan komma att behandlas som jämförelsestörande. Vi har valt att inte klassificera de transaktionskostnader som uppkommit i samband med periodens förvärv, som uppgick till 4,3 Mkr och framför allt bestod av den finska skatten på finansiella transaktioner, som jämförelsestörande.

Resultat

Våra medarbetares fina insatser, gruppens position och en fortsatt stark marknad innebar att lönsamheten i kvartalet var mycket god.

Koncernens justerade EBIT uppgick till 183,7 (80,0) Mkr i kvartalet, motsvarande en EBIT-marginal på 7,2 (4,9) %.

Koncernens rörelseresultat uppgick till 168,6 (69,2) Mkr i kvartalet, motsvarande en rörelsemarginal på 6,6 (4,2) %.

Avskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar uppgick till 15,2 (10,8) Mkr i kvartalet. Avskrivningarna avser identifierade övervärden hänförliga till kundrelationer och kunddatabaser i förvärvade bolag. Inga behov av nedskrivningar av goodwill eller övriga tillgångar identifierades i perioden eller i motsvarande period föregående år.

Koncernens finansnetto uppgick till -25,1 (-7,2) Mkr i kvartalet, vilket inkluderar omvärderade tilläggsköpeskillningar om -5,3 Mkr. Räntekostnaderna uppgick till -16,7 Mkr i kvartalet, varav -3,6 Mkr är hänförliga till leasingkulder relaterade till IFRS 16.

Koncernens resultat före skatt uppgick till 143,4 (62,0) Mkr i kvartalet.

Resultatet efter skatt uppgick till 115,3 (46,2) Mkr i kvartalet. Den effektiva skattesatsen uppgick till -19,6 (-25,4) %, motsvarande -28,2 (-15,8) Mkr i kvartalet.

VIKTIGA HÄNDELSE UNDER OCH EFTER DET FÖRSTA KVARTALET 2021

- Den 3 februari slutfördes en riktad nyemission, varigenom BHG Group tillfördes 1,6 Mdkr
- Förvärv av:
 - 51 % av **IP Agency**, ett ledande online-bolag inom produkter för fritid (annonserat den 5 februari). Förvärvet förstärker BHGs andel av egna varumärken ytterligare
 - 100 % av **Svenssons i Lammhult** genom dotterbolaget Nordic Nest (annonserat den 19 mars och villkorat av Konkurrensverkets godkännande). Förvärvet förstärker Nordic Nests position inom premiumvarumärken
 - 94 % av **Hafa Bathroom Group** (annonserat den 6 april och villkorat av Konkurrensverkets godkännande). Genom förvärvet stärker BHG sin ledande ställning inom badrumssegmentet ytterligare och utökar portföljen av egna varumärken

- Den 4 mars annonserades att Maria Morin kommer att tillträda en nyinrättad tjänst som chef för HR, kommunikation och ESG och ingå i BHG Groups ledningsgrupp

FINANSIELLA MÅL

Nettoomsättning

Gruppens ambition är att nå en nettoomsättning på 20 miljarder kronor på medellång sikt, inklusive förvärv. Målet att nå 20 miljarder kronor i nettoomsättning ska uppnås genom att kombinera organisk tillväxt minst i linje med marknaden, som förväntas växa med cirka 15 % per år över en konjunkturcykel, med förvärv, som ska addera 5-10 procentenheters tillväxt per år. Kombinationen av organiska och förvärvsrelaterade initiativ ska resultera i en tillväxt i intervallet 20-25 % per år.

Lönsamhet

Gruppen avser att fortsatt driva verksamheten på ett sådant sätt att tillväxt går hand i hand med god lönsamhet. Lönsamhetsmålet är att nå en justerad EBIT-marginal på minst 7 %.

Kapitalstruktur

Att upprätthålla en nettoskuld, exklusive IFRS 16 effekter, i förhållande till rullande 12-månader (LTM) EBITDA i spannet 1,5-2,5x, med flexibilitet för strategiska initiativ.

Utdelningspolicy

När det fria kassaflödet överstiger tillgängliga investeringar i lönsam tillväxt, och under förutsättning att kapitalstrukturmålet är uppfyllt, ska överskottet delas ut till aktieägarna.



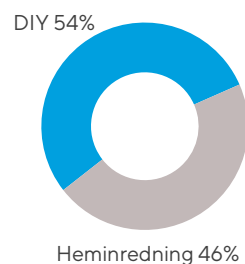
DIY-segmentet

“Det bredaste utbudet av externa och egna varumärken, till de bästa priserna, med produkter som levereras direkt till våra kunder, bara ett klick bort - det här är fundamentet för vår framgång.”

Kimmo Lähtenmäki, segmentschef DIY

- Segmentet rapporterade ännu ett mycket starkt kvartal, kännetecknat av tillväxt, rekordhög bruttomarginaler och kostnadskontroll, vilka resulterade i en hög justerad EBIT-marginal. Vidare annonserades två tilläggsförvärv, båda med bas i egna varumärkesportföljer: IP Agency, med fokus på fritidskategorin, och Hafa Bathroom Group, verksamt inom badrumskategorin. Förvärvet av Hafa Bathroom Group är villkorat av Konkursverks godkännande
- Segmentets nettoomsättning ökade med 47,6 % i kvartalet och den organiska tillväxten uppgick till 44,8 %
- Bruttomarginalen uppgick till rekordhög 25,7 (22,7) % i kvartalet. Marginalen påverkades positivt av att en hög andel av försäljningen bestod av egna varumärken samt gynnsamma marknadsförhållanden
- Justerad EBIT uppgick till 108,0 (39,2) Mkr i kvartalet, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 7,8 (4,2) %

Nettoomsättning per segment, jan-mar 2021



Mkr (om inte annat anges)	jan-mar		Δ%	jan-dec
	2021	2020		2020
Nettoomsättning	1 389,4	941,4	47,6	5 663,1
Bruttoresultat	356,9	214,0	66,8	1 327,4
Bruttomarginal (%)	25,7	22,7	3,0 p.p.	23,4
Justerad EBITDA	132,6	62,3	112,8	571,6
Justerad EBITDA-marginal (%)	9,5	6,6	2,9 p.p.	10,1
Justerad EBIT	108,0	39,2	175,5	475,8
Justerad EBIT-marginal (%)	7,8	4,2	3,6 p.p.	8,4
Rörelseresultat	100,0	31,2	220,6	444,0
Rörelsemarginal (%)	7,2	3,3	3,9 p.p.	7,8
Periodens resultat	64,7	19,4	233,9	185,4
Antal besök (tusental)	37 027	24 634	50,3	139 931
Antal order (tusental)	475	313	51,6	1 814
Konverteringsgrad (%)	1,3	1,3	0,0 p.p.	1,3
Genomsnittligt ordervärde (kr)	3 296	3 298	-0,1	3 155

KOMMENTARER DIY-SEGMENTET

DIY-segmentet påbörjade året på samma sätt som det föregående avslutades, d.v.s. med stark tillväxt och god lönsamhet. I en växande totalmarknad tog BHG ytterligare marknadsandelar. Våra kunder uppskattar kombinationen av marknads bredaste portfölj av externa varumärken, med en kompletterande och växande andel egna varumärken, men även att vi kompletterar den mest attraktiva digitala shoppingupplevelsen med fysisk infrastruktur i form av showrooms och tjänster, så som installationer.

Som ett resultat av förändringar i kundbeteenden i pandemins kölvatten accelererade tillväxten kraftigt redan under den andra halvan av mars 2020 och har sedan dess, med vissa variationer, förblivit hög. Vi förväntar oss dock att totalmarknaden för DIY under 2021 – d.v.s. inklusive den fysiska, butiksbaseade delen – inte kommer att utvecklas lika gynnsamt som under 2020. Samtidigt förefaller det sannolikt att den högre e-handelspenetrationen kommer att bestå och därmed att en ny bas har etablerats utifrån vilken vi kan fortsätta att växa.

Som vi tidigare skrivit förväntar vi oss en återgång till mer normala tillväxtnivåer, inte minst mot bakgrund av de tuffare jämförelsetal vi nu möter, men kan samtidigt rapportera att en god efterfrågenivå hållit i sig även så här långt in i årets andra kvartal.

Viktiga steg togs under kvartalet för att fortsätta förädla vårt kompletta kunderbjudande, vilket vi benämner the BHG ecosystem:

- Sortimentsexpansionen fortskred genom att vi välkomnade nya externa leverantörer inom våra nyckelkategorier och samtidigt byggde på portföljen av egna varumärken.
- Leveranserbjudandet vidareutvecklades tillsammans med våra logistikpartners, bl.a. genom en utökning av de produkter som finns tillgängliga för konsoliderade leveranser. Under det andra kvartalet kommer den svenska plattformen att rulla ut en tjänst som ger kunderna en bättre översikt över deras beställningar, samt möjliggör självbetjäning kring returhantering. Samtidigt kommer ett AI-baserat verktyg att sjösättas, som möjliggör mer frekventa och korrekta uppdateringar kring leveransflöden och därmed mer korrekta leveranslöften till kund.
- Gruppens installationsplattform inkluderar sedan en tid tillbaka ett rikstäckande installationsnätverk i Sverige och har nu också etablerats i Finland. Antalet installationer växte snabbt i kvartalet och konverteringsgraden – antal installationer per såld produkt för vilken installation erbjuds – ökade väsentligt. Det direkta finansiella bidraget från installationserbjudandet är ännu modest, men installationserbjudandet bidrar till produktförsäljning och genererar dessutom särdeles nöjda kunder.
- Två bolagsförvärv annonserades, som båda väsentligt kommer att förstärka segmentets portfölj av egna varumärken: Finska IP Agency, med en stark portfölj i fritidssegmentet och Hafa Bathroom Group, med en lång historia på den svenska badrumsmarknaden och med tre starka varumärken i kategorin – Hafa, NORO och Westerbergs – som väl kompletterar vårt eget Bathlife-varumärke.

DIY-segmentet stod för 54 % av gruppens totala nettoomsättning i kvartalet. Nettoomsättningen steg med 47,6 % till 1 389,4 (941,4) Mkr i kvartalet.

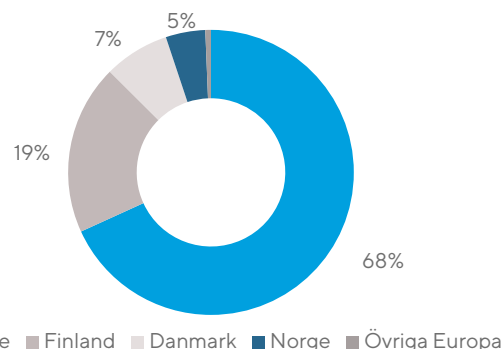
Segmentets beståndsdelar utvecklades i linje med vad vi sett de senaste kvartalen: God tillväxt i de stora svenska och finska plattformarna och utomordentlig tillväxt i den danska verksamheten, liksom i de verksamheter som företrädesvis tillhandahåller egna varumärken. Bland de senare utvecklades kategorierna badrum (genom Bathlife), dörrar och fönster (genom Nordiska Fönster) och fritid (bl.a. genom Arc E-commerce, LS-bolagen och Hemfint) särskilt väl.

Den förlängda utesäsong vi noterade i höstas har också hållit i sig, genom en tidigare försäljningsökning än tidigare säsonger för de typiska utekategorierna, inklusive den viktiga trädgårdskategorin.

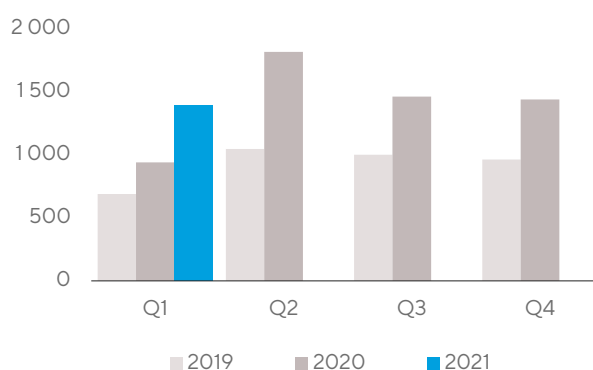
Justerad EBIT i kvartalet uppgick till 108,0 (39,2) Mkr, med en justerad EBIT-marginal på 7,8 (4,2) %.

Segmentets rörelseresultat uppgick till 100,0 (31,2) Mkr i kvartalet, med en rörelsemarginal på 7,2 (3,3) %.

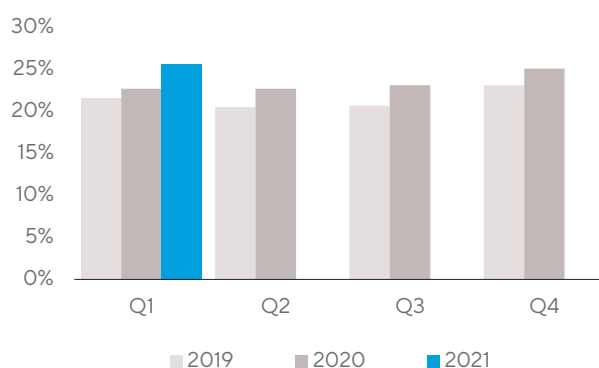
Fördelning nettoomsättning per land (%), jan-mar 2021



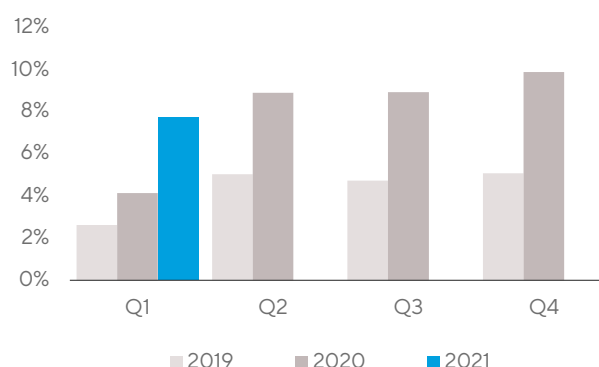
Nettoomsättning (Mkr)



Justerad bruttomarginal (%)



Justerad EBIT-marginal (%)



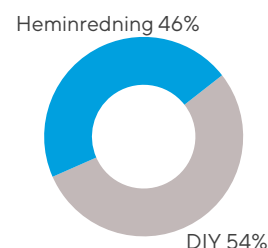
Heminredningssegmentet

“Att göra fantastiska heminredningsprodukter tillgängliga, till rätt prispunkter, för konsumenter i Norden, Europa och världen: Vårt bidrag till att förbättra och försköna våra kunders hem.”

Christian Eriksson, segmentschef HF

- Segmentet rapporterade ett mycket starkt kvartal, med en god organisk utveckling och en utomordentligt tillväxt i nyligen förvärvade Nordic Nest, som konsolideras in i segmentet från 1 januari. Vidare annonserades ett tilläggsförvärv till den vertikala som Nordic Nest utgör. Nordic Nest kommer tillsammans med Svenssons i Lammhult att bli ännu starkare, inte minst ur ett produktsortimentsperspektiv. Förvärvet av Svenssons i Lammhult är villkorat av Konkurrensverkets godkännande
- Segmentets tillväxt accelererade, från en redan god nivå, då nettoomsättningen ökade med 70,6 % i kvartalet, varav den organiska tillväxten uppgick till 25,4 % och proforma organisk tillväxt, d.v.s. inklusive Nordic Nest, uppgick till 41,5 %
- Bruttomarginalen uppgick till 28,9 (29,8) % i kvartalet. Den något lägre nivån än motsvarande period föregående år beror i huvudsak på två faktorer: En mixeffekt av Nordic Nest, som har något lägre bruttomarginaler än segmentets övriga verksamheter, samt effekter från den danska möbelverksamheten, som i sin tur bl.a. är konsekvensen av att ett nytt lager trimmats in under kvartalet, men som även påverkats av de strikta coronarestriktionerna i Danmark under januari och februari
- Justerad EBIT uppgick till 89,2 (44,6) Mkr i kvartalet, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 7,5 (6,4) %

Nettoomsättning per segment, jan-mar 2021



	jan-mar			jan-dec
Mkr (om inte annat anges)	2021	2020	Δ%	2020
Nettoomsättning	1 185,2	694,6	70,6	3 337,2
Bruttoresultat	342,9	207,0	65,6	1 005,4
Bruttomarginal (%)	28,9	29,8	-0,9 p.p.	30,1
Justerad EBITDA	123,2	76,5	61,0	382,1
Justerad EBITDA-marginal (%)	10,4	11,0	-0,6 p.p.	11,5
Justerad EBIT	89,2	44,6	100,1	276,2
Justerad EBIT-marginal (%)	7,5	6,4	1,1 p.p.	8,3
Rörelseresultat	81,9	41,8	96,0	265,0
Rörelsemarginal (%)	6,9	6,0	0,9 p.p.	7,9
Periodens resultat	56,8	29,2	94,7	125,4
Antal besök (tusental)	63 893	33 232	92,3	162 202
Antal order (tusental)	659	230	186,9	1 198
Konverteringsgrad (%)	1,0	0,7	0,3 p.p.	0,7
Genomsnittligt ordervärde* (kr)	1 820	2 875	-36,7	2 811

* Kvartalets AOV är påverkat av att Nordic Nest, med AOVn på nivåer runt 1/3 av segmentets övriga verksamheter, konsolideras från 1 januari.

KOMMENTARER HEMINREDNINGSSEGMENTET

Heminredningssegmentet fortsätter att utvecklas starkt och är nu inne på sitt tionde kvartal i följd med god tillväxt och lönsamhet. Denna period sträcker sig över tiden innan, likväl som under coronapandemin, och effekterna av de förändrade kundbeteendena i pandemins spår har i allmänhet varit

mindre tydliga för Heminredningssegmentet än för DIY-segmentet. Nordic Nest, verksamt på ett antal marknader i tillägg till de tidigare BHG-geografierna, har dock gynnats av de tydligare pandemieffekter som drivit heminredningsmarknaderna i länder på den europeiska kontinenten. Ett exempel på detta utgörs av en mycket snabb

tillväxt på den tyska marknaden, som resulterat i att Tyskland i kvartalet passerade Norge som Nordic Nests största marknad efter Sverige.

- Segmentet rapporterade en tillväxt på 70,6 % och en organisk tillväxt på 25,4 % i kvartalet. Proforma organisk tillväxt, som framför allt även inkluderar den fina utvecklingen i Nordic Nest, uppgick till 41,5 %.
- Nettoomsättningen utvecklades starkt på samtliga geografiska marknader, Nordic Nest, kategorispecialisten Lampgallerian, samt Furniture1 (den östeuropeiska verksamheten), uppvisade den högsta tillväxten.
- Liksom i det fjärde kvartalet påverkades dock nettoomsättningen negativt av flaskhalsar i delar av produktförsörjningen, inte minst i flödena från Asien, som inbegriper stora delar av utemöbelsortimentet. Vi bedömer att dessa störningar kommer att ha en viss effekt även i det andra kvartalet. Vidare hämmades den danska verksamheten under kvartalets två inledande månader av de tuffa coronarelaterade restriktioner som bl.a. innebar att verksamhetens samtliga showrooms tvingades hålla stängt och intrimningen av ett nytt lager försenades något.
- Slutligen påverkade den förstärkta svenska kronkursen i perioden nettoomsättningen negativt, motsvarande ca. - 3,8 procentenheter. Nettoeffekten på rörelseresultatet av valutafluktuationerna var dock positiv.

Nettoomsättningen inom Heminredningssegmentet ökade med 70,6 % till 1 185,2 (694,6) Mkr i kvartalet, motsvarande 46 % av gruppens totala nettoomsättning.

Nyligen förvärvade Nordic Nest, som konsoliderades in i segmentet för första gången från 1 januari 2021, växte med en bra bit över 100 %. Försäljningen i samtliga geografier utvecklades väl, varav försäljningen i Tyskland växte snabbast, både i relativa och absoluta termer. Verksamhetens traditionella kärnkategori, kök och dukning, fortsatte att utvecklas mycket starkt. Som ett led i den starka organiska utvecklingen håller nu lagerkapaciteten på att expanderas, i direkt anslutning till nuvarande huvudkontor och lager i Kalmar.

NORDIC NEST: BHG:S STÖRSTA FÖRVARV HITTILLS

BHG förvärvade Nordic Nest i slutet på 2020. Idag utgör Nordic Nest en vertikal inom Heminredningssegmentet.

Bank, Bergström, VD: Mina första 90 dagar inom BHG

Det har varit ett extremt spännande och intensivt första kvartal som del av BHG. Hela teamet på Nordic Nest imponeras av gruppens förmåga att hitta synergier och förbättringspotential och samtidigt värna om det som är viktigt att bibehålla hos oss som nya i gruppen. Jag var helt klart förberedd på att ett ägarbyte på kort sikt riskerade att bromsa den höga tillväxttakt vi haft de senaste åren, men utfallet blev raka motsatsen. BHG lyckas på ett bra sätt stötta i integrationen samtidigt som vi kan hålla en minst lika hög fart i verksamheten. Ett exempel på det höga tempot är att vi redan innan det första kvartalet avslutats, genomfört det första tilläggsförvärvet i form av Svenssons i Lammhult. Jag bedömer att det inom vertikalen finns mycket goda möjligheter till fortsatta tilläggsförvärv.

Nordic Nest-förvärvet etablerar en ny vertikal för gruppens Heminredningssegment, som riktar in sig mot vad vi kallar "affordable luxury"-segmentet och även sträcker sig upp i premiumsegmentet. I tillägg till de goda organiska tillväxtmöjligheter som vi ser i denna vertikal finns ett antal potentiella tilläggsförvärv. Både Nordic Nests ledningsgrupp och BHGs hade oberoende av varandra identifierat Svenssons i Lammhult som ett perfekt komplement i denna vertikal. När Nordic Nest och BHG nu blivit ett var det naturligt att skrida till verket och addera den anrika Svenssons-verksamheten till gruppen.

Nedgången i AOV i perioden förklaras dels av att Nordic Nest, med AOV-nivåer runt 1/3 av gruppens övriga heminredningsverksamhet, adderats och dels av negativa valutaeffekter. En god marginalstruktur för den del av sortimentet som går på pall har bibehållits och nedgången i segmentets AOV har därmed inte haft någon negativ effekt på bruttomarginalstrukturen.

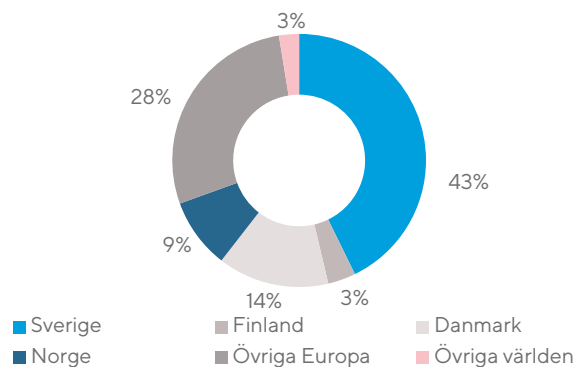
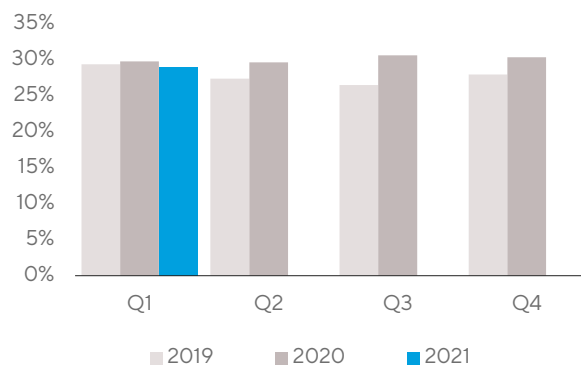
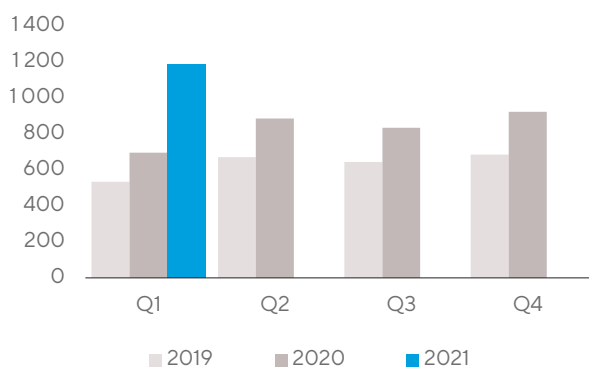
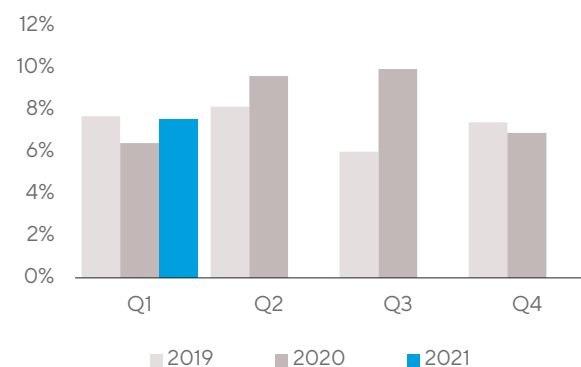
I vår nordiska heminredningsplattform utvecklades utekategorierna – utemöbler och trädgård – starkt i perioden. Precis som för DIY-segmentet tyder detta på att den traditionella högsäsongen, som normalt sätt påbörjas tidigt i andra kvartalet och fortsätter en bit in i det tredje kvartalet, förlängts i spåren av pandemin.

Vidare effektivitetsförbättringar implementerades i den nordiska lager- och logistikinfrastrukturen, med ett tidigare utemöbellager nu konsoliderat in i centrallagret i Helsingborg, och med ett nytt lager på plats på Själland, för att möjliggöra snabbare leveranser i Köpenhamn med omnejd. Vi står också i startgroparna att lansera egna leveranser i stor-Oslo under det andra kvartalet, då även en första visningsbutik i Norge kommer att invigas. Under kvartalet lanserades också mjukvara som möjliggör för kunder att välja leveranstider, till en början i Stockholm, Göteborg och Skåne, där vi redan har ett eget last mile-nätverk på plats.

Justerad EBIT i kvartalet uppgick till 89,2 (44,6) Mkr, med en justerad EBIT-marginal på 7,5 (6,4) %.

Segmentets rörelseresultat uppgick till 81,9 (41,8) Mkr i kvartalet, med en rörelsemarginal på 6,9 (6,0) %.



Fördelning nettoomsättning per land (%), jan-mar 2021**Justerad bruttomarginal (%)****Nettoomsättning (Mkr)****Justerad EBIT-marginal (%)**



Övrigt

KASSAFLÖDE OCH FINANSIELL STÄLLNING

Koncernens kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick i kvartalet till 119,5 (147,9) Mkr. Kassaflödet från den löpande verksamheten drevs främst av koncernens EBITDA och den gynnsamma rörelsekapitalbindningen, vilket är ett resultat av hög andel direktleveranser från leverantörer, relativt begränsad lagerhållning samt låga kundfordringsnivåer, förklarar av factoring utan regress och en hög andel kortbetalningar.

Ökningen i rörelsekapitalet i perioden är främst hänförlig till den höga efterfrågan i föregående kvartal, genom ett utflöde av leverantörsbetalningar samt att gruppen, mot bakgrund av 1) den fortsatt höga efterfrågan, 2) en ökande andel av försäljningen från egna varumärken i DIY-segmentet, som i hög grad skeppas från Asien och 3) de störningar som uppstått i de globala logistikkedjorna, har valt att acceptera en något högre lagernivå inför den just påbörjade utesäsongen.

Gruppens kassaflöde och rörelsekapitalposition följer en säsongsmissig profil, med lageruppbyggnad av framför allt utemöbler och fritidsprodukter under det första kvartalet inför högsäsongen, med hög försäljning och därmed hög kassakonvertering under de säsongsmissigt starka andra och tredje kvartalen, varefter rörelsekapital och lager typiskt sett ökar i det fjärde kvartalet.

Förvärvet av Nordic Nest, med högsäsong i det fjärde kvartalet, samt den ökade betydelsen av Black Week förändrar delvis rörelsekapitalets säsongsmissiga profil. Stark efterfrågan i det fjärde kvartalet medför ett mindre rörelsekapital till följd av höga leverantörsskulder, med motsvarande omvänd effekt i det första kvartalet genom ett utflöde av leverantörsbetalningar.

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 119,5 (147,9) Mkr i kvartalet, motsvarande en kassakonvertering (i förhållande till justerad EBITDA) på 48,8 (100,9) %.

Koncernens kassaflöde till investeringsverksamheten uppgick i kvartalet till -173,2 (-56,2) Mkr och var i perioden framför allt hänförligt till förvärvet av IP Agency Oy, utbetalningar avseende avtalade köpeskillingar och tilläggsköpeskillingar hänförliga till förvärv under tidigare perioder, liksom till IT-investeringar avseende webbplattformar och logistiklösningar.

Kassaflödet från respektive till finansieringsverksamheten uppgick till 1 677,0 (-5,0) Mkr i kvartalet, i huvudsak till följd av i perioden genomförd riktad nyemission om 1,5 Mdkr efter transaktionskostnader, högre utnyttjande av koncernens revolverande facilitet, amortering av faciliteter och leasingskulder samt betald ränta.

Koncernens likvida medel uppgick vid rapportperiodens utgång, jämfört med årets ingång, till 1 934,7 (299,0) Mkr.

Koncernens nettoskuld, vilken definieras som koncernens kort- och långfristiga räntebärande skulder gentemot kreditinstitut, med avdrag för likvida medel och kortfristiga placeringar, uppgick till 173,9 Mkr vid periodens utgång, jämfört med 1 796,0 Mkr vid årets ingång, motsvarande en nettoskuld i förhållande till LTM justerad EBITDA om 0,2x,

vilket överträffar koncernens kapitalstruktur mål på medellång sikt.

Koncernens övriga kort- och långfristiga räntebärande skulder utgörs av villkorade och uppskjutna tilläggsköpeskillingar, hänförliga till förvärv, vilka är föremål för en implicit räntekostnad relaterad till nuvärdeberäkningen för desamma. Dessa förpliktelser uppgick till 1 373,0 Mkr vid periodens utgång, jämfört med 1 023,3 Mkr vid årets ingång (se även "Relevanta avstämningar av icke IFRS-baserade nyckeltal" för närmare beskrivning).

Koncernens outnyttjade kreditfaciliteter uppgick till 240,0 Mkr vid periodens utgång, jämfört med 300,0 Mkr vid årets ingång.

Koncernens totala tillgångar vid rapportperiodens utgång, jämfört med årets ingång, uppgick till 10 966,8 (8 629,7) Mkr.

Koncernens egna kapital uppgick vid rapportperiodens utgång, jämfört med årets ingång, till 4 626,3 (2 823,0) Mkr.

MEDARBETARE

Antal anställda (mätt som FTE) uppgick vid periodens slut till 2 155. Medelantalet anställda (mätt som FTE) för de senaste tolv månaderna uppgick till 1 863.

SÄSONGSVARIATIONER

Koncernens verksamhet påverkas av säsongsvariationers inverkan på efterfrågan, framför allt på byggvaruprodukter och utemöbler. Till följd av vädrets påverkan på efterfrågan är koncernens omsättning och kassaflöde i regel högst under det andra kvartalet. Det tredje och fjärde kvartalet är i regel jämnstora med avseende på omsättning, där efterfrågan i det tredje kvartalet gynnas av vädrets påverkan och efterfrågan i det fjärde kvartalet vuxit i takt med att betydelsen av Black Week ökat. Efterfrågan, och följaktligen koncernens omsättning, har historiskt sett varit lägst i det första kvartalet. Även om säsongsvariationerna normalt inte påverkar koncernens relativa resultat och kassaflöde från år till år kan resultatet och kassaflödet påverkas under år med ovanligt hårda eller milda väderförhållanden, eller med mycket eller lite nederbörd. Väderförhållanden kan vidare ha väsentlig påverkan i enskilda kvartal, men jämnas vanligen ut på helåret.

MODERBOLAGET

Moderbolagets nettoomsättning uppgick i kvartalet till 0,4 (1,5) Mkr. Moderbolagets rörelseresultat uppgick till -13,0 (-0,2) Mkr i kvartalet. I jämförelseperioden var gruppens koncernchef, CFO och COO anställda i moderbolaget. Som en följd av organisationsförändringar under andra kvartalet 2020 flyttades ytterligare ett antal anställningar till moderbolaget. Utestående incitamentsprogram belastar moderbolagets resultat i kvartalet med -1,4 (-0,6) Mkr. Moderbolagets likvida medel uppgick till 1 544,9 Mkr vid rapportperiodens utgång, jämfört med 58,8 Mkr vid årets ingång.



REDOVISNINGSPRINCIPER

Denna rapport har upprättats genom tillämpning av reglerna i IAS 34 Delårsrapportering samt tillämpliga bestämmelser i Årsredovisningslagen. Delårsrapporten för moderbolaget har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagens 9 kapitel, Delårsrapport. För koncernen och moderbolaget har samma redovisningsprinciper och beräkningsgrunder tillämpats som i årsredovisningen för 2020.

Koncernen tillämpar vidare European Securities and Markets Authority's (ESMA:s) riktlinjer för alternativa nyckeltal. Definitioner av nyckeltal finns i relevanta avstämningar på sidan 28-32 i denna rapport.

Delårsinformationen på sidan 1-15 är en integrerad del av denna finansiella rapport.

RISKER OCH OSÄKERHETSFAKTORER

Det finns ett flertal strategiska, operativa och finansiella risker och osäkerhetsfaktorer som kan påverka koncernens finansiella resultat och ställning. De flesta kan hanteras genom interna rutiner, medan vissa i högre utsträckning styrs av yttre faktorer. Risker och osäkerhetsfaktorer finns relaterade till IT- och styrsystem, leverantörer, säsong- och vädervariationer och valutor, men kan även uppkomma vid ny konkurrens, förändrade marknadsförhållanden eller förändrade konsumtionsbeteenden för online-handel. Vidare föreligger även ränterisker för koncernen. För en utförligare beskrivning av de risker och osäkerhetsfaktorer som föreligger för koncernen och moderbolaget, se årsredovisningen 2020, not 26. Utöver de risker som beskrivs där bedöms inte några väsentliga risker ha tillkommit.

De långsiktiga effekterna av coronapandemin är för närvarande svåra att bedöma, se vidare not 5.

TRANSAKTIONER MED NÄRSTÅENDE

Samtliga transaktioner med närstående parter baseras på marknadsmässiga villkor. För mer information se not 4 i denna rapport.

BHG-AKTIE

BHG Group AB:s (publ) aktie är noterad på Nasdaq Stockholms Large Cap-lista under symbolen BHG och har ISIN-koden SE0010948588.

Aktiekursen vid ingången av året uppgick till 178,8 kronor. Vid periodens sista handelsdag var aktiekursen 145,4 kronor. Den högsta betalkursen, 192,0 kronor, noterades i januari och den lägsta betalkursen, 125,6 kronor, noterades i februari och mars.

Under perioden omsattes 42 260 642 BHG-aktier, vilket motsvarar en omsättningshastighet om 36,4 %.

Per den 31 mars hade BHG ca. 7 975 aktieägare, varav de största var EQT (17,7 %), Swedbank Robur Fonder (9,2 %), Handelsbanken Fonder (7,0 %), Capital Group (6,3 %) och Lannebo Fonder (3,9 %).

Per den 31 mars 2021 var antalet utfärdade aktier 120 928 437, varav samtliga är stamaktier.

Förändring av antalet aktier i perioden

Den 3 februari 2021 genomförde BHG Group AB en riktad nyemission om 10 800 000 aktier till en teckningskurs om 145 kronor per aktie, genom vilken koncernen tillfördes 1 545,0 Mkr efter avdrag för transaktionskostnader om 20,6 Mkr.

Under kvartalet har antalet aktier och röster i BHG Group AB även förändrats på grund av utnyttjande av teckningsoptioner som gavs ut på extra bolagsstämma den 26 mars 2018 inom ramen för det långsiktiga incitamentsprogrammet 2018/2021, vilket omfattade totalt 2 760 016 optioner. Varje option berättigade till teckning av en aktie. Utnyttjandeperioden inleddes den 1 januari 2021 och pågick fram till och med den 26 mars 2021. Teckningskursen per aktie enligt teckningsoptionerna uppgick till 61,75 kronor. Samtliga teckningsoptioner har utnyttjats, vilket innebär att koncernen tillförts 170,4 Mkr.

Efter den riktade nyemissionen och utnyttjandet av teckningsoptionerna inom ramen för incitamentsprogrammet 2018/2021 uppgår det totala antalet utestående aktier i BHG Group AB till 120 928 437.

Malmö, 27 april 2021

Adam Schatz

Vd och koncernchef

Denna rapport har ej varit föremål för granskning av bolagets revisorer.

BHG Group AB (publ)

Hans Michelsensgatan 9

211 20 Malmö

Organisationsnummer: 559077-0763

Denna information är sådan information som BHG Group AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom nedanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 27 april 2021 kl. 07.00 CEST.

KONTAKTUPPGIFTER

För ytterligare information, besök www.wearebhg.com eller kontakta:

Adam Schatz, vd och koncernchef
adam.schatz@bhggroup.se
+46 (0) 709-32 43 00

Jesper Flemme, CFO
jesper.flemme@bhggroup.se
+46 (0) 720-80 25 69

Johan Hähnel, Ansvarig för Investerarrelationer
johan.hahnel@bhggroup.se
+46 (0) 70-605 63 34



TELEFONKONFERENS I SAMBAND MED PUBLICERING AV KVARTALSRAPPORTEN

Adam Schatz, vd och koncernchef och Jesper Flemme, CFO kommer tisdagen den 27 april, klockan 10.00 att hålla en telefonkonferens i samband med publicering av kvartalsrapporten.

Telefonkonferensen kommer att hållas på engelska. För att delta i konferensen, ring +46 (0)8 5055 8350 eller gå till webblänken <https://tv.streamfabriken.com/bhg-q1-2021>.

Presentationsmaterialet återfinns på gruppens webbsida:
<https://www.wearebhg.com/sv/investerare/presentationer/>.



KVARTALSRAPPORTER PÅ WWW.WEAREBHG.COM

Den kompletta bokslutsrapporten för perioden januari till mars 2021 och tidigare kvartals- och årsbokslut finns tillgängliga på <https://www.wearebhg.com/sv/investerare/finansiella-rapporter/>

FINANSIELL KALENDER

5 maj 2021	Årsstämma (Malmö)
22 juli 2021	Delårsrapport januari-juni 2021
28 oktober 2021	Delårsrapport januari-september 2021

OM BHG

BHG är den största onlineaktören inom konsumenthandel i Norden. Vi har utöver våra nordiska verksamheter också en betydande närvaro i övriga Europa, liksom på utvalda marknader utanför Europa. Vår starka position på våra marknader innebär att vi är den största onlineaktören i Europa inom Home Improvement, som innefattar både Do-It-Yourself och Heminredning. Genom vårt ekosystem av onlinedestinationer, som kompletteras och understöds av fysiska showrooms och ett omfattande service- och tjänsteutbud, såsom last-mile leveranser och installationer, erbjuder vi marknadens ledande utbud av välkända externa och egna varumärken. Totalt uppgår antalet unika produkter i gruppen till närmare en miljon, vilket tillsammans med vårt övriga utbud, utgör ett komplett erbjudande inom DIY, fritidsprodukter, möbler och heminredning.

I Gruppen ingår över 100 onlinedestinationer, innefattande till exempel: www.bygghemma.se, www.trademax.se, www.chilli.se, www.furniturebox.se och www.nordicnest.se - och över 70 showrooms. Vårt huvudkontor ligger i Malmö och vi har verksamheter i de flesta europeiska länder. BHG är noterat på Nasdaq Stockholm, med tickern BHG.

BHG:s e-handelsverksamheter har över 2 000 anställda som varje dag arbetar för att skapa en optimal köupplevelse genom kombinationen av ett oöverträffat produktutbud och smart teknologi, kombinerat med ledande produktexpertis och ett brett utbud av service- och tjänster.

Resultaträkning för koncernen i sammandrag

Mkr	jan-mar		jan-dec
	2021	2020	2020
Nettoomsättning	2 567,8	1 628,4	8 968,2
Övriga rörelseintäkter	0,1	0,0	4,3
Summa intäkter	2 567,9	1 628,4	8 972,5
Handelsvaror	-1 868,5	-1 207,9	-6 637,4
Personalkostnader	-200,4	-138,9	-657,2
Övriga externa kostnader	-251,9	-141,6	-775,0
Övriga rörelsekostnader	-4,7	-4,9	-0,1
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	-73,8	-65,9	-245,0
Rörelseresultat	168,6	69,2	657,8
Finansnetto	-25,1	-7,2	-107,5
Resultat före skatt	143,4	62,0	550,3
Skatt	-28,2	-15,8	-130,0
Periodens resultat	115,3	46,2	420,3
Hänförligt till:			
Moderbolagets aktieägare	112,7	46,6	415,1
Innehav utan bestämmande inflytande	2,6	-0,4	5,1
Periodens resultat	115,3	46,2	420,3
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,97	0,43	3,87
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,96	0,43	3,80

* Formeln för resultat per aktie: resultat per aktie = periodens resultat / (genomsnittligt antal utstående stamaktier + utspädningseffekt till följd av utestående teckningsoptioner). Vid periodens utgång fanns totalt 2 647 526 (4 370 542) utestående teckningsoptioner, varav 1 526 698 (257 941) har en utspädningseffekt under kvartalet.

Rapport över totalresultat för koncernen i sammandrag

Mkr	jan-mar		jan-dec
	2021	2020	2020
Periodens resultat	115,3	46,2	420,3
Övrigt totalresultat			
Poster som har återförts eller kan återföras till periodens resultat			
Periodens omräkningsdifferenser	15,7	11,2	-11,3
Övrigt totalresultat för perioden	15,7	11,2	-11,3
Summa totalresultat för perioden	131,0	57,4	409,0
Summa totalresultat hänförligt till:			
Moderbolagets aktieägare	127,7	55,7	405,3
Innehav utan bestämmande inflytande	3,3	1,7	3,6
Summa totalresultat för perioden	131,0	57,4	409,0
Utestående aktier vid periodens slut	120 928 437	107 368 421	107 368 421
Genomsnittligt antal aktier			
Före utstädning	116 190 988	107 368 421	107 368 421
Efter utspädning	117 717 686	107 626 362	109 148 975

* Genomsnittligt antal aktier före och efter utspädning skiljer sig åt eftersom lösenpriset för de utestående optionsprogrammen understiger den under kvartalet.

Rapport över finansiell ställning för koncernen i sammandrag

Mkr	31 mar		31 dec
	2021	2020	2020
Anläggningstillgångar			
Goodwill	4 787,4	3 025,0	4 395,1
Övriga immateriella anläggningstillgångar	1 837,3	1 333,3	1 804,4
Summa immateriella anläggningstillgångar	6 624,7	4 358,3	6 199,6
Byggnader och mark	10,2	11,3	10,0
Leasingtillgångar	618,0	567,3	601,9
Materiella anläggningstillgångar	73,0	46,1	64,0
Finansiella anläggningstillgångar	10,1	7,4	9,4
Uppskjuten skattefordran	19,2	12,1	19,1
Summa anläggningstillgångar	7 355,1	5 002,6	6 904,0
Omsättningstillgångar			
Varulager	1 254,5	833,3	992,3
Kortfristiga fordringar	422,5	306,5	434,5
Likvida medel	1 934,7	366,0	299,0
Summa omsättningsstillgångar	3 611,6	1 505,8	1 725,7
Summa tillgångar	10 966,8	6 508,4	8 629,7
Eget kapital			
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	4 587,2	2 942,7	2 787,2
Innehav utan bestämmande inflytande	39,1	37,1	35,8
Summa eget kapital	4 626,3	2 979,7	2 823,0
Långfristiga skulder			
Uppskjuten skatteskuld	379,3	257,7	375,0
Övriga avsättningar	31,6	22,7	22,7
Långfristiga räntebärande skulder till kreditinstitut	2 028,4	815,6	2 042,6
Långfristiga leasingskulder	449,4	406,2	449,8
Övriga långfristiga räntebärande skulder	1 234,8	596,2	948,0
Summa långfristiga skulder	4 123,5	2 098,5	3 838,1
Kortfristiga skulder			
Kortfristiga räntebärande skulder till kreditinstitut	75,0	46,4	46,4
Kortfristiga leasingskulder	164,0	158,7	149,8
Övriga kortfristiga räntebärande skulder	138,2	54,6	75,3
Övriga kortfristiga skulder	1 839,8	1 170,5	1 697,2
Summa kortfristiga skulder	2 217,0	1 430,2	1 968,6
Summa eget kapital och skulder	10 966,8	6 508,4	8 629,7

Rapport över kassaflöden för koncernen i sammandrag

Mkr	jan-mar		jan-dec
	2021	2020	2020
EBITDA	242,6	135,1	902,7
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	6,6	-5,9	-14,2
Betald inkomstskatt	-36,2	-14,8	-56,0
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet	213,0	114,3	832,5
Förändringar i rörelsekapitalet	-93,5	33,6	161,8
Kassaflöde från den löpande verksamheten	119,5	147,9	994,3
Investeringar i verksamheter	-136,0	-30,0	-1 859,1
Lösen av lån till säljaren vid förvärv av verksamhet	-	-	-91,8
Investeringar i andra anläggningstillgångar	-37,4	-26,4	-94,1
Avyttringar av verksamheter	-	-	0,4
Avyttringar av andra anläggningstillgångar	0,2	0,1	0,5
Erhållen ränta	0,1	0,2	1,5
Kassaflöde till/från investeringsverksamheten	-173,2	-56,2	-2 042,6
Nyemission	1 715,8	-	-
Upptagande av räntebärande skulder	160,0	48,0	1 277,1
Amortering av räntebärande skulder	-190,3	-44,3	-147,3
Inbetalda optionspremier	-	-	12,9
Betald ränta	-8,5	-8,7	-32,2
Utdelning till innehav utan bestämmande inflytande	-	-	-5,5
Kassaflöde till/från finansieringsverksamheten	1 677,0	-5,0	1 105,1
Periodens förändring av likvida medel	1 623,3	86,8	56,8
Likvida medel vid periodens början	299,0	270,3	270,3
Omräkningsdifferens likvida medel	12,4	8,9	-28,1
Likvida medel vid periodens slut	1 934,7	366,0	299,0

Rapport över förändring i eget kapital för koncernen i sammandrag

Mkr	31 mar		31 dec
	2021	2020	2020
Ingående balans	2 823,0	2 925,1	2 925,1
Periodens totalresultat	131,0	57,4	409,0
Förvärv av innehav utan bestämmande inflytande i Furniture1 UAB	-	-	-11,6
Nyemission*	1 715,8	-	-
Effekter av optionspremier	0,8	-	7,5
Utdelning till innehav utan bestämmande inflytande	-	-	-5,5
Omvärdering av skulder till innehav utan bestämmande inflytande	-44,3	-2,7	-501,5
Utgående balans	4 626,3	2 979,7	2 823,0

* Nyemissionsbeloppet i perioden redovisas netto efter avdrag för transaktionskostnader om 20,6 Mkr.

Noter

NOT 1 SEGMENT

Mkr	jan-mar		jan-dec
	2021	2020	2020
Nettoomsättning			
DIY	1 389,4	941,4	5 663,1
Heminredning	1 185,2	694,6	3 337,2
Totalt operativa affärsområden	2 574,6	1 636,0	9 000,3
Övrigt*	5,0	3,2	18,0
Elimineringar	-11,8	-10,8	-50,1
Koncernen totalt	2 567,8	1 628,4	8 968,2
Intäkter från andra segment			
DIY	1,7	4,4	13,6
Heminredning	5,1	3,2	18,7
Övrigt*	5,0	3,2	17,9
Totalt	11,8	10,8	50,1

Mkr	jan-mar		jan-dec
	2021	2020	2020
Rörelseresultat och resultat före skatt			
DIY	100,0	31,2	444,0
Heminredning	81,9	41,8	265,0
Totalt operativa affärsområden (rörelseresultat)	181,9	73,0	709,0
Övrigt*	-13,4	-3,8	-51,2
Koncernen totalt (rörelseresultat)	168,6	69,2	657,8
Finansiella poster	-25,1	-7,2	-107,5
Koncernen totalt (resultat före skatt)	143,4	62,0	550,3

* Koncernens övriga verksamheter utgörs primärt av koncernövergripande funktioner samt finansiering. Följaktligen utgjordes omsättningen i allt väsentligt av ersättning för managementtjänster (så kallad management fee).

jan-mar 2021					
Mkr	DIY	Hem- inredning	Övrigt	Elim- inering	Kon- cernen
Sverige	947,4	506,8	5,0	-10,8	1 448,4
Finland	268,1	42,0	-	-0,0	310,1
Danmark	102,9	168,2	-	-	271,1
Norge	62,2	106,4	-	-	168,6
Övriga Europa	8,9	331,5	-	-1,1	339,3
Övriga världen	-	30,3	-	-	30,3
Nettoomsättning	1 389,4	1 185,2	5,0	-11,8	2 567,8

jan-mar 2020					
Mkr	DIY	Hem- inredning	Övrigt	Elim- inering	Kon- cernen
Sverige	631,0	324,4	3,2	-8,1	950,5
Finland	188,3	27,6	-	-1,7	214,2
Danmark	61,3	145,6	-	-	206,9
Norge	54,4	57,0	-	-	111,3
Övriga Europa	6,4	140,1	-	-1,0	145,5
Nettoomsättning	941,4	694,6	3,2	-10,8	1 628,4

Helår 2020					
Mkr	DIY	Hem- inredning	Övrigt	Elim- inering	Kon- cernen
Sverige	3 659,5	1 575,2	18,0	-42,7	5 210,1
Finland	1 330,1	141,6	-	-2,6	1 469,0
Danmark	380,8	612,1	-	-	992,9
Norge	252,0	264,1	-	-	516,1
Övriga Europa	40,7	744,2	-	-4,9	780,1
Nettoomsättning	5 663,1	3 337,2	18,0	-50,1	8 968,2

NOT 2 RÖRELSEFÖRVARV

Förvärv 2021

- Den 5 februari 2021 förvärvade koncernen 51 % av aktierna i IP Agency Finland Oy (IP Agency), ett ledande online-bolag inom produkter för sport och fritid. Produkterna utgörs av egna varumärken som säljs i företrädesvis Finland, Sverige, Belgien, DACH-länderna och USA. IP Agencys årliga försäljningstillväxt under de senaste tre åren har överstigit 120 % och omsättningen under 2020 uppgick till drygt 180 Mkr med en EBITDA-marginal på över 25 %. Förvärvet redovisas genom segmentet DIY från 1 februari.

Mkr	2021					
	Netto identifierbara tillgångar och skulder	Goodwill	Köpe- skilling	Likvida medel	Villkorad/ uppskjuten köpeskilling, säljarrevers	Kassaflöde netto
Förvärv av aktier i IP Agency Oy	94,3	374,3	468,7	46,0	295,9	-126,8
Tvångsinlösen, Sleepo AB	-	-	-	-	-	-2,5
Tilläggsköpeskilling, Arc E-commerce AB	-	-	-	-	-	-0,8
Tilläggsköpeskilling, Arredo Holding AB	-	-	-	-	-	-0,9
Tilläggsköpeskilling, Edututor Oy	-	-	-	-	-	-5,0
	94,3	374,3	468,7	46,0	295,9	-136,0

Intäkter och resultat för perioden för det förvärvade bolaget

Förvärvet har sedan förvärvsdatumet bidragit med 21,8 Mkr till koncernens intäkter och med 2,0 Mkr till koncernens resultat efter skatt. Om förvärvet konsoliderats från räkenskapsårets början skulle det ha bidragit med 33,5 Mkr till koncernens intäkter och 4,4 Mkr till koncernens resultat efter skatt.

Avtalade, ej slutförda förvärv

- Den 19 mars 2021 annonserade koncernen att avtal ingåtts gällande förvärv av 100 % av aktierna i E.Svenssons i Lammhult AB, en ledande svensk detaljhandelskedja med möbler och heminredning från över 170 kända kvalitetsvarumärken och över 25 000 produkter. Varumärkena utgörs till stor del av designklassiker och ett noga utvalt inredningssortiment. Förvärvet kommer att redovisas genom segmentet Heminredning efter sedvanliga Konkurrensverkets godkännanden.
- Den 6 april annonserade koncernen att avtal ingåtts gällande förvärv av 94 % av aktierna i Hafa Bathroom Group AB, Sveriges största privatägda badrumsföretag med en marknadsledande onlineplattform och tre starka varumärken; Hafa, NORO och Westerbergs. Därmed förstärker BHG ytterligare andelen egna varumärken inom badrumssegmentet med goda möjligheter att driva tillväxt främst i Norden. Hafa Bathroom Groups omsättning under 2020, exklusive genom BHG-kanaler, uppgick till cirka 200 Mkr, med god lönsamhet. Förvärvet kommer att redovisas genom segmentet DIY efter Konkurrensverkets godkännanden.

NOT 3 VERKLIGT VÄRDE

Villkorade tilläggsköpeskillningar tillhör nivå 3 i värderingshierarkin, d.v.s. den nivå som är tillämplig för tillgångar och skulder som anses illikvida och svårvärderade samt för vilka indata till värdering inte är observerbara på marknaden. Det verkliga värdet på villkorade köpeskillningar beräknas genom diskontering av framtida kassaflöden med en riskjusterad diskonteringsränta. Förväntade kassaflöden bestäms utifrån sannolika scenarier för framtida EBITDA, belopp som kommer att utgå vid respektive utfall och sannolikheten för respektive utfall.

I tabellen anges redovisat värde för villkorade och uppskjutna köpeskillningar hänförliga till koncernens förvärv samt skulder till innehav utan bestämmande inflytande.

Redovisat värde anses för samtliga finansiella tillgångar och finansiella skulder vara en rimlig approximation av posternas verkliga värden.

Mkr	31 mar		31 dec
	2021	2020	2020
Redovisat värde vid periodens ingång	1 023,3	554,5	554,5
Redovisat i årets resultat	7,2	-1,4	63,6
Redovisat i eget kapital	54,9	15,9	485,7
Ianspråktaget belopp	-8,4	-6,2	-220,7
Anskaffningsvärde förvärv	296,0	88,1	140,1
Redovisat värde vid periodens utgång	1 373,0	650,9	1 023,3

NOT 4 TRANSAKTIONER MED NÄRSTÅENDE

Transaktioner mellan BHG Group AB och dess dotterbolag har eliminerats i koncernredovisningen.

Samtliga transaktioner mellan närstående parter baseras på marknadsmässiga villkor och förhandlingar har gjorts på "armlängds avstånd".

Transaktioner med ägarna

Under det första kvartalet 2021 genomförde koncernen en riktad nyemission om 10 800 000 aktier till en teckningskurs om 145 kronor per aktie, vilket inbringade 1 545,0 Mkr efter avdrag för transaktionsutgifter. Vidare har samtliga optioner inom ramen för incitamentsprogrammet LTIP 2018 utnyttjats under det första kvartalet. Genom utnyttjandet av optionerna emitterades 2 760 016 aktier för en teckningskurs om 61,75 kr per aktie vilket inbringade 170,4 Mkr. Inga andra transaktioner med ägarna har genomförts under det första kvartalet 2021.

NOT 5 KONSEKVENSER AV CORONAPANDEMIN

Coronapandemin har lett till att nordiska konsumenter har rest mindre och spenderat mer tid hemma. På grund av den rådande situationen har konsumenter därför valt att investera mer i sina hem samt i högre grad göra sina inköp online än i fysiska butiker. Då BHG säljer hemförbättringsprodukter online, har det förändrade kundbeteendet ökat efterfrågan på BHGs produkter. BHGs finansiella ställningen har förblivit stark genom pandemin.

BHG har under Coronapandemin arbetat medvetet för att trygga säkerheten för personal och leverantörskedjor. Utvalda delar av personalen har arbetat hemifrån, resor har begränsats och möten har genomförts genom videokonferens. BHG har haft ett tätt samarbete med leverantörer för att trygga leveranser och utökat lagerhållningen för att minimera risken för varubrist. De störningar som uppstått i de globala logistik- och produktförsörjningskedjorna till följd av pandemin har haft en viss negativ inverkan på kvartalet och väntas kvarstå åtminstone ytterligare ett antal månader.

BHGs starka ställningen inom hemförbättringsprodukter online i Norden bör gynna bolaget även framåt. Det tycks sannolikt att den ökade onlinepenetrationen som skett under pandemin kvarstår och marknaden för BHGs produkter har därmed blivit större.

Moderbolagets resultaträkning i sammandrag

Mkr	jan-mar		jan-dec
	2021	2020	2020
Nettoomsättning	0,4	1,5	1,6
Summa intäkter	0,4	1,5	1,6
Personalkostnader	-11,8	0,9	-34,2
Övriga externa kostnader	-1,5	-2,6	-11,2
Rörelseresultat	-13,0	-0,2	-43,9
Finansnetto	-3,1	-0,5	-2,4
Koncernbidrag	-	-	132,3
Resultat före skatt	-16,1	-0,7	86,0
Skatt	7,6	0,1	-18,4
Periodens resultat/totalresultat	-8,5	-0,5	67,6

Rapport över övrigt totalresultat har inte upprättats då moderbolaget saknar transaktioner som ska redovisas i övrigt totalresultat.

Moderbolagets balansräkning i sammandrag

Mkr	31 mar		31 dec
	2021	2020	2020
Anläggningstillgångar			
Övriga immateriella anläggningstillgångar	0,7	0,6	0,8
Summa immateriella anläggningstillgångar	0,7	0,6	0,8
Andelar i koncernföretag	2 691,6	2 691,6	2 691,6
Långfristiga fordringar på koncernföretag	1 325,0	-	1 000,0
Summa anläggningstillgångar	4 017,3	2 692,1	3 692,4
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar	5,5	7,8	5,6
Fordringar på koncernföretag	5,8	33,0	223,2
Likvida medel	1 544,9	6,8	58,8
Summa omsättningstillgångar	1 556,2	47,6	287,6
Summa tillgångar	5 573,5	2 739,7	3 979,9
Eget kapital			
Bundet eget kapital	3,6	3,2	3,2
Fritt eget kapital	4 516,3	2 733,0	2 808,7
Summa eget kapital	4 520,0	2 736,2	2 811,9
Obeskattade reserver	28,6	-	28,6
Långfristiga skulder till kreditinstitut	997,4	-	996,9
Summa långfristiga skulder	997,4	-	996,9
Kortfristiga skulder			
Övriga kortfristiga skulder	27,5	3,5	142,5
Summa kortfristiga skulder	27,5	3,5	142,5
Summa eget kapital och skulder	5 573,5	2 739,7	3 979,9

Nyckeltalssammanställning

	2021	2020				
	Q1	Q4	Q3	Q2	Q1	jan-dec
KONCERNEN						
Nettoomsättningstillväxt (%)	57,7	43,2	39,7	57,7	33,5	44,4
Organisk tillväxt (%)	36,5	35,5	32,3	41,8	22,1	33,7
Proforma organisk tillväxt (%)	42,7	44,5	32,5	44,2	23,3	38,7
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	39,7	38,7	37,4	36,1	37,8	37,4
Bruttoresultat (%)	27,2	27,2	25,9	25,1	25,8	26,0
Justerad EBIT (%)	7,2	8,2	8,5	8,6	4,9	7,8
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,97	0,85	1,24	1,34	0,43	3,87
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,96	0,83	1,22	1,33	0,43	3,80
Soliditet %	42,2	32,7	45,2	43,2	45,8	32,7
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	173,9	1796,0	87,2	-26,2	500,0	1796,0
Kassaflöde från rörelsen	119,5	220,7	20,7	605,0	147,9	994,3
Antal besök (tusental)	100 920	77 950	75 644	90 672	57 866	302 133
Antal order (tusental)	1 135	865	715	889	543	3 012
Genomsnittligt ordervärde (kr)	2 438	2 725	3 080	3 193	3 119	3 018
DIY						
Nettoomsättningstillväxt (%)	47,6	49,4	46,0	73,8	36,7	53,0
Organisk tillväxt (%)	44,8	39,4	34,6	48,3	17,9	36,6
Proforma organisk tillväxt (%)	43,3	39,3	35,4	51,1	21,5	38,3
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	35,1	34,4	33,1	32,3	32,2	33,0
Bruttoresultat (%)	25,7	25,1	23,1	22,7	22,7	23,4
Justerad EBIT (%)	7,8	9,9	9,0	8,9	4,2	8,4
Antal besök (tusental)	37 027	31 894	36 398	47 004	24 634	139 931
Antal order (tusental)	475	490	427	584	313	1 814
Genomsnittligt ordervärde (kr)	3 296	2 819	3 264	3 280	3 298	3 155
Heminredning						
Nettoomsättningstillväxt (%)	70,6	34,7	29,5	32,3	30,0	31,7
Organisk tillväxt (%)	25,4	30,1	28,6	31,5	27,6	29,6
Proforma organisk tillväxt (%)	41,5	50,7	27,3	31,6	26,7	39,3
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	44,9	45,2	44,9	43,7	45,1	44,7
Bruttoresultat (%)	28,9	30,3	30,7	29,7	29,8	30,1
Justerad EBIT (%)	7,5	6,9	9,9	9,6	6,4	8,3
Antal besök (tusental)	63 893	46 056	39 246	43 668	33 232	162 202
Antal order (tusental)	659	375	288	305	230	1 198
Genomsnittligt ordervärde (kr)	1 820	2 601	2 806	3 027	2 875	2 811



Relevanta avstämningar av icke IFRS-baserade nyckeltal

Vissa uppgifter i denna rapport som företagsledningen och analytiker använder för att bedöma koncernens utveckling är inte upprättade enligt IFRS (International Financial Reporting Standards). Företagsledningen anser att dessa uppgifter underlättar för investerare att analysera koncernens utveckling av skäl som anges nedan. Investerare bör betrakta dessa uppgifter som ett komplement snarare än en ersättning för finansiell redovisning enligt IFRS. Observera att koncernens definitioner av dessa mått kan skilja sig från andra företags definitioner av samma begrepp.

JUSTERAD EBIT, JUSTERAD EBITDA SAMT JUSTERAT BRUTTORESULTAT

Justerad EBIT motsvarar rörelseresultat exklusive avskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar samt, vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar samt, i förekommande fall, jämförelsestörande poster. I justerad EBIT ingår m.a.o., i enlighet med redovisningsreglerna, alla avskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar som är hänförliga till rörelsen (vilket även var fallet i tidigare använda resultatmått, justerad EBITA). Skillnaden mellan icke justerad och justerad EBIT är att avskrivningar som uppstått som en redovisningsteknisk följd av allokering av förvärvsköpeskilling läggs tillbaka i justerad EBIT.

Genom att använda beräkningsmodellen för justerad EBIT underlättas förståelsen för koncernens intjäning och resultat eftersom justerad EBIT ger en korrekt bild av koncernens rörelseresultat, utan avdrag för den redovisningstekniska avskrivning som uppstår som effekt av förvärvsanalyserna kopplade till förvärven (som inte är relaterad till de underliggande verksamheterna). Därutöver underlättas peer comp-analys av företag som inte gör förvärv, samtidigt som analys och bedömning av förvärvsobjekt blir mer tydlig och transparent då deras EBIT-bidrag sammanfaller med det faktiska bidraget till koncernen efter konsolidering. Det är samtidigt viktigt att notera att effekten av förvärven återspeglas i koncernens kapitalstruktur och nettoskuld i enlighet med vedertagna redovisningsregler.

Justerat bruttoreultat och justerad EBITDA motsvarar bruttoreultat samt EBITDA med justering för jämförelsestörande poster.

Koncernen

Mkr	jan-mar		jan-dec
	2021	2020	2020
Rörelseresultat	168,6	69,2	657,8
Totalt jämförelsestörande poster	-	-	-
Av- och nedskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar	15,2	10,8	43,0
Justerad EBIT	183,7	80,0	700,8
Justerad EBIT (%)	7,2	4,9	7,8
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	58,6	55,1	201,9
Vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar	0,2	-0,0	-0,0
Justerad EBITDA	242,6	135,1	902,7
Justerad EBITDA (%)	9,4	8,3	10,1
Nettoomsättning	2 567,8	1 628,4	8 968,2
Varukostnad	-1 548,2	-1 012,5	-5 609,9
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	1 019,6	615,9	3 358,3
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	39,7	37,8	37,4
Direkta försäljningsomkostnader	-320,3	-195,4	-1 027,5
Bruttoresultat	699,3	420,5	2 330,8
Bruttoresultat (%)	27,2	25,8	26,0
Justerat bruttoresultat	699,3	420,5	2 330,8
Justerat bruttoresultat (%)	27,2	25,8	26,0

DIY-segmentet

Mkr	jan-mar		jan-dec
	2021	2020	2020
Rörelseresultat	100,0	31,2	444,0
Totalt jämförelsestörande poster	-	-	-
Av- och nedskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar	7,9	8,0	31,8
Justerad EBIT	108,0	39,2	475,8
Justerad EBIT (%)	7,8	4,2	8,4
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	24,4	23,2	95,9
Vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar	0,2	-0,0	-0,1
Justerad EBITDA	132,6	62,3	571,6
Justerad EBITDA (%)	9,5	6,6	10,1
Nettoomsättning	1 389,4	941,4	5 663,1
Varukostnad	-902,0	-638,3	-3 794,1
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	487,4	303,1	1 869,0
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	35,1	32,2	33,0
Direkta försäljningsomkostnader	-130,5	-89,1	-541,6
Bruttoresultat	356,9	214,0	1 327,4
Bruttoresultat (%)	25,7	22,7	23,4
Justerat bruttoresultat	356,9	214,0	1 327,4
Justerat bruttoresultat (%)	25,7	22,7	23,4

Heminredningssegmentet

Mkr	jan-mar		jan-dec
	2021	2020	2020
Rörelseresultat	81,9	41,8	265,0
Totalt jämförelsestörande poster	-	-	-
Av- och nedskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar	7,2	2,8	11,2
Justerad EBIT	89,2	44,6	276,2
Justerad EBIT (%)	7,5	6,4	8,3
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	34,0	31,9	105,8
Vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar	-0,0	0,0	0,1
Justerad EBITDA	123,2	76,5	382,1
Justerad EBITDA (%)	10,4	11,0	11,5
Nettoomsättning	1 185,2	694,6	3 337,2
Varukostnad	-652,5	-381,3	-1 845,9
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	532,7	313,3	1 491,3
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	44,9	45,1	44,7
Direkta försäljningsomkostnader	-189,8	-106,3	-485,9
Bruttoresultat	342,9	207,0	1 005,4
Bruttoresultat (%)	28,9	29,8	30,1
Justerat bruttoresultat	342,9	207,0	1 005,4
Justerat bruttoresultat (%)	28,9	29,8	30,1

NETTOSKULD / NETTOKASSA

Koncernledningen bedömer att koncernens faktiska nettoskuld/nettokassa motsvarar koncernens kort- och långfristiga räntebärande skulder gentemot kreditinstitut med avdrag för likvida medel, kortfristiga placeringar och transaktionsutgifter, varför övriga kort- och långfristiga räntebärande skulder exkluderas. Koncernens övriga kort- och långfristiga räntebärande skulder utgörs av villkorade och uppskjutna tilläggsköpeskillingar hänförliga till förvärv, vilka är föremål för en implicit räntekostnad. Leasingskulder återspeglar balansräkningseffekterna av IFRS 16-standarden.

Vid slutet av det första kvartalet uppgick nettoskulden till 173,9 Mkr, motsvarande en nettoskuld i förhållande till LTM justerad EBITDA om 0,2x. Koncernens övriga kort- och långfristiga räntebärande skulder utgörs av villkorade och uppskjutna tilläggsköpeskillingar hänförliga till förvärv, vilka är föremål för en implicit räntekostnad relaterad till nuvärdeberäkningen för desamma. Dessa skulder uppgick till 1 373,0 Mkr vid utgången av kvartalet, att jämföra med 1 023,3 Mkr vid ingången av året. Leasingskulder återspeglar balansräkningseffekten av IFRS 16-standarden och uppgick till 613,4 Mkr vid utgången av kvartalet, jämfört med 599,6 Mkr vid början av året.

Mkr	31 mar		31 dec
	2021	2020	2020
Långfristiga räntebärande lån	3 712,6	1 818,0	3 440,4
Kortfristiga räntebärande lån	377,2	259,7	271,4
Summa skulder	4 089,8	2 077,7	3 711,8
Likvida medel	-1 934,7	-366,0	-299,0
Justering leasingskulder	-613,4	-564,9	-599,6
Justering villkorade och uppskjutna tilläggsköpeskillingar	-1 373,0	-650,9	-1 023,3
Justering transaktionsutgifter	5,2	3,9	6,1
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	173,9	500,0	1 796,0



Definitioner

Nyckeltal	Definition	Motivering
Aktiens omsättningshastighet	Antal aktier omsatta under perioden dividerat med genomsnittligt antal utestående aktier före utspädning.	Aktieomsättningshastigheten är ett mått som visar i vilken omfattning aktierna i BHG Group AB omsätts genom handel på NASDAQ Stockholm.
Antal besök	Antalet besök hos Bolagets webbutiker under den uppmätta tidsperioden.	Måttet antal besök används för att mäta kundaktivitet.
Antal order	Antal order som placeras under den uppmätta tidsperioden.	Antal order är ett mått som används för att mäta kundaktivitet.
Bruttomarginal	Bruttoresultat i procent av nettoomsättning.	Bruttomarginalen ger en indikation på täckningsbidraget som andel av nettoomsättningen.
Bruttomarginal före direkta försäljningskostnader	Bruttoresultat före direkta försäljningskostnader – i huvudsak frakt- och lagerkostnader – i procent av nettoomsättningen.	Ett ytterligare marginalmått som kompletterar det fulladdade bruttomarginalmålet, vilket möjliggör ytterligare transparens.
Bruttoresultat	Nettoomsättning minus kostnad för handelsvaror. Bruttoresultatet inkluderar kostnader som är direkt hänförliga till handelsvaror, så som lager- och transportkostnader. Bruttoresultatet inkluderar jämförelsestörande poster.	Bruttoresultatet ger en indikation på verksamhetens täckningsmarginal.
EBIT	Rörelseresultat före nedskrivningar och avskrivningar av förvärvade övervärden	EBIT ger tillsammans med EBITDA en bild av vinst genererad av den löpande verksamheten.
EBITDA	Rörelseresultat före av- och nedskrivningar, finansiella poster och skatt.	EBITDA ger en övergripande bild av vinst som genereras av verksamheten före av- och nedskrivningar.
EBITDA-marginal	EBITDA i procent av nettoomsättning.	EBITDA-marginalen är ett användbart mått tillsammans med nettoomsättningstillväxt för att övervaka värdeskapande.
EBIT-marginal	EBIT i procent av nettoomsättning.	EBIT-marginalen är ett användbart mått tillsammans med nettoomsättningstillväxt för att övervaka värdeskapandet.
Genomsnittligt ordervärde (AOV)	Totalt ordervärde (det vill säga internetförsäljning, portointäkter och relaterade tjänster) dividerat med antal beställningar.	Genomsnittligt ordervärde mäts som en indikator på intäktsgenerering.
Investeringar	Investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar.	Investeringar ger en indikation på totala investeringar i materiella och immateriella tillgångar.
Justerad bruttomarginal	Justerat bruttoresultat i procent av nettoomsättning.	Den justerade bruttomarginalen ger en indikation på täckningsbidraget som andel av nettoomsättningen.
Justerad EBIT	EBIT exklusive av- och nedskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar, vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar samt eventuella jämförelsestörande poster.	Måttet är relevant för att visa Bolagets resultat som genereras av den löpande verksamheten.
Justerad EBITDA	EBITDA exklusive jämförelsestörande poster.	Måttet är relevant för att visa Bolagets resultat som genereras av den löpande verksamheten.
Justerad EBITDA-marginal	Justerad EBITDA i procent av nettoomsättning	Måttet är relevant för att skapa en förståelse av den operativa lönsamheten som genereras av rörelsen.
Justerad EBIT-marginal	Justerad EBIT i procent av nettoomsättning.	Måttet är relevant för att visa Bolagets resultat som genereras av den löpande verksamheten.
Justerade försäljnings- och administrationskostnader	Skillnaden mellan justerat bruttoresultat och justerad EBITDA, vilket därmed exkluderar övriga specificerade poster.	Försäljnings- och administrationskostnader ger en indikation på rörelsekostnader, exklusive kostnader för handelsvaror, vilket därmed ger en indikation på effektiviteten i Bolagets verksamhet.

Nyckeltal	Definition	Motivering
Aktiens omsättningshastighet	Antal aktier omsatta under perioden dividerat med genomsnittligt antal utestående aktier före utspädning.	Aktieomsättningshastigheten är ett mått som visar i vilken omfattning aktierna i BHG Group AB omsätts genom handel på NASDAQ Stockholm.
Justerat bruttoresultat	Nettoomsättning minus kostnad för handelsvaror. Justerat bruttoresultat inkluderar kostnader som är direkt hänförliga till handelsvaror, så som lager- och transportkostnader. Justerat bruttoresultat exkluderar även jämförelsestörande poster.	Justerat bruttoresultat ger en indikation på verksamhetens täckningsmarginal.
Jämförelsestörande poster	Jämförelsestörande poster avser händelser och transaktioner vilkas resultateffekter är viktiga att uppmärksamma när periodens resultat jämförs med tidigare perioder och innefattar, bland annat, realisationsvinster och förluster vid avyttringar, kostnader relaterade till väsentliga nedskärningar, omstruktureringar med åtgärdsplaner i syfte att omforma en väsentlig del av verksamheten, väsentliga nedskrivningar och övriga väsentliga ej återkommande kostnader och intäkter.	Jämförelsestörande poster är en beteckning på poster vilka exkluderade visar Bolagets intjäning exkluderat poster vilka till sin karaktär inte är återkommande som en del av den löpande verksamheten.
Kassakonvertering	Kassaflöde från den löpande verksamheten före skatt minus investeringar i anläggningstillgångar (capex) i procent av justerad EBITDA.	Operativ kassakonvertering gör det möjligt för Bolaget att övervaka förvaltningen av löpande investeringar och rörelsekapital.
Nettoomsättningstillväxt	Periodens nettoomsättningstillväxt, beräknad i jämförelse med motsvarande period föregående år, uttryckt i procent.	Nettoomsättningstillväxten gör det möjligt för Bolaget att jämföra tillväxten mellan olika perioder och med den övergripande marknaden och konkurrenterna.
Nettoskuld	Summan av räntebärande skulder, exklusive leasingskulder och tilläggsköpeskillningar och med avdrag för likvida medel, kortfristiga placeringar och förutbetalda låneutgifter.	Nettoskuld är ett mått som visar Bolagets räntebärande nettoskuldsättning till finansiella institut.
Organisk tillväxt	Avser tillväxt för jämförbara webbutiker och showrooms gentemot föregående år, innefattande enheter med ett fullt kalenderår av konsoliderad jämförelsedata, dvs förändring i nettoomsättning justerat för förvärvad nettoomsättning, enligt ovan definition.	Måttet organisk tillväxt gör det möjligt för Bolaget att övervaka den underliggande nettoomsättningstillväxten exklusive effekterna av förvärv.
Proforma organisk tillväxt	Avser tillväxt för jämförbara webbutiker och showrooms gentemot föregående år, även innefattande samtliga de enheter som ingår i koncernen, d.v.s. inklusive tillväxt i nyligen gjorda förvärv.	Proforma organisk tillväxt är ett mått som inkluderar tillväxten i nyligen gjorda förvärv. Detta mått inkluderar därmed de försäljningssynergier som möjliggörs genom koncernens M&A-aktiviteter.
Rörelsekapital	Varulager samt ej räntebärande kortfristiga fordringar minus ej räntebärande kortfristiga skulder.	Rörelsekapital ger en indikation på Bolagets kortfristiga ekonomiska förmåga, eftersom det indikerar om Bolaget har tillräckliga kortfristiga tillgångar för att täcka kortfristiga skulder.
Rörelsemarginal (EBIT-marginal)	EBIT i procent av nettoomsättning.	Rörelsemarginalen är ett användbart mått tillsammans med nettoomsättningstillväxten för att övervaka värdeskapandet.
Soliditet	Eget kapital, inklusive innehav utan bestämmande inflytande, i procent av balansslutningen.	Nyckeltalet speglar företagets finansiella ställning och således dess långsiktiga betalningsförmåga. God soliditet / stark finansiell ställning ger en beredskap att kunna hantera perioder med svag konjunktur och finansiell beredskap för tillväxt. En lägre soliditet innebär en högre finansiell risk, men också en högre finansiell hävstång.