



Delårsrapport: 1 januari-31 mars 2020

Accelererad tillväxt

- Organisk tillväxt om 22,1 % och högsta Q1-EBIT och EBIT-marginal någonsin

SAMMANFATTNING

- Nettoomsättningen ökade med 33,5 % till 1 628,4 (1 220,1) Mkr. Den organiska tillväxten uppgick till 22,1 %
- Bruttoresultatet ökade med 40,0 % till 420,5 (300,4) Mkr och bruttomarginalen uppgick till 25,8 (24,6) %
- Justerad EBIT uppgick till 80,0 (55,3) Mkr och den justerade EBIT-marginalen till 4,9 (4,5) %
- Rörelseresultatet uppgick till 69,2 (38,3) Mkr och rörelsemarginalen till 4,2 (3,1) %
- Operativt kassaflöde uppgick till 148,3 (52,2) Mkr
- Periodens resultat uppgick till 46,2 (22,1) Mkr, en ökning med 108,7 % jämfört med föregående år
- Resultat per aktie uppgick till 0,43 (0,20) kronor före och efter utspädning

Viktiga händelser under och efter periodens slut

- Förvärv av Hemfint AB den 17 februari, vilket ytterligare stärker gruppens portfölj av egna varumärken
- Lansering av en ny varumärkes- och företagsidentitet för gruppen under nya varumärket BHG den 6 april, med en uppdaterad corporate identity för webb, sociala medier och övrig extern och intern kommunikation för gruppen

FINANSIELL SAMMANFATTNING

Mkr (om inte annat anges)	Q1		Δ%	jan-dec
	2020	2019		2019
Nettoomsättning	1 628,4	1 220,1	33,5	6 212,5
Bruttoresultat	420,5	300,4	40,0	1 490,5
Bruttomarginal (%)	25,8	24,6	1,2 p.p.	24,0
Justerad EBIT*	80,0	55,3	44,7	330,1
Justerad EBIT-marginal (%)	4,9	4,5	0,4 p.p.	5,3
Rörelseresultat	69,2	38,3	80,9	282,0
Rörelsemarginal (%)	4,2	3,1	1,1 p.p.	4,5
Periodens resultat	46,2	22,1	108,7	179,9
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,43	0,20		1,64
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,43	0,20		1,64
Kassaflöde från rörelsen	148,3	52,2	184,1	422,2
Nettoskuld	499,6	544,6	-8,3	547,6

* Se "Relevanta avstämningar av icke IFRS-baserade nyckeltal", för närmare beskrivning på sidan 26.



VD:s kommentar

Det har varit ett händelserikt kvartal. Vi har i snabb takt fortsatt att utveckla och expandera vår verksamhet – med en total tillväxt på 33,5 procent i kvartalet, en organisk tillväxt på 22,1 procent, en justerad EBIT på 80 Mkr och en EBIT-marginal på 4,9 procent – samtidigt som världen har drabbats av coronapandemin. Virusutbrottet utgör naturligtvis en enorm utmaning för samhället i stort, och våra omedelbara prioriteringar har kretsat kring att skydda våra medarbetare, trygga vår varuförsörjning och säkerställa vår starka finansiella position. Samtidigt har pandemin så här långt inte haft någon negativ effekt på vår verksamhet, vilket även bekräftas av hur det andra kvartalet börjat – kunderna på våra marknader har fortsatt att investera i sina hem – och de har i växande omfattning gjort så online, där vi dominerar i Norden.

Följaktligen har den starka tillväxten i det fjärde kvartalet 2019 fortsatt in i januari och februari, för att ytterligare accelerera i mars, framför allt drivet av en kraftig ökning inom DIY-segmentet.

Trots att det första kvartalet typiskt sett är säsongsmässigt mindre starkt har flera av våra onlinedestinationer slagit nya försäljningsrekord i perioden. Med en total försäljning på SEK 1,6 Mdr i kvartalet har vi passerat vår tidigare rekordnivå med god marginal, vilket bekräftar styrkan i online, inte minst i en tid när tillgång till ett marknadsledande produktutbud utan onödigt resande och tid ifrån hemmet betyder mer än någonsin. När den nuvarande situationen har lagt sig tror vi också att vi kommer att se en varaktig ökning av onlineförsäljning generellt, och särskilt inom våra kategorier, som en följd av att vi tillbringar mer tid i våra hem (vad som brukar benämnas "nesting" eller "cocooning"), och därmed också vill lägga mer arbete och pengar på att försköna och förbättra dessa. Det snabba skiftet från offline till online fortsätter och jag tror att det kommer att accelerera ytterligare när fler och fler nu upplever fördelarna med att handla online, inklusive ett marknadsledande sortiment, de bästa priserna och en oslagbar bekvämlighet.

Vår strategi är fortsatt fokuserad kring våra fyra hörnpelare: 1) en fortsatt kraftig expansion av vårt marknadsledande sortiment, 2) bygga skala och hålla en hög andel egna varumärken i vår försäljningsmix, 3) skapa den mest tilltalande digitala köppplevelsen och 4) erbjuda marknadens bästa professionella vägledning, support och service, inklusive vårt eget installationsnätverk. Detta utgör vårt ekosystem ("The BHG ecosystem").

Dessutom fortsätter vi att driva vår förvärvsagenda framåt och är nöjda med att våra senaste förvärv, Arc E-commerce och LS-bolagen (vilka båda förvärvades andra halvåret 2019) har utvecklats starkt, liksom även detta kvartals förvärv, Hemfint. Samtliga dessa säljer företrädesvis produkter under egna varumärken.

Slutligen vill jag säga några ord om vår nya företags- och varumärkesidentitet ("corporate identity"), som vi lanserade efter kvartalets utgång. Vi har tidigare visat utvalda delar av den pågående uppdateringen, allteftersom arbetet fortskridit, och när vi nu rullar ut den fullständiga nya profilen känner jag att vi tydligt fångat både vårt ursprung, var vi står idag och den framtid vi ser i form av vår vision. En viktig aspekt av arbetet är att vi inte har ändrat något av våra konsumentvarumärken. Förändringen syftar till att understödja vår övergripande kommunikation; dels till våra egna hjältar – BHG:s entreprenörer – men också gentemot våra aktieägare, marknaden i stort och samhället i vilket vi verkar.

We make living easy! Och från och med nu, och framåt: Vi är BHG!

Malmö, 23 April 2020

Adam Schatz

Vd och koncernchef, BHG



Adam Schatz,
koncernchef och vd

Koncernens finansiella utveckling i sammandrag

Mkr (om inte annat anges)	Q1			jan-dec 2019
	2020	2019	Δ%	
Nettoomsättning	1 628,4	1 220,1	33,5	6 212,5
Bruttoresultat	420,5	300,4	40,0	1 490,5
Bruttomarginal (%)	25,8	24,6	1,2 p.p.	24,0
Justerad EBITDA*	135,1	85,9	57,2	475,3
Justerad EBITDA-marginal (%)	8,3	7,0	1,3 p.p.	7,7
Justerad EBIT*	80,0	55,3	44,7	330,1
Justerad EBIT-marginal (%)	4,9	4,5	0,4 p.p.	5,3
Jämförelsestörande poster	-	-7,2	-100,0	-7,5
Rörelseresultat	69,2	38,3	80,9	282,0
Rörelsemarginal (%)	4,2	3,1	1,1 p.p.	4,5
Periodens resultat	46,2	22,1	108,7	179,9
Kassaflöde från rörelsen	148,3	52,2	184,1	422,2
Antal besök (tusental)	56 924	34 882	63,2	184 398
Antal order (tusental)	539	399	35,1	1 940
Konverteringsgrad (%)	0,9	1,1	-0,2 p.p.	1,1
Genomsnittligt ordervärde (kr)	3 128	3 129	-0,0	3 227

* Se "Relevanta avstämningar av icke IFRS-baserade nyckeltal", för närmare beskrivning på sidan 26.

KOMMENTARER TILL RESULTATET FÖR PERIODEN

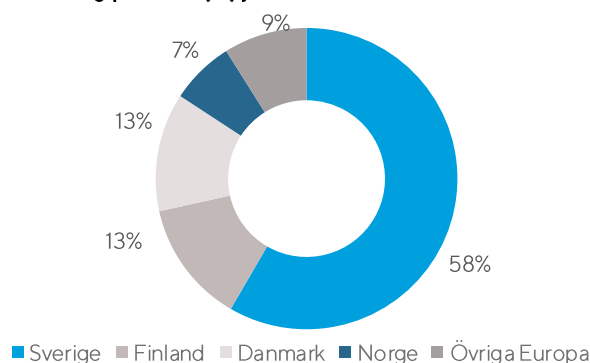
Koncernen redovisade en stark start på året:

- Gruppens omsättning uppgick till SEK 1,6 Mdr i kvartalet, vilket är den högsta nivån för ett första kvartal hittills. Den totala tillväxten uppgick till 33,5 procent och den organiska tillväxten till 22,1 procent. Tillväxten var särskilt stark inom heminredningssegmentets öst- och centraleuropeiska verksamheter, samt inom DIY-segmentets danska verksamhet, samt i flera av gruppens svenska nischdestinationer, vars verksamheter i huvudsak baseras på egna varumärken.
- Justerad EBIT uppgick till 80,0 Mkr, motsvarande en EBIT-marginal på 4,9 procent, den högsta nivån för ett första kvartal hittills.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 148,3 Mkr, vilket var en ny rekordnivå för ett annars typiskt sett mindre starkt första kvartal, under vilket lageruppbbyggnad inför vårens och sommarens högsäsong sker.
- Vår snabba sortimentsexpansion fortsatte, särskilt avseende att komplettera BHG:s ledande utbud av externa varumärken med starka egna varumärken, en utveckling som accelererades ytterligare genom de nyligen förvärvade verksamheterna Arc E-commerce och Lindström & Sondén.
- Vi fortsatte att understödja vår starka organiska tillväxt med M&A och vi förvärvade i kvartalet Hemfint, en snabbt växande onlineaktör inom framför allt dörrar, fönster,

badrum och fritidsprodukter, med en ledande portfölj av prisvärda egna varumärken.

Vi fortsatt därmed att stärka vår ledande position genom en kombination av organiska initiativ och M&A. Landsmixen och segmentsmixen fortsatte att utvecklas, där framför allt andelen egna varumärken inom DIY-segmentet ökade. I gruppen som helhet utgjorde försäljningen av egna varumärken under det första kvartalet ca. 50 procent av omsättningen.

Vår tillväxt visar styrkan i de kategorier inom vilka vi är verksamma, liksom för onlinekanalen som sådan, allteftersom det strukturella skiftet från offline till online tilltar i styrka. I tillägg till att erbjuda marknadens överlägset bredaste produktsortiment, till de mest förmånliga priserna, är även vår fysiska närvaro genom showrooms, samt vårt omfattande service- och tjänsteutbud, designade för att erbjuda en kundupplevelse som överensstämmer med vårt kundlöfte och vår vision: We make living easy!

Fördelning per land (%) jan-mar 2020**Nettoomsättning**

Nettoomsättningen steg med 33,5 procent till 1 628,4 (1 220,1) Mkr. Den organiska tillväxten uppgick till 22,1 procent i kvartalet. Proforma organisk tillväxt (som även inkluderar utvecklingen för nyligen genomförda förvärv, vilka typiskt sett växer snabbare efter det att de blivit en del av koncernen) uppgick till 23,3 procent, ett kvitto på vår förmåga att lyfta tillväxten i förvärvade bolag genom att dra nytta av gruppens expertis, skala och infrastruktur. Som tidigare kommunicerats har gruppen en marknadsandel på närmare 30 procent i Norden för båda segmenten.

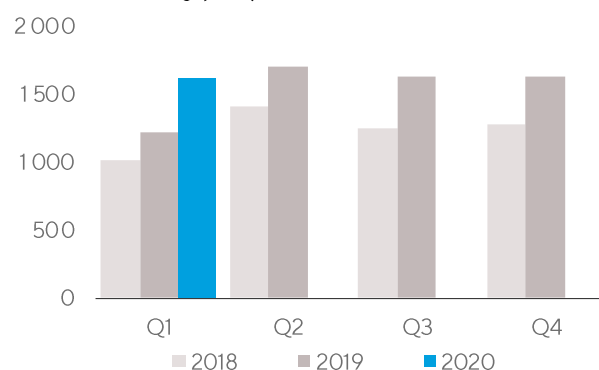
Nettoomsättningen inom DIY-segmentet ökade med 36,7 procent och den organiska tillväxten uppgick till 17,9 procent. Flera av gruppens destinationer redovisade ett starkt kvartal och gruppens danska verksamhet, liksom flertalet av gruppens svenska nischdestinationer med bas i egna varumärken, rapporterade rekordnivåer, trots att det första kvartalet vanligtvis är ett säsongsmässigt mindre starkt kvartal.

Nettoomsättningen för Heminredningssegmentet steg med 30,0 procent och den organiska tillväxten uppgick till 27,6 procent. En stark utveckling noterades för segmentets samtliga geografier. Preliminära marknadsdata tyder på att den totala heminredningsmarknaden har krympt i kvartalet, drivet av en minskning i offline-delen av marknaden – vilket tyder på att online har tagit ytterligare andel av marknaden, liksom att vår marknadsandel ytterligare ökat.

Koncernens webbutiker hade 56,9 (34,9) miljoner besök under kvartalet, vilket genererade 539 (399) tusen order. Trafiken från mobiler och surfplattor stod för 72,7 (65,4) procent av det totala antalet besök på koncernens webbsidor, vilket var en ökning med 7,3 procent jämfört med föregående år. Mobiler och surfplattor användes vid 65,8 (63,0) procent av besöken för DIY-segmentet och 78,3 (71,4) procent av besöken för heminredningssegmentet.

Gruppens försäljningsmix uppvisade en god trend avseende genomsnittliga ordervärden (AOV) i kvartalet, särskilt avseende skrymmande produkter, där fördelen i höga AOV, genom förbättrad enhetsekonomi, har störst positiv inverkan på de direkta försäljningsomkostnaderna. Gruppens AOV var i princip oförändrad i perioden, som ett resultat av en kombination av en marginell ökning inom DIY-segmentet, och en svag minskning inom heminredningssegmentet. Minskningen av AOV inom heminredningssegmentet förklaras av en relativt högre andel mindre försändelser till service-point i perioden, liksom av en ökning av försäljningen

inom gruppens öst- och centraleuropeiska verksamheter, där AOV är strukturellt lägre än i gruppens övriga enheter. De lägre konverteringsgraderna i perioden förklaras av den kraftiga tillväxten inom gruppens östeuropeiska verksamhet, där konverteringsgraden är avsevärt lägre än för gruppen i övrigt.

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

För att ge ökad transparens kring våra marginaler kompletterar vi vårt bruttomarginalmått med nedbrytning även i produktmarginal i syfte att möjliggöra enklare jämförelser med våra branschkollegor, vilka typiskt sett endast rapporterar produktmarginal som sitt bruttomarginalmått, medan vår bruttomarginal avser täckningsbidrag efter alla direkta försäljningsomkostnader, såsom frakt, lagerhantering, betalningar etc. Produktmarginalen var 37,6 (36,5) procent i kvartalet. Bruttomarginalen efter direkta försäljningsomkostnader uppgick till 25,8 (24,6) procent.

Bruttomarginalen, vår högsta någonsin, förbättrades i kvartalet jämfört med föregående år som en följd av ett fortsatt fokus på kostnads- och processeffektivitet inom bl.a. inköp och logistik, liksom av en ökad andel försäljning av egna varumärken. En svagare SEK och NOK i relation till USD och EUR, påverkade framförallt heminredningssegmentet negativt, men nettoeffekten dämpades av snabba prisjusteringar i perioden.

Koncernens försäljnings- och administrationskostnader (SG&A, definierat som skillnaden mellan justerat bruttoresultat och justerad EBITDA) uppgick för kvartalet till 285,4 (219,7) Mkr, motsvarande 17,5 (18,0) procent av nettoomsättningen. Nivån på SG&A är ett resultat av gruppens uttalade kostnadskultur, snabba tillväxt och ökande andel egna varumärken, vilka typiskt sett kräver en något mer omfattande organisation, men samtidigt skalar väl med högre försäljningsvolymerna.

Inga jämförelsestörande poster belastade kvartalet.

Resultat

Som ett resultat av ovan nådde gruppen en rekordhög rörelsemarginal i det första kvartalet, drivet framför allt av en kraftig resultatförbättring jämfört med föregående år inom DIY-segmentet.

Koncernens justerade EBIT uppgick till 80,0 (55,3) Mkr, motsvarande en EBIT-marginal på 4,9 (4,5) procent



Jämförelsestörande poster uppgick i kvartalet till 0,0 (7,2) Mkr. De jämförelsestörande poster som belastade första kvartalet 2019 var främst hänförliga till genomförandet av last-mile projektet inom heminredningssegmentet.

Från det tredje kvartalet 2019 behandlas kostnader relaterade till gruppens förvärvsagenda som del av den löpande verksamheten, och betraktas följaktligen inte som jämförelsestörande.

Koncernens rörelseresultat uppgick till 69,2 (38,3) Mkr och rörelsemarginalen uppgick till 4,2 (3,1) procent.

Avskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar uppgick till 10,8 (9,8) Mkr och avser avskrivningar på 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 -7,2 (-9,2) Mkr och består av omvärderade tilläggsköpeskillningar om -1,1 Mkr. Räntekostnader uppgick till -8,4 Mkr i kvartalet, av vilka -3,3 Mkr är hänförliga till leasingkulder relaterade till IFRS 16.

Koncernens resultat före skatt uppgick till 62,0 (29,0) Mkr.

Resultatet efter skatt uppgick till 46,2 (22,1) Mkr.

Den effektiva skattesatsen uppgick till -25,4 (-23,7) procent, motsvarande -15,8 (-6,9) Mkr.

VIKTIGA HÄNDELSER UNDER OCH EFTER DET FÖRSTA KVARTALET 2020

- Den 17 februari tillkännagav BHG förvärvet av Hemfint, en snabbt växande onlineaktör inom fönster, dörrar badrum och fritidsprodukter i Sverige, med en omfattande portfölj av prisvärda egna varumärken. Hemfint hade 2019 en omsättning om 166 Mkr, med en EBIT om cirka 3,6 Mkr.
- Den 6 april lanserades en ny företags- och varumärkesidentitet för gruppen, varvid Bygghemma Group First bytte varumärke och profil till BHG. Förändringarna är ett naturligt led i BHG:s utveckling och

syftar till att framhålla BHG:s resa, från en svensk e-handels pionjär inom DIY till den ledande onlineaktören inom Home improvement, d.v.s. DIY och heminredning, i Europa, med marknadens mest kompletta ekosystem av produkter och tjänster för hemmet ("The BHG ecosystem").

FINANSIELLA MÅL

Koncernens finansiella mål är oförändrade sedan föregående kvartal.

Gruppens finansiella mål är oförändrade:

Nettoomsättningstillväxt

Öka nettoomsättningen med i genomsnitt 20-25 procent per år på medellång sikt, varav omkring 15 procent ska utgöras av organisk tillväxt. Gruppens ambition är att nå en nettoomsättning på 10 miljarder SEK på medellång sikt, inklusive förvärv.

Lönsamhet och kassakonvertering

Gradvis förbättra lönsamheten för att uppnå en justerad EBIT-marginal på omkring 7 procent på medellång sikt. Uppnå en kassakonvertering i linje med justerad EBITDA som ett resultat av affärsmodellen.

Kapitalstruktur

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, kommer överskottet delas ut till aktieägarna.

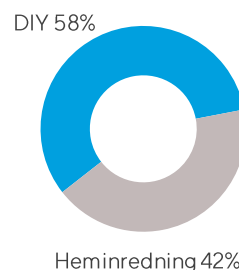


2020/Q1

DIY-segmentet

- Segmentets nettoomsättning ökade med 36,7 procent, varav den organiska tillväxten uppgick till 17,9 procent. Segmentet rapporterade sitt högsta resultat hittills för ett första kvartal.
- Bruttomarginalen uppgick till 22,7 (21,6) procent. Marginalen påverkades positivt av en högre andel försäljning av egna varumärken.
- Justerad EBIT uppgick till 39,2 Mkr, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 4,2 (2,6) procent.

Nettoomsättning per segment, jan-mar 2020



Mkr (om inte annat anges)	Q1		Δ%	jan-dec
	2020	2019		2019
Nettoomsättning	941,4	688,6	36,7	3 700,8
Bruttoresultat	214,0	148,9	43,7	794,3
Bruttomarginal (%)	22,7	21,6	1,1 p.p.	21,5
Justerad EBITDA	62,3	32,4	92,3	235,4
Justerad EBITDA-marginal (%)	6,6	4,7	1,9 p.p.	6,4
Justerad EBIT	39,2	18,2	115,8	167,9
Justerad EBIT-marginal (%)	4,2	2,6	1,5 p.p.	4,5
Jämförelsestörande poster	-	-1,4	-100,0	-1,4
Rörelseresultat	31,2	9,7	222,9	136,9
Rörelsemarginal (%)	3,3	1,4	1,9 p.p.	3,7
Periodens resultat	19,4	3,2	502,8	28,1
Antal besök (tusental)	24 689	17 337	42,4	86 473
Antal order (tusental)	310	231	33,9	1 141
Konverteringsgrad (%)	1,3	1,3	-0,1 p.p.	1,3
Genomsnittligt ordervärde (kr)	3 316	3 102	6,9	3 255

KOMMENTARER DIY-SEGMENTET

DIY-segmentet fortsatte att konsolidera sin position som den ledande aktören inom DIY online i Norden. Kombinationen av marknadens största utbud av ledande externa varumärken och välkända egna varumärken, med en kompletterande närvaro av showrooms och ett ledande utbud av service och tjänster, som till exempel installationstjänster, utgör vårt unika kunderbjudande, vad vi kallar "The BHG ecosystem".

Några av de viktigaste händelserna och aktiviteterna under kvartalet innefattade:

- Nytt försäljningsrekord för ett första kvartal, drivet av en stark utveckling inom segmentets alla delar.
- Fortsatt snabb sortimentsbreddning, en viktig tillväxt drivare. Segmentet omfattar nu över en halv miljon unika produkter.

- Fortsatt breddning av installationstjänster, som nu finns tillgängliga för över 100 000 produkter och utgör en viktig del av the BHG ecosystem av produkter och tjänster.
- Segmentet fortsatte att expandera andelen egna varumärken, vilka nu för första gången utgör ca. 20 procent av försäljningen i segmentet, drivet av en kombination av organisk tillväxt av existerande egna varumärken – inte minst vårt ledande badrumsvarumärke, Bathlife – samt av våra senaste förvärv, som till exempel Hemfint.

Marknadsförhållandena som förbättrades först i slutet av förra året har varit goda under hela det första kvartalet i år, och förstärktes ytterligare under mars månad. Under dessa förhållanden växte DIY-segmentet kraftigt. Flera av våra destinationer uppnådde försäljningsrekord och segmentet i dess helhet rapporterade det försäljningsmässigt starkaste

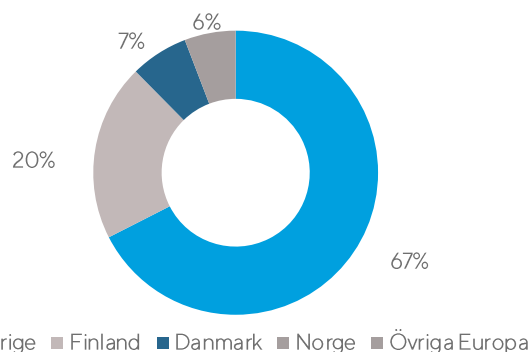
första kvartalet hittills. Många av våra destinationer har upplevt en kundtillströmning som vi annars bara brukar se vid speciella kampanjperioder, som t.ex. Black Friday/Cyber Monday-veckorna.

DIY-segmentet stod för 58 procent av gruppens totala nettoomsättning och steg med 36,7 procent till 941,4 (688,6) Mkr. Alla marknader visade tillväxt i kvartalet. Danmark utvecklades särskilt väl, liksom flertalet av gruppens svenska nischdestinationer, vars verksamheter företrädesvis är baserade på egna varumärken. Kategorierna fritid, trädgård, fönster, dörr och bad utvecklades starkt i perioden. Bathlife, vårt flaggskeppsvarumärke inom badkategorin, hade ännu ett starkt kvartal, inte minst på den finska marknaden, och växte med över 30 procent. Medan de externa varumärkena till huvuddelen är specifika för respektive geografi har gruppens egna varumärken framgångsrikt etablerats på flertalet av segmentets geografiska marknader.

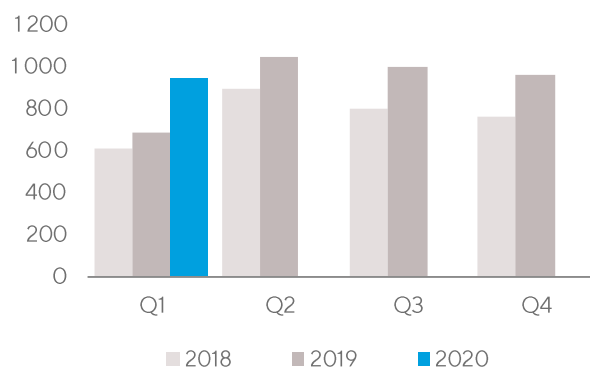
De senaste förvärven inom segmentet, som alla baseras företrädesvis på egna varumärken – Arc E-commerce i tredje kvartalet 2019 och Lindström & Sondén i fjärde kvartalet, liksom Hemfint i det första kvartalet 2020 – utvecklades starkt i kvartalet och bidrog till att öka andelen egna varumärken av försäljningen. Justerad EBIT i kvartalet uppgick till rekordhöga 39,2 (18,2) Mkr, med en justerad EBIT-marginal på 4,2 (2,6) procent.

Segmentets rörelseresultat uppgick till 31,2 (9,7) Mkr i kvartalet, med en rörelsemarginal på 3,3 (1,4) procent.

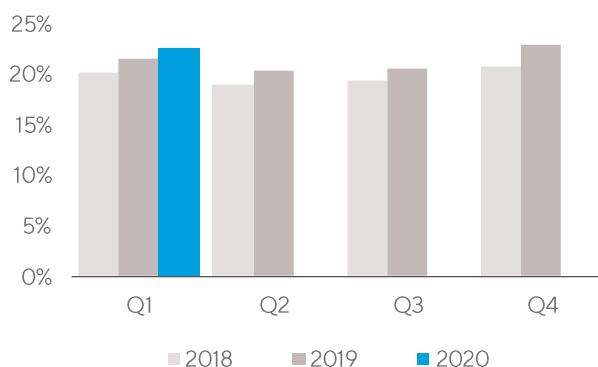
Fördelning per land (%), jan-mar 2020



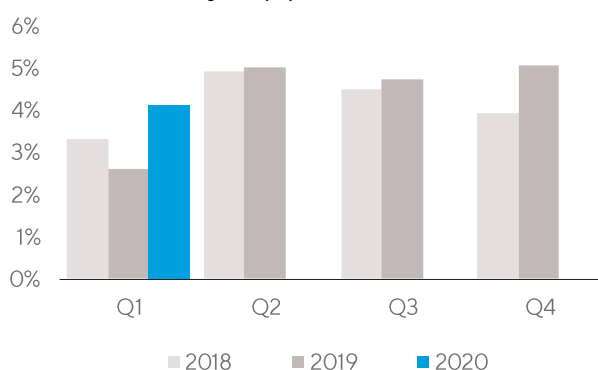
Nettoomsättning (Mkr)



Justerad bruttomarginal (%)



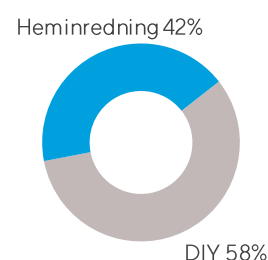
Justerad EBIT-marginal (%)



Heminredningssegmentet

- Segmentets nettoomsättning ökade med 30,0 procent, varav den organiska tillväxten uppgick till 27,6 procent.
- Bruttomarginalen uppgick till 29,8 (28,4) procent. Marginalen påverkades negativt av den kraftiga försvagningen av den svenska och norska kronan gentemot EUR och USD, men snabba prisjusteringar mildrade den negativa påverkan.
- Justerad EBIT uppgick till 44,6 (41,1) Mkr, motsvarande en rörelsemarginal på 6,4 (7,7) procent.

Nettoomsättning per segment, jan-mar 2020



Mkr (om inte annat anges)	Q1			jan-dec
	2020	2019	Δ%	2019
Nettoomsättning	694,6	534,1	30,0	2 533,1
Bruttoresultat	207,0	151,7	36,5	697,5
Bruttomarginal (%)	29,8	28,4	1,4 p.p.	27,5
Justerad EBITDA	76,5	57,5	33,0	262,7
Justerad EBITDA-marginal (%)	11,0	10,8	0,2 p.p.	10,4
Justerad EBIT	44,6	41,1	8,4	185,0
Justerad EBIT-marginal (%)	6,4	7,7	-1,3 p.p.	7,3
Jämförelsestörande poster	-	-5,8	-100,0	-6,0
Rörelseresultat	41,8	32,6	28,2	168,0
Rörelsemarginal (%)	6,0	6,1	-0,1 p.p.	6,6
Periodens resultat	29,2	23,5	24,1	74,6
Antal besök (tusental)	32 235	17 545	83,7	97 925
Antal order (tusental)	230	168	36,8	799
Konverteringsgrad (%)	0,7	1,0	-0,2 p.p.	0,8
Genomsnittligt ordervärde (kr)	2 875	3 166	-9,2	3 188

KOMMENTARER HEMINREDNINGSSEGMENTET

Totalmarknaden var något mindre gynnsam för heminredningssegmentet än för DIY-segmentet i perioden. Preliminära marknadsdata indikerar att den totala marknaden krympte under kvartalet, drivet av en minskning inom offline. Marknadsdatan indikerar vidare att online-penetrationen ökade väsentligt i kvartalet, vilket bekräftar av den fina utvecklingen inom heminredningssegmentet. Heminredningssegmentet utvecklades jämt över kvartalet.

- Segmentet rapporterade en total tillväxt på 30,0 procent och en organisk tillväxt på 27,6 procent.
- Sortimentexpansionen fortsatte i kvartalet – segmentet inkluderar nu över 300 000 unika produkter – och uttrullningen av våra egna last mile-leveranser fortsatte och inkluderar numera även södra Sverige.

- Nettoomsättningen på samtliga geografiska marknader växte i kvartalet. Tillväxten var särskilt stark i segmentets öst- och centraleuropeiska och norska verksamheter. Kategorierna som växte kraftigast i perioden var inredning, utemöbler, soffor och sängar.
- Två faktorer inverkade negativt på resultatet i perioden; de hårda restriktioner som infördes i Danmark för att motverka coronavirusets utbredning, samt den kraftigt försvagade SEK och NOK gentemot USD och EUR. Snabba prisjusteringar i perioden mildrade dock den negativa valutaeffekten väsentligt.

Heminredningssegmentet har nu uppvisat sex kvartal i följd med stark, lönsam tillväxt. Nettoomsättningen inom Heminredningssegmentet ökade med 30,0 procent till 694,6 (534,1) Mkr i kvartalet och segmentet stod för 42 procent av

gruppens totala nettoomsättning i kvartalet. Den organiska tillväxten fortsatte att utvecklas väl – från 1,4 procent under det fjärde kvartalet 2018 till 7,2 procent under det första kvartalet 2019 till 7,8 procent under det andra kvartalet, till 19,7 procent i det tredje kvartalet, 28,9 procent i det fjärde kvartalet och nu till 27,6 procent i det första kvartalet 2020.

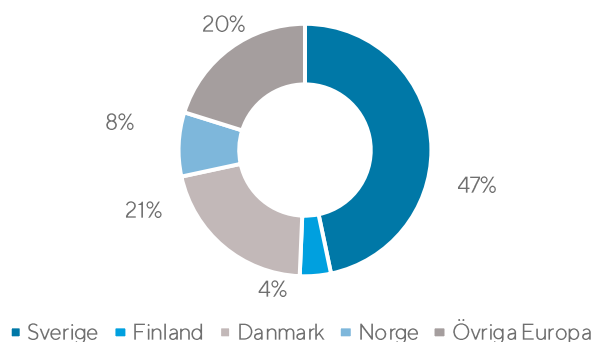
Den fortsatta utrullningen av egna last mile-leveranser i Sverige fortskred som planerat under perioden. Verksamheten i Stockholm är nu helt intrimmad och Göteborgshubben täcker Storgöteborg, inklusive Borås och skalas kontinuerligt upp ytterligare. I slutet av kvartalet lanserades tjänsten framgångsrikt i Skåne. Härfter kommer utvalda andra regioner i Sverige följa, samt därefter storstadsregionerna i Helsingfors och Oslo.

I det första kvartalet 2019 belastade etableringen av egna last mile-leveranser segmentet med jämförelsestörande poster om 5,8 Mkr. Därefter har inga ytterligare jämförelsestörande kostnader rapporterats och totala jämförelsestörande poster även i innevarande kvartal uppgick till 0,0 Mkr.

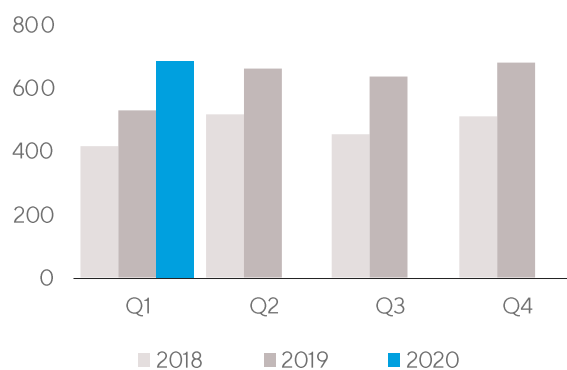
Justerad EBIT uppgick till 44,6 (41,1) Mkr i kvartalet, med en justerad EBIT-marginal på 6,4 (7,7) procent.

Segmentets rörelseresultat uppgick till 41,8 (32,6) Mkr i kvartalet, med en rörelsemarginal på 6,0 (6,1) procent.

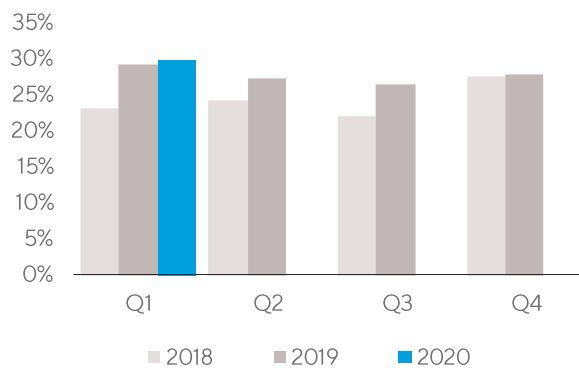
Fördelning per land (%), jan-mar 2020



Nettoomsättning (Mkr)



Justerad bruttomarginal (%)



Justerad EBIT-marginal (%)



Övrigt

KASSAFLÖDE OCH FINANSIELL STÄLLNING

Koncernens kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick i kvartalet till 148,3 (52,2) Mkr, vilket är den högsta nivån för ett första kvartal hittills. Kassaflödet från den löpande verksamheten drevs främst av koncernens EBITDA i perioden och den gynnsamma rörelsekapitalutvecklingen, vilket är ett resultat av hög andel direktleveranser från leverantörer, relativt begränsad lagerhållning samt låga kundfordringsnivåer (förklarat av factoring utan regress och en hög andel kortbetalningar).

Förändringen av rörelsekapitalet under perioden följer den normala säsongsmissiga profilen, med lageruppbyggnad av framför allt utemöbler och fritidsprodukter under det första kvartalet inför högsäsongen, med hög försäljning och därmed hög kassakonvertering under det andra och tredje kvartalet som ett resultat av säsongsmissigt hög försäljning, varefter rörelsekapital och lager typiskt sett ökar i det fjärde kvartalet. Den positiva kassaflödeseffekten från förändringar i rörelsekapital i perioden härrörde främst från en förbättring i kortfristiga fordringar och leverantörsskulder.

Koncernens kassaflöde till investeringsverksamheten uppgick i kvartalet till -56,2 (-95,6) Mkr, hänförlig till förvärvet av Hemfint, samt till utbetalningar avseende uppskjutna köpeskillningar och tilläggsköpeskillningar, hänförliga till förvärv under tidigare perioder, liksom till IT-investeringar avseende webbplattformar och logistiklösningar.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -5,0 (79,8) Mkr i kvartalet, till följd av ett högre utnyttjande av koncernens förvärvsfacilitet i samband med förvärv, samt till villkorade och uppskjutna tilläggsköpeskillningar, i likhet med motsvarande period föregående år.

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 148,3 (52,2) Mkr i kvartalet, vilket motsvarar en kassakonvertering (i förhållande till justerad EBITDA) på 101,2 procent (48,1). Gruppens kassagenerering är ett resultat av tillväxten i EBITDA, en fördelaktig rörelsekapitalposition och koncernens relativt låga investeringsbehov. Den snabba expansionen avseende försäljning av egna varumärken inom DIY-segmentet under kvartalet har lett till en ökning av rörelsekapitalet i perioden, som ett resultat av behovet att i högre grad lagrhålla denna kategori.

Koncernens likvida medel uppgick vid rapportperiodens utgång, jämfört med årets ingång, till 366,3 (270,3) Mkr, vilket framför allt förklaras av koncernens positiva operativa kassaflöde i perioden.

Koncernens nettoskuld, vilken definieras som koncernens kort- och långfristiga räntebärande skulder gentemot kreditinstitut, med avdrag för likvida medel och kortfristiga placeringar, uppgick till 499,6 Mkr vid periodens utgång, jämfört med 547,6 Mkr vid årets ingång, motsvarande en nettoskuld i förhållande till LTM justerad EBITDA om 1,3x, vilket överträffar gruppens finansiella mål på medellång sikt.

Koncernens övriga kort- och långfristiga räntebärande skulder utgörs av villkorade och uppskjutna tilläggsköpeskillningar, hänförliga till förvärv, vilka är föremål för en implicit räntekostnad relaterad till nuvärdeberäkningen för desamma. Dessa förpliktelser uppgick till 650,9 Mkr vid

periodens utgång, jämfört med 554,5 Mkr vid årets ingång (se även "Relevanta avstämningar av icke IFRS-baserade nyckeltal" för närmare beskrivning).

Koncernens outnyttjade kreditfaciliteter uppgick till 529,1 Mkr vid periodens utgång, jämfört med 577,1 Mkr vid årets ingång.

Koncernens totala tillgångar vid rapportperiodens utgång, jämfört med årets ingång, uppgick till 6 508,4 (6 018,2) Mkr.

Koncernens egna kapital uppgick vid rapportperiodens utgång, jämfört med årets ingång, till 2 979,7 (2 925,1) Mkr.

MEDARBETARE

Antal anställda (mätt som FTE) uppgick vid periodens slut till 1 473. Medelantalet anställda (mätt som FTE) för de senaste tolv månaderna uppgick till 1 338.

SÄSONGSVARIATIONER

Koncernens verksamhet påverkas av säsongsvariationers inverkan på konsumenternas totala efterfrågan, framför allt på byggvaruprodukter och utemöbler. Till följd av vådrets påverkan på efterfrågan är koncernens omsättning och kassaflöde i regel högre under det andra och tredje kvartalet, då normalt en majoritet (omkring 60 %) av koncernens försäljning genereras, och brukar i regel vara lägre under det första och fjärde kvartalet. Även om säsongsvariationerna normalt inte påverkar koncernens relativa resultat och kassaflöde från år till år kan resultatet och kassaflödet påverkas under år med ovanligt hårda eller milda väderförhållanden, eller med mycket eller lite nederbörd. Väderförhållanden kan vidare ha väsentlig påverkan i enskilda kvartal, men jämnas vanligen ut på helåret.

MODERBOLAGET

Moderbolagets nettoomsättning uppgick i kvartalet till 1,5 (0,2) Mkr. I tidigare perioder var gruppens koncernchef, CFO och COO anställda i moderbolaget. Som en följd av organisationsförändringarna under kvartalet har ytterligare ett antal anställningar flyttats till moderbolaget. Moderbolaget betalar också ut arvoden till koncernens styrelse. Moderbolagets rörelseresultat uppgick till -0,2 (-3,4) Mkr i kvartalet. Moderbolagets likvida medel uppgick till 6,8 Mkr vid rapportperiodens utgång, jämfört med 17,2 Mkr vid årets ingång.

REDOVISNINGSPRINCIPER

Denna rapport har upprättats genom tillämpning av reglerna i IAS 34 Delårsrapportering samt tillämpliga bestämmelser i Årsredovisningslagen. Delårsrapporten för moderbolaget har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagens 9 kapitel, Delårsrapport. För koncernen och moderbolaget har samma redovisningsprinciper och beräkningsgrunder tillämpats som i årsredovisningen för 2018 med undantag för att koncernen från och med den 1 januari 2019 tillämpar IFRS 16 Leasingavtal samt att koncernen från och med den 1 januari 2019 bytt redovisningsprincip avseende skulder till innehav utan bestämmande inflytande enligt nedan beskrivning.

Moderbolaget tillämpar inte IFRS 16 i enlighet med undantaget som finns i RFR 2. Beskrivning av IFRS 16 och effekterna av övergången till denna standard finns i not 5.

Koncernen tillämpar vidare ESMA:s (European Securities and Markets Authority) riktlinjer för alternativa nyckeltal. Definitioner av nyckeltal finns i relevanta avstämningar på sidan 26-30 i denna rapport.

Delårsinformationen på sidan 1-13 är en integrerad del av denna finansiella rapport.

Byte av princip för redovisning av räntebetalningar i kassaflödesanalysen

Från och med den 1 januari 2020 redovisar BHG betalda räntor under finansieringsverksamheten i rapporterna över kassaflöden för gruppen och för moderbolaget. Tidigare redovisades betalda räntor som en del av den löpande verksamheten. Jämförelseperioder för 2019 har räknats om för att spegla denna förändring. BHG anser att en redovisning av betald ränta inom finansieringsverksamheten leder till mer tillförlitlig och relevant information om kassaflöden hänförliga till finansiering via räntebärande skulder. Detta eftersom finansieringsverksamheten i kassaflödesanalysen då inte enbart inkluderar kassaflöden hänförliga till upptagande och amortering av lån, utan även kassaflöden hänförliga till betalning av ränta på de upptagna lånen. Som ett resultat av bytet av princip framgår vidare beloppet för betalda räntor direkt från rapporten över kassaflöden genom att betald ränta presenteras på egen rad inom finansieringsverksamheten. I samband med detta har BHG även valt att presentera erhållna räntor som en del av investeringsverksamheten.

Effekter av bytet av redovisningsprincip

Effekterna av bytet av redovisningsprincip har inneburit att kassaflödet från den löpande verksamheten för jämförelseåret 2019 ökat med ett belopp motsvarande nettot av räntebetalningarna, medan kassaflödet från finansieringsverksamheten har minskat med ett belopp motsvarande betald ränta och investeringsverksamheten ökat med ett belopp motsvarande erhållen ränta. Av punkterna nedan framgår effekterna av bytet av redovisningsprincip för kvartal och helår 2019.

Gruppen

- Ökning av kassaflöden från den löpande verksamheten med 7,4 Mkr i första kvartalet 2019 och med 28,9 Mkr för helåret
- Minskning av kassaflödet från finansieringsverksamheten med 7,4 Mkr i första kvartalet 2019 och med 30,5 Mkr för helåret
- Ökning av kassaflödet till investeringsverksamheten med 0,0 Mkr i första kvartalet och med 1,5 Mkr för helåret.

Moderbolaget

- Ökning av kassaflöden från den löpande verksamheten med 0,0 Mkr i första kvartalet 2019 och med 1,7 Mkr för helåret
- Minskning av kassaflödet från finansieringsverksamheten med 0,1 Mkr i första kvartalet 2019 och med 1,8 Mkr för helåret
- Ökning av kassaflödet till investeringsverksamheten med 0,1 Mkr i första kvartalet och med 0,1 Mkr för helåret.

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. För en utförligare beskrivning av de risker och osäkerhetsfaktorer som föreligger för koncernen och moderbolaget, se årsredovisningen 2019, not 25. Utöver de risker som beskrivs där bedöms inte några väsentliga risker ha tillkommit.

De långsiktiga effekterna av coronapandemin är för närvarande svåra att bedöma.

TRANSAKTIONER MED NÄRSTÅENDE

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

BHG-AKTIE

Bygghemma Group First AB (publ) aktie är noterad på Nasdaq Stockholm Mid Cap-lista under symbolen BHG och har ISIN-koden SE0010948588.

Aktiekursen vid ingången av året uppgick till 58,4 kronor. Vid kvartalets sista handelsdag var aktiekursen 61,5 kronor. Den högsta betalkursen var 74,1 kronor noterades i februari och lägsta betalkursen var 36,15 kronor noterades i mars.

Under första kvartalet 2020 omsattes 26 489 573 BHG-aktier på Nasdaq Stockholm, vilket motsvarar en omsättningshastighet om 24,7 %.

Per 31 mars hade BHG ca. 2 100 aktieägare, varav de största var EQT (20,0 %), FSN Capital (19,0 %), Danica depåförsäkring (9,1 %), Handelsbanken Fonder (6,4 %) och Capital Group (5,5 %).

Per 31 mars 2020 var antalet utfärdade aktier 107 368 421 varav samtliga är stamaktier.

Malmö, 23 April 2020

Adam Schatz

vd och koncernchef

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

Bygghemma Group First AB (publ)

Hans Michelsensgatan 9

211 20 Malmö

Organisationsnummer: 559077-0763

Denna information är sådan information som Bygghemma Group First AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom nedanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 23 april 2020 kl. 07.00 CEST.

KONTAKTUPPGIFTER

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

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

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

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



TELEFONKONFERENS I SAMBAND MED PUBLICERING AV KVARTALSRAPPORTEN

Adam Schatz, vd och koncernchef och Jesper Flemme, tf. CFO kommer torsdagen den 23 april, klockan 10.00 att hålla en telefonkonferens i samband med publicering av kvartalsrapporten. Telefonkonferensen kommer att hållas på engelska. För att delta i konferensen, ring +46 (0)8 505 583 51 eller gå till webblänken <https://tv.streamfabriken.com/bygghemma-group-q1-2020>. Presentationsmaterialet återfinns på gruppens webbsida: <https://www.wearebhg.com/sv/investerare/presentationer/>.



KVARTALSRAPPORTER PÅ WWW.WEAREBHG.COM

Den kompletta bokslutsrapporten för perioden januari till mars 2020 och tidigare kvartals- och årsbokslut finns tillgängliga på <https://www.wearebhg.com/sv/investerare/finansiella-rapporter/>

FINANSIELL KALENDER

5 maj 2020	Årsstämma i Malmö*
23 juli 2020	Delårsrapport januari-juni 2020
29 oktober 2020	Delårsrapport januari-september 2020
29 januari 2021	Bokslutskommuniké 2020

* **Information med anledning av coronaviruset:** Mot bakgrund av coronaviruset vill BHG helst inte att aktieägarna kommer fysiskt till årets stämma. BHG uppmanar därför alla aktieägare att noga överväga att använda sig av möjligheten att företrädas av ombud eller förhandsrösta (se nedan). Eventuella frågor som aktieägare vill ha besvarade kan med fördel skickas in till bolaget före stämman på investment@bygghemmagroup.se.

OM BHG

BHG är den största onlineaktören inom konsumenthandel i Norden. Vi har utöver våra nordiska verksamheter också en betydande närvaro i stora delar av Öst-, och Centraleuropa. Vår starka position på våra marknader innebär att vi är den största aktören 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 över 800 000, vilket tillsammans med vårt övriga utbud, utgör ett komplett erbjudande inom DIY, fritidsprodukter, möbler och heminredning.

I Gruppen ingår över 85 onlinedestinationer, innefattande till exempel: www.bygghemma.se, www.trademax.se, www.chilli.se och www.furniturebox.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 1 500 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	Q1		jan-dec
	2020	2019	2019
Nettoomsättning	1 628,4	1 220,1	6 212,5
Övriga rörelseintäkter	0,0	0,1	0,3
Summa intäkter	1 628,4	1 220,1	6 212,7
Handelsvaror	-1 207,9	-919,7	-4 721,9
Personalkostnader	-138,9	-107,2	-493,4
Övriga externa kostnader	-141,6	-111,2	-525,5
Övriga rörelsekostnader	-4,9	-3,3	-4,9
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	-65,9	-40,6	-185,0
Rörelseresultat	69,2	38,3	282,0
Finansnetto	-7,2	-9,2	-48,9
Resultat före skatt	62,0	29,0	233,1
Skatt	-15,8	-6,9	-53,2
Periodens resultat	46,2	22,1	179,9
Hänförligt till:			
Moderbolagets aktieägare	46,6	21,3	176,2
Innehav utan bestämmande inflytande	-0,4	0,8	3,6
Periodens resultat	46,2	22,1	179,9
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,43	0,20	1,64
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,43	0,20	1,64

* Formeln för resultat per aktie: resultat per aktie = periodens resultat / (genomsnittligt antal utstående stamaktier + antal utstående teckningsoptioner där aktiekursen överstiger lösenpriset vid periodens utgång). Vid periodens utgång fanns totalt 4 370 542 (2 760 016) utstående teckningsoptioner, varav 257 941 (0) överstiger lösenpriset.



Rapport över totalresultat för koncernen i sammandrag

Mkr	Q1		jan-dec
	2020	2019	2019
Periodens resultat	46,2	22,1	179,9
Övrigt totalresultat			
Poster som har återförts eller kan återföras till periodens resultat			
Periodens omräkningsdifferenser	11,2	7,7	5,8
Övrigt totalresultat för perioden	11,2	7,7	5,8
Summa totalresultat för perioden	57,4	29,9	185,7
Summa totalresultat hänförligt till:			
Moderbolagets aktieägare	55,7	28,6	181,6
Innehav utan bestämmande inflytande	1,7	1,3	4,1
Summa totalresultat för perioden	57,4	29,9	185,7
Utestående aktier vid periodens slut	107 368 421	107 368 421	107 368 421
Genomsnittligt antal aktier			
Före utspädning	107 368 421	107 368 421	107 368 421
Efter utspädning	107 626 362	107 368 421	107 368 421

* Genomsnittligt antal aktier före och efter utspädning skiljer sig åt eftersom börskursen vid kvartalets slut översteg lösenpriset för ett av två utestående optionsprogram.



Rapport över finansiell ställning för koncernen i sammandrag

Mkr	31 mar		31 dec
	2020	2019	2019
Anläggningstillgångar			
Goodwill	3 025,0	2 671,5	2 896,7
Övriga immateriella anläggningstillgångar	1 333,3	1 260,2	1 293,6
Summa immateriella anläggningstillgångar	4 358,3	3 931,8	4 190,2
Byggnader och mark	11,3	11,4	10,7
Leasingtillgångar	567,3	351,0	459,2
Materiella anläggningstillgångar	46,1	25,2	39,8
Finansiella anläggningstillgångar	7,4	5,0	6,6
Uppskjuten skattefordran	12,1	9,0	13,5
Summa anläggningstillgångar	5 002,6	4 333,4	4 720,1
Omsättningstillgångar			
Varulager	833,3	608,9	668,4
Kortfristiga fordringar	306,1	247,2	359,5
Likvida medel	366,3	265,3	270,3
Summa omsättningsstillgångar	1 505,8	1 121,3	1 298,1
Summa tillgångar	6 508,4	5 454,7	6 018,2
Eget kapital			
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	2 942,7	2 798,1	2 889,7
Innehav utan bestämmande inflytande	37,1	32,6	35,4
Summa eget kapital	2 979,7	2 830,7	2 925,1
Långfristiga skulder			
Uppskjuten skatteskuld	257,7	239,3	249,6
Övriga avsättningar	22,7	1,8	23,0
Långfristiga räntebärande skulder till kreditinstitut	815,6	803,9	813,6
Långfristiga leasingskulder	406,2	274,6	339,7
Övriga långfristiga räntebärande skulder	596,2	298,7	507,0
Summa långfristiga skulder	2 098,5	1 618,2	1 933,0
Kortfristiga skulder			
Kortfristiga räntebärande skulder till kreditinstitut	46,4	0,8	-
Kortfristiga leasingskulder	158,7	90,0	118,9
Övriga kortfristiga räntebärande skulder	54,6	51,3	47,5
Övriga kortfristiga skulder	1 170,5	863,7	993,8
Summa kortfristiga skulder	1 430,2	1 005,7	1 160,1
Summa eget kapital och skulder	6 508,4	5 454,7	6 018,2



Rapport över kassaflöden för koncernen i sammandrag

Mkr	Q1		jan-dec
	2020	2019	2019
EBITDA	135,1	78,8	467,8
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	-5,9	8,6	7,9
Betald inkomstskatt	-14,8	-10,9	-34,4
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet	114,3	76,4	441,3
Förändringar i rörelsekapitalet	34,0	-24,2	-19,2
Kassaflöde från den löpande verksamheten	148,3	52,2	422,2
Investeringar i verksamheter	-30,0	-74,0	-251,4
Investeringar i andra anläggningstillgångar	-26,4	-21,8	-98,0
Avyttringar av andra anläggningstillgångar	0,1	0,2	1,3
Erhållen ränta	0,2	0,0	1,5
Kassaflöde till/från investeringsverksamheten	-56,2	-95,6	-346,5
Upptagande av räntebärande skulder	48,0	108,6	307,4
Amortering av räntebärande skulder	-44,3	-21,4	-315,7
Inbetalda optionspremier	-	-	6,0
Betald ränta	-8,7	-7,4	-30,5
Kassaflöde till/från finansieringsverksamheten	-5,0	79,8	-32,8
Periodens förändring av likvida medel	87,2	36,5	42,8
Likvida medel vid periodens början	270,3	226,9	226,9
Omräkningsdifferens likvida medel	8,9	1,9	0,6
Likvida medel vid periodens slut	366,3	265,3	270,3



Rapport över förändring i eget kapital för koncernen i sammandrag

Mkr	31 mar		31 dec
	2020	2019	2019
Ingående balans	2 925,1	2 814,4	2 814,4
Periodens totalresultat	57,4	29,9	185,7
Effekt av ändrade redovisningsprinciper	-	-10,5	-10,5
Effekter av optionspremier	-	-	6,0
Omvärdering av skulder till innehav utan bestämmande inflytande	-2,7	-3,1	-70,5
Utgående balans	2 979,7	2 830,6	2 925,1



Noter

NOT 1 SEGMENT

Mkr	Q1		jan-dec
	2020	2019	2019
Nettoomsättning			
DIY	941,4	688,6	3 700,8
Heminredning	694,6	534,1	2 533,1
Totalt operativa affärsområden	1 636,0	1 222,8	6 233,9
Övrigt*	3,2	6,1	26,9
Elimineringar	-10,8	-8,8	-48,4
Koncernen totalt	1 628,4	1 220,1	6 212,5
Intäkter från andra segment			
DIY	4,4	1,4	6,7
Heminredning	3,2	1,3	14,8
Övrigt*	3,2	6,1	26,9
Totalt	10,8	8,8	48,4

Mkr	Q1		jan-dec
	2020	2019	2019
Rörelseresultat och resultat före skatt			
DIY	31,2	9,7	136,9
Heminredning	41,8	32,6	168,0
Totalt operativa affärsområden (rörelseresultat)	73,0	42,3	304,9
Övrigt*	-3,8	-4,0	-22,9
Koncernen totalt (rörelseresultat)	69,2	38,3	282,0
Finansiella poster	-7,2	-9,2	-48,9
Koncernen totalt (resultat före skatt)	62,0	29,0	233,1

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



Q1 2020					
Mkr	DIY	Hem- inredning	Övrigt	Elim- inering	Kon- cernen
Sverige	631,0	324,4	3,2	-8,1	950,5
Finland	188,3	27,6	-	-1,7	214,2
Danmark	61,3	145,6	-	-	206,9
Norge	54,4	57,0	-	-	111,3
Övriga Europa	6,4	140,1	-	-1,0	145,5
Nettoomsättning	941,4	694,6	3,2	-10,8	1 628,4

Q1 2019					
Mkr	DIY	Hem- inredning	Övrigt	Elim- inering	Kon- cernen
Sverige	451,3	250,6	6,1	-8,7	699,4
Finland	155,6	26,0	-	-	181,7
Danmark	43,8	130,7	-	-0,2	174,3
Norge	37,9	44,0	-	-	81,9
Övriga Europa	-	82,8	-	-	82,8
Nettoomsättning	688,6	534,1	6,1	-8,8	1 220,1

Helår 2019					
Mkr	DIY	Hem- inredning	Övrigt	Elim- inering	Kon- cernen
Sverige	2 311,6	1 196,1	26,9	-43,4	3 491,3
Finland	964,4	117,1	-	-	1 081,5
Danmark	229,4	498,7	-	-0,7	727,4
Norge	195,4	238,8	-	-0,4	433,8
Övriga Europa	-	482,3	-	-3,8	478,5
Nettoomsättning	3 700,8	2 533,1	26,9	-48,4	6 212,5



NOT 2 RÖRELSEFÖRVARV

Förvärv 2020

- Den 17 februari förvärvade koncernen 51 procent av aktierna i Hemfint Kristianstad AB (Hemfint.se). Förvärvet redovisas genom segmentet DIY från 1 februari.
- Den 20 december 2019 förvärvade koncernen 100 procent av aktierna i Lindström & Sondén AB (LSBolagen.com). Förvärvet redovisas genom segmentet DIY från 1 januari.

(SEKm)	2020					
	Netto identifierbara tillgångar och skulder	Goodwill	Köpe- skilling	Likvida medel	Villkorad/ uppskjuten köpeskilling, säljarrevers	Kassaflöde netto
Förvärv av aktier i Lindström & Sondén AB*	33,1	45,9	79,0	12,4	30,1	-36,5
Förvärv av aktier i Hemfint Kristianstad AB	26,1	71,9	98,0	3,8	58,0	-36,2
Tilläggsköpeskilling, Arredo Holding AB	-	-	-	-	-	-0,9
Tilläggsköpeskilling, Edututor Oy	-	-	-	-	-	-5,3
	59,1	117,8	176,9	16,2	88,1	-78,9

* Lindström & Sondén AB förvärvades i senare delen av december 2019 och konsolideras från den 1 januari 2020 varför utbetald köpeskilling om 48,9 Mkr rapporterades i rapporten över kassaflöden för 2019 medan likvida medel i förvärvat bolag om 12,4 Mkr rapporteras under 2020. Totalt sett minskade sålunda förvärvet koncernens likvida medel med netto 36,5 Mkr.

Intäkter och resultat för perioden för de förvärvade bolagen

Förvärven har sedan förvärvsdatum bidragit med 53,2 Mkr till koncernens intäkter och med 2,7 Mkr till koncernens resultat efter skatt. Om förvärven konsoliderats från räkenskapsårets början skulle de ha bidragit med 64,3 Mkr till koncernens intäkter och 1,4 Mkr till koncernens resultat efter skatt.



NOT 3 VERKLIGT VÄRDE

Villkorade tilläggsköpeskillningar tillhör nivå 3 i värderingshierarkin, d.v.s. den nivå som är tillämplig för tillgångar och skulder som anses illikvida och svårvärderade samt för vilka indata till värdering inte är observerbara på marknaden. Det verkliga värdet på villkorade köpeskillningar beräknas genom diskontering av framtida kassaflöden med en riskjusterad diskonteringsränta.

Förväntade kassaflöden bestäms utifrån sannolika scenarier för framtida EBITDA, belopp som kommer att utgå vid respektive utfall och sannolikheten för respektive utfall.

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

Mkr	31 mar		31 dec
	2020	2019	2019
Redovisat värde vid periodens ingång	554,5	320,3	320,3
Redovisat i årets resultat	11,7	3,8	19,1
Redovisat i eget kapital	2,7	3,1	70,5
lanspråktaget belopp	-6,2	-32,7	-108,4
Anskaffningsvärde förvärv	88,1	55,3	253,0
Redovisat värde vid periodens utgång	650,9	350,0	554,5

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

NOT 4 TRANSAKTIONER MED NÄRSTÅENDE

Transaktioner mellan Bygghemma Group First 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

Bolaget har under 2020 inte genomfört några transaktioner med ägarna.



Moderbolagets resultaträkning I sammandrag

Mkr	Q1		jan-dec
	2020	2019	2019
Nettoomsättning	1,5	0,2	0,9
Summa intäkter	1,5	0,2	0,9
Personalkostnader	0,9	-1,4	-15,4
Övriga externa kostnader	-2,6	-2,2	-6,9
Rörelseresultat	-0,2	-3,4	-21,4
Finansnetto	-0,5	-0,2	-1,7
Koncernbidrag	-	-	33,0
Resultat före skatt	-0,7	-3,5	9,9
Skatt	0,1	0,8	-2,5
Periodens resultat/totalresultat	-0,5	-2,8	7,5

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



Moderbolagets balansräkning i sammandrag

Mkr	31 mar		31 dec
	2020	2019	2019
Anläggningstillgångar			
Övriga immateriella anläggningstillgångar	0,6	0,3	0,5
Summa immateriella anläggningstillgångar	0,6	0,3	0,5
Andelar i koncernföretag	2 691,6	2 691,6	2 691,6
Långfristiga fordringar på koncernföretag	-	11,0	-
Uppskjuten skattefordran	-	2,3	-
Summa anläggningstillgångar	2 692,1	2 705,1	2 692,0
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar	7,8	2,2	7,8
Fordringar på koncernföretag	33,0	59,1	32,9
Likvida medel	6,8	19,9	17,2
Summa omsättningsstillgångar	47,6	81,1	57,9
Summa tillgångar	2 739,7	2 786,2	2 749,9
Eget kapital			
Bundet eget kapital	3,2	3,2	3,2
Fritt eget kapital	2 733,0	2 717,3	2 733,5
Summa eget kapital	2 736,2	2 720,6	2 736,8
Långfristiga skulder			
Långfristiga skulder till kreditinstitut	-	57,6	-
Summa långfristiga skulder	-	57,6	-
Kortfristiga skulder			
Övriga kortfristiga skulder	3,5	8,1	13,2
Summa kortfristiga skulder	3,5	8,1	13,2
Summa eget kapital och skulder	2 739,7	2 786,2	2 749,9



Nyckeltalssammanställning

	2020	2019				
	Q1	Q4	Q3	Q2	Q1	jan-dec
KONCERNEN						
Justerade totala kostnader	-351,3	-334,7	-305,9	-305,4	-260,2	-1 206,2
Justerad EBIT-marginal %	4,9	5,5	5,0	6,0	4,5	5,3
Justerat bruttoresultat	420,5	414,3	378,1	397,6	305,6	1 495,7
Justerad bruttomarginal %	25,8	25,2	23,1	23,3	25,0	24,1
Soliditet %	45,8	48,6	50,2	51,7	51,9	48,6
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	499,6	547,6	433,1	357,7	544,6	547,6
Kassaflöde från rörelsen	148,3	51,9	57,5	260,6	52,2	422,2
Resultat per aktie (kr)	0,43	0,58	0,36	0,50	0,20	1,64
Antal besök (tusental)	56 924	57 926	48 007	43 583	34 882	184 398
Antal order (tusental)	539	537	501	503	399	1 940
Genomsnittlig kundkorg (kr)	3 128	3 109	3 242	3 417	3 129	3 227
DIY						
Antal besök (tusental)	24 689	25 362	20 126	23 647	17 337	86 473
Antal order (tusental)	310	310	283	317	231	1 141
Genomsnittlig kundkorg (kr)	3 316	3 128	3 364	3 392	3 102	3 255
Heminredning						
Antal besök (tusental)	32 235	32 564	27 881	19 935	17 545	97 925
Antal order (tusental)	230	228	218	186	168	799
Genomsnittlig kundkorg (kr)	2 875	3 082	3 084	3 461	3 166	3 188



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 med 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	Q1		jan-dec
	2020	2019	2019
Rörelseresultat	69,2	38,3	282,0
Förvärvsrelaterade kostnader	-	1,4	1,7
Last-mile projektet	-	5,8	5,8
Totalt jämförelsestörande poster	-	7,2	7,5
Av- och nedskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar	10,8	9,8	40,6
Justerad EBIT	80,0	55,3	330,1
Justerad EBIT (%)	4,9	4,5	5,3
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	55,1	30,7	144,4
Vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar	-0,0	-0,1	0,8
Justerad EBITDA	135,1	85,9	475,3
Justerad EBITDA (%)	8,3	7,0	7,7
Nettoomsättning	1 628,4	1 220,1	6 212,5
Varukostnad	-1 016,3	-775,0	-4 023,8
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	612,1	445,1	2 188,6
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	37,6	36,5	35,2
Direkta försäljningsomkostnader	-191,6	-144,7	-698,1
Bruttoresultat	420,5	300,4	1 490,5
Bruttoresultat (%)	25,8	24,6	24,0
Last-mile projektet	-	5,2	5,2
Justerat bruttoresultat	420,5	305,6	1 495,7
Justerat bruttoresultat (%)	25,8	25,0	24,1



DIY-segmentet

Mkr	Q1		jan-dec
	2020	2019	2019
Rörelseresultat	31,2	9,7	136,9
Förvärvsrelaterade kostnader	-	1,4	1,4
Totalt jämförelsestörande poster	-	1,4	1,4
Av- och nedskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar	8,0	7,1	29,6
Justerad EBIT	39,2	18,2	167,9
Justerad EBIT (%)	4,2	2,6	4,5
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	23,2	14,2	67,3
Vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar	-0,0	-	0,2
Justerad EBITDA	62,3	32,4	235,4
Justerad EBITDA (%)	6,6	4,7	6,4
Nettoomsättning	941,4	688,6	3 700,8
Varukostnad	-642,1	-488,8	-2 641,2
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	299,3	199,9	1 059,6
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	31,8	29,0	28,6
Direkta försäljningsomkostnader	-85,3	-50,9	-265,3
Bruttoresultat	214,0	148,9	794,3
Bruttoresultat (%)	22,7	21,6	21,5
Justerat bruttoresultat	214,0	148,9	794,3
Justerat bruttoresultat (%)	22,7	21,6	21,5



Home Furnishing-segmentet

Mkr	Q1		jan-dec
	2020	2019	2019
Rörelseresultat	41,8	32,6	168,0
Förvävsrelaterade kostnader	-	-	0,2
Last-mile projektet	-	5,8	5,8
Totalt jämförelsestörande poster	-	5,8	6,0
Av- och nedskrivningar på förvävsrelaterade immateriella tillgångar	2,8	2,7	11,0
Justerad EBIT	44,6	41,1	185,0
Justerad EBIT (%)	6,4	7,7	7,3
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	31,9	16,5	77,1
Vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar	0,0	-0,1	0,6
Justerad EBITDA	76,5	57,5	262,7
Justerad EBITDA (%)	11,0	10,8	10,4
Nettoomsättning	694,6	534,1	2 533,1
Varukostnad	-381,3	-288,7	-1 402,7
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	313,3	245,4	1 130,3
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	45,1	45,9	44,6
Direkta försäljningsomkostnader	-106,3	-93,7	-432,8
Bruttoresultat	207,0	151,7	697,5
Bruttoresultat (%)	29,8	28,4	27,5
Last-mile projektet	-	5,2	5,2
Justerat bruttoresultat	207,0	156,9	702,7
Justerat bruttoresultat (%)	29,8	29,4	27,7

NET DEBT/NET CASH

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-standard, som trädde i kraft 1:a januari 2019.

Vid slutet av det första kvartalet uppgick nettoskulden till 499,6 Mkr, vilket motsvarar en nettoskuld i förhållande till de rullande tolv månadernas justerade EBITDA om 1,3x. 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 650,9 Mkr vid utgången av kvartalet, att jämföra med 554,5 Mkr vid ingången av året. Leasingskulderna återspeglar balansräkningseffekten av IFRS 16-standard, som trädde i kraft 1:a januari 2019, och uppgick till 564,9 Mkr vid utgången av kvartalet, jämfört med 458,5 Mkr vid början av året.

Mkr	31 mar		31 dec
	2020	2019	2019
Långfristiga räntebärande lån	1 818,0	1 377,2	1 660,3
Kortfristiga räntebärande lån	259,7	142,1	166,3
Summa skulder	2 077,7	1 519,3	1 826,7
Likvida medel	-366,3	-265,3	-270,3
Justering leasingskulder	-564,9	-364,6	-458,5
Justering villkorade och uppskjutna tilläggsköpeskillingar	-650,9	-350,0	-554,5
Justering transaktionsutgifter	3,9	5,3	4,3
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	499,6	544,6	547,6



Definitioner

Nyckeltal	Definition	Motivering
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 netto-omsättningen.
Bruttomarginal före direkta försäljningsomkostnader	Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader – i huvudsak frakt- och lagerkostnader – i procent av nettoomsättningen.	Ett ytterligare marginalmått som kompletterar det fulladdade bruttomarginalmåttet, 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 netto-omsättningstillväxt för att övervaka värdeskapande.
EBIT-marginal	EBIT i procent av nettoomsättning.	EBIT-marginalen är ett användbart mått tillsammans med netto-omsättningstillväxt för att övervaka värdeskapandet.
Genomsnittligt ordervärde (AOV)	Totalt ordervärde (det vill säga internetförsäljning, portointäkter och relaterade tjänster) dividerat med antal beställningar.	Genomsnittligt ordervärde mäts som en indikator på intäktsgenerering.
Investeringar	Investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar.	Investeringar ger en indikation på totala investeringar i materiella och immateriella tillgångar.
Justerad bruttomarginal	Justerat bruttoresultat i procent av nettoomsättning.	Den justerade bruttomarginalen ger en indikation på täckningsbidraget som andel av nettoomsättningen.
Justerad EBIT	EBIT exklusive av- och nedskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar, vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar samt eventuella jämförelsestörande poster.	Måttet är relevant för att visa Bolagets resultat som genereras av den löpande verksamheten.
Justerad EBITDA	EBITDA exklusive jämförelsestörande poster.	Måttet är relevant för att visa Bolagets resultat som genereras av den löpande verksamheten.
Justerad EBITDA-marginal	Justerad EBITDA i procent av nettoomsättning	Måttet är relevant för att skapa en förståelse av den operativa lönsamheten som genereras av rörelsen.
Justerad EBIT-marginal	Justerad EBIT i procent av nettoomsättning.	Måttet är relevant för att visa Bolagets resultat som genereras av den löpande verksamheten.
Justerade försäljnings- och administrationskostnader	Skillnaden mellan justerat bruttoresultat och justerad EBITDA, vilket därmed exkluderar övriga specificerade poster.	Försäljnings- och administrationskostnader ger en indikation på rörelsekostnader, exklusive kostnader för handelsvaror, vilket därmed ger en indikation på effektiviteten i Bolagets verksamhet.
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.

Nyckeltal	Definition	Motivering
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 leasingkulder och tilläggsköpeskillningar och med avdrag för likvida medel, kortfristiga placeringar och förutbetalda låneutgifter.	Nettoskuld är ett mått som visar Bolagets räntebärande nettoskuldsättning till finansiella institut.
Organisk tillväxt	Avser tillväxt för jämförbara webbutiker och showrooms gentemot föregående år, innefattande enheter med ett fullt kalenderår av konsoliderad jämförelsedata, dvs förändring i nettoomsättning justerat för förvärvad nettoomsättning, enligt ovan definition.	Måttet organisk tillväxt gör det möjligt för Bolaget att övervaka den underliggande nettoomsättningstillväxten exklusive effekterna av förvärv.
Proforma organisk tillväxt	Avser tillväxt för jämförbara webbutiker och showrooms gentemot föregående år, även innefattande samtliga de enheter som ingår i koncernen, d.v.s. inklusive tillväxt i nyligen gjorda förvärv.	Proforma organisk tillväxt är ett mått som inkluderar tillväxten i nyligen gjorda förvärv. Detta mått inkluderar därmed de försäljningssynergier som möjliggörs genom koncernens M&A-aktiviteter.
Rörelsekapital	Varulager samt ej räntebärande kortfristiga fordringar minus ej räntebärande kortfristiga skulder.	Rörelsekapital ger en indikation på Bolagets kortfristiga ekonomiska förmåga, eftersom det indikerar om Bolaget har tillräckliga kortfristiga tillgångar för att täcka kortfristiga skulder.
Rörelsemarginal (EBIT-marginal)	EBIT i procent av nettoomsättning.	Rörelsemarginalen är ett användbart mått tillsammans med netto-omsättningstillväxten för att övervaka värdeskapandet.