

Delårsrapport: 1 januari-31 december 2021

12 miljarder kronor i nettoomsättning överträffat

- Strategiska initiativ, förstärkta marknadsandelar och framgångsrik integration av förvärvade verksamheter resulterade i en tillväxt i kvartalet om 48,1 %, trots en svag totalmarknad

SAMMANFATTNING

1 oktober - 31 december

- Nettoomsättningen steg med 48,1 % till 3 487,2 (2 354,6) Mkr. Den organiska tillväxten uppgick till 1,8 % och proforma organisk tillväxt uppgick till 9,3 %
- Bruttoresultatet ökade med 45,0 % till 927,9 (640,0) Mkr och bruttomarginalen uppgick till 26,6 (27,2) %
- Justerad EBIT uppgick till 186,4 (194,1) Mkr och den justerade EBIT-marginalen till 5,3 (8,2) %
- Rörelseresultatet uppgick till 157,4 (183,4) Mkr och rörelsemarginalen till 4,5 (7,8) %
- Kassaflödet från rörelsen uppgick till -246,8 (220,7) Mkr
- Periodens resultat uppgick till 118,3 (91,9) Mkr
- Resultat per aktie före utspädning uppgick till 0,93 (0,85) kronor och efter utspädning till 0,92 (0,83) kronor

1 januari - 31 december

- Nettoomsättningen steg med 41,2 % till 12 666,0 (8 968,2) Mkr. Den organiska tillväxten uppgick till 12,8 % och proforma organisk tillväxt uppgick till 17,9 %
- Bruttoresultatet ökade med 44,3 % till 3 357,1 (2 362,2) Mkr och bruttomarginalen uppgick till 26,5 (25,9) %
- Justerad EBIT uppgick till 812,7 (700,8) Mkr och den justerade EBIT-marginalen till 6,4 (7,8) %
- Rörelseresultatet uppgick till 710,6 (657,8) Mkr och rörelsemarginalen till 5,6 (7,3) %
- Kassaflödet från rörelsen uppgick till -23,2 (994,3) Mkr
- Periodens resultat uppgick till 495,2 (420,3) Mkr
- Resultat per aktie före utspädning uppgick till 4,01 (3,87) kronor och efter utspädning till 3,97 (3,80) kronor

Styrelsen föreslår till årsstämman att ingen utdelning utbetalas till aktieägarna för räkenskapsåret 2021.

Viktiga händelser under och efter periodens slut

• M&A och PMI (Post Merger Integration): Framgångsrik integration av gjorda förvärv

- De sex förvärv som gjordes under 2021, tre vardera per segment, har utvecklats väl och integrationsarbetet har varit framgångsrikt, bl.a. i form av sortimentsutbyte, förbättrad trafikdrivning, konsolidering av utvalda egna varumärken inom DIY och samordning av lager- och logistikinfrastruktur.
- Säljares värderingsförväntningar, som inte adekvat reflekterat rådande marknadsomständigheter, innebar dock att vi avbröt ett par långt gångna förvärvsprocesser.
- Stark M&A-pipeline för 2022 borgar för att förvärvsresan fortsätter.

• Tillväxtinitiativ: Framsteg kring centrala organiska initiativ

- Investeringar i teknikplattformen kring produkt- och kunddata samt första lagerautomatiseringen driftsatt.
- Ovan initiativ syftar ytterst till att komplettera kunderbjudandet och generera en ledande kundupplevelse genom ytterligare sortimentexpansion och -utbyte mellan de operativa enheterna, geografisk expansion av de egna varumärkena, samt förstärkning av BHGs digitala försprång och infrastruktur. Kundnöjdheten förbättrades väsentligt under perioden.
- Påbörjad datainsamling baserad på EU-taxonomin. Denna kommer också att ligga till grund för definition av ESG-mål i Hållbarhetsrapporten 2021.

FINANSIELL SAMMANFATTNING

Mkr (om inte annat anges)	okt-dec		Δ%	jan-dec		Δ%
	2021	2020		2021	2020	
Nettoomsättning	3 487,2	2 354,6	48,1	12 666,0	8 968,2	41,2
Bruttoresultat	927,9	640,0	45,0	3 357,1	2 326,2	44,3
Bruttomarginal (%)	26,6	27,2	-0,6 p.p.	26,5	25,9	0,6 p.p.
Justerad EBIT*	186,4	194,1	-4,0	812,7	700,8	16,0
Justerad EBIT-marginal (%)	5,3	8,2	-2,9 p.p.	6,4	7,8	-1,4 p.p.
Rörelseresultat	157,4	183,4	-14,2	710,6	657,8	8,0
Rörelsemarginal (%)	4,5	7,8	-3,3 p.p.	5,6	7,3	-1,7 p.p.
Periodens resultat	118,3	91,9	28,7	495,2	420,3	17,8
Resultat per aktie före utspädning, kr	0,93	0,85	9,4	4,01	3,87	3,6
Resultat per aktie efter utspädning, kr	0,92	0,83	10,8	3,97	3,80	4,5
Kassaflöde från rörelsen	-246,8	220,7	-211,8	-23,2	994,3	-102,3
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	2 251,3	1 796,0	25,4	2 251,3	1 796,0	25,4

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

Kommentarer av Adam Schatz

VD & Koncernchef, BHG Group

En del av kulturen i BHG är att vi ständigt blickar framåt mot nya möjligheter. Jag väljer dock att inleda denna sista delårsrapport för året med några korta tillbakablickar på vad vi åstadkommit sedan börsnoteringen 2018.

- Den ledande onlinepositionen i Norden har uppnåtts och arbetet med att skapa motsvarande starka ställning på den europeiska kontinenten har påbörjats.
- Nettoomsättningen har trefaldigats och rörelseresultatet mer än fyrfaldigats. Samtidigt är jag övertygad om att vår tillväxtresa ännu är i sin linda. Vi verkar på väldigt stora marknader med god underliggande tillväxt. I tillägg till detta har vi tydliga geografiska expansionsmöjligheter – inte minst på den europeiska kontinenten – och en lång lista av potentiella förvärvsmöjligheter.
- Vi har vässat vår modell – *Organiska initiativ + förvärv + synergier* – och kompletterat vår starka företagskultur, som fortsatt bygger på entreprenörskap och framåtanda, men nu i lika hög grad präglas av kund-, hållbarhets-, och datafokus.
- Vi har genomfört och integrerat 36 förvärv, varav 16 sedan börsnoteringen och sex under 2021.
- I och med att vi under det första kvartalet nådde våra tidigare finansiella mål, bland annat att fördubbla nettoomsättningen till 10 Mdkr, uppdaterade vi under året målsättningarna, inklusive att dubbla igen på medellång sikt. Vi rör oss snabbt mot dessa, när vi nu summerar en årsomsättning för 2021 på 12,7 Mdkr och en proformaomsättning på 14,0 Mdkr.



“Vi har ytterligare skjutit fram positionen på våra nordiska hemmamarknader och etablerat en snabbt växande närvaro på den europeiska kontinenten.

Vi är en ledande aktör på en stor, snabbväxande och ännu fragmenterad marknad och vårt kunderbjudande inbegriper allt för hemmet online.”

Vi levererade ytterligare ett tillväxtkvartal, trots en svagare totalmarknad och utmanande jämförelsetal och stärkte vår marknadsposition. Nettoomsättningen uppgick till 3 487,2 Mkr, en ökning med 48,1 %, motsvarande en proforma organisk tillväxt på 9,3 % samt en organisk tillväxt på 1,8 %. Proformatillväxten mot 2019, d.v.s. från tiden innan pandemins utbrott, översteg 56 % – ett tydligt belägg för att den långsiktiga trenden mot ökade marknadsandelar för BHG är obruten. Justerad EBIT uppgick till 186,4 Mkr i kvartalet, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 5,3 %.

M&A förblir ett viktigt verktyg framöver. Under kvartalet valde vi emellertid att avstå från att slutföra några potentiella förvärv, som en följd av att säljares värderingsförväntningar inte adekvat reflekterat rådande marknadsomständigheter. Vår lista av relevanta förvärvsmöjligheter är dock välfylld och vi är övertygade om att förvärvsresan kommer att fortsätta under 2022. I likhet med tidigare delårsrapporter har vi valt att sätta strålkastarljuset på en av våra verksamheter i denna rapport, närmare bestämt relativt nyförvärvade HYMA – jag rekommenderar er att läsa vd Anders Carlssons reflektioner kring den första tiden som en del av BHG, på sidan 10 i rapporten.

Genom satsningar på att möta och överträffa våra kunders förväntningar bygger vi BHG för framtiden:

- **Här och nu** investerar vi för att flytta fram våra positioner beträffande sortiment, leverans och data/automation – och förstås organisk och förvärvsdriven tillväxt, inte minst på den europeiska kontinenten. En tillfälligt svagare marknad utgör ett utmärkt tillfälle för en ledande aktör att förstärka sin position.
- **I det medellånga perspektivet** kommer vi att ha uppnått och passerat våra nuvarande finansiella mål, bl.a. att nå 20 Mdkr i omsättning. Samtidigt kommer vi att ha väsentligt förbättrat vår förmåga att tjäna våra kunder på bästa sätt och tagit ytterligare steg på hållbarhetsområdet, inklusive den nära förestående definitionen av våra hållbarhetsmål och rapportering i linje med EU-taxonomin; båda dessa aspekter kommer att utgöra en del av vår hållbarhetsrapport för 2021.
- **På längre sikt** ser vi framför oss ett BHG som har tagit klivet fullt ut och blivit den ledande onlineaktören i Europa inom Home improvement, med marknadens bredaste kundplattform. Vi bedömer att den årliga nordiska totalmarknaden för Home improvement omsätter ca. 300 Mdkr och att den europeiska totalmarknaden är 15-20 gånger större. Onlinepenetrationen har ökat stadigt under det senaste decenniet, men är fortfarande relativt låg, på ca. 14 %.

Våra satsningar är långsiktiga och vi är övertygade om att styrkan i vår modell kommer att reflekteras i BHG-aktien framöver.

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 januari 2022

Adam Schatz
Vd och koncernchef, BHG Group

Koncernens finansiella utveckling i sammmandrag

Mkr (om inte annat anges)	okt-dec			jan-dec		
	2021	2020	Δ%	2021	2020	Δ%
Nettoomsättning	3 487,2	2 354,6	48,1	12 666,0	8 968,2	41,2
Bruttoresultat	927,9	640,0	45,0	3 357,1	2 326,2	44,3
Bruttomarginal (%)	26,6	27,2	-0,6 p.p.	26,5	25,9	0,6 p.p.
Justerad EBITDA*	275,7	249,5	10,5	1 104,6	902,7	22,4
Justerad EBITDA-marginal (%)	7,9	10,6	-2,7 p.p.	8,7	10,1	-1,3 p.p.
Justerad EBIT*	186,4	194,1	-4,0	812,7	700,8	16,0
Justerad EBIT-marginal (%)	5,3	8,2	-2,9 p.p.	6,4	7,8	-1,4 p.p.
Jämförelsestörande poster	-3,8	-	-	-23,4	-	-
Rörelseresultat	157,4	183,4	-14,2	710,6	657,8	8,0
Rörelsemarginal (%)	4,5	7,8	-3,3 p.p.	5,6	7,3	-1,7 p.p.
Periodens resultat	118,3	91,9	28,7	495,2	420,3	17,8
Kassaflöde från rörelsen	-246,8	220,7	-211,8	-23,2	994,3	-102,3
Antal besök (tusental)	106 202	77 950	36,2	411 296	302 133	36,1
Antal order (tusental)	1 644	865	90,0	5 247	3 012	74,2
Konverteringsgrad (%)	1,5	1,1	0,4 p.p.	1,3	1,0	0,3 p.p.
Genomsnittligt ordervärde** (kr)	2 093	2 725	-23,2	2 439	3 018	-19,2

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

** 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 stärka vår marknadsposition i kvartalet. På en krympande totalmarknad och trots höga jämförelsetal växte vi och ökade våra marknadsandelar. Vår bedömning, att ökningen av onlinepenetrationen under pandemins första år har etablerat en ny och högre bas utifrån vilken vår tillväxt nu fortsätter, har därmed ytterligare underbyggts.

Mot bakgrund av vår kraftiga tillväxt under 2020 är det relevant att påminna om det något längre perspektivet. Över tvåårsperioden från det fjärde kvartalet 2019 till det nyligen avslutade kvartalet summeras vår resa som följer:

- 112,0 % totaltillväxt (45,6 % CAGR, d.v.s. årlig tillväxt),
- 55,6 % proforma organisk tillväxt (d.v.s. enhet för enhet, med de bolag som BHG idag består av; CAGR 24,7 %), samt
- 35,3 % organisk tillväxt (16,3 % CAGR)

Den generella marknadsmiljön från det tredje kvartalet fortgick även i det fjärde, med flaskhalsar och prisstegringar i varuförsörjningskedjan och hårdare konkurrens om kunden, som bl.a. innebar ökade kostnader för onlinemarknadsföring jämfört med motsvarande period föregående år. Som förväntat, ser vi nu tecken på att flera konkurrenter genomfört eller förbereder att genomföra prisökningar för att kompensera för högre råvarupriser och fortsatt ansträngda leveranskedjor. Vi har utnyttjat vår position som den största onlineaktören i Norden för att navigera den rådande utbuds- och efterfrågesituationen.

Årets fjärde kvartal kännetecknades av:

- Tillväxt, driven av en framgångsrik Black Week-kampanjperiod, internationell expansion, förvärv, samt en stark utveckling i under året förvärvade bolaget. De fortsatt besvärliga omvärldsförhållandena påverkade båda segmenten, men de åtgärder vi vidtagit, i synnerhet i Heminredningssegmentet, har haft avsedd effekt.
- Gruppens nettoomsättning uppgick till 3 487,2 Mkr i kvartalet och 12 666,0 Mkr för helåret. Den totala tillväxten uppgick till 48,1 % i kvartalet och 41,2 % för helåret, proforma organisk tillväxt (d.v.s. inkl. de sex förvärv som gjorts under det gångna året) till 9,3 % och den organiska tillväxten till 1,8 % i kvartalet samt 17,9 % och 12,8 % för helåret.
- Justerad EBIT uppgick till 186,4 Mkr i kvartalet och 812,7 Mkr för helåret, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 5,3 % i kvartalet och 6,4 % för helåret. EBIT-marginalen påverkades negativt av högre frakt-, produkt-, lagerhanterings- och trafikdrivningskostnader.
- Kassaflödet från rörelsen uppgick till -246,8 Mkr i kvartalet och -23,2 Mkr för helåret, och påverkades framför allt av lageruppbbyggnad för att säkra god produkttillgänglighet trots störningarna i de globala logistikkedjorna och tidpunkten för vilken några av de större förvärven under året började konsolideras.
- Fortsatta framsteg kring centrala initiativ gjordes i kvartalet, inklusive:

- Investeringar i teknikplattformen kring produkt- och kunddata samt driftsättning av gruppens första lagerautomatisering. Dessa initiativ syftar ytterst till att komplettera kunderbudandet och generera en marknadsledande kundupplevelse genom ytterligare sortimentexpansion och -utbyte mellan de operativa enheterna, geografisk expansion av de egna varumärkena, samt förstärkning av BHGs digitala försprång och infrastruktur.
- Väsentligt förbättrad kundnöjdhet.
- Den påbörjade datainsamlingen, baserad på EU-taxonomi, som kommer att ligga till grund för definition av ESG-mål i Hållbarhetsrapporten 2021 (se hållbarhetsavsnittet på sidan 5).

Marknaden för Home improvement

Totalmarknaden för Home improvement är fortsatt väsentligt större än innan pandemins utbrott. Vår bedömning är dock att marknaden krympte under både det tredje och fjärde kvartalet 2021 jämfört med motsvarande perioder 2020. Marknaden kännetecknades redan i det andra kvartalet 2021 av en inbromsning. Dels var detta ett resultat av jämförelsen mot den höga efterfrågan under coronapandemins första år och dels av en normalisering av tjänstekonsumtionen, som är tillbaka på nivåerna innan pandemins utbrott.

Totalmarknaden utvecklades särskilt negativt omkring Black Week – en period som BHGs enheter trots det utvecklades starkt under – för att sedan stabiliseras något närmare årsskiftet. Samtidigt bör åter noteras att samtliga kategorier inom Home improvement fortsatt visar en stark tillväxt jämfört med perioden innan pandemins utbrott.

Marknaden har under en tid påverkats av störningar i de globala varuförsörjningskedjorna som följt i pandemins spår. Dessa kostnadsökningar börjar nu återspeglas i höjda konsumentpriser inom vissa kategorier. 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, även om de sannolikt inte kommer att förvärras ytterligare.

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

Utblick

Trots att den övergripande marknaden under det fjärde kvartalet var relativt svag och trots de problem som fortsatt påverkar produktförsörjningen fortsatte vi att förstärka vår position i Norden, likväl som på utvalda marknader på det europeiska fastlandet, inte minst i Östeuropa (genom Furniture1) och Tyskland (genom utvalda delar av DIY-segmentet, men framför allt i Heminredningssegmentet, genom Nordic Nest och nyligen förvärvade AH-Trading).

Vår storlek och vårt angreppssätt – att kombinera organiska initiativ med förvärv och utvinna synergier – 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 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 fortsätta stärka vår affär under alla marknadsomständigheter.

Gruppen offentliggör inga prognoser men vi konstaterar att den årliga tillväxttakten av orderingången under inledningen av årets första kvartal har inletts starkare än under de båda föregående kvartalen.

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 (sidan 7).

Förvärv

Förvärv förblir ett viktigt verktyg framöver. Med hjälp av vårt förstärkta integrationsteam kan de förvärvade bolagen snabbare ta del av våra organiska ansatser, som kretsar kring de fyra strategiska hörnstenarna och ytterst syftar till att föra oss närmare uppfyllandet av vår Mission: *We make living easy*.

Ett stort antal potentiella förvärvsmöjligheter utvärderades under kvartalet. Vi valde dock att avbryta ett par långt gångna förvärvsprocesser, i vilka säljarnas värderingsförväntningar enligt vår mening inte adekvat reflekterat rådande marknadsomständigheter. En stark förvärvspipeline borgar för att förvärvsresan kommer att fortsätta under 2022.

Med de förvärv som slutfördes under året har BHG kraftigt stärkt positionen som den ledande onlineaktören i Norden, med en snabbt växande närvaro på den europeiska kontinenten i allmänhet och i Östeuropa och Tyskland i synnerhet.

Genom förvärven och sedermera sammanslagningen av Nordic Nest och Svenssons i Lammhult har gruppen etablerat en premiumplattform inom Heminredning. Vidare har kombinationen organiska initiativ, förvärv och synergier möjliggjort att andelen av gruppens försäljning som genereras utanför våra traditionella nordiska hemmarknader kraftigt ökat under senare år. Under det fjärde kvartalet genererades 17,6 % av gruppens nettoomsättning från marknader utanför Norden, en uppgång på proformabas med 3,4 procentenheter jämfört med motsvarande period föregående år.

Våra förutsättningar att upprätthålla en hög förvärvstakt är goda och flödet av relevanta förvärvsmöjligheter – på våra nordiska hemmarknader, likväl som i närliggande 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 möjliggör geografisk expansion, 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.

BHG:s hållbarhetsarbete

Under kvartalet fortskred arbetet med att fullt ut integrera ESG i vår strategi och i våra koncernövergripande projekt och aktiviteter. Vi står nu i begrepp att definiera våra hållbarhetsmål på kort och lång sikt och avser att inkludera dessa i vår hållbarhetsrapport för 2021, som i sedvanlig ordning kommer att utgöra en del av årsredovisningen. Vidare kommer vi att rapportera enligt taxonomiförordningen i hållbarhetsrapporten.

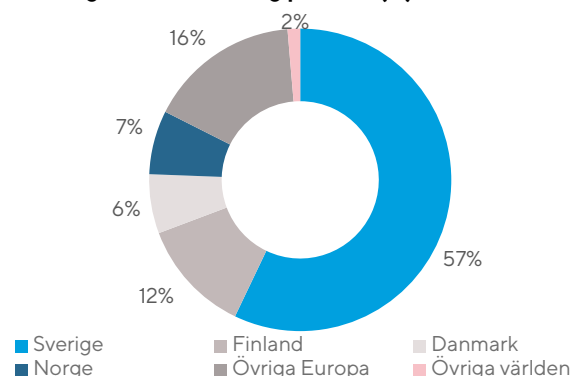
Under perioden fastställdes BHGs uppdaterade uppförandekod samt uppförandekoden för koncernens leverantörer. Båda koderna bygger på de tio principerna i FN:s Global Compact och de huvudsakliga bakomliggande deklarationerna om mänskliga rättigheter, grundläggande principer och rättigheter i arbetet, Riodeklarationen om miljö och utveckling och FN:s konvention mot korruption. Under perioden påbörjades implementeringen av de uppdaterade koderna i alla BHGs dotterbolag.

Valutaeffekter

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

Valutakursfluktuationer hade en negativ, om än relativt försumbar, påverkan på både nettoomsättning och rörelseresultat i kvartalet.

Fördelning nettoomsättning per land (%) okt-dec 2021



Nettoomsättning

Både den totala tillväxten och proformatillväxten (som även inkluderar utvecklingen för nyligen genomförda förvärv, vilka typiskt sett växer snabbare efter det att de blivit en del av koncernen) var god, trots utmanande jämförelsetal. Den organiska tillväxten för gruppen påverkades av höga jämförelsetal och en totalmarknad som krympte under kvartalet. En positiv organisk tillväxt i kvartalet möjliggjordes trots detta tack vare stark försäljning under Black Week-perioden, under vilken BHG tydligt sköt fram positionerna.

Nettoomsättningen steg med 48,1 % till 3 487,2 (2 354,6) Mkr i kvartalet och med 41,2 % till 12 666,0 (8 968,2) Mkr för helåret. Den organiska tillväxten uppgick till 1,8 % i kvartalet och 12,8 % för helåret. Proforma organisk tillväxt uppgick till 9,3 % i kvartalet och 17,9 % för helåret. Försäljningen på den tyska marknaden var synnerligen stark

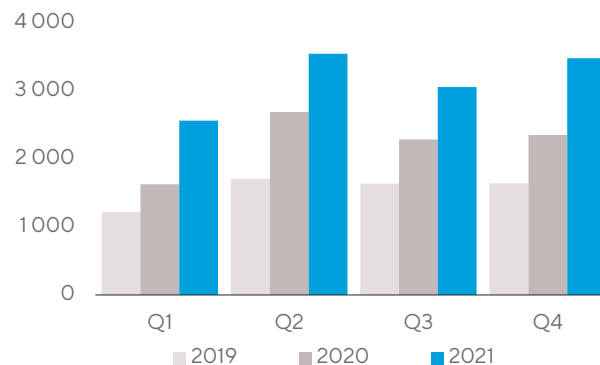
och Tyskland kvalificerade för första gången in som den tredje största BHG-geografin.

Nettoomsättningen inom DIY-segmentet ökade med 26,7 % till 1 823,6 Mkr i kvartalet och med 28,2 % till 7 259,6 Mkr för helåret. Den organiska tillväxten uppgick till 2,3 % i kvartalet och till 15,4 % för helåret. Proforma organisk tillväxt uppgick till 3,3 % i kvartalet och till 14,6 % för helåret. De svenska verksamheterna levererade på en hög nivå, samtidigt som de övriga nordiska enheterna mötte tuffare jämförelsetal; en bild som i mycket liknade utvecklingen i både det andra och tredje kvartalet.

Nettoomsättningen för Heminredningssegmentet steg med 81,3 % till 1 673,2 Mkr i kvartalet och med 63,1 % till 5 442,8 Mkr för helåret. Den organiska tillväxten uppgick till 1,0 % i kvartalet och 8,2 % för helåret. Proforma organisk tillväxt uppgick till 16,8 % i kvartalet och till 22,3 % för helåret. Tillväxten i kvartalet drevs i hög grad av försäljning till kunder på den europeiska kontinenten, framförallt genom Nordic Nest och Furniture1.

Gruppens trafikdrivnings- och webteam, som arbetar tvärs över samtliga enheter, navigerade en fortsatt utmanande marknad för trafikdrivning. Trafiken till koncernens webbutiker utvecklades trots detta väl och översteg 100 miljoner besök. Antalet besök uppgick till 106,2 (78,0) miljoner under kvartalet, vilket genererade 1 644 (865) tusen orders. Samtidigt ökade konverteringsgraden med 0,4 procentenheter.

Nettoomsättning (Mkr)



Bruttomarginal och SG&A

Produktmarginalen uppgick till 39,5 (38,7) % i kvartalet och 39,1 (37,4) % för helåret. Den redovisade bruttomarginalen (d.v.s. marginalen efter avdrag för direkta försäljningsomkostnader, såsom logistik, lagerhantering etc.), uppgick till 26,6 (27,2) % i kvartalet och till 26,5 (25,9) % för helåret. Produktmarginalförbättringen drevs av en positiv mixförskjutning mot en högre andel egna varumärken i DIY-segmentet och god tillväxt i Heminredningssegmentet, vilka mer än kompenserade för de ökade frakt- och lagerhanteringskostnader.

Sammantaget förklaras utvecklingen av bruttomarginalen i kvartalet av:

- Pris och mix: En högre andel av försäljning från Heminredningssegmentet och prisjusteringar i detsamma, samt en ökad andel försäljning av egna varumärken inom DIY-segmentet.

- Råvaru- och fraktkostnadsökningar, samt högre kostnader för lagerhantering. De första tydligare tecknen på marknadsprisökningar, för att kompensera för kostnadsökningar i produkt- och logistikled, kunde skönjas i kvartalet.

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 bruttoreultat och justerad EBITDA) uppgick i kvartalet till 652,2 (390,6) Mkr, motsvarande 18,7 (16,6) % av nettoomsättningen och till 2 252,4 (1 423,5) Mkr för helåret, motsvarande 17,8 (15,9) %.

SG&A påverkades framför allt negativt av ökade kostnader för onlinemarknadsföring, en konsekvens av högre trafikdrivningskostnader, drivna av marknadsprisökningar för Cost Per Click (CPC). En stor del av denna ökning förklaras av en normalisering från de ovanligt låga CPC-nivåerna under pandemins första år. SG&A som andel av försäljningen påverkades även negativt av tidpunkten för vilken AH-Trading konsolideras. AH-Trading sortiment består nästan uteslutande av utemöbler och tillhörande produkter och verksamheten är därför starkt säsongsberoende.

En högre SG&A i förhållande till nettoomsättningen är också resultatet av den fortsatta ökningen av andelen försäljning från egna varumärken. Vår strävan att öka andelen egna varumärken kräver en något mer omfattande organisation och högre onlinemarknadsföring. Slutligen befinner vi oss fortsatt i en fas då vi bygger organisationen för att kunna leverera hög tillväxt med god kundnöjdhet och ökad kundlojalitet på längre sikt. Kundnöjdheten förbättrades också väsentligt under året.

Som tidigare nämnts valde vi att avbryta två långt gångna förvävsprocesser i för oss nya marknader under kvartalet. I samband med detta har vi redovisat transaktionskostnader motsvarande 3,6 Mkr som jämförelsestörande i kvartalet. Sedan det tredje kvartalet 2019 redovisar vi endast exceptionella transaktionskostnader relaterade till vår förvävsagenda.

Resultat

Koncernens justerade EBIT uppgick till 186,4 (194,1) Mkr i kvartalet och 812,7 (700,8) Mkr för helåret, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 5,3 (8,2) % i kvartalet och 6,4 (7,8) % för helåret.

Koncernens rörelseresultat uppgick till 157,4 (183,4) Mkr i kvartalet och till 710,6 (657,8) Mkr för helåret, motsvarande en rörelsemarginal på 4,5 (7,8) % i kvartalet och 5,6 (7,3) % för helåret.

Avskrivningar på förvävsrelaterade immateriella tillgångar uppgick till 25,2 (10,7) Mkr i kvartalet och till 78,7 (43,0) Mkr för helåret. 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 -8,5 (-58,4) Mkr i kvartalet, vilket inkluderar omvärderade tilläggsköpeskillningar om +8,0 Mkr. Räntekostnaderna uppgick till -13,8 Mkr i kvartalet, varav -4,4 Mkr är hänförliga till leasingskulder relaterade till IFRS 16. För helåret uppgick koncernens finansnetto till -79,7 (-107,5) Mkr, vilket inkluderar omvärderade tilläggsköpeskillningar om -12,3 Mkr. Räntekostnaderna uppgick till -49,7 Mkr, varav -15,6 Mkr är hänförliga till leasingskulder relaterade till IFRS 16.

Koncernens resultat före skatt uppgick till 149,0 (125,0) Mkr i kvartalet och till 630,9 (550,3) Mkr för helåret.

Resultatet efter skatt uppgick till 118,3 (91,9) Mkr i kvartalet och till 495,2 (420,3) Mkr för helåret. Den effektiva skattesatsen uppgick till -20,6 (-26,5) %, motsvarande -30,7 (-33,1) Mkr i kvartalet och -21,5 (-23,6) % motsvarande -135,7 (-130,0) Mkr för helåret.

Viktiga händelser under och efter periodens slut

- **M&A och PMI (Post Merger Integration):** *Framgångsrik integration av gjorde förvärv*

- De sex förvärv som gjordes under 2021, tre vardera per segment, har utvecklats väl och integrationsarbetet har varit framgångsrikt, bl.a. i form av sortimentsutbyte, förbättrad trafikdrivning, konsolidering av utvalda egna varumärken inom DIY och samordning av lager- och logistikinfrastruktur.
- Säljares värderingsförväntningar, som inte adekvat reflekterat rådande marknadsomständigheter, innebar dock att vi avbröt ett par långt gångna förvävsprocesser.
- Stark M&A-pipeline för 2022 borrar för att förvävsresan fortsätter.

- **Tillväxtinitiativ:** *Framsteg kring centrala organiska initiativ*

- Investeringar i teknikplattformen kring produkt- och kunddata samt första lagerautomatiseringen driftsatt.
- Ovan 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. Kundnöjdheten förbättrades väsentligt under perioden.
- Påbörjad datainsamling baserad på EU-taxonomin. Denna kommer också att ligga till grund för definition av ESG-mål i Hållbarhetsrapporten 2021.

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.

2021/Q4

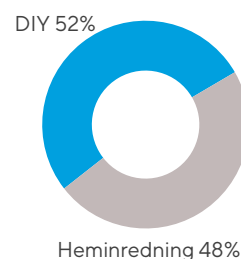
DIY-segmentet

”Under kvartalet har flera viktiga initiativ implementerats för att stärka vår position på marknaden. I vår strävan att uppnå vår mission – We Make Living Easy – har vi genomfört väsentliga investeringar i att fullt ut nyttja vår stora mängd kunddata, ytterligare breddat vår produktportfölj och realiserat märkbara förbättringar i vår kundnöjdhet.”

Mikael Hagman, segmentschef DIY

- Segmentet stärkte sin ledande nordiska position ytterligare. I ett kvartal under vilket DIY-marknaden krympte visade segmentet tillväxt och därmed förstärkta marknadsandelar. Vidare förbättrades kundnöjdheten
- Segmentets nettoomsättning ökade med 26,7 % i kvartalet och 28,2 % för helåret, varav den organiska tillväxten uppgick till 2,3 % respektive 15,4 %. Proforma organisk tillväxt uppgick till 3,3 % respektive 14,6 %
- Bruttomarginalen uppgick till 23,0 (25,0) % i kvartalet och 24,3 (23,4) % för helåret.
- Justerad EBIT uppgick till 93,7 (142,8) Mkr i kvartalet och 560,7 (475,8) Mkr för helåret, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 5,1 (9,9) % respektive 7,7 (8,4) %
- Den justerade EBIT-marginalen påverkades negativt av höga frakt- och lagerhållnings- och trafikdrivningskostnader, samt IT-, automations- och organisationsinvesteringar syftandes till att möta och överträffa kundförväntningar

Nettoomsättning per segment, okt-dec 2021



Mkr (om inte annat anges)	okt-dec			jan-dec		
	2021	2020	Δ%	2021	2020	Δ%
Nettoomsättning	1 823,0	1 439,2	26,7	7 259,6	5 663,1	28,2
Bruttoresultat	419,9	360,3	16,5	1 764,3	1 322,8	33,4
Bruttomarginal (%)	23,0	25,0	-2,0 p.p.	24,3	23,4	0,9 p.p.
Justerad EBITDA	129,6	168,4	-23,0	681,7	571,6	19,3
Justerad EBITDA-marginal (%)	7,1	11,7	-4,6 p.p.	9,4	10,1	-0,7 p.p.
Justerad EBIT	93,7	142,8	-34,4	560,7	475,8	17,8
Justerad EBIT-marginal (%)	5,1	9,9	-4,8 p.p.	7,7	8,4	-0,7 p.p.
Jämförelsestörande poster	-	-	-	-	-	-
Rörelseresultat	78,8	134,9	-41,6	516,6	444,0	16,4
Rörelsemarginal (%)	4,3	9,4	-5,1 p.p.	7,1	7,8	-0,7 p.p.
Periodens resultat	-89,1	-20,3	338,2	216,4	185,4	16,7
Antal besök (tusental)	36 389	31 894	14,1	165 984	139 931	18,6
Antal order (tusental)	652	490	33,2	2 373	1 814	30,8
Konverteringsgrad (%)	1,8	1,5	0,3 p.p.	1,4	1,3	0,1 p.p.
Genomsnittligt ordervärde (kr)	2 688	2 819	-4,7	3 116	3 155	-1,2

KOMMENTARER DIY-SEGMENTET

DIY-segmentet fortsatte att förstärka sin nordiska position och ta marknadsandelar under kvartalet. Trots synnerligen höga jämförelsetal och marknadskomplikationer kring leveranskedjor och en allmänt svagare efterfrågan, växte segmentet.

Som vi rapporterat de senaste kvartalen förväntar vi oss att totalmarknaden för DIY under den kommande perioden inte kommer att utvecklas lika gynnsamt som under pandemins

första år. 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.

Vårt kunderbudande består av en kombination av den bredaste portföljen av externa varumärken och en växande andel egna varumärken, till marknadsledande priser, kompletterat med den mest attraktiva digitala shoppingupplevelsen samt infrastruktur i form av



visningsbutiker och tjänster. Fokuset på att förstärka sortimentet, leveransförmågan och investeringar i data och automation bidrog till att förbättra kundnöjdheten under kvartalet:

- **Sortiment:** Den ständigt pågående sortimentsexpansionen – med avseende på externa likväl som egna varumärken och installationstjänster – utgör grunden för att vi ska förbli den mest relevanta kanalen för våra kunder. Vårt egenutvecklade system för automatiserat utbyte av produktinformation 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. Systemet har under kvartalet vidareutvecklats och tagits i bruk av ytterligare gruppbolag.
- **Leverans:** Vår fortsatt viktigaste leveranskanal i segmentet, 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. Viktiga steg i detta arbete togs under kvartalet, bl.a. genom att vår finska DIY-verksamhet implementerat ett system baserat på maskininlärning för att säkra mer korrekta leveranslöften. Nästa steg i utvecklingen blir att under 2022 implementera ett automatiserat system för att notifiera kunder om eventuella avvikelser mot leveranslöftet. Vidare fortsatte installationserbjudandet att breddas till nya kategorier och antalet genomförda installationer nådde de högsta nivåerna hittills i kvartalet, upp 25 % mot föregående år. Installationserbjudandet bidrar till produktförsäljning och genererar särdeles nöjda kunder.
- **Data & automation:** Vi strävar efter att data och automation 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 i syfte att optimera verksamheten och ytterligare förädla kundupplevelsen. Arbetet med vår uppgraderade kundplattform, som vi påbörjade under det tredje kvartalet 2021, fortskred planenligt, med planerad lansering under första halvåret 2022. Under kvartalet, kort innan den viktiga Black Week-perioden, färdigställdes också vår första lagerautomatisering (i vår danska DIY-verksamhet). Erfarenheterna har varit mycket goda. Danska kunder har synnerligen höga förväntningar kring snabba leveranser. Genom denna investering har order backloggen från det danska lagret helt avskaffats, bl.a. tack vare en dramatiskt effektiviserad plock- och packprocess.

Vår förvärvsstrategi fortsätter att bidra till en stärkt position genom en breddad produktportfölj och kundbas, men även genom det tillskott som förvärven ger oss i form av starka ledningsgrupper.

Integrationsarbetet med de under året förvärvade verksamheterna har löpt planenligt. Bl.a. har våra egna badrums-, dörr- och fönstervarumärken konsoliderats kring Hafa Bathroom Group, och gruppens lagerhållning av utvalda externa trädgårdsvarumärken (Husqvarna, Gardena, Landmann) samlats under HYMA. Att gruppera fler egna och externa varumärken kring dessa plattformar ger oss möjligheter att optimera lager- och logistikinfrastrukturen för gruppen.

DIY-segmentet stod för 52 % av gruppens totala nettoomsättning i kvartalet och 57 % för helåret. Nettoomsättningen steg med 26,7 % till 1 823,0 (1 439,2) Mkr i kvartalet och med 28,2 % till 7 259,6 (5 663,1) Mkr för helåret.

Segmentets försäljningsmix utvecklades i linje med det tredje kvartalet, med starkast utfall i de svenska verksamheterna, följt av Norge och Finland. Den danska verksamheten, som hade de högsta jämförelsetalen, utvecklades svagare. Samtidigt fortsatte de riktade satsningarna kring de egna varumärkena på för segmentet nya marknader utanför Norden att utvecklas starkt, om än från en låg bas.

Utmaningarna med längre ledtider och produktionsflaskhalsar bestod och bedöms kvarstå en tid än. Detta, tillsammans med den pågående mixförskjutningen mot en högre andel egna varumärken, har lett till att vi för närvarande har en acceptans för något högre lagernivåer.

Justerad EBIT i kvartalet uppgick till 93,7 (142,8) Mkr, med en justerad EBIT-marginal på 5,1 (9,9) %. För helåret uppgick justerad EBIT till 560,7 (475,8) Mkr, med en justerad EBIT-marginal på 7,7 (8,4) %. Den lägre justerade EBIT-marginalen jämfört med motsvarande period föregående år är framför allt hänförlig till följande faktorer: 1) Den exceptionellt goda lönsamheten motsvarande period föregående år, 2) en negativ påverkan av höga frakt-, lagerhållnings- och trafikdrivningskostnader, samt 3) IT-, automations- och organisationsinvesteringar som syftar till att förbättra kundnöjdheten.

Segmentets rörelseresultat uppgick till 78,8 (134,9) Mkr i kvartalet, med en rörelsemarginal på 4,3 (9,4) %. För helåret uppgick rörelseresultatet till 516,6 (444,0) Mkr, med en rörelsemarginal på 7,1 (7,8) %.

HYMA: TYDLIGA SYNERGIER

BHG slutförde förvärvet av HYMA i augusti 2021, efter att ha följt bolaget en längre tid. HYMA har ledande marknadspositioner inom centrala BHG-kategorier, som Trädgård, Verktyg och Fritid, och har en bred portfölj av externa och egna varumärken. Genom förvärvet förstärkte BHG bredden och djupet inom viktiga DIY-kategorier ytterligare, med goda möjligheter att driva fortsatt tillväxt på BHGs onlineplattformar i Norden.

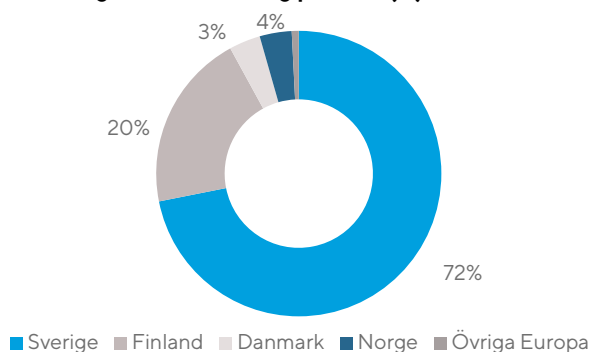
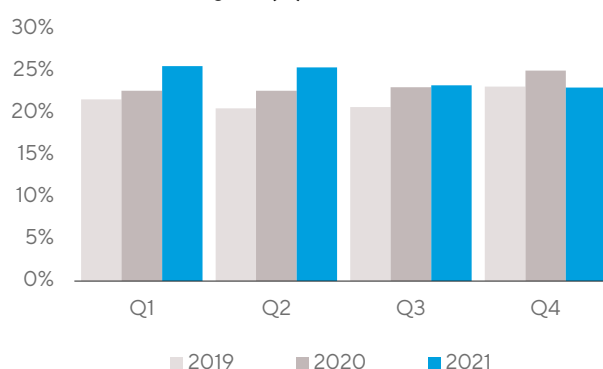
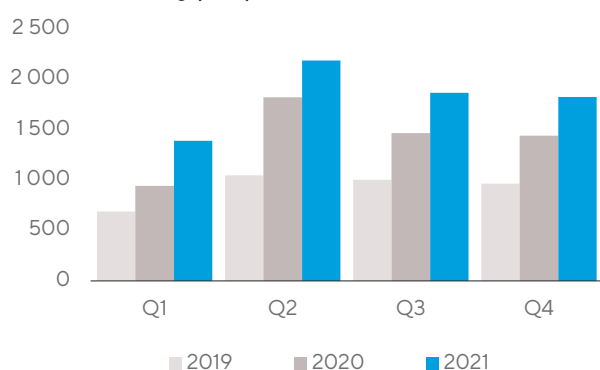
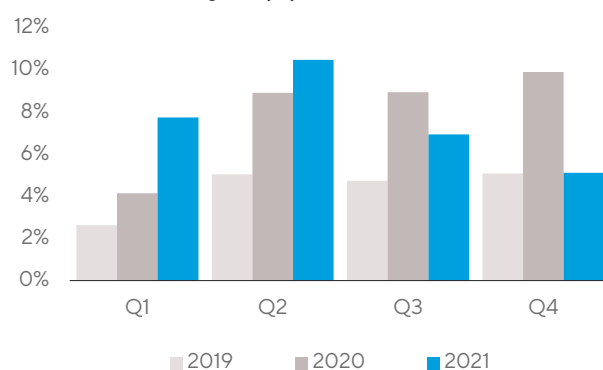
ANDERS CARLSSON, VD: FÖRSTA MÅNADERNA MED BHG

”Jag börjar med att ge BHG beröm för en professionell och seriös förvärvsprocess. Jag tycker att personerna jag träffat hela vägen – från inledande samtal till färdig transaktion – genomgående gett ett genuint och trevligt bemötande – man vill helt enkelt göra affär med BHG.

Första perioden med BHG präglades av onboarding med veckovis uppföljning – denna sträckte sig allt från rapportering till att frigöra synergier och upprätta samarbeten inom gruppen. Redan nu har HYMA frigjort betydande synergier på såväl intäkts- som kostnadssidan; exempelvis sortimentsutbyte, konsolidering av logistikverksamhet och avtalsförbättringar. Vidare har vi gjort större förbättringar på vår sökmotoroptimering utifrån analys och förslag av BHGs SEO team.

Entreprenörskap är för mig viktigt i arbetet och vår affär – BHG och dess ledning ger ansvar, uppmuntrar att man driver initiativ och tar sin verksamhet till högre höjder. Personligen tycker jag det är imponerande att klara bibehålla entreprenörskap i denna skala – en stark egenskap inom BHGs företagskultur!

Framtiden tillsammans med BHG känns inspirerande och är full av initiativ som skapar värde, utveckling och konkurrenskraft.”

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

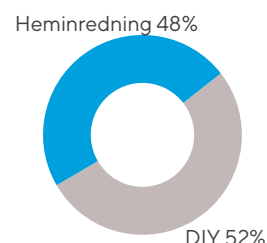
Heminredningssegmentet

”Segmentets ställning på den viktiga kontinentaleuropeiska marknaden fortsatte att stärkas i kvartalet. Med Furniture1, Nordic Nest och AH-Trading håller vi på att skapa en stark position i Europa, samtidigt som tillväxtmöjligheterna i Norden är fortsatt goda.”

Christian Eriksson, segmentschef HF

- Heminredningssegmentet har, efter förvärven av Nordic Nest, Svenssons i Lammhult och AH-Trading tidigare under året, ökat väsentligt i storlek, med en total tillväxt i kvartalet på 81,3 % och 63,1 % för helåret. De nyförvärvade verksamheterna har utvecklats väl
- Segmentet vände en negativ organisk tillväxt i föregående kvartal till en tillväxt på 1,0 % i kvartalet, trots höga jämförelsetal och en svag totalmarknad, och 8,2 % för helåret.
- Proforma organisk tillväxt, som inkluderar den fina utvecklingen i Nordic Nest och Svenssons i Lammhult, uppgick till 16,8 % i kvartalet och 22,3 % för helåret
- Bruttomarginalen uppgick till 30,4 (30,3) % i kvartalet och 29,4 (30,1) % för helåret. En marginellt förbättrad nivå jämfört med motsvarande period föregående år och väsentligt bättre än under det tredje kvartalet. Förbättringen förklaras bl a av prisjusteringar som delvis kompenserat för höga logistikkostnader
- Justerad EBIT uppgick till 106,4 (63,6) Mkr i kvartalet och 324,0 (276,2) Mkr för helåret, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 6,4 (6,9) % respektive 6,0 (8,3) %
- Den justerade EBIT-marginalen påverkades negativt av höga frakt-, lagerhållnings- och trafikdrivningskostnader, samt tidpunkten vid vilken AH-Trading förvärvades. AH-Tradings utemöbelsfokus gör att verksamhetens hela vinst för närvarande genereras under årets varmare månader.

Nettoomsättning per segment, okt-dec 2021



Mkr (om inte annat anges)	okt-dec			jan-dec		
	2021	2020	Δ%	2021	2020	Δ%
Nettoomsättning	1 673,2	923,0	81,3	5 442,8	3 337,2	63,1
Bruttoresultat	508,4	280,1	81,5	1 597,7	1 005,4	58,9
Bruttomarginal (%)	30,4	30,3	0,0 p.p.	29,4	30,1	-0,8 p.p.
Justerad EBITDA	159,5	93,4	70,9	494,0	382,1	29,3
Justerad EBITDA-marginal (%)	9,5	10,1	-0,6 p.p.	9,1	11,5	-2,4 p.p.
Justerad EBIT	106,4	63,6	67,2	324,0	276,2	17,3
Justerad EBIT-marginal (%)	6,4	6,9	-0,5 p.p.	6,0	8,3	-2,3 p.p.
Jämförelsestörande poster	-	-		-	-	
Rörelseresultat	96,2	60,8	58,3	289,4	265,0	9,2
Rörelsemarginal (%)	5,7	6,6	-0,8 p.p.	5,3	7,9	-2,6 p.p.
Periodens resultat	62,8	-30,3	n/a	182,9	125,4	45,9
Antal besök (tusental)	69 813	46 056	51,6	245 312	162 202	51,2
Antal order (tusental)	992	375	164,2	2 874	1 198	139,9
Konverteringsgrad (%)	1,4	0,8	0,6 p.p.	1,2	0,7	0,4 p.p.
Genomsnittligt ordervärde* (kr)	1 702	2 601	-34,6	1 880	2 811	-33,1

* 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 under det fjärde kvartalet kännetecknades av liknande dynamik som under det tredje

kvartalet: En svagare efterfrågan, högre trafikdrivningskostnader och fortsatta störningar i de globala leverantörs- och logistikleden. Trots detta levererade



segmentet en stark proforma organisk tillväxt och vände även den negativa organiska tillväxten från föregående kvartal.

Segmentets premiumplattform (Nordic Nest Group, som inkluderar Svenssons i Lammhult), samt den östeuropeiska verksamheten, utvecklades starkast. Även segmentets specialistverksamheter visade god tillväxt. Den enskilt största verksamheten, vår nordiska möbelpattform med fokus på value-for-money, lyckades samtidigt kraftigt förbättra sin lönsamhet, ett centralt arbete som påbörjades under andra halvåret och som vi under denna tid prioriterat framför tillväxt. Det råder fortsatt osäkerhet kring hur efterfrågan i marknaden på kort sikt kommer att utvecklas på de för oss viktiga svenska och danska marknaderna, men vi går in i det nya året med en sund grund för verksamheten.

AH-Trading, som förvärvades under det tredje kvartalet, ger segmentet nya förutsättningar att växa, inte minst genom den potential som ett tvåvägssortimentsutbyte utgör (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 marginellt till försäljningen i kvartalet och har dessutom haft en viss negativ påverkan på lönsamheten.

Heminredningssegmentet har i grunden förstärkts under året, med

- En total tillväxt under 2021 på över 60 %
- En nyetablerad premiumplattform i form av Nordic Nest Group, samt
- Intåget i Tyskland genom förvärvet av AH-Trading och den kraftiga tillväxten på den tyska marknaden för Nordic Nest.

Från att fram till och med 2018 i princip uteslutande ha fokuserat på de nordiska marknaderna har segmentet framgångsrikt etablerat en snabbt växande närvaro på det europeiska fastlandet. Under det fjärde kvartalet stod kunder från länder utanför Norden för mer än en tredjedel av segmentets omsättning.

Fortsatt fokus ligger nu på att exekvera på initiativ för lönsam tillväxt:

- **Sortiment:** Det gruppöverskridande egenutvecklade systemet för sortimentsutbyte har implementerats i flertalet av segmentets verksamheter. De möjligheter som öppnats upp för sortimentsutbyte mellan den nordiska verksamheten och AH-Tradings tyska kundbas har också börjat adresseras, med mycket gott initialt utfall. Utbytet har än så länge inneburit försändelser från vårt nordiska centrallager i Helsingborg till AH-Tradings lager i Nordrhein Westfalen. Med utesäsongens inträde planeras sortimentsutbyte i båda riktningar. Den nordiska verksamheten har också under senhösten kunnat återuppta sin sortimentsbreddning med bättre kraft allteftersom leverantörsmässor åter kunnat hållas.
- **Leverans:** Utrullningen av visningsbutiker i Norge visar lovande initiala resultat och utgör tillsammans med last mile-leveranser en pusselbit i segmentets satsning på att kraftigt öka närvaron i landet. Tillväxten i den danska marknaden tog också fart under kvartalet, med stöd i den nya lagerinfrastrukturen som ger verksamheten möjlighet att leverera snabbare till kunder i den viktiga Själlandsregionen. Sist men inte minst fortskrider arbetet

med Nordic Nests lagerexpansion. Denna kommer att möjliggöra fortsatt internationell tillväxt.

- **Data & automation:** Vi strävar efter att data och automation i ännu högre grad ska genomsyra allt vi gör. Efter att vi i det tredje kvartalet beslutade att automatisera Nordic Nests lager har nu avtal med en integrationspartner tecknats. Med den pågående lagerexpansionen lägger detta grunden för vår automatiseringslösning, som planeras att tas i bruk inför Black Week 2022. Automation av lagret kommer att driva effektivitet och möjliggöra snabba, kostnadseffektiva leveranser till verksamhetens snabbt växande kundbas.

Nettoomsättningen inom Heminredningssegmentet ökade med 81,3 % till 1 673,2 (923,0) Mkr i kvartalet, motsvarande 48 % av gruppens totala nettoomsättning. För helåret ökade nettoomsättningen med 63,1 % till 5 442,8 (3 337,2) Mkr och stod för 43 % av gruppen totala nettoomsättning.

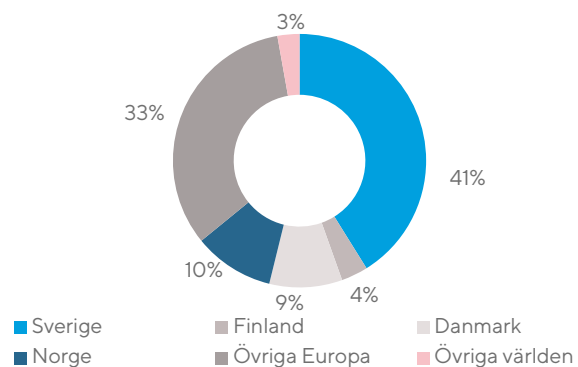
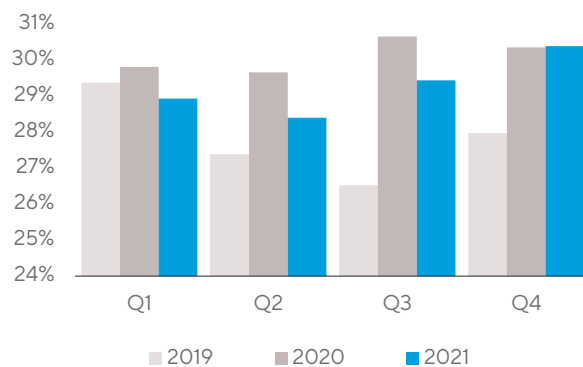
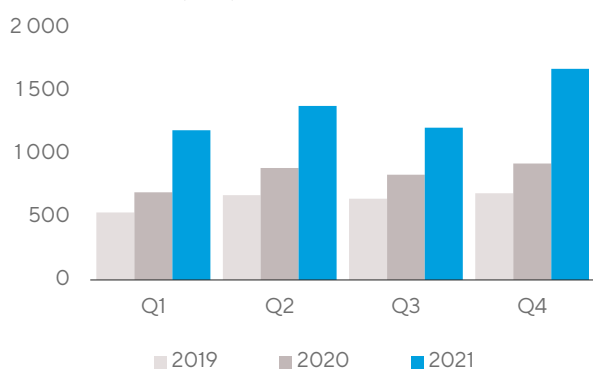
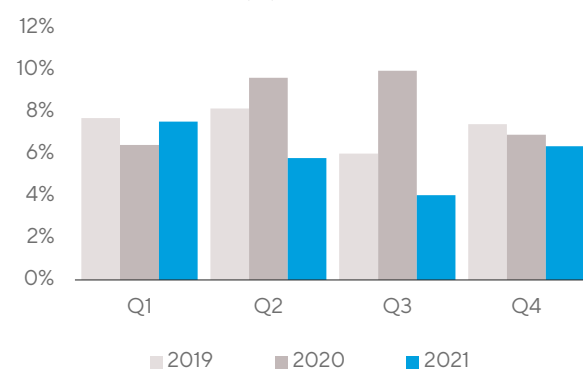
Nedgången i AOV i perioden förklaras i sin helhet av att Nordic Nest – med AOV-nivåer runt 1/3 av gruppens övriga heminredningsverksamhet – införlivats och vuxit kraftigt. AOV för övriga verksamheter ökade i kvartalet.

Som vi rapporterat tidigare kvartal påverkades verksamheten alltså av flaskhalsar i produktförsörjningen, inte minst i flödena från Asien. Dessa flaskhalsar, tillsammans med ökade råvarupriser, har lett till ökade inköps- och logistikostnader. Vår bedömning är att problemen inte kommer att förvärras ytterligare och att en gradvis återgång till ett normalläge är inledd. Under kvartalet genomfördes väsentliga prisjusteringar i den nordiska value-for-money-verksamheten och flera konkurrenter har också antingen redan inlett prisjusteringar eller kommunicerat förestående justeringar.

Kostnaden för digital trafikdrivning (cost per click) var fortsatt hög 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.

Justerad EBIT i kvartalet uppgick till 106,4 (63,6) Mkr, med en justerad EBIT-marginal på 6,4 (6,9) %. För helåret uppgick justerad EBIT till 324,0 (276,2) Mkr, med en justerad EBIT-marginal på 6,0 (8,3) %. Den justerade EBIT-marginalen påverkades negativt av höga frakt-, lagerhållnings- och trafikdrivningskostnader, samt tidpunkten vid vilken AH-Trading förvärvades. AH-Tradings utemöbelsfokus gör verksamheten starkt säsongsberoende, då all vinst görs under årets varmare månader.

Segmentets rörelseresultat uppgick till 96,2 (60,8) Mkr i kvartalet, med en rörelsemarginal på 5,7 (6,6) %. För helåret uppgick rörelseresultatet till 289,4 (265,0) Mkr, med en rörelsemarginal på 5,3 (7,9) %.

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

Övrigt

KASSAFLÖDE OCH FINANSIELL STÄLLNING

Koncernens kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick i kvartalet till -246,8 (220,7) Mkr och för helåret till -23,2 (994,3) Mkr. Kassaflödet från den löpande verksamheten drevs främst av en negativ rörelsekapitalbindning, vilken i huvudsak är ett resultat av lageruppbbyggnad.

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. 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 lageruppbbyggnad 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.

Under den senaste 24 månaderna har gruppen kraftigt ökat andelen försäljning av egna varumärken inom DIY-segmentet, vilket medfört högre lagernivåer och förstärkt gruppens säsongsmässiga rörelsekapitalprofil. Förvärvet av Nordic Nest, med högsäsong i det fjärde kvartalet, samt den ökade betydelsen av Black Week förändrar delvis rörelsekapitalets säsongsmässiga profil i motsatt riktning. 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. Sammantaget överstiger påverkan på rörelsekapitalet från ökad försäljning av egna varumärken den från förvärvet av Nordic Nest och Black Week.

Under det fjärde kvartalet har förvärvet av AH-Trading, med tydlig högsäsong under trädgårdssäsongen, haft en negativ påverkan på rörelsekapitalet till följd av lageruppbbyggnad.

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -246,8 (220,7) Mkr i kvartalet, motsvarande en kassakonvertering (i förhållande till justerad EBITDA) på -107,4 (79,3) % och till -23,2 (994,3) Mkr för helåret, vilket motsvarar en kassakonvertering (i förhållande till justerad EBITDA) på -10,4 (105,9) %.

Koncernens kassaflöde till investeringsverksamheten uppgick i kvartalet till -61,5 (-1 860,6) Mkr och för helåret till -1 855,4 (-2 042,6) Mkr och var i perioden framför allt hänförligt till utbetalningar avseende avtalade köpeskillningar och tilläggsköpeskillningar hänförliga till förvärv under tidigare perioder, liksom till IT-investeringar avseende webbplattformar och logistiklösningar.

Kassaflödet till finansieringsverksamheten uppgick till -96,0 (1 086,2) Mkr i kvartalet och för helåret till 1 847,3 (1 105,1) Mkr, i huvudsak till följd av amortering av leasingkulder samt betald ränta.

Koncernens likvida medel uppgick vid rapportperiodens utgång, jämfört med årets ingång, till 273,5 (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 2 251,3 Mkr vid periodens utgång, jämfört med 1 796,0 Mkr vid årets ingång, motsvarande en nettoskuld i förhållande till LTM justerad EBITDA om 2,34x, vilket är inom spannet för koncernens kapitalstrukturmål 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 2 121,7 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 13 528,9 (8 629,7) Mkr.

Koncernens egna kapital uppgick vid rapportperiodens utgång, jämfört med årets ingång, till 5 256,2 (2 823,0) Mkr.

MEDARBETARE

Antal anställda (mätt som FTE) uppgick vid periodens slut till 2 939. Medelantalet anställda (mätt som FTE) för de senaste tolv månaderna uppgick till 2 577.

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.

MODERBOLAGET

Moderbolagets nettoomsättning uppgick i kvartalet till 0,8 (-) Mkr och för helåret till 2,6 (1,6) Mkr. Moderbolagets rörelseresultat uppgick till -16,4 (-11,1) Mkr i kvartalet och för helåret till -91,1 (-43,9) Mkr. Utestående incitamentsprogram belastar moderbolagets resultat för helåret med -5,8 (-14,2) Mkr. Kostnaden för gruppens fjärde incitamentsprogram,



utrullat under 2021, belastar till skillnad från tidigare program inte moderbolagets resultat. Moderbolagets likvida medel uppgick till 0,0 Mkr vid rapportperiodens utgång, jämfört med 58,8 Mkr vid årets ingång.

UTDELNING

Styrelsens förslag till årsstämman är att ingen utdelning betalas till aktieägarna för räkenskapsåret 2021. Skälet till detta är de stora möjligheter till investeringar i lönsam tillväxt som föreligger, inte minst genom fortsatta förvärv.

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, säsongs- 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 95,5 kronor. Den högsta betalkursen, 192,0 kronor, noterades i januari och den lägsta betalkursen, 83,9 kronor, noterades i december.

Under perioden omsattes 134 155 315 BHG-aktier, vilket motsvarar en omsättningshastighet om 108 %.

Per den 31 december hade BHG ca. 11 000 aktieägare, varav de största var EQT (17,7 %), Handelsbanken Fonder (8,9 %), Capital Group (8,0 %), Swedbank Robur Fonder (7,1 %), och Lannebo Fonder (3,6 %).

Per den 31 december 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 31 december 2021 till 123 815 730.

Malmö, 28 januari 2022

Gustaf Öhrn
Ordförande

Christian Bubenheim
Styrelseledamot

Camilla Giesecke
Styrelseledamot

Johan Giléus
Styrelseledamot

Mariette Kristensson
Styrelseledamot

Niklas Ringby
Styrelseledamot

Adam Schatz
Vd och koncernchef

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

BHG Group AB (publ)

Hans Michelsensgatan 9

211 20 Malmö

Organisationsnummer: 559077-0763

Denna information är sådan information som BHG Group AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom nedanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 28 januari 2022 kl. 07.00 CET.

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 fredagen den 28 januari, 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 +46850558368 eller gå till <https://tv.streamfabriken.com/bhg-q4-2021>.

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



DELÅRSRAPPORTER PÅ WWW.WEAREBHG.COM

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

FINANSIELL KALENDER

Vecka 14 2022	Årsredovisning 2021
27 april 2022	Delårsrapport januari-mars 2022
5 maj 2022	Årsstämma (Malmö)
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 köupplevelse genom kombinationen av ett oöverträffat produktutbud och smart teknologi, kombinerat med ledande produktexpertis och ett brett utbud av service- och tjänster.

Resultaträkning för koncernen i sammandrag

Mkr	okt-dec		jan-dec	
	2021	2020	2021	2020
Nettoomsättning	3 487,2	2 354,6	12 666,0	8 968,2
Övriga rörelseintäkter	16,7	5,5	14,8	4,3
Summa intäkter	3 503,9	2 360,1	12 680,9	8 972,5
Handelsvaror	-2 559,3	-1 714,5	-9 308,9	-6 642,0
Personalkostnader	-281,7	-184,6	-981,7	-652,6
Övriga externa kostnader	-388,4	-211,4	-1 302,5	-775,0
Övriga rörelsekostnader	-1,7	-0,0	-5,8	-0,1
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	-115,4	-66,0	-371,5	-245,0
Rörelseresultat	157,4	183,4	710,6	657,8
Finansnetto	-8,5	-58,4	-79,7	-107,5
Resultat före skatt	149,0	125,0	630,9	550,3
Skatt	-30,7	-33,1	-135,7	-130,0
Periodens resultat	118,3	91,9	495,2	420,3
Hänförligt till:				
Moderbolagets aktieägare	114,9	91,2	485,3	415,1
Innehav utan bestämmande inflytande	3,4	0,7	9,9	5,1
Periodens resultat	118,3	91,9	495,2	420,3
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,93	0,85	4,01	3,87
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,92	0,83	3,97	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 872 362 (2 646 597) har en utspädningseffekt under kvartalet samt 1 157 388 (1 780 554) har en utspädningseffekt under helåret.

Rapport över totalresultat för koncernen i sammandrag

Mkr	okt-dec		jan-dec	
	2021	2020	2021	2020
Periodens resultat	118,3	91,9	495,2	420,3
Övrigt totalresultat				
Poster som senare kan omklassificeras till periodens resultat				
Periodens omräkningsdifferenser	6,0	-5,2	18,3	-11,3
Övrigt totalresultat för perioden	6,0	-5,2	18,3	-11,3
Summa totalresultat för perioden	124,3	86,7	513,5	409,0
Summa totalresultat hänförligt till:				
Moderbolagets aktieägare	120,9	87,8	502,9	405,3
Innehav utan bestämmande inflytande	3,5	-1,1	10,6	3,6
Summa totalresultat för perioden	124,3	86,7	513,5	409,0
Utestående aktier vid periodens slut	123 815 730	107 368 421	123 815 730	107 368 421
Genomsnittligt antal aktier				
Före utspädning	123 815 730	107 368 421	120 986 410	107 368 421
Efter utspädning	124 688 092	110 015 018	122 143 798	109 148 975

* Genomsnittligt antal aktier före och efter utspädning skiljer sig åt eftersom lösenpriset för ett av de utestående optionsprogrammen understiger den under kvartalet respektive för helåret genomsnittliga börskursen.



Rapport över finansiell ställning för koncernen i sammandrag

Mkr	31 dec	
	2021	2020
Anläggningstillgångar		
Goodwill	6 318,7	4 395,1
Övriga immateriella anläggningstillgångar	2 893,3	1 804,4
Summa immateriella anläggningstillgångar	9 212,0	6 199,6
Byggnader och mark	21,9	10,0
Leasingtillgångar	893,3	601,9
Materiella anläggningstillgångar	136,3	64,0
Finansiella anläggningstillgångar	13,1	9,4
Uppskjuten skattefordran	26,4	19,1
Summa anläggningstillgångar	10 302,9	6 904,0
Omsättningstillgångar		
Varulager	2 431,5	992,3
Kortfristiga fordringar	521,0	434,5
Likvida medel	273,5	299,0
Summa omsättningstillgångar	3 225,9	1 725,7
Summa tillgångar	13 528,9	8 629,7
Eget kapital		
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	5 211,9	2 787,2
Innehav utan bestämmande inflytande	44,4	35,8
Summa eget kapital	5 256,3	2 823,0
Långfristiga skulder		
Uppskjuten skatteskuld	636,7	375,0
Övriga avsättningar	43,2	22,7
Långfristiga räntebärande skulder till kreditinstitut	2 517,2	2 042,6
Långfristiga leasingskulder	622,0	449,8
Långfristiga förvävsrelaterade räntebärande skulder	1 883,5	948,0
Summa långfristiga skulder	5 702,6	3 838,1
Kortfristiga skulder		
Kortfristiga räntebärande skulder till kreditinstitut	-	46,4
Kortfristiga leasingskulder	256,7	149,8
Kortfristiga förvävsrelaterade räntebärande skulder	238,1	75,3
Övriga kortfristiga skulder	2 075,2	1 697,2
Summa kortfristiga skulder	2 570,0	1 968,6
Summa eget kapital och skulder	13 528,9	8 629,7

Rapport över kassaflöden för koncernen i sammandrag

Mkr	okt-dec		jan-dec	
	2021	2020	2021	2020
EBITDA	271,9	249,5	1 081,2	902,7
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	-15,3	-9,8	2,4	-14,2
Betald inkomstskatt	-21,6	-7,0	-101,2	-56,0
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet	235,0	232,7	982,5	832,5
Förändringar i rörelsekapitalet	-481,8	-11,9	-1 005,7	161,8
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-246,8	220,7	-23,2	994,3
Investeringar i verksamheter	-3,4	-1 738,6	-1 610,9	-1 859,1
Lösen av lån till säljaren vid förvärv av verksamhet	-	-91,8	-65,0	-91,8
Investeringar i andra anläggningstillgångar	-71,1	-30,0	-193,7	-94,1
Avyttringar av verksamheter	-0,0	0,3	-0,0	0,4
Avyttringar av andra anläggningstillgångar	11,7	0,2	12,4	0,5
Erhållen ränta	1,4	-0,6	1,8	1,5
Kassaflöde till/från investeringsverksamheten	-61,5	-1 860,6	-1 855,4	-2 042,6
Upptagande av räntebärande skulder*	-	1 134,2	2 650,1	1 277,1
Amortering av räntebärande skulder	-76,8	-40,5	-2 479,6	-147,3
Inbetalda optionspremier	0,9	-	21,6	12,9
Betald ränta	-14,9	-7,6	-54,8	-32,2
Utdelning till innehav utan bestämmande inflytande	-5,1	-	-5,1	-5,5
Kassaflöde till/från finansieringsverksamheten	-96,0	1 086,2	1 847,3	1 105,1
Periodens förändring av likvida medel	-404,2	-553,7	-31,2	56,8
Likvida medel vid periodens början	677,4	873,5	299,0	270,3
Omräkningsdifferens likvida medel	0,3	-20,9	5,8	-28,1
Likvida medel vid periodens slut	273,5	299,0	273,5	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	31 dec	
	2021	2020
Ingående balans	2 823,0	2 925,1
Periodens totalresultat	513,5	409,0
Förvärv av innehav utan bestämmande inflytande i Furniture1 UAB	-	-11,6
Nyemissioner*	2 119,3	-
Effekter av optionspremier	17,5	7,5
Utdelning till innehav utan bestämmande inflytande	-5,1	-5,5
Omvärdering av skulder till innehav utan bestämmande inflytande	-211,9	-501,5
Utgående balans	5 256,3	2 823,0

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



Noter

NOT 1 SEGMENT

Mkr	okt-dec		jan-dec	
	2021	2020	2021	2020
Nettoomsättning				
DIY	1 823,0	1 439,2	7 259,6	5 663,1
Heminredning	1 673,2	923,0	5 442,8	3 337,2
Totalt operativa affärsområden	3 496,3	2 362,2	12 702,4	9 000,3
Övrigt*	7,7	6,2	24,9	18,0
Elimineringar	-16,8	-13,8	-61,3	-50,1
Koncernen totalt	3 487,2	2 354,6	12 666,0	8 968,2
Intäkter från andra segment				
DIY	1,6	2,7	9,8	13,6
Heminredning	7,6	4,9	26,6	18,7
Övrigt*	7,7	6,2	24,9	17,9
Totalt	16,8	13,8	61,3	50,1

Mkr	okt-dec		jan-dec	
	2021	2020	2021	2020
Rörelseresultat och resultat före skatt				
DIY	78,8	134,9	516,6	444,0
Heminredning	96,2	60,8	289,4	265,0
Totalt operativa affärsområden (rörelseresultat)	174,9	195,7	806,0	709,0
Övrigt*	-17,5	-12,3	-95,4	-51,2
Koncernen totalt (rörelseresultat)	157,4	183,4	710,6	657,8
Finansiella poster	-8,5	-58,4	-79,7	-107,5
Koncernen totalt (resultat före skatt)	149,0	125,0	630,9	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	okt-dec 2021					jan-dec 2021				
	DIY	Hem-inredning	Övrigt	Eliminering	Koncernen	DIY	Hem-inredning	Övrigt	Eliminering	Koncernen
Sverige	1 310,3	688,1	7,7	-14,9	1 991,2	4 943,1	2 363,2	24,9	-51,8	7 279,3
Finland	367,3	57,1	-	0,0	424,5	1 599,3	191,5	-	-3,5	1 787,4
Danmark	64,8	155,8	-	-	220,6	392,8	655,4	-	-	1 048,2
Norge	66,1	171,9	-	-	238,0	268,9	532,4	-	-	801,3
Övriga Europa	14,5	553,3	-	-1,9	565,9	55,6	1 563,6	-	-6,1	1 613,1
Övriga världen	-	47,0	-	-	47,0	-	136,7	-	-	136,7
Nettoomsättning	1 823,0	1 673,2	7,7	-16,8	3 487,2	7 259,6	5 442,8	24,9	-61,3	12 666,0

Mkr	okt-dec 2020					jan-dec 2020				
	DIY	Hem-inredning	Övrigt	Eliminering	Koncernen	DIY	Hem-inredning	Övrigt	Eliminering	Koncernen
Sverige	962,7	437,9	6,2	-12,3	1 394,5	3 659,5	1 575,2	18,0	-42,7	5 210,1
Finland	316,5	38,9	-	-0,0	355,4	1 330,1	141,6	-	-2,6	1 469,0
Danmark	81,5	158,3	-	-	239,8	380,8	612,1	-	-	992,9
Norge	66,7	71,2	-	-	137,9	252,0	264,1	-	-	516,1
Övriga Europa	11,8	216,7	-	-1,4	227,1	40,7	744,2	-	-4,9	780,1
Nettoomsättning	1 439,2	923,0	6,2	-13,8	2 354,6	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	87,9	279,7	367,6	46,0	-	140,8	-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	630,5	981,3	1 611,7	56,0	404,2	625,1	-526,4
Förvärv av AH-Trading GmbH	250,6	413,6	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
Tilläggsköpeskilling, LampGallerian Växjö AB	-	-	-	-	-	-	-3,4
	1 162,1	1 905,6	3 067,7	190,3	404,2	1 078,8	-1 610,8

Intäkter och resultat för perioden för de förvärvade bolagen

Förvärven har sedan förvärvsdatumet bidragit med 1 072,7 Mkr till koncernens intäkter och med 40,6 Mkr till koncernens resultat efter skatt. Om förvärven konsoliderats från räkenskapsårets början skulle det ha bidragit med 2 405,2 Mkr till koncernens intäkter och 98,5 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 67,7 Mkr till koncernens intäkter och med -7,1 Mkr till koncernens resultat efter skatt. Om AH-Trading konsoliderats från räkenskapsårets början skulle de ha bidragit med 661,9 Mkr till koncernens intäkter och 40,1 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	-59,8

Netto identifierbara tillgångar och skulder **250,6**

Goodwill 413,6

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. HYMA:s omsättning under 2020 uppgick till 797 Mkr och EBITA uppgick till 57 Mkr.

Intäkter och resultat för perioden

HYMA har sedan förvärvsdatumet bidragit med 404,0 Mkr till koncernens intäkter och med 14,3 Mkr till koncernens resultat efter skatt. Om HYMA konsoliderats från räkenskapsårets början skulle det ha bidragit med 943,4 Mkr till koncernens intäkter och 25,5 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	-40,3
Netto identifierbara tillgångar och skulder	630,5

Goodwill	981,3
----------	-------

Köpeskilling	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 köpeskilling	461,7
Kassaflöde - utbetald köpeskilling	-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 köpeskillingar 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	31 dec	
	2021	2020
Redovisat värde vid periodens ingång	1 023,3	554,5
Redovisat i årets resultat	14,6	63,6
Redovisat i eget kapital	221,5	485,7
lanspråktaget belopp	-216,5	-220,7
Anskaffningsvärde förvärv	1 078,8	140,1
Redovisat värde vid periodens utgång	2 121,7	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 31 december 2021 till 1,5 (0,0) Mkr, varav 1,5 (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 1 544,3 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 året.

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, med till exempel höga fraktkostnaderna som följd. Vi förväntar oss att vissa flaskhalsar kommer att bestå in i 2022.

Till följd av att covidrestriktionerna delvis har lättats nu 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	31 dec 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	okt-dec		jan-dec	
	2021	2020	2021	2020
Nettoomsättning	0,8	-	2,6	1,6
Summa intäkter	0,8	-	2,6	1,6
Personalkostnader	-12,2	-7,7	-63,1	-34,2
Övriga externa kostnader	-5,0	-3,3	-30,4	-11,2
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	-0,1	-0,0	-0,2	-0,2
Rörelseresultat	-16,4	-11,1	-91,1	-43,9
Finansnetto	7,1	-1,0	18,0	-2,4
Koncernbidrag	76,0	132,3	76,0	132,3
Resultat före skatt	66,7	120,2	2,9	86,0
Skatt	-14,0	-25,7	-0,3	-18,4
Periodens resultat/totalresultat	52,7	94,5	2,6	67,6

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



Moderbolagets balansräkning i sammandrag

Mkr	31 dec	
	2021	2020
Anläggningstillgångar		
Övriga immateriella anläggningstillgångar	0,8	0,8
Summa immateriella anläggningstillgångar	0,8	0,8
Andelar i koncernföretag	3 678,3	2 691,6
Långfristiga fordringar på koncernföretag	3 690,0	1 000,0
Summa anläggningstillgångar	7 369,1	3 692,4
Omsättningstillgångar		
Kortfristiga fordringar	7,2	5,6
Fordringar på koncernföretag	124,2	223,2
Likvida medel	-	58,8
Summa omsättningstillgångar	131,3	287,6
Summa tillgångar	7 500,4	3 979,9
Eget kapital		
Bundet eget kapital	3,7	3,2
Fritt eget kapital	4 933,3	2 808,7
Summa eget kapital	4 937,0	2 811,9
Obeskattade reserver	28,6	28,6
Långfristiga skulder		
Långfristiga skulder till kreditinstitut	2 492,3	996,9
Summa långfristiga skulder	2 492,3	996,9
Kortfristiga skulder		
Övriga kortfristiga skulder	42,5	142,5
Summa kortfristiga skulder	42,5	142,5
Summa eget kapital och skulder	7 500,4	3 979,9

Nyckeltalssammanställning

	2021					2020				
	Q4	Q3	Q2	Q1	jan-dec	Q4	Q3	Q2	Q1	jan-dec
KONCERNEN										
Nettoomsättningstillväxt (%)	48,1	33,6	31,8	57,7	41,2	43,2	39,7	57,7	33,5	44,4
Organisk tillväxt (%)	1,8	5,5	14,1	36,5	12,8	35,5	32,3	41,8	22,1	33,7
Proforma organisk tillväxt (%)	9,3	10,2	16,8	42,7	17,9	44,5	32,5	44,2	23,3	38,7
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	39,5	38,3	39,0	39,7	39,1	38,7	37,4	36,1	37,8	37,4
Bruttoresultat (%)	26,6	25,8	26,6	27,2	26,5	27,2	25,9	25,0	25,8	25,9
Justerad EBIT (%)	5,3	5,4	7,8	7,2	6,4	8,2	8,5	8,6	4,9	7,8
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,93	0,50	1,63	0,97	4,01	0,85	1,24	1,34	0,43	3,87
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,92	0,49	1,62	0,96	3,97	0,83	1,22	1,33	0,43	3,80
Soliditet %	38,9	38,4	44,7	42,2	38,9	32,7	45,2	43,2	45,8	32,7
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	2 251,3	1 854,3	509,2	173,9	2 251,3	1 796,0	87,2	-26,2	500,0	1 796,0
Kassaflöde från rörelsen	-246,8	-232,0	336,1	119,5	-23,2	220,7	20,7	605,0	147,9	994,3
Antal besök (tusental)	106 202	94 710	108 555	101 829	411 296	77 950	75 644	90 672	57 866	302 133
Antal order (tusental)	1 644	1 182	1 276	1 145	5 247	865	715	889	543	3 012
Genomsnittligt ordervärde (kr)	2 093	2 545	2 808	2 416	2 439	2 725	3 080	3 193	3 119	3 018
DIY										
Nettoomsättningstillväxt (%)	26,7	27,2	20,1	47,6	28,2	49,4	46,0	73,8	36,7	53,0
Organisk tillväxt (%)	2,3	10,1	14,9	44,8	15,4	39,4	34,6	48,3	17,9	36,6
Proforma organisk tillväxt (%)	3,3	9,5	13,4	43,3	14,6	39,3	35,4	51,1	21,5	38,3
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	33,5	34,0	35,8	35,1	34,6	34,4	33,1	32,3	32,2	33,0
Bruttoresultat (%)	23,0	23,3	25,4	25,6	24,3	25,0	23,1	22,6	22,6	23,4
Justerad EBIT (%)	5,1	7,0	10,5	7,8	7,7	9,9	9,0	8,9	4,2	8,4
Antal besök (tusental)	36 389	41 309	50 349	37 936	165 984	31 894	36 398	47 004	24 634	139 931
Antal order (tusental)	652	587	648	486	2 373	490	427	584	313	1 814
Genomsnittligt ordervärde (kr)	2 688	3 065	3 511	3 226	3 116	2 819	3 264	3 280	3 298	3 155
Heminredning										
Nettoomsättningstillväxt (%)	81,3	44,6	55,6	70,6	63,1	34,7	29,5	32,3	30,0	31,7
Organisk tillväxt (%)	1,0	-2,4	12,3	25,4	8,2	30,1	28,6	31,5	27,6	29,6
Proforma organisk tillväxt (%)	16,8	11,1	22,6	41,5	22,3	50,7	27,3	31,6	26,7	39,3
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	46,0	44,6	44,1	44,9	45,0	45,2	44,9	43,7	45,1	44,7
Bruttoresultat (%)	30,4	29,4	28,4	28,9	29,4	30,3	30,7	29,7	29,8	30,1
Justerad EBIT (%)	6,4	4,0	5,8	7,5	6,0	6,9	9,9	9,6	6,4	8,3
Antal besök (tusental)	69 813	53 401	58 205	63 893	245 312	46 056	39 246	43 668	33 232	162 202
Antal order (tusental)	992	595	627	659	2 874	375	288	305	230	1 198
Genomsnittligt ordervärde (kr)	1 702	2 032	2 082	1 820	1 880	2 601	2 806	3 027	2 875	2 811



Relevanta avstämningar av icke IFRS-baserade nyckeltal

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

JUSTERAD EBIT, JUSTERAD EBITDA SAMT JUSTERAT BRUTTORESULTAT

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

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

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



Koncernen

Mkr	okt-dec		jan-dec	
	2021	2020	2021	2020
Rörelseresultat	157,4	183,4	710,6	657,8
Förvärvsrelaterade kostnader	3,8	-	23,4	-
Totalt jämförelsestörande poster	3,8	-	23,4	-
Av- och nedskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar	25,2	10,7	78,7	43,0
Justerad EBIT	186,4	194,1	812,7	700,8
Justerad EBIT (%)	5,3	8,2	6,4	7,8
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	90,2	55,3	292,8	201,9
Vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar	-0,9	0,0	-0,8	-0,0
Justerad EBITDA	275,7	249,5	1104,6	902,7
Justerad EBITDA (%)	7,9	10,6	8,7	10,1
Nettoomsättning	3 487,2	2 354,6	12 666,0	8 968,2
Varukostnad	-2 108,1	-1 443,4	-7 710,4	-5 609,9
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	1 379,1	911,2	4 955,6	3 358,3
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	39,5	38,7	39,1	37,4
Direkta försäljningsomkostnader	-451,2	-271,2	-1 598,5	-1 032,1
Bruttoresultat	927,9	640,0	3 357,1	2 326,2
Bruttoresultat (%)	26,6	27,2	26,5	25,9
Justerat bruttoresultat	927,9	640,0	3 357,1	2 326,2
Justerat bruttoresultat (%)	26,6	27,2	26,5	25,9



DIY-segmentet

Mkr	okt-dec		jan-dec	
	2021	2020	2021	2020
Rörelseresultat	78,8	134,9	516,6	444,0
Totalt jämförelsestörande poster	-	-	-	-
Av- och nedskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar	14,9	7,9	44,1	31,8
Justerad EBIT	93,7	142,8	560,7	475,8
Justerad EBIT (%)	5,1	9,9	7,7	8,4
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	37,1	25,6	122,0	95,9
Vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar	-1,2	-0,1	-1,0	-0,1
Justerad EBITDA	129,6	168,4	681,7	571,6
Justerad EBITDA (%)	7,1	11,7	9,4	10,1
Nettoomsättning	1 823,0	1 439,2	7 259,6	5 663,1
Varukostnad	-1 213,2	-944,7	-4 747,2	-3 794,1
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	609,9	494,4	2 512,4	1 869,0
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	33,5	34,4	34,6	33,0
Direkta försäljningsomkostnader	-190,0	-134,1	-748,1	-546,2
Bruttoresultat	419,9	360,3	1 764,3	1 322,8
Bruttoresultat (%)	23,0	25,0	24,3	23,4
Justerat bruttoresultat	419,9	360,3	1 764,3	1 322,8
Justerat bruttoresultat (%)	23,0	25,0	24,3	23,4



Heminredningssegmentet

Mkr	okt-dec		jan-dec	
	2021	2020	2021	2020
Rörelseresultat	96,2	60,8	289,4	265,0
Totalt jämförelsestörande poster	-	-	-	-
Av- och nedskrivningar på förvävsrelaterade immateriella tillgångar	10,2	2,9	34,6	11,2
Justerad EBIT	106,4	63,6	324,0	276,2
Justerad EBIT (%)	6,4	6,9	6,0	8,3
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	52,8	29,6	169,8	105,8
Vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar	0,3	0,1	0,2	0,1
Justerad EBITDA	159,5	93,4	494,0	382,1
Justerad EBITDA (%)	9,5	10,1	9,1	11,5
Nettoomsättning	1 673,2	923,0	5 442,8	3 337,2
Varukostnad	-903,7	-505,9	-2 994,7	-1 845,9
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	769,5	417,1	2 448,1	1 491,3
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	46,0	45,2	45,0	44,7
Direkta försäljningsomkostnader	-261,2	-137,0	-850,4	-485,9
Bruttoresultat	508,4	280,1	1 597,7	1 005,4
Bruttoresultat (%)	30,4	30,3	29,4	30,1
Justerat bruttoresultat	508,4	280,1	1 597,7	1 005,4
Justerat bruttoresultat (%)	30,4	30,3	29,4	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-standardens.

Vid årets utgång uppgick nettoskulden till 2 251,3 Mkr, motsvarande en nettoskuld i förhållande till LTM justerad EBITDA om 2,34x. 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 2 121,7 Mkr vid utgången av året, att jämföra med 1 023,3 Mkr vid ingången av året. Leasingskulderna återspeglar balansräkningseffekten av IFRS 16-standardens och uppgick till 878,7 Mkr vid utgången av året, jämfört med 599,6 Mkr vid början av året.

Mkr	31 dec	
	2021	2020
Långfristiga räntebärande lån	5 022,7	3 440,4
Kortfristiga räntebärande lån	494,8	271,4
Summa skulder	5 517,6	3 711,8
Likvida medel	-273,5	-299,0
Justering leasingskulder	-878,7	-599,6
Justering villkorade och uppskjutna tilläggsköpeskillingar	-2 121,7	-1 023,3
Justering transaktionsutgifter	7,7	6,1
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	2 251,3	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 försäljningsomkostnader	Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader – 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 tilläggsköpeskillingar 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.