



Delårsrapport: 1 januari-30 september 2021

Tillväxtresan fortsätter

- Organisk tillväxt, M&A och synergier resulterade i en tillväxt i kvartalet om 33,6 %

SAMMANFATTNING

1 juli - 30 september

- Nettoomsättningen steg med 33,6 % till 3 060,5 (2 290,3) Mkr. Den organiska tillväxten uppgick till 5,5 % och proforma organisk tillväxt uppgick till 10,2 %
- Bruttoresultatet ökade med 32,7 % till 786,1 (592,3) Mkr och bruttomarginalen uppgick till 25,7 (25,9) %
- Justerad EBIT uppgick till 164,5 (194,0) Mkr och den justerade EBIT-marginalen till 5,4 (8,5) %
- Rörelseresultatet uppgick till 123,0 (183,2) Mkr och rörelsemarginalen till 4,0 (8,0) %
- Kassaflödet från rörelsen uppgick till -232,0 (20,7) Mkr
- Periodens resultat uppgick till 61,7 (134,9) Mkr
- Resultat per aktie före utspädning uppgick till 0,50 (1,24) kronor och efter utspädning till 0,49 (1,22) kronor

1 januari - 30 september

- Nettoomsättningen steg med 38,8 % till 9 178,8 (6 613,6) Mkr. Den organiska tillväxten uppgick till 16,6 % och proforma organisk tillväxt uppgick till 21,0 %
- Bruttoresultatet ökade med 43,9 % till 2 427,1 (1 686,2) Mkr och bruttomarginalen uppgick till 26,4 (25,5) %
- Justerad EBIT uppgick till 626,3 (506,7) Mkr och den justerade EBIT-marginalen till 6,8 (7,7) %
- Rörelseresultatet uppgick till 553,1 (474,4) Mkr och rörelsemarginalen till 6,0 (7,2) %
- Kassaflödet från rörelsen uppgick till 223,6 (773,6) Mkr
- Periodens resultat uppgick till 376,9 (328,4) Mkr
- Resultat per aktie före utspädning uppgick till 3,09 (3,02) kronor och efter utspädning till 3,05 (2,98) kronor

Viktiga händelser under och efter periodens slut

• M&A: Fortsatt hög förvärvstakt

- Den 9 juni annonserades förvärvet av 92 % av HYMA, vårt näst största förvärv hittills. Transaktionen slutfördes 21 juli. HYMA konsolideras från och med 1 augusti och förstärker DIY-segmentets ledande nordiska onlineposition genom både en kategorifördjupning och kategoribreddning och möjliggör tillväxt- och kostnadssynergier.
- Den 2 september annonserades förvärvet av 80 % av AH-Trading, ett av de ledande e-handelsföretagen i Tyskland inom trädgårdsmöbler. AH-Trading konsolideras från och med 1 september i Heminredningssegmentet. Förvärvet skapar förutsättningar för synergier inom såväl försäljning som inköp och etablerar närvaro och infrastruktur i Tyskland, utifrån vilken fortsatt tillväxt kan drivas på den strategiskt viktiga tyska marknaden.

• Tillväxtinitiativ: Framsteg kring centrala organiska initiativ

- Investeringar i teknikplattformen kring produkt- och kunddata, liksom automatisering av utvalda delar av lagerinfrastrukturen, samt ett första showroom och egna last mile-leveranser i Oslo-regionen.
- Samtliga initiativ syftar ytterst till att komplettera kunderbjudandet och generera en ledande kundupplevelse genom ytterligare sortimentsexpansion och -utbyte mellan de operativa enheterna, geografisk expansion av de egna varumärkena, samt förstärkning av BHGs digitala försprång och infrastruktur.

FINANSIELL SAMMANFATTNING

Mkr (om inte annat anges)	jul-sep			jan-sep			jan-dec
	2021	2020	Δ%	2021	2020	Δ%	2020
Nettoomsättning	3 060,5	2 290,3	33,6	9 178,8	6 613,6	38,8	8 968,2
Bruttoresultat	786,1	592,3	32,7	2 427,1	1 686,2	43,9	2 326,2
Bruttomarginal (%)	25,7	25,9	-0,2 p.p.	26,4	25,5	0,9 p.p.	25,9
Justerad EBIT*	164,5	194,0	-15,2	626,3	506,7	23,6	700,8
Justerad EBIT-marginal (%)	5,4	8,5	-3,1 p.p.	6,8	7,7	-0,8 p.p.	7,8
Rörelseresultat	123,0	183,2	-32,9	553,1	474,4	16,6	657,8
Rörelsemarginal (%)	4,0	8,0	-4,0 p.p.	6,0	7,2	-1,1 p.p.	7,3
Periodens resultat	61,7	134,9	-54,3	376,9	328,4	14,8	420,3
Resultat per aktie före utspädning, kr	0,50	1,24	-59,7	3,09	3,02	2,3	3,87
Resultat per aktie efter utspädning, kr	0,49	1,22	-59,8	3,05	2,98	2,3	3,80
Kassaflöde från rörelsen	-232,0	20,7	-1223,1	223,6	773,6	-71,1	994,3
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	1 854,3	87,2	2025,9	1 854,3	87,2	2025,9	1 796,0

* Se "Relevanta avstämningar av icke IFRS-baserade nyckeltal", för närmare beskrivning på sidan 33.

Kommentarer av Adam Schatz

VD & Koncernchef, BHG Group

Vi har fortsatt att växa, organiskt såväl som genom förvärv, trots en utmanande marknad på både utbuds- och efterfrågesidan. Vidare har vi tagit viktiga steg i att förtydliga och accelerera vår modell, baserad på kombinationen *organiska initiativ, M&A och synergier*. Vi står starka i en post-covidmiljö, på grundval av vår position i våra hemmamarknader och den potential som vi börjat realisera på den europeiska kontinenten.

Under årets andra kvartal passerade vi med råge vårt tidigare kommunicerade mål om att nå en nettoomsättning om 10 Mdkr. Med det tredje kvartalet bakom oss taktar vi nu 11,5 Mdkr på årsbasis och ligger på en proforma LTM-nivå om 13,7 Mdkr.

Trots utmanande jämförelsetal levererade BHG ytterligare ett tillväxtkvartal, med en nettoomsättning om 3 060,5 Mkr, en ökning med 33,6 %, motsvarande en proforma organisk tillväxt på 10,2 % samt en organisk tillväxt på 5,5 %. Justerad EBIT uppgick till 164,5 Mkr, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 5,4 %. Kvartalet kännetecknades av en tuffare marknad, med fortsatta flaskhalsar och prisstegringar i varuförsörjningskedjan och hårdare konkurrens om kunden, som bl.a. har inneburit ökade kostnader för onlinemarknadsföring. Heminredningssegmentet har påverkats i synnerhet genom dess högre beroende av de globala logistikkedjorna samt en hög andel katalogbaserade konkurrenter, vilket – i likhet med vad vi upplevde mot slutet av 2018 – innebär att konsumentprisförändringar sker mer gradvis.

Detta till trots stärkte vi vår ledande position i kvartalet. DIY-segmentet visade fin organisk tillväxt, givet jämförelsetalen, och de bolag som förvärvats under året utvecklades väl. Vidare genomfördes två nyckelförvärv i perioden: HYMA, som konsolideras i DIY-segmentet från 1 augusti, samt AH-Trading, som konsolideras i Heminredningssegmentet från 1 september.

Från och med i år har vi valt att belysa våra rörelsedrivande enheter i kvartalsrapporterna och denna gång har valet fallit på AH-Trading, vårt första förvärv i Tyskland och en viktig pusselbit för att accelerera tillväxten på den europeiska kontinenten. Jag rekommenderar er att läsa om vd Aron Holtermanns reflektioner kring samarbetet så här långt, på sidan 12 i rapporten.

Initiativen framåt utgår från våra fyra strategiska hörnpelare (*sortiment, skalfördelar, digitalt försprång och infrastruktur*) och M&A. Särskilt fokus kommer framgent ligga på:

1. **Sortiment – bredda och tillgängliggöra:** Att maximera möjligheten för alla våra kunder att ta del av den kombinerade kraften i vårt kunderbjudande. Vi fortsätter därmed arbetet med att både bredda erbjudandet och tillgängliggöra det på alla relevanta plattformar i gruppen. Vidare avser vi öka andelen av försäljningen av egna varumärken i DIY-segmentet och utveckla installationserbjudandet.
2. **Leverans – ökad precision och effektivitet:** Vi levererar idag till våra kunder utifrån två huvudmodeller; 1) dropship, d.v.s. direkt från producent till kund, samt 2) via våra egna lager. Dropship-modellen är kapitaleffektiv och vi investerar i vår IT-plattform för att möta våra kunders ökande förväntningar kring leveransalternativ, -tid och -precision. Samtidigt konsoliderar vi vår lagerinfrastruktur och ökar räckvidden för av våra egna last mile-leveranser inom Heminredningssegmentet.
3. **Digitalt försprång – automation och data:** Vår storlek ger oss tillgång till mer data än våra konkurrenter har. Vi har redan automatiserat stora delar av den digitala processen, bl.a. genom att tillämpa maskininlärning och prisrobotar för att optimera våra webshoppar och skräddarsy kunderbjudandet. Vi investerar nu i kundplattformen och system för automatiserat sortimentsutbyte för att ytterligare nyttja den inneboende potentialen i gruppen. Vi står också i begrepp att automatisera lagerhanteringen i delar av verksamheten.
4. **Förvärv och synergier – fortsatt hög takt, i Norden och på det europeiska fastlandet:** Vi har hittills i år adderat sex nya verksamheter till portföljen. Utsikterna för ytterligare förvärv, i Norden liksom på den fragmenterade europeiska kontinenten, är goda: Vi har en tydlig strategi, ett starkt förvärvs- och integrationsteam och ett bättre flöde av affärsmöjligheter än någonsin.

Med ovanstående initiativ bygger vi ett starkare BHG, med förbättrad förmåga att ge våra kunder marknadens bästa totalupplevelse. Vi är också fast beslutna att tydligare väva in ESG i hela vår värdekedja och har förstärkt ledningsgruppen med Maria Morin, som ansvarig för de tre tätt sammanflätade områdena Organisation, Kommunikation och ESG.

Jag vill avsluta med att tacka alla medarbetare för deras oförtröttliga arbete med att steg för steg flytta oss närmare vår mission: *We make living easy!*

Malmö, 28 oktober 2021

Adam Schatz
Vd och koncernchef, BHG Group



“Vi har etablerat en ledande onlineposition på våra nordiska hemmamarknader och växer nu också snabbt på det europeiska fastlandet. På BHG delar vi en passion att serva våra kunder på bästa möjliga sätt – med marknadens ledande erbjudande kring allt för hemmet. Vår framgångsformel stavar: Organiska initiativ + M&A + synergier och med denna fortsätter vår tillväxtresa.”

Koncernens finansiella utveckling i sammmandrag

Mkr (om inte annat anges)	jul-sep			jan-sep			jan-dec
	2021	2020	Δ%	2021	2020	Δ%	2020
Nettoomsättning	3 060,5	2 290,3	33,6	9 178,8	6 613,6	38,8	8 968,2
Bruttoresultat	786,1	592,3	32,7	2 427,1	1 686,2	43,9	2 326,2
Bruttomarginal (%)	25,7	25,9	-0,2 p.p.	26,4	25,5	0,9 p.p.	25,9
Justerad EBITDA*	241,5	244,6	-1,3	828,9	653,3	26,9	902,7
Justerad EBITDA-marginal (%)	7,9	10,7	-2,8 p.p.	9,0	9,9	-0,8 p.p.	10,1
Justerad EBIT*	164,5	194,0	-15,2	626,3	506,7	23,6	700,8
Justerad EBIT-marginal (%)	5,4	8,5	-3,1 p.p.	6,8	7,7	-0,8 p.p.	7,8
Rörelseresultat	123,0	183,2	-32,9	553,1	474,4	16,6	657,8
Rörelsemarginal (%)	4,0	8,0	-4,0 p.p.	6,0	7,2	-1,1 p.p.	7,3
Periodens resultat	61,7	134,9	-54,3	376,9	328,4	14,8	420,3
Kassaflöde från rörelsen	-232,0	20,7	-1223,1	223,6	773,6	-71,1	994,3
Antal besök (tusental)	94 710	75 644	25,2	305 094	224 183	36,1	302 133
Antal order (tusental)	1 182	715	65,4	3 603	2 147	67,8	3 012
Konverteringsgrad (%)	1,2	0,9	0,3 p.p.	1,2	1,0	0,2 p.p.	1,0
Genomsnittligt ordervärde** (kr)	2 545	3 080	-17,4	2 597	3 137	-17,2	3 018

* Se "Relevanta avstämningar av icke IFRS-baserade nyckeltal", för närmare beskrivning på sidan 33.

** 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

Vi fortsatte att växa under kvartalet, trots höga jämförelsetal och marknadsutmaningar i form av högre råvarupriser, ansträngda globala leveranskedjor och en tuffare efterfrågesituation. I spåren av att covidrestriktionerna nu i princip upphört har konsumtionen av tjänster som inte var tillgängliga under pandemin ökat medan efterfrågan på produkter sjunkit. Till följd av detta har konkurrensen om kunderna i BHG:s kategorier hårdnat, samtidigt som marknadspriser ännu inte fullt ut justerats för att kompensera för kostnadsökningar. Som den största onlineaktören i Norden har vi en stark position för att navigera en mer komplicerad utbuds- och efterfrågesituation.

Årets tredje kvartal kännetecknades av:

- Hög total tillväxt, drivet av en god utveckling för bolag förvärvade under året och M&A. DIY-segmentets pågående förskjutning mot en större andel egna varumärken har fortskridit och Heminredningssegmentet har förstärkts genom investeringar i lager-, showroom, och last mile-infrastrukturen. Samtidigt har de mer besvärliga omvärldsförhållandena påverkat båda segmenten, och i synnerhet Heminredningssegmentet, negativt.
- Gruppens omsättning uppgick till 3 060,5 Mkr i kvartalet och 9 178,8 Mkr under årets första nio månader. Den totala tillväxten uppgick till 33,6 % i kvartalet och 38,8 % under årets första nio månader, proforma organisk tillväxt (d.v.s. inkl. de sex förvärv som gjorts under de gångna tolv månaderna) till 10,2 % och den

organiska tillväxten till 5,5 % i kvartalet samt 21,0 % och 16,6 % under årets första nio månader.

- Justerad EBIT uppgick till 164,5 Mkr i kvartalet och 626,3 Mkr under årets första nio månader, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 5,4 % i kvartalet och 6,8 % under årets första nio månader. EBIT-marginalen påverkades negativt av högre frakt-, produkt-, lagerhanterings- och trafikdrivningskostnader, vilka inte fullt ut kompenseras av högre konsumentpriser.
- Kassaflödet från rörelsen uppgick till -232,0 Mkr i kvartalet och 223,6 Mkr under årets första nio månader, och påverkades framför allt av lageruppgyggnad för att säkra god produktillgänglighet trots störningarna i de globala logistikkedjorna.
- Fortsatta framsteg kring centrala initiativ genomfördes i kvartalet, med syfte att 1) utöka det digitala försprånget, genom att automatisera processer kring kunddata, sortimentexpansion och sortimentsutbyte mellan de operativa enheterna och därmed bl.a. mer effektivt kunna skraddarsy kunderbudandet, 2) driva geografisk expansion av de egna varumärkena, 3) automatisera delar av lagerinfrastrukturen, med början i vår danska DIY-verksamhet, samt 4) etablera infrastrukturen för accelererad tillväxt i Norge inom Heminredningssegmentet, genom etableringen av ett första showroom och egna last mile-leveranser i Oslo-regionen.
- Två förvärv slutfördes: HYMA konsolideras i DIY-segmentet från och med 1 augusti och AH-Trading, vårt

första förvärv på den stora tyska marknaden, konsolideras i Heminredningssegmentet från och med 1 september.

Marknaden för Home improvement

Marknaden för Home improvement kännetecknades redan i det andra kvartalet av en inbromsning. Efter en svagare inledning även av det tredje kvartalet, särskilt inom möbler och heminredning, har vi allteftersom att kvartalet fortskridit sett en viss marknadsacceleration.

Marknaden har under en tid påverkats av störningar i de globala varuförsörjningskedjorna som följt i pandemins spår. I utvalda kategorier har dock kostnadsökningarna ännu inte fullt ut återspeglats i höjda konsumentpriser. Vi bedömer att konsumentprisökningar kommer att fortgå under kommande kvartal. Som vi kommunicerat i årets båda tidigare kvartalsrapporter förväntar vi oss att fraktkostnaderna förblir höga och att vissa flaskhalsar kommer att bestå in i 2022.

Marknadsutmaningarna ovan påverkar samtliga aktörer i Europa och våra förutsättningar att navigera under sådana omständigheter är goda.

Utblick

Trots att vi nu verkar i en post-covidmiljö fortsatte vi att förstärka vår position i Norden, likväl som på utvalda marknader på det europeiska fastlandet, inte minst i Östeuropa (genom Furniture1) och Väst Europa (genom utvalda delar av DIY-segmentet, men framför allt i Heminredningssegmentet, genom Nordic Nest och nyförvärvade AH-Trading).

Vår storlek och vårt angreppssätt – att kombinera organiska initiativ med förvärv – utgör en betydande fördel, inte minst i rådande marknad:

- Vi har goda förutsättningar att säkra att BHGs verksamheter prioriteras av våra tillverkande partners och av fraktbolagen.
- Vår sortimentsbredd ger oss också förutsättningar att rikta erbjudanden till våra kunder mot de produkter som har en högre grad av tillgänglighet.
- Vår digitala position är marknadsledande och vi kan därmed driva trafik effektivt
- Det faktum att vi är den enda onlineaktören inom Home improvement med historiken och förmågan att kontinuerligt konsolidera våra marknader genom förvärv innebär att vi kan sätta starka vår affär under alla marknadsomständigheter.

Gruppen offentliggör inga prognoser men vi konstaterar att årets sista kvartal har inletts i linje med det föregående kvartalet.

Bedömningen att våra onlinemarknader kan förväntas växa kring 15 % om året över en konjunkturcykel ligger fast och till denna bastillväxt har gruppen goda möjligheter att addera geografiska initiativ, organiska såväl som förvärvsrelaterade. För ytterligare information, se gruppens finansiella mål på medellång sikt (se sidan 6).

M&A

Under kvartalet slutfördes två strategiska förvärv, då HYMA och AH-Trading införlivades i BHG.

HYMA-förvärvet annonserades under årets andra kvartal, och konsolideras, efter genomgången prövning av

Konkurrensverket, i DIY-segmentet från 1 augusti. HYMA:s starka marknadsposition inom centrala BHG-kategorier och bolagets breda portfölj av externa och egna varumärken, bidrar till att ytterligare stärka greppet om den nordiska marknaden. Vidare ser vi väsentliga synergier i form av skal- och inköpsfördelar, korsförsäljning samt utbyte av erfarenheter mellan verksamheterna. Den initiala köpeskillingen för 100 % av aktierna motsvarar cirka 1 100 Mkr. BHG erlade för sin 92%-iga andel 542 Mkr i form av likvida medel och 458 Mkr genom en apportemission. Därutöver tillkommer en kontant resultatbaserad tilläggsköpeskillning som kommer att baseras på EBITA-utfallet för år 2022 och maximalt kan uppgå till 500 Mkr.

AH-Trading, vårt första förvärv i Tyskland, konsolideras i Heminredningssegmentet från och med 1 september. AH-Trading är ett av de ledande e-handelsföretagen i Tyskland inom trädgårdsmöbler. All försäljning av verksamhetens cirka 10 000 artiklar sker online, varav omkring hälften utgörs av egna varumärken. Förvärvet, med etablering och infrastruktur på den viktiga tyska marknaden, är av strategisk betydelse för fortsatt tillväxt och skapar förutsättningar för synergier inom såväl försäljning som inköp. Den initiala köpeskillingen för 100 % av aktierna uppgick till ca 490 Mkr (48 MEUR). BHG erlade ca 367 Mkr (36 MEUR) för 80 % av aktierna i form av likvida medel. Därutöver tillkommer en kontant resultatbaserad tilläggsköpeskillning, baserad på EBITDA-utfallet för 2021 och 2022, som maximalt kan uppgå till ca 122 Mkr (12 MEUR).

Bland övriga verksamheter som anslutit till BHG under året kan särskilt nämnas den fortsatta utvecklingen för Nordic Nest, inte minst på den tyska marknaden. Vidare har vi beslutat att steg för steg samla ett antal egna varumärken inom DIY-segmentet Hafa Bathroom Group, som förvärvades under andra kvartalet i år. Detta skapar förutsättningar för att ytterligare utveckla hur vi driver värdekedjan kring egna varumärken.

Våra förutsättningar att upprätthålla en hög förvärvstakt är goda och flödet av relevanta förvärvsmöjligheter – på våra nordiska hemmarknader, likväl som i näraliggande stora geografier – är starkt.

Fokus för förvärven kretsar kring marknaden för Home improvement, en marknad i vilken onlinepenetrationen fortsatt är relativt låg, men förväntas öka väsentligt över kommande år. I denna marknad söker vi:

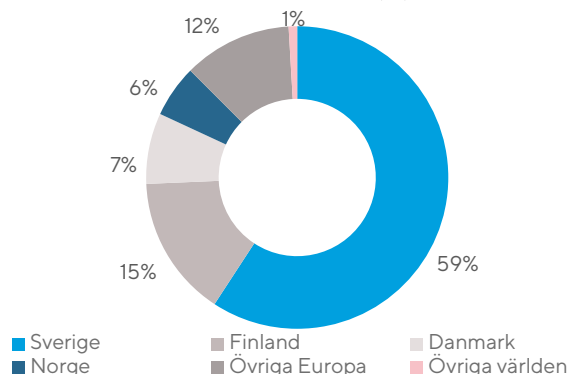
- Förvärv som accelererar sortimentexpansionen och adderar kunder i nya geografier, inklusive kategoriförvärv som över tiden integreras med någon av huvudplattformarna och nya plattformsförvärv.
- Förvärv som möjliggör synergiskapande, i form av bl.a. sortimentsutbyte, digital trafikdrivning, ett maximerande av affärsinsikter ur den data som flödar genom en växande skara verksamheter samt skalfördelar, bl.a. i inköpsled.

Valutaeffekter

Gruppen säkrar inte valutaexponeringar, med undantag för det under andra kvartalet förvärvade Hafa Bathroom Group.

Den svenska kronan i förhållande till både USD och EUR var något starkare än motsvarande kvartal föregående år. Valutaeffekterna påverkade nettoomsättning negativt med ca. en halv procentenhet.

Den marginella kronförstärkningen hade en försumbar effekt på rörelseresultatet.

Fördelning nettoomsättning per land (%) jul-sep 2021**Nettoomsättning**

Den totala tillväxten och proforma tillväxten (som även inkluderar utvecklingen för nyligen genomförda förvärv, vilka typiskt sett växer snabbare efter det att de blivit en del av koncernen) var god i båda segmenten, trots utmanande jämförelsetal. Den organiska tillväxten för gruppen påverkades av höga jämförelsetal och en trög marknad för Heminredningssegmentet, särskilt under kvartalets inledning.

DIY-segmentet levererade relativt jämt över kvartalets tre månader, medan Heminredningssegmentet hade en svag inledning, för att därefter accelerera.

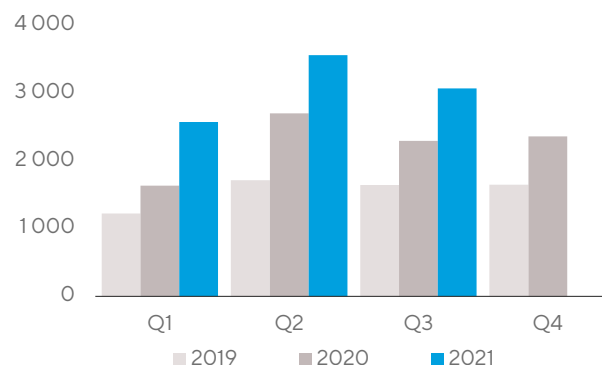
Nettoomsättningen steg med 33,6 % till 3 060,5 (2 290,3) Mkr i kvartalet och med 38,8 % till 9 178,8 (6 613,6) Mkr under årets första nio månader. Den organiska tillväxten uppgick till 5,5 % i kvartalet och 16,6 % under årets första nio månader. Proforma organisk tillväxt uppgick till 10,2 % i kvartalet och 21,0 % under årets första nio månader.

Nettoomsättningen inom DIY-segmentet ökade med 27,2 % till 1 862,0 Mkr i kvartalet och med 28,7 % till 5 434,9 Mkr under årets första nio månader. Den organiska tillväxten uppgick till 10,1 % i kvartalet och till 19,9 % under årets första nio månader. Proforma organisk tillväxt uppgick till 9,5 % i kvartalet och till 18,5 % under de första nio månaderna. I likhet med andra kvartalet var det var i synnerhet de svenska verksamheterna, med plattformen Bygghemma och de enheter som företrädesvis säljer egna varumärken, som levererade på en hög nivå, samtidigt som de övriga nordiska enheterna mötte särskilt tuffa jämförelsetal.

Nettoomsättningen för Heminredningssegmentet steg med 44,6 % till 1 205,9 Mkr i kvartalet och med 56,1 % till 3 769,6 Mkr under de första nio månaderna. Den organiska tillväxten uppgick till -2,4 % i kvartalet och 11,0 % under de första nio månaderna. Proforma organisk tillväxt, d.v.s. inklusive Nordic Nest, Svenssons, Sleepo och AH-Trading, uppgick till 11,1 % i kvartalet och till 24,5 % under de första nio månaderna. Nordic Nest och de mindre specialistsiterna utvecklades starkt och Furniture1, med Östeuropa i fokus, accelererade, efter en svagare inledning av kvartalet. Den nordiska value-for-money möbelpattformen hade det dock tuffa och påverkade segmentets utveckling negativt.

Gruppens trafikdrivnings- och webbteam, som arbetar på tvärs över samtliga enheter, navigerade en svårare trafikdrivningsmarknad än den som rått under de gångna fem kvartalen. Koncernens webbutiker hade 94,7 (75,6) miljoner besök under kvartalet, vilket genererade 1 182 (715) tusen ordrar. Antalet besök till gruppens destinationer fortsatte att

växa, samtidigt som konverteringsgraden ökade med 0,3 procentenheter.

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

Produktmarginalen uppgick till 38,3 (37,4) % i kvartalet och 39,0 (37,0) % under årets första nio månader. Den redovisade bruttomarginalen (d.v.s. marginalen efter avdrag för direkta försäljningsomkostnader, såsom logistik, lagerhantering etc.), uppgick till 25,7 (25,9) % i kvartalet och till 26,4 (25,5) % under årets första nio månader. Produktmarginalförbättringen drevs av en positiv mixförskjutning mot en högre andel egna varumärken i DIY-segmentet, medan den redovisade bruttomarginalen påverkades negativt av ökade frakt- och lagerhanteringskostnader.

Sammantaget förklaras utvecklingen av bruttomarginalen i kvartalet av:

- Råvaru- och fraktkostnadsökningar, som i perioden delvis kompenseras genom mix- och prisförbättringar, såväl som en positiv effekt från nyligen förvärvade bolag.
- Pris och mix: En ökad andel försäljning av egna varumärken inom DIY-segmentet och väsentliga prisjusteringar i flera, men inte samtliga, kategorier. Gruppen matchar i regel konkurrenternas lägsta priser och i synnerhet inom Heminredningssegmentet har marknadsprisökningar ännu inte fullt ut kompenserat för kostnadsökningar i produkt- och logistikled.

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. I princip samtliga operativa enheter har lyckats hålla, eller öka, AOV:n i kvartalet. Minskningen av AOV i Heminredningssegmentet förklaras i sin helhet av den mixförskjutning mot paketförsändelser som en konsekvens av att Nordic Nest konsolideras från och med 1 januari.

Försäljnings- och administrationskostnader (SG&A, definierat som skillnaden mellan justerat bruttoresultat och justerad EBITDA) uppgick i kvartalet till 544,5 (347,7) Mkr, motsvarande 17,8 (15,2) % av nettoomsättningen och till 1 598,2 (1 032,9) Mkr under årets första nio månader, motsvarande 17,4 (15,6) %. Vi befinner oss i en fas då vi fortsätter bygga organisationen för att kunna leverera hög tillväxt med god kundnöjdhet och ökad kundlojalitet på längre sikt. En högre SG&A i förhållande till nettoomsättningen är också resultatet av den fortsatta ökningen av andelen försäljning från egna varumärken och



fortsatta organisatoriska förstärkningar. Vår strävan att öka andelen egna varumärken kräver en något mer omfattande organisation och högre onlinemarknadsföring, vilket vi redovisar som en del av SG&A. I tillägg till detta påverkades SG&A negativt av ökade kostnader för onlinemarknadsföring, en konsekvens av högre trafikdrivningskostnader, drivna av marknadsprisökningar för Cost Per Click (CPC).

I enlighet med tidigare kommunikation i samband med förvärvet av HYMA i det andra kvartalet har vi redovisat transaktionskostnader på motsvarande 20 Mkr som jämförelsestörande i kvartalet. Sedan det tredje kvartalet 2019 redovisar vi endast exceptionella transaktionskostnader relaterade till vår förvärvsagenda som jämförelsestörande.

Resultat

Koncernens justerade EBIT uppgick till 164,5 (194,0) Mkr i kvartalet och 626,3 (506,7) Mkr under årets första nio månader, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 5,4 (8,5) % i kvartalet och 6,8 (7,7) % under årets första nio månader.

Koncernens rörelseresultat uppgick till 123,0 (183,2) Mkr i kvartalet och till 553,1 (474,4) Mkr under årets första nio månader, motsvarande en rörelsemarginal på 4,0 (8,0) % i kvartalet och 6,0 (7,2) % under årets första nio månader.

Avskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar uppgick till 21,9 (10,8) Mkr i kvartalet och till 53,5 (32,3) Mkr under årets första nio månader. 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 -33,1 (-10,0) Mkr i kvartalet, vilket inkluderar omvärderade tilläggsköpeskillningar om -16,5 Mkr. Räntekostnaderna uppgick till -11,0 Mkr i kvartalet, varav -3,9 Mkr är hänförliga till leasingskulder relaterade till IFRS 16. Under årets första nio månader uppgick koncernens finansnetto till -71,2 (-49,1) Mkr, vilket inkluderar omvärderade tilläggsköpeskillningar om -20,3 Mkr. Räntekostnaderna uppgick till -36,0 Mkr, varav -11,3 Mkr är hänförliga till leasingskulder relaterade till IFRS 16.

Koncernens resultat före skatt uppgick till 89,8 (173,2) Mkr i kvartalet och till 481,9 (425,3) Mkr under årets första nio månader.

Resultatet efter skatt uppgick till 61,7 (134,9) Mkr i kvartalet och till 376,9 (328,4) Mkr under årets första nio månader. Den effektiva skattesatsen uppgick till -31,3 (-22,1) %, motsvarande -28,1 (-38,3) Mkr i kvartalet och -21,8 (-22,8) % motsvarande -105,0 (-96,9) Mkr under årets första nio månader.

VIKTIGA HÄNDELSE UNDER OCH EFTER PERIODENS SLUT

• M&A: Fortsatt hög förvärvstakt

- Den 9 juni annonserades förvärvet av 92 % av HYMA, vårt näst största förvärv hittills. Transaktionen slutfördes 21 juli. HYMA konsolideras från och med 1 augusti och förstärker DIY-segmentets ledande nordiska onlineposition genom både en kategorifördjupning och kategoribreddning och möjliggör tillväxt- och kostnadssynergier.
- Den 2 september annonserades förvärvet av 80 % av AH-Trading, ett av de ledande e-handelsföretagen i Tyskland inom trädgårdsmöbler. AH-Trading konsolideras från och med 1 september i Heminredningssegmentet. Förvärvet skapar förutsättningar för synergier inom såväl försäljning som inköp och etablerar närvaro och infrastruktur i Tyskland, utifrån vilken fortsatt tillväxt kan drivas på den strategiskt viktiga tyska marknaden.

• Tillväxtniatiiv: Framsteg kring centrala organiska initiativ

- Investeringar i teknikplattformen kring produkt- och kunddata, liksom automatisering av utvalda delar av lagerinfrastrukturen, samt ett första showroom och egna last mile-leveranser i Oslo-regionen.
- Samtliga initiativ syftar ytterst till att komplettera kunderbjudandet och generera en ledande kundupplevelse genom ytterligare sortimentsexpansion och -utbyte mellan de operativa enheterna, geografisk expansion av de egna varumärkena, samt förstärkning av BHGs digitala försprång och infrastruktur.

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.



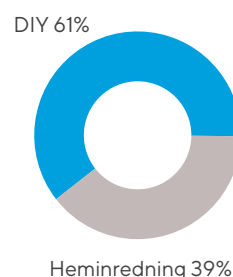
DIY-segmentet

“Viktiga steg har tagits i kvartalet för att förstärka teknikplattformen och vidareutveckla logistikmodellen – med syftet att serva våra kunder på bästa möjliga vis”

Kimmo Lähtenmäki, segmentschef DIY

- Segmentet rapporterade ett solitt kvartal, givet höga jämförelsetal och att vi nu verkar i en post-covidmiljö, och stärkte sin ledande nordiska position ytterligare
- Förvärvet av HYMA, som annonserades under det andra kvartalet, kunde slutföras, efter genomgången prövning av Konkursverket. HYMA konsolideras i segmentet från 1 augusti
- Segmentets nettoomsättning ökade med 27,2 % i kvartalet och 28,7 % under årets första nio månader, varav den organiska tillväxten uppgick till 10,1 % respektive 19,9 %. Proforma organisk tillväxt uppgick till 9,5 % respektive 18,5 %
- Bruttomarginalen uppgick till 23,3 (23,1) % i kvartalet och 24,7 (22,8) % under årets första nio månader. Marginalen påverkades positivt av att en ökande andel av försäljningen bestod av egna varumärken
- Justerad EBIT uppgick till 129,5 (131,2) Mkr i kvartalet och 467,0 (333,0) Mkr under årets första nio månader, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 7,0 (9,0) % respektive 8,6 (7,9) %

Nettoomsättning per segment, jul-sep 2021



	jul-sep			jan-sep			jan-dec	
	2021	2020	Δ%	2021	2020	Δ%	2020	
Mkr (om inte annat anges)								
Nettoomsättning	1862,0	1463,8	27,2	5 434,9	4 223,9	28,7	5 663,1	
Bruttoresultat	433,6	337,5	28,5	1 342,9	962,5	39,5	1 322,8	
Bruttomarginal (%)	23,3	23,1	0,2 p.p.	24,7	22,8	1,9 p.p.	23,4	
Justerad EBITDA	162,1	155,5	4,3	552,1	403,3	36,9	571,6	
Justerad EBITDA-marginal (%)	8,7	10,6	-1,9 p.p.	10,2	9,5	0,6 p.p.	10,1	
Justerad EBIT	129,5	131,2	-1,3	467,0	333,0	40,2	475,8	
Justerad EBIT-marginal (%)	7,0	9,0	-2,0 p.p.	8,6	7,9	0,7 p.p.	8,4	
Rörelseresultat	116,7	123,2	-5,3	437,8	309,0	41,7	444,0	
Rörelsemarginal (%)	6,3	8,4	-2,2 p.p.	8,1	7,3	0,7 p.p.	7,8	
Periodens resultat	67,2	92,8	-27,6	305,5	205,7	48,5	185,4	
Antal besök (tusental)	41 309	36 398	13,5	129 595	108 037	20,0	139 931	
Antal order (tusental)	587	427	37,4	1 721	1 325	29,9	1 814	
Konverteringsgrad (%)	1,4	1,2	0,2 p.p.	1,3	1,2	0,1 p.p.	1,3	
Genomsnittligt ordervärde (kr)	3 065	3 264	-6,1	3 278	3 279	-0,0	3 155	

KOMMENTARER DIY-SEGMENTET

DIY-segmentet fortsatte att utvecklas väl under kvartalet, trots höga jämförelsetal och i föregående avsnitt beskrivna marknadskomplikationer kring leveranskedjor och avslutade coronarelaterade restriktioner, som inneburit att konsumenter börjat spendera mer på tjänster igen. Som vi rapporterat de senaste kvartalen förväntar vi oss att totalmarknaden för DIY under den kommande tolv månadersperioden inte kommer att utvecklas lika gynnsamt som under pandemin. Samtidigt är vi fortsatt

övertygade om att den högre e-handelspenetrationen som uppnåtts under pandemin kommer att bestå och därmed att en ny bas har etablerats utifrån vilken vi kan fortsätta växa.

Vår bedömning är att segmentet stärkte sin marknadsledande position ytterligare på de nordiska marknaderna under perioden. Kärnan i kunderbjudandet består av en kombination av den bredaste portföljen av externa varumärken och en växande andel egna varumärken, till marknadsledande priser, men även att vi kompletterar den mest attraktiva digitala shoppingupplevelsen med



infrastruktur i form av visningsbutiker och tjänster, så som installationer.

Andelen av försäljningen från egna varumärken ökade i kvartalet, bl.a. som ett resultat av geografisk expansion av de företrädesvis svenska och finska varumärkena i övriga Norden, men även i utvalda länder på det europeiska fastlandet, så som Tyskland.

Vi har under kvartalet fortsatt att lägga grunden för att förädla vårt kunderbjudande, som vi benämner *the BHG ecosystem*:

- **Sortiment:** Den pågående sortimentexpansionen – med avseende på externa likväl som egna varumärken och installationstjänster – innebär att vi kan förbli den mest relevanta kanalen för våra kunder och dessutom att vi är väl positionerade att hantera varubrist i delar av portföljen. Vårt egenutvecklade system för automatiserat utbyte av produktinformation mellan bolagen inom gruppen har lanserats och ett växande antal av de operativa enheterna arbetar nu i detta, vilket möjliggör att allt större delar av gruppens samlade produktportfölj snabbt och smidigt kan exponeras för våra kunder i relevanta kanaler, varhelst de interagerar med oss.
- **Leverans:** Våra IT-investeringar för att vidareutveckla dropship-modellen fortsatte i kvartalet, bl.a. med en tätare IT-integration mot våra huvudsakliga partners. Dropship-modellen är kapitaleffektiv och vi har föresatt oss att genom IT-investeringar höja den till nästa nivå, för att kunna möta våra kunders ökande förväntningar kring leveransalternativ, -tid och -precision. Vidare fortsatte installationserbjudandet, som genom gruppens IT-plattform genomförs av ett brett nätverk av externa installationspartners, att breddas till nya kategorier och antalet genomförda installationer fortsatte att växa i kvartalet. Installationserbjudandet bidrar till produktförsäljning och genererar särdeles nöjda kunder.
- **Data & automation:** Vi strävar efter att Data och IT i ännu högre grad ska genomsyra hela vår värdekedja och väsentliga investeringar har gjorts för att tillse att vi kan maximera bredden av erbjudandet och använda all den data som flödar genom våra system för att optimera verksamheten och ytterligare förädla kundupplevelsen. Under kvartalet togs de första stegen mot en uppgraderad kundplattform, som vi siktar på att sjösätta under första halvåret 2022. Under kvartalet nästintill färdigställdes också vår första lagerautomatisering, som kommer att vara färdig att tas i bruk för vår danska DIY-plattform inför den viktiga Black Week-perioden.

Vår förvärvsstrategi fortsätter att bidra till en stärkt position: Förvärvet av HYMA, vårt näst största hittills, slutfördes under kvartalet efter genomgången granskning av

Konkurrensverket. I kvartalet togs ytterligare steg för att samla ett antal av våra egna varumärken, inklusive Bathlife, under det i andra kvartalet förvärvade Hafa Bathroom Group. Hafa Bathroom Group har en stark ledningsgrupp, med gedigen erfarenhet av långsiktigt varumärkesarbete, inköp från tillverkande partners i Europa och Asien och försäljning genom många olika kanaler. Att samla fler varumärken kring Hafa-plattformen ger oss också möjligheter att optimera lager- och logistikinfrastrukturen. På sikt kommer samordningsinsatser likt denna att kunna generera ytterligare synergier för gruppen.

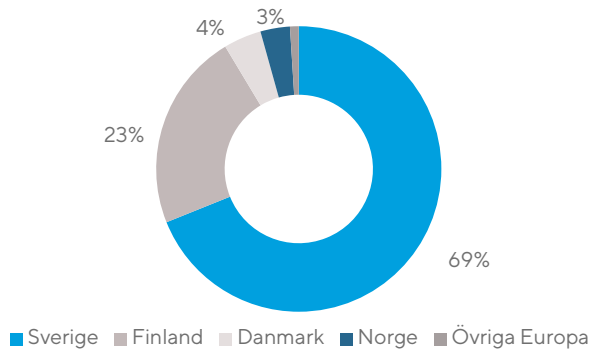
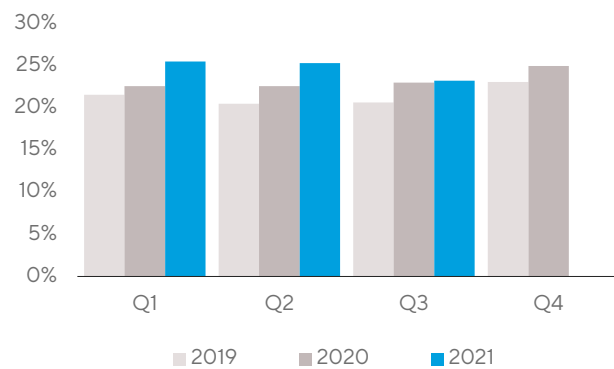
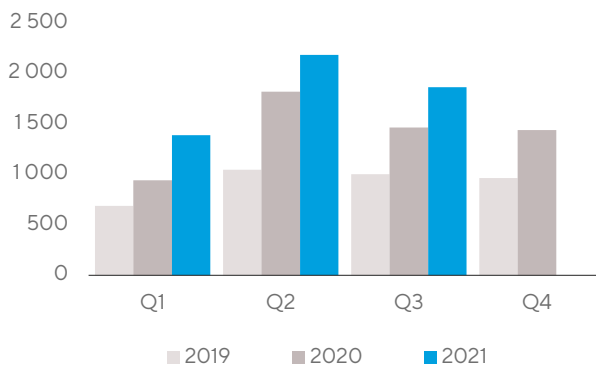
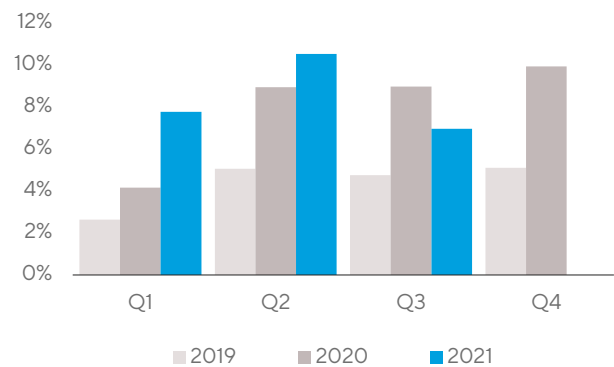
DIY-segmentet stod för 61 % av gruppens totala nettoomsättning i kvartalet och 59 % under årets första nio månader. Nettoomsättningen steg med 27,2 % till 1 862,0 (1 463,8) Mkr i kvartalet och med 28,7 % till 5 434,9 (4 223,9) Mkr under årets första nio månader.

Segmentet utvecklades särskilt starkt i de svenska verksamheterna, inklusive plattformen Bygghemma och de specialistenheter vars verksamhet kretsar kring egna varumärken. Riktade satsningar kring de egna varumärkena, på för segmentet nya marknader utanför Norden, utvecklades också starkt, om än från en låg bas.

Utmaningar med ökade ledtider och produktionsflaskhalsar, som vi förväntar oss kommer att bestå genom återstoden av året, fortsatte i viss mån att hämma utvecklingen, och innebar, tillsammans med den pågående mixförskjutningen mot en högre andel egna varumärken, en acceptans för något högre lagernivåer.

Justerad EBIT i kvartalet uppgick till 129,5 (131,2) Mkr, med en justerad EBIT-marginal på 7,0 (9,0) %. Under årets första nio månader uppgick justerad EBIT till 467,0 (333,0) Mkr, med en justerad EBIT-marginal på 8,6 (7,9) %.

Segmentets rörelseresultat uppgick till 116,7 (123,2) Mkr i kvartalet, med en rörelsemarginal på 6,3 (8,4) %. Under årets första nio månader uppgick rörelseresultatet till 437,8 (309,0) Mkr, med en rörelsemarginal på 8,1 (7,3) %.

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

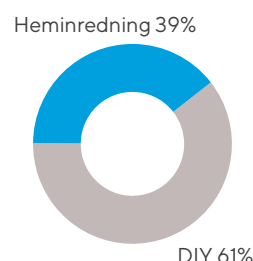
Heminredningssegmentet

"I en post-covidmiljö, inte minst kännetecknad av störningarna i de globala leveranskedjorna, fortsätter vi att bygga på vår ledande onlineposition, genom kombinationen organiska initiativ och förvärv, inklusive vårt inträde på den stora tyska marknaden"

Christian Eriksson, segmentschef HF

- Heminredningssegmentet har, efter förvärven av Nordic Nest och Svenssons i Lammhult tidigare under året och AH-Trading i kvartalet, ökat väsentligt i storlek, med en total tillväxt i kvartalet på 44,6 % och 56,1 % under årets första nio månader. De nyförvärvade verksamheterna har utvecklats väl
- Samtidigt var den organiska utvecklingen svag, med en omsättningstillväxt på -2,4 % i kvartalet och 11,0 % under årets första nio månader. Höga jämförelsetal, en svagare totalmarknad och komplikationer i de globala logistikkedjorna är de huvudsakliga förklarande orsakerna.
- Proforma organisk tillväxt, som framför allt även inkluderar den fina utvecklingen i Nordic Nest och Svenssons i Lammhult, uppgick till 11,1 % i kvartalet och 24,5 % under årets första nio månader
- Bruttomarginalen uppgick till 29,3 (30,7) % i kvartalet och 28,8 (30,0) % under årets första nio månader. Den lägre nivån än motsvarande period föregående år beror i huvudsak på komplikationer i leverantörs- och logistikleden, kostnadsökningar för onlinemarknadsföring mot bakgrund av en svagare efterfrågan, samt en viss fördröjning i prisjusteringar för att kompensera kostnadsökningarna
- Justerad EBIT uppgick till 48,5 (82,9) Mkr i kvartalet och 217,6 (212,6) Mkr under årets första nio månader, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 4,0 (9,9) % respektive 5,8 (8,8) %

Nettoomsättning per segment, jul-sep 2021



Mkr (om inte annat anges)	jul-sep			jan-sep			jan-dec
	2021	2020	Δ%	2021	2020	Δ%	2020
Nettoomsättning	1 205,9	833,8	44,6	3 769,6	2 414,2	56,1	3 337,2
Bruttoresultat	352,8	255,6	38,1	1 087,2	725,3	49,9	1 005,4
Bruttomarginal (%)	29,3	30,7	-1,4 p.p.	28,8	30,0	-1,2 p.p.	30,1
Justerad EBITDA	92,7	109,3	-15,2	334,5	288,8	15,8	382,1
Justerad EBITDA-marginal (%)	7,7	13,1	-5,4 p.p.	8,9	12,0	-3,1 p.p.	11,5
Justerad EBIT	48,5	82,9	-41,5	217,6	212,6	2,3	276,2
Justerad EBIT-marginal (%)	4,0	9,9	-5,9 p.p.	5,8	8,8	-3,0 p.p.	8,3
Rörelseresultat	39,4	80,1	-50,8	193,2	204,3	-5,4	265,0
Rörelsemarginal (%)	3,3	9,6	-6,3 p.p.	5,1	8,5	-3,3 p.p.	7,9
Periodens resultat	17,2	59,7	-71,1	120,1	155,7	-22,9	125,4
Antal besök (tusental)	53 401	39 246	36,1	175 499	116 146	51,1	162 202
Antal order (tusental)	595	288	107,0	1 882	822	128,8	1 198
Konverteringsgrad (%)	1,1	0,7	0,4 p.p.	1,1	0,7	0,4 p.p.	0,7
Genomsnittligt ordervärde* (kr)	2 032	2 806	-27,6	1 974	2 907	-32,1	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 HEMINREDNINGSGEGMENTET

Heminredningsmarknaden kännetecknades under det tredje kvartalet av svagare efterfrågan, högre trafikdrivningskostnader och fortsatta störningar i de globala

leverantörs- och logistikleden. Trots detta växte flertalet av segmentets verksamheter väl, med Nordic Nest och Svenssons i Lammhult i spetsen, tätt följda av våra specialistverksamheter Lampgallerian och Sleepo. Vår



östeuropeiska plattform, Furniture1, hade en svag inledning på kvartalet, men accelererade därefter väsentligt. Segmentets försäljningsutveckling och resultat drogs dock ned av fortsatta utmaningar i den enskilt största verksamheten, vår nordiska möbelpattform med fokus på value-for-money. Denna verkar i en marknad där prisjusteringar mot kund sker med eftersläpning p.g.a. en hög andel katalogbaserade konkurrenter, samt en verksamhet med särskilt hög exponering mot de globala logistikkedjorna. Det råder fortsatt osäkerhet kring hur efterfrågan i marknaden på kort sikt kommer att utvecklas på de för oss viktiga svenska och danska marknaderna. Åtgärder har vidtagits för att säkra lönsam tillväxt, bl.a. genom att justera prissättning och marginalstruktur.

AH-Trading, som förvärvades i kvartalet, ger segmentet nya förutsättningar att växa, inte minst genom de möjligheter som ett tvåvägssortimentsutbyte möjliggör (se nedan). AH-Trading konsolideras från 1 september och eftersom verksamheten hittills uteslutande fokuserat på utemöbler och tillhörande produkter, med starkt beroende av utesäsongen, bidrar AH-Trading inte i detta kvartal med väsentlig försäljning och har dessutom haft en viss negativ påverkan på lönsamheten.

Heminredningssegmentet fortsätter att bygga kritisk massa genom att kombinera organiska initiativ och förvärv, med fokus på sortimentsbreddning och geografisk expansion. Segmentet har under kvartalet fortsatt att lägga grunden för framtida tillväxt, genom att driva följande initiativ:

- **Sortiment:** Flertalet verksamheter i segmentet finns nu med i vårt egenutvecklade system för sortimentsutbyte, vilket möjliggör att stora delar av det relevanta sortimentet enkelt kan tillgängliggöras för kunderna på relevanta plattformar. Förvärvet av AH-Trading ger också segmentet alla förutsättningar att över tid exponera AH-Tradings sortiment för vår nordiska kundbas, samt att dela det långt bredare nordiska sortimentet på den stora tyska marknaden.
- **Leverans:** Den nya danska lagerinfrastrukturen har trimmats in och ett första showroom har slagit upp portarna i Oslo-regionen, där vi också just inlett egna last mile-leveranser, med initialt fokus på mindre försändelser. Dessa initiativ lägger grunden för tillväxt på de danska och norska marknaderna. Vidare har beslut fattats om att expandera Nordic Nests lagerinfrastruktur, för att stödja verksamhetens snabba tillväxt, inte minst på den tyska marknaden.
- **Data & automation:** Vi strävar efter att Data och Automation i ännu högre grad ska genomsyra allt vi gör. I kvartalet har beslut därför fattats om att automatisera delar av Nordic Nests lagerinfrastruktur. Projektet är ännu i tidig fas, men tillsammans med lagerutbyggnaden kommer det att driva effektivitet och möjliggöra snabba, kostnadseffektiva leveranser till verksamhetens internationella och snabbt växande kundbas.

Nettoomsättningen inom Heminredningssegmentet ökade med 44,6 % till 1 205,9 (833,8) Mkr i kvartalet, motsvarande 39 % av gruppens totala nettoomsättning. Under årets första nio månader ökade nettoomsättningen med 56,1 % till 3 769,6 (2 414,2) Mkr och stod för 41 % av gruppen totala nettoomsättning.

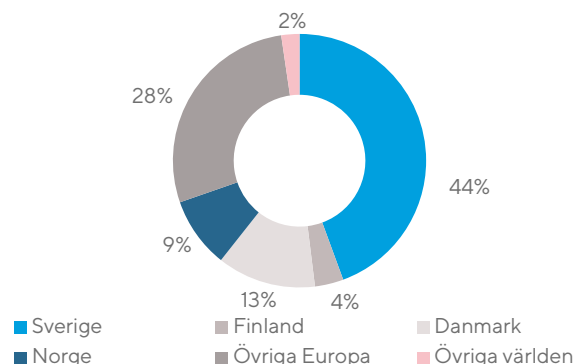
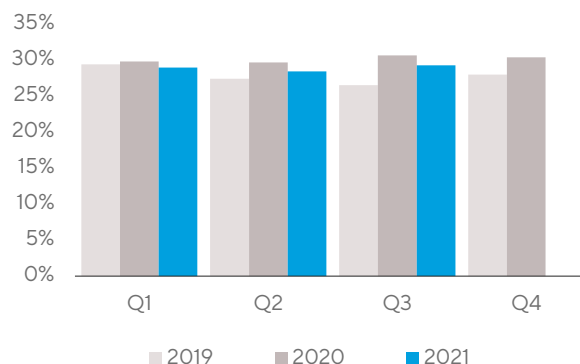
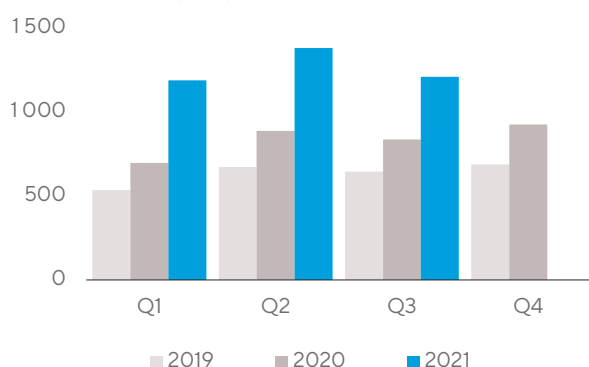
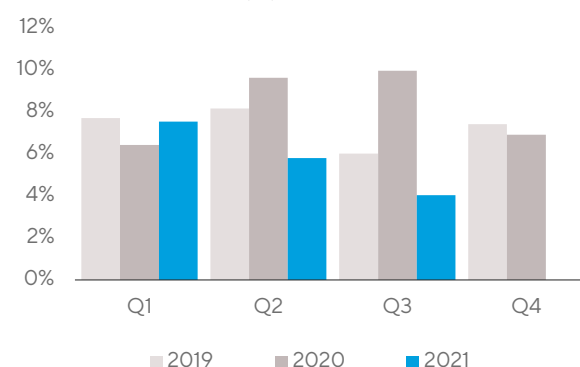
Som vi flaggat för tidigare påverkades verksamheten negativt av flaskhalsar i produktförsörjningen, inte minst i flödena från Asien. Dessa flaskhalsar, tillsammans med ökade råvarupriser, har lett till ökade inköps- och logistikkostnader. Arbetet med att genomföra prisjusteringar för att kompensera för dessa kostnadsökningar är påbörjat, men takten har hållits tillbaka av att många konkurrenter, inte minst de katalogbaserade, ännu inte fullt ut genomfört prisökningar.

Kostnaden för digital trafikdrivning (cost per click) ökade på samtliga marknader i perioden. Denna generella utveckling påverkar alla marknadsaktörer och är ett resultat av hård konkurrens om kunderna, i takt med att tjänstekonsumtionen har ökat i spåren av nu i det närmaste helt borttagna coronarestriktioner.

Nedgången i AOV i perioden förklaras av att Nordic Nest, med AOV-nivåer runt 1/3 av gruppens övriga heminredningsverksamhet, införlivats.

Justerad EBIT i kvartalet uppgick till 48,5 (82,9) Mkr, med en justerad EBIT-marginal på 4,0 (9,9) %. Under årets första nio månader uppgick justerad EBIT till 217,6 (212,6) Mkr, med en justerad EBIT-marginal på 5,8 (8,8) %.

Segmentets rörelseresultat uppgick till 39,4 (80,1) Mkr i kvartalet, med en rörelsemarginal på 3,3 (9,6) %. Under årets första nio månader uppgick rörelseresultatet till 193,2 (204,3) Mkr, med en rörelsemarginal på 5,1 (8,5) %.

Fördelning nettoomsättning per land (%), jul-sep 2021**Justerad bruttomarginal (%)****Nettoomsättning (Mkr)****Justerad EBIT-marginal (%)****AH-TRADING: LÄGGER GRUNDEN FÖR ÖKAD TILLVÄXT I TYSKLAND**

BHG förvärfvade AH-Trading i september 2021, efter att ha följt bolaget en tid. AH-Trading är en av Tysklands ledande e-handelsspecialister inom trädgårdsmöbler. Bolagets produktportfölj består idag av ca. 10 000 produkter och ca. halva försäljningen kommer från egna varumärken.

ARON HOLTERMANN, VD: MINA FÖRSTA INTRYCK AV BHG

”Vi betraktar BHG som den ledande onlinekonsolideraren inom heminredning i norra Europa. Att bli en del av BHG var därför ett naturligt steg för att accelerera vår utveckling, både genom fortsatt tillväxt i Tyskland och genom att utnyttja BHG:s kanaler i Norden och Östeuropa.

Med stöd av BHG kommer vi att utveckla vår gemensamma närvaro och verksamhet i Tyskland. Denna kommer att utgöra en grund för fortsatt tillväxt för oss på den tyska marknaden. De första veckorna av samarbete och påbörjad integration har varit intensiva och produktiva. Kommunikationen är öppen och vänlig, både med koncernen och med ett antal av de rörelsedrivande dotterbolagen inom Heminredningssegmentet.

Vi har redan börjat planera för ett tvåvägsutbyte av produktsortimenten, för att bredda vårt erbjudande till tyska kunder med hjälp av delar av BHG:s sortiment och för att genom BHG:s kanaler nå den nordiska kundbasen med vårt sortiment. Vi uppskattar det decentraliserade tillvägagångssättet, som innebär att vi kan bibehålla snabbhet och effektivitet. Integrationen öppnar också upp olika möjligheter för oss att dra nytta av att tillhöra en stor grupp. Vi ser fram emot att fortsätta vår framgångsrika utveckling tillsammans med BHG!”



Övrigt

KASSAFLÖDE OCH FINANSIELL STÄLLNING

Koncernens kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick i kvartalet till -232,0 (20,7) Mkr och till 223,6 (773,6) Mkr under årets första nio månader. Kassaflödet från den löpande verksamheten drevs främst av en negativ rörelsekapitalbindning, vilken i huvudsak är ett resultat av lageruppbyggnad.

Mot bakgrund av störningarna i de globala logistikkedjorna har gruppen valt att acceptera en något högre lagernivå för att säkra produkttillgänglighet och därmed kunna bibehålla tillväxt, inte minst inför kommande Black Week. Vidare påverkas gruppens lagernivåer också av en ökande andel av försäljningen från egna varumärken i DIY-segmentet, som i hög grad skeppas från Asien samt en medveten sortimentsutveckling för att minska säsongsberoendet.

Gruppens kassaflöde och rörelsekapitalposition följer en säsongsmässig profil, med lageruppbyggnad av framför allt utemöbler och fritidsprodukter under det första kvartalet inför högsäsongen, med hög försäljning och därmed hög kassakonvertering under de säsongsmässigt 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 säsongsmässiga 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 -232,0 (20,7) Mkr i kvartalet och under årets första nio månader till 223,6 (773,6) Mkr, motsvarande en kassakonvertering (i förhållande till justerad EBITDA) på -104,2 (8,0) % i perioden och på 21,8 (116,0) % under årets första nio månader.

Koncernens kassaflöde till investeringsverksamheten uppgick i kvartalet till -1 016,2 (-100,2) Mkr och under årets första nio månader till -1 793,9 (-182,0) Mkr och var i perioden framför allt hänförligt till förvärven av HYMA samt AH-Trading, utbetalningar avseende avtalade köpeskillningar och tilläggsköpeskillningar hänförliga till förvärv under tidigare perioder, liksom till IT-investeringar avseende webbplattformar och logistiklösningar.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till 933,9 (54,3) Mkr i kvartalet och till 1 943,3 (18,9) Mkr under årets första nio månader, i huvudsak till följd av högre utnyttjande av koncernens revolverande facilitet, amortering av leasingkulder samt betald ränta.

Koncernens likvida medel uppgick vid rapportperiodens utgång, jämfört med årets ingång, till 677,4 (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 1 854,3 Mkr vid periodens utgång, jämfört med 1 796,0 Mkr vid årets ingång, motsvarande en nettoskuld i förhållande till LTM justerad EBITDA om 1,79x,

vilket är inom spannet för koncernens kapitalstruktur mål på medellång sikt.

Koncernens övriga kort- och långfristiga räntebärande skulder utgörs av villkorade och uppskjutna tilläggsköpeskillningar, hänförliga till förvärv, vilka är föremål för en implicit räntekostnad relaterad till nuvärdeberäkningen för desamma. Dessa förpliktelser uppgick till 2 156,8 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 800,0 Mkr vid periodens utgång, jämfört med 300,0 Mkr vid årets ingång.

Koncernens totala tillgångar vid rapportperiodens utgång, jämfört med årets ingång, uppgick till 13 573,5 (8 629,7) Mkr.

Koncernens egna kapital uppgick vid rapportperiodens utgång, jämfört med årets ingång, till 5 209,7 (2 823,0) Mkr.

MEDARBETARE

Antal anställda (mätt som FTE) uppgick vid periodens slut till 2 754. Medelantalet anställda (mätt som FTE) för de senaste tolv månaderna uppgick till 2 320.

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 0,8 (0,1) Mkr och till 1,8 (1,6) Mkr under årets första nio månader. Moderbolagets rörelseresultat uppgick till -31,0 (-19,5) Mkr i kvartalet och till -74,4 (-32,8) Mkr under årets första nio månader. Utestående incitamentsprogram belastar moderbolagets resultat i kvartalet med -1,3 (-11,2) Mkr. Moderbolagets likvida medel uppgick till 47,9 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 33-37 i denna rapport.

Delårsinformationen på sidan 1-17 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.

Gruppen har under de senaste tolv månaderna förstärkt system och processer för att minimera risker relaterade till cybersäkerhet.

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 126,9 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 99 142 636 BHG-aktier, vilket motsvarar en omsättningshastighet om 81 %.

Per den 30 september hade BHG ca. 10 332 aktieägare, varav de största var EQT (17,7 %), Swedbank Robur Fonder (9,6 %), Handelsbanken Fonder (8,2 %), Capital Group (7,8 %) och Lannebo Fonder (3,8 %).

Per den 30 september 2021 var antalet utfärdade aktier 123 815 730, varav samtliga är stamaktier.

Förändring av antalet aktier

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 1 544,3 Mkr efter avdrag för transaktionskostnader om 21,4 Mkr.

Under det första kvartalet förändrades även aktier och röster i BHG Group AB 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.

Under det tredje kvartalet, i samband med förvärvet av Hyma Skog & Trädgård AB, genomförde BHG Group AB en apportemission genom vilken antalet aktier och röster ökade med 2 887 293.

Efter den riktade nyemissionen och utnyttjandet av teckningsoptionerna inom ramen för incitamentsprogrammet 2018/2021 under det första kvartalet samt under det tredje kvartalet genomförd apportemission uppgick det totala antalet utestående aktier i BHG Group AB per den 30 september 2021 till 123 815 730.

Malmö, 28 oktober 2021

Adam Schatz

Vd och koncernchef

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 28 oktober 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 DELÅRSRAPPORTEN

Adam Schatz, vd och koncernchef och Jesper Flemme, CFO kommer torsdagen den 28 oktober, klockan 10.00 att hålla en telefonkonferens i samband med publicering av delårsrapporten.

Telefonkonferensen kommer att hållas på engelska. För att delta i konferensen, ring +46 (0)8 5664 2706 eller gå till <https://tv.streamfabriken.com/bhg-q3-2021>.

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



DELÅRSRAPPORTER PÅ WWW.WEAREBHG.COM

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

FINANSIELL KALENDER

28 januari 2022	Bokslutskommuniké 2021
27 april 2022	Delårsrapport januari-mars 2022
20 juli 2022	Delårsrapport januari-juni 2022
27 oktober 2022	Delårsrapport januari-september 2022

**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 köppplevelse genom kombinationen av ett oöverträffat produktutbud och smart teknologi, kombinerat med ledande produktexpertis och ett brett utbud av service- och tjänster.

Revisorns granskningsrapport

BHG Group AB org nr 559077-0763

INLEDNING

Vi har utfört en översiktlig granskning av den finansiella delårsinformationen i sammandrag (delårsrapport) för BHG Group AB (publ) per 30 september 2021 och den niomånadersperiod som slutade per detta datum. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta och presentera denna finansiella delårsinformation 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 ISA och god revisionssed 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, 28 oktober 2021

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

Eva Carlsvi
Huvudansvarig revisor
Auktoriserad revisor

Vicky Johansson
Auktoriserad revisor

Resultaträkning för koncernen i sammandrag

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2021	2020	2021	2020	2020
Nettoomsättning	3 060,5	2 290,3	9 178,8	6 613,6	8 968,2
Övriga rörelseintäkter	0,5	0,4	0,6	0,1	4,3
Summa intäkter	3 061,0	2 290,7	9 179,5	6 613,7	8 972,5
Handelsvaror	-2 274,4	-1 698,0	-6 751,8	-4 927,4	-6 642,0
Personalkostnader	-235,7	-164,8	-697,9	-467,9	-652,6
Övriga externa kostnader	-326,2	-183,2	-914,1	-563,6	-775,0
Övriga rörelsekostnader	-2,6	-0,1	-6,6	-1,4	-0,1
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	-99,0	-61,4	-256,1	-178,9	-245,0
Rörelseresultat	123,0	183,2	553,1	474,4	657,8
Finansnetto	-33,1	-10,0	-71,2	-49,1	-107,5
Resultat före skatt	89,8	173,2	481,9	425,3	550,3
Skatt	-28,1	-38,3	-105,0	-96,9	-130,0
Periodens resultat	61,7	134,9	376,9	328,4	420,3
Hänförligt till:					
Moderbolagets aktieägare	61,0	133,0	370,4	323,9	415,1
Innehav utan bestämmande inflytande	0,7	2,0	6,5	4,5	5,1
Periodens resultat	61,7	134,9	376,9	328,4	420,3
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,50	1,24	3,09	3,02	3,87
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,49	1,22	3,05	2,98	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 3 847 532 (5 407 542) utestående teckningsoptioner, varav 1 054 065 (2 020 709) har en utspädningseffekt under kvartalet samt 1 550 465 (1 248 833) har en utspädningseffekt under årets första 9 månader.

Rapport över totalresultat för koncernen i sammandrag

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2021	2020	2021	2020	2020
Periodens resultat	61,7	134,9	376,9	328,4	420,3
Övrigt totalresultat					
Poster som har återförts eller kan återföras till periodens resultat					
Periodens omräkningsdifferenser	5,6	2,0	12,3	-6,1	-11,3
Övrigt totalresultat för perioden	5,6	2,0	12,3	-6,1	-11,3
Summa totalresultat för perioden	67,3	136,9	389,2	322,2	409,0
Summa totalresultat hänförligt till:					
Moderbolagets aktieägare	66,3	134,8	382,0	317,5	405,3
Innehav utan bestämmande inflytande	1,0	2,2	7,1	4,7	3,6
Summa totalresultat för perioden	67,3	136,9	389,2	322,2	409,0
Utestående aktier vid periodens slut	123 815 730	107 368 421	123 815 730	107 368 421	107 368 421
Genomsnittligt antal aktier					
Före utspädning	122 905 605	107 368 421	120 032 939	107 368 421	107 368 421
Efter utspädning	123 959 671	109 389 130	121 583 404	108 617 254	109 148 975

* Genomsnittligt antal aktier före och efter utspädning skiljer sig åt eftersom lösenpriset för de utestående optionsprogrammen understiger den under kvartalet respektive årets första nio månader genomsnittliga börskursen.



Rapport över finansiell ställning för koncernen i sammandrag

Mkr	30 sep		31 dec
	2021	2020	2020
Anläggningstillgångar			
Goodwill	6 403,3	3 050,0	4 395,1
Övriga immateriella anläggningstillgångar	2 901,6	1 335,1	1 804,4
Summa immateriella anläggningstillgångar	9 304,9	4 385,1	6 199,6
Byggnader och mark	31,8	10,6	10,0
Leasingtillgångar	754,4	477,6	601,9
Materiella anläggningstillgångar	109,6	45,4	64,0
Finansiella anläggningstillgångar	13,0	8,5	9,4
Uppskjuten skattefordran	23,5	18,6	19,1
Summa anläggningstillgångar	10 237,2	4 945,9	6 904,0
Omsättningstillgångar			
Varulager	2 088,2	767,8	992,3
Kortfristiga fordringar	570,7	370,3	434,5
Likvida medel	677,4	873,5	299,0
Summa omsättningstillgångar	3 336,4	2 011,6	1 725,7
Summa tillgångar	13 573,5	6 957,5	8 629,7
Eget kapital			
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	5 166,8	3 106,7	2 787,2
Innehav utan bestämmande inflytande	42,9	38,5	35,8
Summa eget kapital	5 209,7	3 145,2	2 823,0
Långfristiga skulder			
Uppskjuten skatteskuld	618,6	256,1	375,0
Övriga avsättningar	31,8	24,0	22,7
Långfristiga räntebärande skulder till kreditinstitut	2 523,2	911,1	2 042,6
Långfristiga leasingskulder	523,4	345,1	449,8
Övriga långfristiga räntebärande skulder	2 059,3	707,9	948,0
Summa långfristiga skulder	5 756,3	2 244,2	3 838,1
Kortfristiga skulder			
Kortfristiga räntebärande skulder till kreditinstitut	-	46,4	46,4
Kortfristiga leasingskulder	224,5	131,4	149,8
Övriga kortfristiga räntebärande skulder	97,4	20,7	75,3
Övriga kortfristiga skulder	2 285,6	1 369,7	1 697,2
Summa kortfristiga skulder	2 607,5	1 568,1	1 968,6
Summa eget kapital och skulder	13 573,5	6 957,5	8 629,7

Rapport över kassaflöden för koncernen i sammandrag

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2021	2020	2021	2020	2020
EBITDA	221,9	244,6	809,3	653,3	902,7
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	0,6	1,8	17,8	-4,5	-14,2
Betald inkomstskatt	-24,0	-17,2	-79,5	-49,0	-56,0
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet	198,5	229,2	747,5	599,8	832,5
Förändringar i rörelsekapitalet	-430,5	-208,6	-523,9	173,8	161,8
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-232,0	20,7	223,6	773,6	994,3
Investeringar i verksamheter	-908,3	-84,3	-1 607,5	-120,5	-1 859,1
Lösen av lån till säljaren vid förvärv av verksamhet	-65,0	-	-65,0	-	-91,8
Investeringar i andra anläggningstillgångar	-43,6	-17,9	-122,6	-64,1	-94,1
Avyttringar av verksamheter	0,0	0,1	0,0	0,1	0,4
Avyttringar av andra anläggningstillgångar	0,5	0,2	0,8	0,3	0,5
Erhållen ränta	0,2	1,7	0,4	2,1	1,5
Kassaflöde till/från investeringsverksamheten	-1 016,2	-100,2	-1 793,9	-182,0	-2 042,6
Nyemission	-	-	1 715,0	-	-
Uptagande av räntebärande skulder*	1 000,0	89,4	2 650,1	142,9	1 277,1
Amortering av räntebärande skulder	-53,6	-34,8	-2 402,8	-106,8	-147,3
Inbetalda optionspremier	-	12,9	20,7	12,9	12,9
Betald ränta	-12,4	-7,7	-39,9	-24,6	-32,2
Utdelning	-0,0	-	0,0	-	-
Utdelning till innehav utan bestämmande inflytande	-	-5,5	-	-5,5	-5,5
Kassaflöde till/från finansieringsverksamheten	933,9	54,3	1 943,3	18,9	1 105,1
Periodens förändring av likvida medel	-314,4	-25,3	373,0	610,5	56,8
Likvida medel vid periodens början	990,8	897,6	299,0	270,3	270,3
Omräkningsdifferens likvida medel	1,0	1,2	5,5	-7,2	-28,1
Likvida medel vid periodens slut	677,4	873,5	677,4	873,5	299,0

* Kassaflödet från upptagande av räntebärande skulder redovisas efter avdrag för transaktionsutgifter om 9,9 Mkr.



Rapport över förändring i eget kapital för koncernen i sammandrag

Mkr	30 sep		31 dec
	2021	2020	2020
Ingående balans	2 823,0	2 925,1	2 925,1
Periodens totalresultat	389,2	322,2	409,0
Förvärv av innehav utan bestämmande inflytande i Furniture1 UAB	-	-	-11,6
Nyemissioner*	2 119,3	-	-
Effekter av optionspremier	14,5	6,7	7,5
Utdelning till innehav utan bestämmande inflytande	-	-5,5	-5,5
Omvärdering av skulder till innehav utan bestämmande inflytande	-136,2	-103,3	-501,5
Utgående balans	5 209,7	3 145,2	2 823,0

* Nyemissionsbeloppet i perioden redovisas netto efter avdrag för transaktionskostnader om 21,4 Mkr.

Noter

NOT 1 SEGMENT

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2021	2020	2021	2020	2020
Nettoomsättning					
DIY	1 862,0	1 463,8	5 434,9	4 223,9	5 663,1
Heminredning	1 205,9	833,8	3 769,6	2 414,2	3 337,2
Totalt operativa affärsområden	3 067,9	2 297,6	9 204,6	6 638,1	9 000,3
Övrigt*	5,4	4,6	17,3	11,9	18,0
Elimineringar	-12,8	-11,9	-43,0	-36,4	-50,1
Koncernen totalt	3 060,5	2 290,3	9 178,8	6 613,6	8 968,2
Intäkter från andra segment					
DIY	1,5	3,3	6,7	10,8	13,6
Heminredning	6,0	4,1	19,1	13,8	18,7
Övrigt*	5,4	4,5	17,3	11,7	17,9
Totalt	12,8	11,9	43,0	36,4	50,1

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2021	2020	2021	2020	2020
Rörelseresultat och resultat före skatt					
DIY	116,7	123,2	437,8	309,0	444,0
Heminredning	39,4	80,1	193,2	204,3	265,0
Totalt operativa affärsområden (rörelseresultat)	156,1	203,4	631,0	513,3	709,0
Övrigt*	-33,2	-20,1	-77,9	-38,9	-51,2
Koncernen totalt (rörelseresultat)	123,0	183,2	553,1	474,4	657,8
Finansiella poster	-33,1	-10,0	-71,2	-49,1	-107,5
Koncernen totalt (resultat före skatt)	89,8	173,2	481,9	425,3	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).

Mkr	jul-sep 2021					jan-sep 2021				
	DIY	Hem-inredning	Övrigt	Eliminering	Koncernen	DIY	Hem-inredning	Övrigt	Eliminering	Koncernen
Sverige	1 283,2	535,3	5,4	-11,6	1 812,3	3 632,8	1 675,0	17,3	-36,9	5 288,1
Finland	418,3	44,1	-	0,0	462,4	1 230,4	134,4	-	-1,9	1 362,9
Danmark	79,8	152,0	-	-	231,8	328,0	499,6	-	-	827,6
Norge	62,3	108,8	-	-	171,1	202,7	360,5	-	-	563,3
Övriga Europa	18,5	337,7	-	-1,2	354,9	41,1	1 010,3	-	-4,2	1 047,2
Övriga världen	-	28,0	-	-	28,0	-	89,7	-	-	89,7
Nettoomsättning	1 862,0	1 205,9	5,4	-12,8	3 060,5	5 434,9	3 769,6	17,3	-43,0	9 178,8

Mkr	jul-sep 2020					jan-sep 2020				
	DIY	Hem-inredning	Övrigt	Eliminering	Koncernen	DIY	Hem-inredning	Övrigt	Eliminering	Koncernen
Sverige	951,2	385,2	4,6	-9,9	1 331,2	2 696,8	1 137,4	11,9	-30,4	3 815,7
Finland	359,0	34,6	-	-0,8	392,8	1 013,5	102,7	-	-2,6	1 113,6
Danmark	82,2	151,7	-	-	233,9	299,4	453,8	-	-	753,2
Norge	58,7	63,0	-	-	121,7	185,3	192,9	-	-	378,2
Övriga Europa	12,7	199,2	-	-1,1	210,8	28,9	527,5	-	-3,4	553,0
Nettoomsättning	1 463,8	833,8	4,6	-11,9	2 290,3	4 223,9	2 414,2	11,9	-36,4	6 613,6

Mkr	Helår 2020				
	DIY	Hem-inredning	Övrigt	Eliminering	Koncernen
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 %. IP Agencys omsättning under 2020 uppgick till 195 Mkr och EBITA uppgick till 52 Mkr. Förvärvet redovisas genom segmentet DIY från 1 februari.
- Den 19 mars 2021 annonserade koncernen att avtal ingåtts gällande förvärv av 100 % av aktierna i E. Svenssons i Lammhult AB (Svenssons i Lammhult), 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. Svenssons i Lammhults omsättning uppgick under 2020 till 263 Mkr och EBITA uppgick till -13 Mkr. Förvärvet redovisas genom segmentet Heminredning från 1 maj.
- 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 uppgick till 269 Mkr, exklusive genom BHG-kanaler uppgick omsättningen till cirka 200 Mkr, EBITA uppgick till 22 Mkr. Förvärvet redovisas genom segmentet DIY från 1 maj.
- Den 9 juni annonserade koncernen att avtal ingåtts gällande förvärv av 92,2 % av aktierna i HYMA Skog & Trädgård AB (HYMA). Förvärvet kommer att redovisas genom segmentet DIY från 1 augusti.
- Den 2 september förvärvade koncernen 80 % av aktierna i AH-Trading GmbH (AH-Trading). Förvärvet redovisas genom segmentet Heminredning från 1 september.

Mkr	2021						
	Netto identifierbara tillgångar och skulder	Goodwill	Köpeskilling	Likvida medel	Emitterade aktier i BHG Group AB	Villkorad/uppskjuten köpeskilling, säljarrevers	Kassaflöde netto
Rörelseförvärv under 2021							
Förvärv av aktier i IP Agency Oy	94,3	374,3	468,7	46,0	-	241,9	-180,8
Förvärv av aktier i Hafa Bathroom Group AB AB	97,2	97,8	195,0	4,5	-	15,7	-174,8
Förvärv av aktier i E. Svenssons i Lammhult AB	96,0	133,2	229,2	16,1	-	30,0	-183,1
Förvärv av Hyma Skog & Trädgård AB	632,7	979,0	1 611,7	56,0	404,2	625,1	-526,4
Förvärv av AH-Trading GmbH	255,6	408,6	664,2	67,7	-	267,2	-329,3
Förvärv av andelar från innehavare utan bestämmande inflytande							
Förvärv av aktier i Inredhemma Danmark ApS	-	-	-	-	-	-	-6,8
Förvärv av aktier i Hemfint i Kristianstad AB	-	-	-	-	-	-	-65,1
Förvärv av aktier i Vitvaruexperten.com Nordic AB	-	-	-	-	-	-	-13,3
Förvärv av aktier i Polarpumpen AB	-	-	-	-	-	-	-41,7
Tvångsinlösen, Sleepo AB	-	-	-	-	-	-	-2,5
Villkorade köpeskillningar							
Tilläggsköpeskilling, Arc E-commerce AB	-	-	-	-	-	-	-20,8
Tilläggsköpeskilling, Arredo Holding AB	-	-	-	-	-	-	-0,9
Tilläggsköpeskilling, Edututor Oy	-	-	-	-	-	-	-5,0
Tilläggsköpeskilling, Lindström & Sondén AB	-	-	-	-	-	-	-10,1
Tilläggsköpeskilling, Vitvarubolaget i Sundbyberg AB	-	-	-	-	-	-	-0,7
Tilläggsköpeskilling, Designkupp AS	-	-	-	-	-	-	-12,4
Tilläggsköpeskilling, Stonefactory Scandinavia AB	-	-	-	-	-	-	-4,5
Tilläggsköpeskilling, Nordiska Fönster i Ängelholm AB	-	-	-	-	-	-	-29,2
	1 175,8	1 993,0	3 168,8	190,3	404,2	1 179,9	-1 607,4

Intäkter och resultat för perioden för de förvärvade bolagen

Förvärven har sedan förvärvsdatumet bidragit med 548,2 Mkr till koncernens intäkter och med 32,3 Mkr till koncernens resultat efter skatt. Om förvärven konsoliderats från räkenskapsårets början skulle det ha bidragit med 1 891,3 Mkr till koncernens intäkter och 108,4 Mkr till koncernens resultat efter skatt.



Förvärv av AH-Trading GmbH

Den 2 september förvärvade koncernen 80 % av aktierna i AH-Trading GmbH (AH-Trading), ett av de ledande e-handelsföretagen i Tyskland inom trädgårdsmöbler i mellan- och premiumsegmentet. All försäljning av verksamhetens cirka 10 000 enskilda artiklar sker online, varav omkring hälften utgörs av egna varumärken. AH-Tradings omsättning under 2020 uppgick till 469 Mkr och EBITA uppgick till 34 Mkr.

Intäkter och resultat för perioden

AH-Trading har sedan förvärvsdatumet bidragit med 30,8 Mkr till koncernens intäkter och med 0,8 Mkr till koncernens resultat efter skatt. Om AH-Trading konsoliderats från räkenskapsårets början skulle de ha bidragit med 635,6 Mkr till koncernens intäkter och 53,1 Mkr till koncernens resultat efter skatt.

Mkr

Förvärv av AH-Trading GmbH

Det förvärvade bolagets nettotillgångar vid förvärvstidpunkten

Varumärken	178,3
Kundrelationer	71,3
Immateriella anläggningstillgångar	19,5
Leasingtillgångar	40,8
Materiella anläggningstillgångar	10,8
Finansiella anläggningstillgångar	0,1
Varulager	134,4
Kundfordringar	18,4
Övriga fordringar	7,3
Likvida medel	67,7
Uppskjuten skatteskuld	-74,9
Avsättningar	-0,4
Långfristiga skulder	-33,4
Långfristiga leasingkulder	-28,4
Leverantörsskulder	-88,8
Kortfristiga leasingkulder	-12,4
Övriga skulder	-54,7

Netto identifierbara tillgångar och skulder **255,6**

Goodwill 408,6

Köpeskilling **664,2**

Överförd ersättning, kassaflöde och påverkan på likvida medel

Överförd ersättning -664,2

Avgår:

Skuld till innehav utan bestämmande inflytande 157,9

Villkorad köpeskilling 109,4

Kassaflöde - utbetald köpeskilling **-397,0**

Likvida medel i den förvärvade verksamheten 67,7

Påverkan på likvida medel **-329,3**



Förvärv av Hyma Skog & Trädgård AB

Den 9 juni annonserade koncernen att avtal ingåtts gällande förvärv av 92,2 % av aktierna i HYMA Skog & Trädgård AB (HYMA). HYMA har ledande marknadspositioner inom centrala BHG-kategorier, som Trädgård, Verktyg och Fritid, med en bred portfölj av externa och egna varumärken. HYMA har en lång historik av stark och lönsam organisk tillväxt kompletterat med strategiska förvärv. HYMAs omsättning under 2020 uppgick till 797 Mkr och EBITA uppgick till 57 Mkr.

Intäkter och resultat för perioden

HYMA har sedan förvärvsdatumet bidragit med 172,2 Mkr till koncernens intäkter och med 9,0 Mkr till koncernens resultat efter skatt. Om HYMA konsoliderats från räkenskapsårets början skulle det ha bidragit med 711,6 Mkr till koncernens intäkter och 22,4 Mkr till koncernens resultat efter skatt.

Mkr

Förvärv av Hyma Skog & Trädgård AB

Det förvärvade bolagets nettotillgångar vid förvärvstidpunkten

Varumärken	355,4
Kundrelationer	252,6
Immateriella anläggningstillgångar	16,7
Byggnader och mark	22,0
Leasingtillgångar	9,8
Materiella anläggningstillgångar	5,6
Finansiella anläggningstillgångar	0,6
Uppskjuten skattefordran	2,8
Varulager	272,9
Kundfordringar	11,9
Övriga fordringar	13,6
Likvida medel	56,0
Uppskjuten skatteskuld	-134,1
Avsättningar	-0,1
Långfristiga skulder	-66,2
Långfristiga leasingskulder	-6,6
Leverantörsskulder	-138,9
Kortfristiga leasingskulder	-3,2
Övriga skulder	-38,0
Netto identifierbara tillgångar och skulder	632,7

Goodwill	979,0
----------	-------

Köpeskillning	1 611,7
----------------------	----------------

Överförd ersättning, kassaflöde och påverkan på likvida medel

Överförd ersättning	-1 611,7
Avgår:	
Emitterade aktier (2 887 293 stamaktier)	404,2
Skuld till innehav utan bestämmande inflytande	163,4
Villkorad köpeskillning	461,7

Kassaflöde - utbetald köpeskillning	-582,4
--	---------------

Likvida medel i den förvärvade verksamheten	56,0
---	------

Påverkan på likvida medel	-526,4
----------------------------------	---------------

NOT 3 VERKLIGT VÄRDE

Finansiella tillgångar och finansiella skulder som värderas till verkligt värde i koncernens rapport över finansiell ställning utgörs av skulder för villkorade köpeskillningar samt valutaterminer. Redovisat värde anses för samtliga finansiella tillgångar och finansiella skulder vara en rimlig approximation av posternas verkliga värden.

Villkorade tilläggsköpeskillningar

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.

Mkr	30 sep		31 dec
	2021	2020	2020
Redovisat värde vid periodens ingång	1 023,3	554,5	554,5
Redovisat i årets resultat	21,9	20,9	63,6
Redovisat i eget kapital	144,8	105,0	485,7
lanspråktaget belopp	-213,1	-45,0	-220,7
Anskaffningsvärde förvärv	1 179,9	93,1	140,1
Redovisat värde vid periodens utgång	2 156,8	728,6	1 023,3

Valutaterminer

Som en följd av förvärvet av Hafa Bathroom Group (se not 2) redovisar koncernen även valutaterminer till verkligt värde eftersom sådana instrument används av Hafa Bathroom Group för att säkra exponering av valutarisk. Terminernas verkliga värde uppgick per den 30 september 2021 till 0,7 (0,0) Mkr, varav 0,7 (0,0) Mkr utgjorde tillgångar och 0,0 (0,0) Mkr utgjorde skulder för koncernen. Terminerna värderas baserat på en diskontering av skillnaden mellan terminskursen i avtalet och den aktuella terminskursen för en termin som förfaller vid samma tidpunkt. Värderingen tillhör nivå 2 i värderingshierarkin.

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.

Under det tredje kvartalet, i samband med förvärvet av Hyma Skog & Trädgård AB, genomförde BHG Group AB en apportemission genom vilken antalet aktier och röster ökade med 2 887 293. Inga andra transaktioner med ägarna har genomförts under årets första nio månader.

NOT 5 KONSEKVENSER AV CORONAPANDEMIN

Coronapandemin har lett till att konsumenter har rest mindre och spenderat mer tid hemma. Under pandemin valde därför konsumenter att investera mer i sina hem samt i högre grad göra sina inköp online än i fysiska butiker. Då BHG säljer hemförbättringsprodukter online, ledde det förändrade kundbeteendet under pandemin till ökad efterfrågan på BHGs produkter. BHGs starka ställning inom hemförbättringsprodukter online i Norden bör gynna bolaget även framåt. Det är fortfarande vår bedömning att det är sannolikt att den ökade onlinepenetrationen som skett under pandemin kvarstår och att marknaden för BHGs produkter därmed blivit större än innan pandemin.

BHG har under pandemin haft ett tätt samarbete med leverantörer för att trygga leveranser och utökat lagerhållningen för att minimera risken för varubrist. Marknaden har dock under en tid påverkats av störningar i de globala logistik- och varuförsörjningskedjorna som följt i pandemins spår. Som vi kommunicerat i årets båda tidigare kvartalsrapporter förväntar vi oss att fraktkostnaderna förblir höga åtminstone året ut och att vissa flaskhalsar kommer att bestå in i 2022.

Till följd av att covidrestriktionerna nu i princip upphört har konsumtionen av tjänster som inte var tillgängliga under pandemin ökat medan efterfrågan på produkter sjunkit. I spåren av detta har konkurrensen om kunderna i BHG:s kategorier hårdnat. Som den största onlineaktören i Norden har vi en stark position för att navigera en mer komplicerad utbuds- och efterfrågesituation.



NOT 6 REFINANSIERING

Under andra kvartalet 2021 genomförde BHG en refinansiering genom vilken koncernens befintliga kreditfaciliteter hos SEB ersattes med nya faciliteter som tillhandahålls gemensamt av SEB och Danske Bank. Kreditutrymmet i de tidigare faciliteterna uppgick ursprungligen till sammanlagt 2 395 Mkr (2 349 Mkr efter amortering om 46 Mkr) varav 1 000 Mkr förföll i maj 2022 och resterande del i mars 2023. Vid andra kvartalets början utnyttjade koncernen 2 109 Mkr av det tillgängliga kreditutrymmet i de tidigare faciliteterna. De nya faciliteterna har ett totalt kreditutrymme om 3 300 Mkr fördelat på en "term loan" facilitet, en revolverande kreditfacilitet samt en checkkredit, se tabell nedan:

Mkr	30 sep 2021		
	Beviljat belopp	Utnyttjat belopp	Outnyttjat belopp
Term loan facilitet	1 500,0	1 500,0	-
Revolverande kreditfacilitet (RCF)	1 500,0	1 000,0	500,0
Checkkredit	300,0	-	300,0
Summa	3 300,0	2 500,0	800,0

Faciliteterna förfaller i maj 2024, men BHG har möjlighet att förlänga avtalet till som längst maj 2026, men en sådan förlängning förutsätter långivarnas godkännande. Faciliteterna är villkorade av att koncernen uppfyller finansiella åtaganden i form av skuldsättningsgrad samt räntetäckningsgrad. Term loan faciliteten är i SEK och löper med rörlig ränta i form av STIBOR plus en marginal. Inom ramen för den revolverande kreditfaciliteten medges upplåning i olika valutor. Beroende på vilken valuta som används betalar koncernen rörlig ränta i form av tillämplig IBOR plus en marginal.

I samband med att de tidigare faciliteterna löstes har transaktionsutgifter hänförliga till dessa kostnadsförts, vilket påverkade koncernens finansnetto för det andra kvartalet 2021 negativt med 5,2 Mkr.

Moderbolagets resultaträkning i sammandrag

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2021	2020	2021	2020	2020
Nettoomsättning	0,8	0,1	1,8	1,6	1,6
Summa intäkter	0,8	0,1	1,8	1,6	1,6
Personalkostnader	-10,3	-17,6	-50,9	-26,5	-34,2
Övriga externa kostnader	-21,4	-2,0	-25,4	-7,9	-11,2
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	-0,1	-0,0	-0,2	-0,1	-0,2
Rörelseresultat	-31,0	-19,5	-74,7	-32,8	-43,9
Finansnetto	7,2	-0,4	10,9	-1,4	-2,4
Koncernbidrag	-	-	-	-	132,3
Resultat före skatt	-23,9	-19,9	-63,8	-34,2	86,0
Skatt	1,1	4,3	13,7	7,3	-18,4
Periodens resultat/totalresultat	-22,8	-15,6	-50,1	-26,9	67,6

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

Moderbolagets balansräkning i sammandrag

Mkr	30 sep		31 dec
	2021	2020	2020
Anläggningstillgångar			
Övriga immateriella anläggningstillgångar	0,6	0,6	0,8
Summa immateriella anläggningstillgångar	0,6	0,6	0,8
Andelar i koncernföretag	3 678,3	2 691,6	2 691,6
Långfristiga fordringar på koncernföretag	3 665,0	-	1 000,0
Summa anläggningstillgångar	7 343,9	2 692,2	3 692,4
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar	3,9	13,4	5,6
Fordringar på koncernföretag	29,9	0,0	223,2
Likvida medel	47,9	33,0	58,8
Summa omsättningstillgångar	81,8	46,4	287,6
Summa tillgångar	7 425,7	2 738,6	3 979,9
Eget kapital			
Bundet eget kapital	3,7	3,2	3,2
Fritt eget kapital	4 879,8	2 713,4	2 808,7
Summa eget kapital	4 883,5	2 716,6	2 811,9
Obeskattade reserver	28,6	-	28,6
Långfristiga skulder till kreditinstitut	2 491,5	-	996,9
Summa långfristiga skulder	2 491,5	-	996,9
Kortfristiga skulder			
Övriga kortfristiga skulder	22,1	22,0	142,5
Summa kortfristiga skulder	22,1	22,0	142,5
Summa eget kapital och skulder	7 425,7	2 738,6	3 979,9

Nyckeltalssammanställning

	2021				2020					
	Q3	Q2	Q1	jan-sep	Q4	Q3	Q2	Q1	jan-sep	jan-dec
KONCERNEN										
Nettoomsättningstillväxt (%)	33,6	31,8	57,7	38,8	43,2	39,7	57,7	33,5	44,8	44,4
Organisk tillväxt (%)	5,5	14,1	36,5	16,6	35,5	32,3	41,8	22,1	33,1	33,7
Proforma organisk tillväxt (%)	10,2	16,8	42,7	21,0	44,5	32,5	44,2	23,3	34,3	38,7
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	38,3	39,0	39,7	39,0	38,7	37,4	36,1	37,8	37,0	37,4
Bruttoresultat (%)	25,7	26,6	27,2	26,4	27,2	25,9	25,0	25,8	25,5	25,9
Justerad EBIT (%)	5,4	7,8	7,2	6,8	8,2	8,5	8,6	4,9	7,7	7,8
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,50	1,63	0,97	3,09	0,85	1,24	1,34	0,43	3,02	3,87
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,49	1,62	0,96	3,05	0,83	1,22	1,33	0,43	2,98	3,80
Soliditet %	38,4	44,7	42,2	38,4	32,7	45,2	43,2	45,8	45,2	32,7
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	1 854,3	509,2	173,9	1 854,3	1 796,0	87,2	-26,2	500,0	87,2	1 796,0
Kassaflöde från rörelsen	-232,0	336,1	119,5	223,6	220,7	20,7	605,0	147,9	773,6	994,3
Antal besök (tusental)	94 710	108 555	101 829	305 094	77 950	75 644	90 672	57 866	224 183	302 133
Antal order (tusental)	1 182	1 276	1 145	3 603	865	715	889	543	2 147	3 012
Genomsnittligt ordervärde (kr)	2 545	2 808	2 416	2 597	2 725	3 080	3 193	3 119	3 137	3 018
DIY										
Nettoomsättningstillväxt (%)	27,2	20,1	47,6	28,7	49,4	46,0	73,8	36,7	54,3	53,0
Organisk tillväxt (%)	10,1	14,9	44,8	19,9	39,4	34,6	48,3	17,9	35,6	36,6
Proforma organisk tillväxt (%)	9,5	13,4	43,3	18,5	39,3	35,4	51,1	21,5	38,0	38,3
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	34,0	35,7	35,1	35,0	34,4	33,1	32,3	32,2	32,5	33,0
Bruttoresultat (%)	23,3	25,4	25,6	24,7	25,0	23,1	22,6	22,6	22,8	23,4
Justerad EBIT (%)	7,0	10,5	7,8	8,6	9,9	9,0	8,9	4,2	7,9	8,4
Antal besök (tusental)	41 309	50 349	37 936	129 595	31 894	36 398	47 004	24 634	108 037	139 931
Antal order (tusental)	587	648	486	1 721	490	427	584	313	1 325	1 814
Genomsnittligt ordervärde (kr)	3 065	3 511	3 226	3 278	2 819	3 264	3 280	3 298	3 279	3 155
Heminredning										
Nettoomsättningstillväxt (%)	44,6	55,6	70,6	56,1	34,7	29,5	32,3	30,0	30,7	31,7
Organisk tillväxt (%)	-2,4	12,3	25,4	11,0	30,1	28,6	31,5	27,6	29,4	29,6
Proforma organisk tillväxt (%)	11,1	22,6	41,5	24,5	50,7	27,3	31,6	26,7	28,4	39,3
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	44,6	44,1	44,9	44,5	45,2	44,9	43,7	45,1	44,5	44,7
Bruttoresultat (%)	29,3	28,4	28,9	28,8	30,3	30,7	29,7	29,8	30,0	30,1
Justerad EBIT (%)	4,0	5,8	7,5	5,8	6,9	9,9	9,6	6,4	8,8	8,3
Antal besök (tusental)	53 401	58 205	63 893	175 499	46 056	39 246	43 668	33 232	116 146	162 202
Antal order (tusental)	595	627	659	1 882	375	288	305	230	822	1 198
Genomsnittligt ordervärde (kr)	2 032	2 082	1 820	1 974	2 601	2 806	3 027	2 875	2 907	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 bruttoresultat och justerad EBITDA motsvarar bruttoresultat samt EBITDA med justering för jämförelsestörande poster.



Koncernen

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2021	2020	2021	2020	2020
Rörelseresultat	123,0	183,2	553,1	474,4	657,8
Förvävsrelaterade kostnader	19,6	-	19,6	-	-
Totalt jämförelsestörande poster	19,6	-	19,6	-	-
Av- och nedskrivningar på förvävsrelaterade immateriella tillgångar	21,9	10,8	53,5	32,3	43,0
Justerad EBIT	164,5	194,0	626,3	506,7	700,8
Justerad EBIT (%)	5,4	8,5	6,8	7,7	7,8
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	77,2	50,6	202,5	146,6	201,9
Vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar	-0,1	0,0	0,1	-0,0	-0,0
Justerad EBITDA	241,5	244,6	828,9	653,3	902,7
Justerad EBITDA (%)	7,9	10,7	9,0	9,9	10,1
Nettoomsättning	3 060,5	2 290,3	9 178,8	6 613,6	8 968,2
Varukostnad	-1 888,8	-1 433,1	-5 602,3	-4 166,6	-5 609,9
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	1 171,7	857,3	3 576,5	2 447,0	3 358,3
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	38,3	37,4	39,0	37,0	37,4
Direkta försäljningsomkostnader	-385,6	-265,0	-1 149,4	-760,9	-1 032,1
Bruttoresultat	786,1	592,3	2 427,1	1 686,2	2 326,2
Bruttoresultat (%)	25,7	25,9	26,4	25,5	25,9
Justerat bruttoresultat	786,1	592,3	2 427,1	1 686,2	2 326,2
Justerat bruttoresultat (%)	25,7	25,9	26,4	25,5	25,9

DIY-segmentet

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2021	2020	2021	2020	2020
Rörelseresultat	116,7	123,2	437,8	309,0	444,0
Totalt jämförelsestörande poster	-	-	-	-	-
Av- och nedskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar	12,8	8,0	29,2	24,0	31,8
Justerad EBIT	129,5	131,2	467,0	333,0	475,8
Justerad EBIT (%)	7,0	9,0	8,6	7,9	8,4
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	32,6	24,3	84,9	70,3	95,9
Vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar	-	0,0	0,2	-0,0	-0,1
Justerad EBITDA	162,1	155,5	552,1	403,3	571,6
Justerad EBITDA (%)	8,7	10,6	10,2	9,5	10,1
Nettoomsättning	1 862,0	1 463,8	5 434,9	4 223,9	5 663,1
Varukostnad	-1 228,3	-979,8	-3 534,0	-2 849,4	-3 794,1
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	633,7	484,0	1 901,0	1 374,5	1 869,0
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	34,0	33,1	35,0	32,5	33,0
Direkta försäljningsomkostnader	-200,2	-146,5	-558,1	-412,0	-546,2
Bruttoresultat	433,6	337,5	1 342,9	962,5	1 322,8
Bruttoresultat (%)	23,3	23,1	24,7	22,8	23,4
Justerat bruttoresultat	433,6	337,5	1 342,9	962,5	1 322,8
Justerat bruttoresultat (%)	23,3	23,1	24,7	22,8	23,4



Heminredningssegmentet

	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2021	2020	2021	2020	2020
Rörelseresultat	39,4	80,1	193,2	204,3	265,0
Totalt jämförelsestörande poster	-	-	-	-	-
Av- och nedskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar	9,1	2,8	24,4	8,3	11,2
Justerad EBIT	48,5	82,9	217,6	212,6	276,2
Justerad EBIT (%)	4,0	9,9	5,8	8,8	8,3
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	44,3	26,3	117,0	76,2	105,8
Vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar	-0,1	0,0	-0,1	0,0	0,1
Justerad EBITDA	92,7	109,3	334,5	288,8	382,1
Justerad EBITDA (%)	7,7	13,1	8,9	12,0	11,5
Nettoomsättning	1 205,9	833,8	3 769,6	2 414,2	3 337,2
Varukostnad	-667,6	-459,8	-2 091,1	-1 340,0	-1 845,9
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	538,3	374,0	1 678,6	1 074,2	1 491,3
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	44,6	44,9	44,5	44,5	44,7
Direkta försäljningsomkostnader	-185,4	-118,5	-591,3	-348,9	-485,9
Bruttoresultat	352,8	255,6	1 087,2	725,3	1 005,4
Bruttoresultat (%)	29,3	30,7	28,8	30,0	30,1
Justerat bruttoresultat	352,8	255,6	1 087,2	725,3	1 005,4
Justerat bruttoresultat (%)	29,3	30,7	28,8	30,0	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 tredje kvartalet uppgick nettoskulden till 1 854,3 Mkr, motsvarande en nettoskuld i förhållande till LTM justerad EBITDA om 1,79x. 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 2 156,8 Mkr vid utgången av kvartalet, att jämföra med 1 023,3 Mkr vid ingången av året. Leasingskulderna återspeglar balansräkningseffekten av IFRS 16-standarden och uppgick till 747,9 Mkr vid utgången av kvartalet, jämfört med 599,6 Mkr vid början av året.

Mkr	30 sep		31 dec
	2021	2020	2020
Långfristiga räntebärande lån	5 105,9	1 964,1	3 440,4
Kortfristiga räntebärande lån	322,0	198,4	271,4
Summa skulder	5 427,9	2 162,5	3 711,8
Likvida medel	-677,4	-873,5	-299,0
Justering leasingskulder	-747,9	-476,5	-599,6
Justering villkorade och uppskjutna tilläggsköpeskillingar	-2 156,8	-728,6	-1 023,3
Justering transaktionsutgifter	8,5	3,3	6,1
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	1 854,3	87,2	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 justerat 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 förvärvat 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 balansomslutningen.	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.