



SAMMANFATTNING AV KVARTALET 1 JANUARI TILL 31 MARS 2022

- Koncernens nettoomsättning uppgick i kvartalet till 61,9 MSEK (35,2 MSEK), innebärande en tillväxt med 76% jämfört med motsvarande period föregående år.
- Bruttovinstmarginalen uppgick i kvartalet till 64% (65%).
- Redovisad EBITDA uppgick till 1,1 MSEK (5,9 MSEK), motsvarande en EBITDA-marginal om 1,8% (16,7%) under det första kvartalet 2022.
- Justerat för engångskostnader i samband med genomförd lagerflytt uppgick kvartalets EBITDA till 1,9 MSEK, motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 3,1%.
- Koncernens egna kapital stärktes med 30 MSEK genom riktade nyemissioner i samband med de genomförda förvärven av Bread & Boxers och Kitchenlab under januari 2022. Vid utgången av det första kvartalet 2022 uppgick koncernens egna kapital till 155,5 MSEK.

NYCKELTAL

Nyckeltal (MSEK)	2022-01-01	2021-01-01	2021-01-01	2020-01-01
	2022-03-31	2021-03-31	2021-12-31	2020-12-31
Nettoomsättning	61,9	35,2	146,4	90,1
Nettoomsättningstillväxt, %	76%	156%	62%	79%
Bruttovinst	39,7	23,1	99,2	57,2
Bruttovinstmarginal, %	64%	65%	68%	63%
Justerad EBITDA	1,9	6,0	20,0	11,6
Justerad EBITDA-marginal, %	3%	17%	14%	13%
EBITDA	1,1	5,9	12,6	11,6
EBITDA-marginal, %	2%	17%	9%	13%
Rörelseresultat (EBIT)	-3,0	5,8	10,3	11,5
Rörelsemarginal, %	-5%	17%	7%	13%
Periodens resultat	-3,3	4,6	9,3	8,4

DET OMVÄNDA FÖRVÄRVETS INVERKAN PÅ FINANSIELLA RAPPORTER

I juli 2021 genomförde CaMa Gruppen AB ett omvänt förvärv av Online Brands Nordic AB innebärande att samtliga aktier i CaMa Gruppen tillträdde av Online Brands samtidigt som CaMa Gruppens tidigare ägare erhöll nyemitterade aktier i Online Brands motsvarande 90% av ägandet.

Efter det omvända förvärvet utgår Online Brands-koncernens finansiella rapportering från CaMa Gruppen AB som redovisningsmässigt moderbolag även om Online Brands Nordic AB fortfarande utgör det legala moderföretaget i Online Brands-koncernen.

Den tidigare Online Brands-koncernen inkluderas därför i koncernräkenskaperna först efter genomförandet av det omvända förvärvet i juli 2021 varför historiska jämförelsesiffror för Q1 2021 och 2020 enbart avser verksamheterna Trendcarpet och Hatshop som bedrivs i CaMa Gruppen AB.

För att erhålla en tydligare bild av historisk omsättnings- och resultatutveckling för den nu aktuella Online Brands-koncernen hänvisas även till proformerad resultaträkning vilken inkluderar samtliga nuvarande verksamheter i Online Brands-koncernen och återfinns i slutet av denna rapport.

KOMMENTAR FRÅN VD:

Trots tuffa jämförelsetal från det första kvartalet 2021 kan vi konstatera att Online Brands inleder året starkt och fortsätter att växa. Försäljningen för vårt största dotterföretag Cama-Gruppen, med verksamhet inom heminredning, har ökat till 40,9 MSEK under Q1 2022 vilket är 16 % högre än Q1 2021 och hela 197 % högre än Q1 2020.

Även om Online Brands utvecklas positivt kan vi efter Rysslands invasion av Ukraina tyvärr konstatera att världen utvecklats i motsatt riktning under kvartalet. Då vi inte har kunder eller leverantörer i det drabbade området har kriget inte haft någon direkt påverkan på verksamheterna men i likhet med branschkollegor kan vi konstatera att det säkerhetspolitiska läget samt rådande inflation har haft en negativ inverkan på marknadens efterfrågan under kvartalet. Tillgängliga data över sökvolymer visar att konsumenternas efterfrågan har minskat i alla de europeiska länder som vi är verksamma i.

Beaktat den utmanande marknaden samt den starka försäljningen under jämförelseperioden Q1 2021 är vi mycket nöjda med att se en ökad försäljning under kvartalet. För hela koncernen uppgick kvartalets omsättning till 61,9 MSEK vilket motsvarar en tillväxt om 10,2% jämfört med omsättningen för samma verksamheter under Q1 2021 (proforma) och en tillväxt med hela 76% jämfört med motsvarande period föregående år för Online Brands-koncernen.

Att vi når tvåsiffriga tillväxttal under det utmanande makroekonomiska läget ser vi som ett bevis på att vår tidigare satsning på att säkerställa ett attraktivt sortiment till konkurrenskraftiga priser fortsätter att ge resultat. Online Brands verksamheter fortsätter således att ta marknadsandelar vilket är mycket glädjande att se!

Justerat EBITDA-resultat för perioden blev 1,9 MSEK (6,0 MSEK), ett resultat vi inte är nöjda med men som bör ses mot bakgrund av att vi har investerat i bland annat en ny lageranläggning i Hisings Backa, vilket medfört dels en hyresökning men även högre personalkostnader under Q1 2022. Vi är mycket nöjda med flytten och har nu fantastiska förutsättningar att kostnadseffektivt möta framtida tillväxt.

Periodens resultat skall även ses i ljuset av den snabba efterfrågeskiftningen som inföll i slutet av januari. Vi ser inte effekten av detta i kvartal 1, men vi har varit snabba med att reagera på det förändrade omvärldsläget och några av våra viktigaste fokusområden jag vill lyfta fram är:

- att bibehålla en hög bruttomarginal (64% under kvartalet) genom att fortsätta investera i egna varumärken, utan mellanhänder och med högre produktmarginaler.
- att proaktivt arbeta mot de ökande fraktkostnaderna för både inleveranser från producenterna och distribution till slutkund. Ett led i detta är att påverka kunderna för att minska returgraden.
- att bedriva en smart, datadriven och effektiv marknadsföring i ett marknadsklimat som för stunden präglas av en svagare efterfrågan och hög konkurrens.
- att säkerställa en agil personalbemanning som följer konsumenternas efterfrågan.

Vi känner oss komfortabla i att det arbete som har initierats kommer att visa resultat redan under det andra halvåret 2022 och att vi arbetar oss tillbaka mot tidigare rörelsemarginalnivåer.

Efter periodens utgång, den 20 april 2022, slutfördes förvärvet av barnklädesbolaget Nordic Kidswear som passar väl in i vår strategi i att förvärva starka och lönsamma varumärken i snabb tillväxt. Vi är stolta och glada att få välkomna Nordic Kidswear till OBAB-familjen och ser med tillförsikt fram emot den gemensamma resan framåt.

Proformaräkenskaper som inkluderar samtliga nuvarande bolag i Online Brands-koncernen, inklusive nyligen förvärvade Nordic Kidswear, visar en sammanräknad omsättning på 281 MSEK och ett EBITDA-resultat om 23 Mkr (justerat för poster av engångskaraktär) för den senaste 12-månadersperioden (1 april 2021 till 31 mars 2022).

Vi noterar att det finns ett stort intresse från fler bolag som vill bli en del av Online Brands och vår ambition att bli en ledande aktör inom ehandel i Norden. Vi tror starkt på vår förvärvsagenda och jobbar aktivt med vår befintliga pipeline av potentiella förvärv.

Göteborg den 19 maj 2021

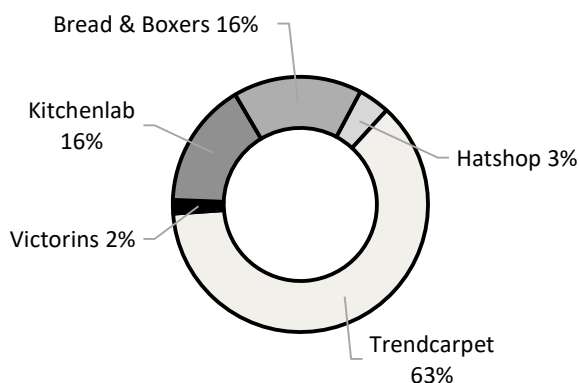
Magnus Skoglund
VD, Online Brands Nordic AB

KOMMENTARER TILL KONCERNENS UTVECKLING UNDER FÖRSTA KVARTALET 2022

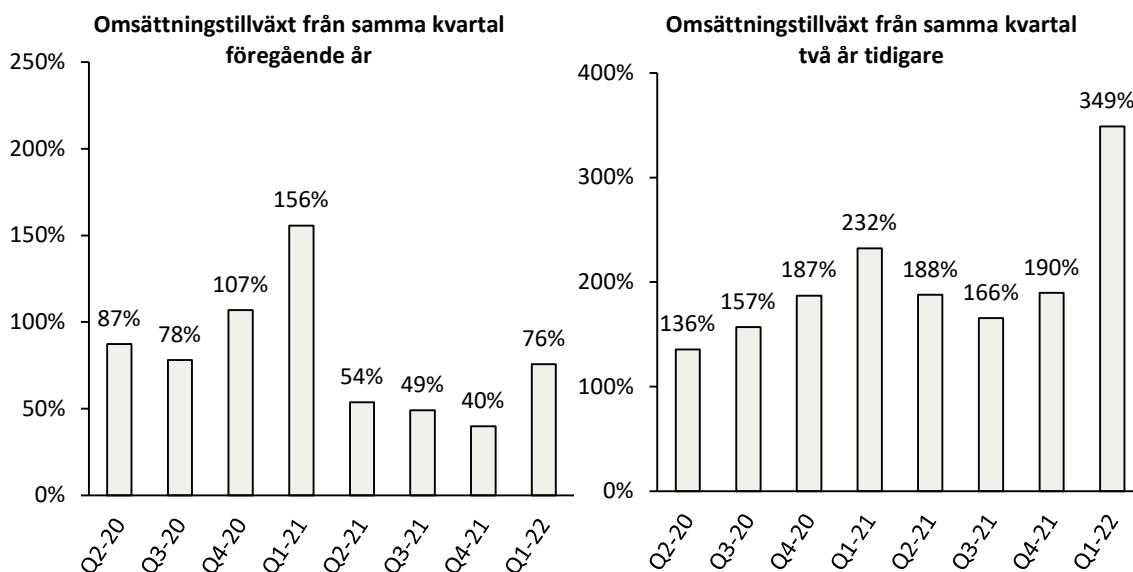
NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT UNDER Q1 2022

Koncernens nettoomsättning under det första kvartalet 2022 uppgick till 61,9 MSEK (35,2 MSEK) varav 63% eller 38,8 MSEK var hänförligt till Trendcarpet, 3% eller 2,1 MSEK var hänförligt till Hatshop, 16% eller 10,1 MSEK var hänförligt till Bread & Boxers, 16 % eller 9,9 MSEK var hänförligt till Kitchenlab och resterande 2% eller 1,1 MSEK var hänförligt till Victorins.

Fördelning av omsättning under Q1 2022



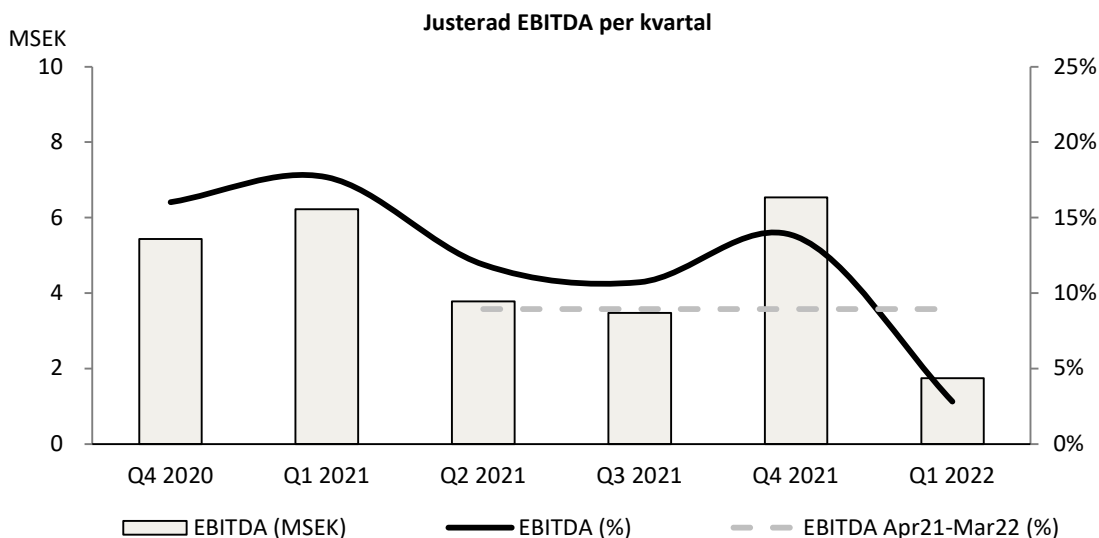
Nettoomsättningen om 61,9 MSEK i det första kvartalet 2022 motsvarar en tillväxt med 76% från motsvarande kvartal föregående år. Beaktat den starka generella tillväxten för e-handel som noterades efter utbrottet av Covid-19 i mars 2020 anses den fortsatt höga tillväxttakten under Q1 2022 visa på en stark ihållande tillväxt.



Tillväxten i nettoomsättning över två år, det vill säga från tiden för utbrottet av Covid-19 i början av 2020, visas i höger diagram ovan. Koncernens omsättning under Q1 2022 innebär en tillväxt med hela 349% sedan Q1 2020 vilket motsvarar en kumulativ årlig tillväxttakt om 80%.

RESULTAT OCH LÖNSAMHET UNDER Q1 2022

Rörelseresultatet före avskrivningar (EBITDA) uppgick till 1,1 MSEK (5,9 MSEK) under det första kvartalet 2022 vilket motsvarar en EBITDA-marginal om 1,8% (16,7%). Koncernens justerade EBITDA-marginal över de senaste fyra kvartalen, det vill säga Q2 2021 till Q1 2022, uppgår dock till 9,1%.



FINANSIELL STÄLLNING OCH LIKVIDITET 31 MARS 2022

- Koncernens egna kapital uppgår den 31 mars 2022 till 155,5 MSEK (27,8 MSEK).
- Koncernens likvida medel uppgår den 31 mars 2022 till 9,0 MSEK (3,5 MSEK) och 12,8 MSEK av Koncernens checkräkningskrediter om totalt 27,6 MSEK var utnyttjade.
- Kortfristiga skulder uppgick den 31 mars 2022 till 49,3 MSEK (16,5 MSEK) vilket utöver checkräkningskrediten utgörs av icke räntebärande rörelseskulder.

KASSAFLÖDE OCH INVESTERINGAR UNDER Q1 2022

Kassaflödet från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital uppgick till -0,6 MSEK (5,7 MSEK). Inklusiv förändring av rörelsekapital uppgick kassaflödet från den löpande verksamheten till -9,8 MSEK (2,7 MSEK).

Under rapportperioden slutförde Online Brands förvärven av Bread & Boxers AB och Kitchenlab AB vilket medförde kontanta betalningar om 60 Mkr netto för likvida medel i de förvärvade bolagen. Förvärven har i huvudsak finansierats med egna medel men även genom upptagandet av ett banklån om 12,5 Mkr.

Det totala kassaflödet under Q1 2022, netto för förvärvade kassamedel, var -57,3 Mkr (1,1 MSEK).

ANTALET AKTIER PER 2022-03-31 OCH RESULTAT PER AKTIE I Q1 2022

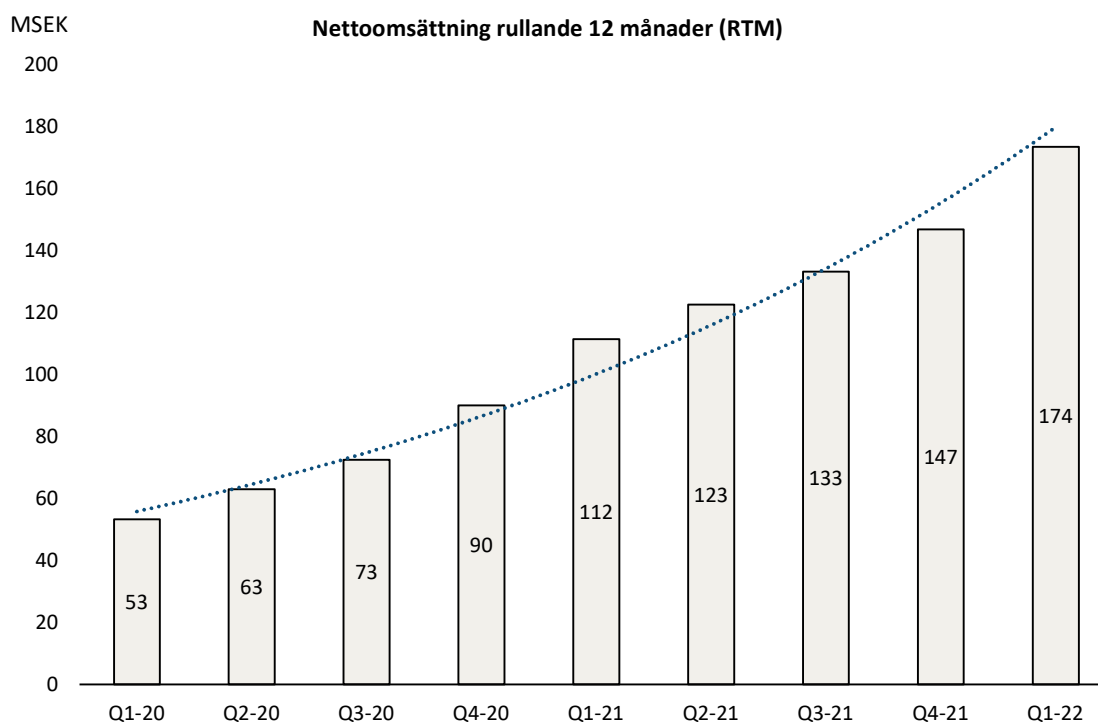
Antalet aktier vid rapportperiodens slut uppgick till 20 411 408 st. (104 987 725 st.). Resultatet per aktie uppgick till -0,16 SEK (0,04 SEK).

KOMMENTARER TILL KONCERNENS UTVECKLING UNDER SENASTE 12 MÅNADERNA

NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT UNDER RTM MARS 2022

I diagrammet nedan visas utvecklingen av koncernens rullande 12 månaders (RTM) nettoomsättning. Under det senaste året har RTM nettoomsättning ökat från 111,6 MSEK vid utgången av mars 2021 till 173,6 MSEK vid utgången av mars 2022, en omsättningsökning med 56%.

Under de senaste två åren, från utgången av mars 2020 och fram till utgången av mars 2022, har RTM nettoomsättning ökat från 53,4 MSEK till aktuella 173,6 MSEK, en ökning med hela 225% vilket motsvarar en kumulativ årlig tillväxttakt om 74%.



ÖVRIG INFORMATION

VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER Q1 2022

- Den 14 januari 2022 genomfördes förvärvet av samtliga aktier i Bread & Boxers AB för en initial köpeskilling om 57,5 MSEK på skuld- och kassafri basis, varav 40 MSEK erlades kontant och 17,5 MSEK genom revers vilken kvittats mot 607 638 nyemitterade aktier i Online Brands. Vidare kan en tilläggsköpeskilling kopplad till Bread & Boxers utveckling 2022-2024 utgå.
- Den 31 januari 2022 genomfördes förvärvet av samtliga aktier i Kitchenlab AB för en initial köpeskilling om 37,5 MSEK på skuld- och kassafri basis, varav 25 MSEK erlades kontant och 12,5 MSEK genom betalning med revers vilken kvittats mot 431 034 nyemitterade aktier i Online Brands. Vidare kan en tilläggsköpeskilling kopplad till Kitchenlabs utveckling 2022-2024 utgå.

HÄNDELSER EFTER PERIODENS UTGÅNG

- Den 13 april 2022 hölls en extra bolagsstämma där beslut fattades om att godkänna förvärvet av Nordic Kidswear AB samt att genomföra en riktad nyemission av 597 165 aktier i Online Brands till säljarna av Nordic Kidswear AB.
- Den 20 april 2022 förvärvades 99,9 % av aktier och röster i Nordic Kidswear AB för en initial köpeskilling om 38,2 MSEK, varav 17,9 MSEK erlades kontant och 20,3 MSEK genom betalning med revers som kvittats mot 596 715 nyemitterade aktier i Online Brands.
- Online Brands har för avsikt att förvärva återstående 0,01% (90 aktier) i Nordic Kidswear varvid ytterligare 450 nyemitterade aktier i Online Brands kan komma att tilldelas säljarna. Vidare kan en tilläggsköpeskilling kopplad till Nordic Kidswears utveckling under 2022-2024 utgå.

NÄRSTÅENDETRANSAKTIONER

- Inga närståendetransaktioner har förekommit under rapportperioden.

UTSIKTER FÖR HELÅRET 2022

- Bolaget lämnar inga försäljnings- eller resultatprognoser.

KOMMANDE RAPPORTTILLFÄLLEN FÖR RÄKENSKAPSÅRET 2022

- Delårsrapport för perioden januari-juni: 19 augusti 2022
- Delårsrapport för perioden januari-september: 18 november 2022
- Delårsrapport för perioden januari-december: 17 februari 2023

REDOVISNINGSPRINCIPER

Denna delårsrapport har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd. Från och med räkenskapsåret 2014 upprättas koncernredovisning och årsredovisning med tillämpning av BFNAR 2012:1 (K3). Denna delårsrapport har inte varit föremål för granskning av koncernens revisor.

MER OM ONLINE BRANDS NORDIC AB (PUBL)

Online Brands-koncernen är noterat på Nasdaq First North Growth Market och har som övergripande mål att skapa aktieägarvärde genom att driva och utveckla e-handel inom nuvarande och närliggande segment genom såväl organisk tillväxt inom befintliga verksamheter som förvärv.

Koncernen består idag av moderbolaget Online Brands Nordic AB (publ) samt dotterbolagen CaMa Gruppen AB, Kitchenlab AB, Bread & Boxers AB, Juvelerare John Victorin i Varberg AB samt det senaste förvärvet Nordic KidsWear AB vilket tillträdde under april 2022.

- **CaMa Gruppen AB** med bas i Göteborg driver online-butiken Trendcarpet, en av Europas ledande återförsäljare av mattor med verksamhet i 15 olika länder och främst riktad mot privatmarknaden. I CaMa Gruppen bedrivs även en internationell e-handel för hattar under varumärket Hatshop.
- **KitchenLab AB** är ett snabbväxande omnichannel-företag som säljer köksredskap främst via e-handel men även via de befintliga butikerna i Stockholm och Malmö.
- **Bread & Boxers AB** är ett snabbväxande e-handelsföretag känt för sina välsittande underkläder och T-shirts för både dam och herr. Med den legendariske hockeymålvakten Henrik Lundqvist som tidigare modell och delägare har Bread & Boxers vuxit med god lönsamhet sedan starten år 2010.
- **Juvelerare John Victorin i Varberg AB** (eller "Victorins" som alla säger) har sedan år 1907 varit Varbergs mest framstående smyckeshandlare och butiken i centrala Varberg är en institution.
- **Nordic Kidswear AB** designar och säljer hållbara outdoor- och skidkläder för barn och ungdom under premium-varumärket Isbjörn of Sweden. Bolaget har sedan starten 2005 utvecklats till ett globalt omnichannel-företag aktivt på över 20 marknader genom strategiskt utvalda återförsäljare samt egen e-handel och marknadsplatser.

Aktien handlas på Nasdaq First North Growth Market under tickerkoden OBAB. Bolagets Certified Adviser är Mangold Fondkommission AB, tel: 08 – 503 01 550, e-post: info@mangold.se.

KONTAKTINFORMATION

Magnus Skoglund, VD
magnus.skoglund@trendcarpet.se

Henrik Lernfelt, CFO
henrik@ahlpartners.se

POSTADRESS

Online Brands Nordic AB (publ)
C/O CaMa Gruppen AB
Exportgatan 28
422 46 Hisings Backa, Sverige

RESULTATRÄKNING KONCERNEN

	2022-01-01	2021-01-01	2021-01-01	2020-01-01
Resultaträkning Koncernen (MSEK)	2022-03-31	2021-03-31	2021-12-31	2020-12-31
Rörelsens intäkter				
Nettoomsättning	61,9	35,2	146,4	90,1
Övriga rörelseintäkter	0,3	0,0	0,0	0,7
Summa intäkter	62,3	35,3	146,5	90,8
Rörelsens kostnader				
Handelsvaror	-22,5	-12,2	-47,3	-33,6
Övriga externa kostnader	-28,7	-14,9	-65,8	-38,6
Personalkostnader	-9,1	-2,3	-13,4	-7,0
Justerad EBITDA (exklusive engångskostnader)	1,9	6,0	20,0	11,6
Engångskostnader för omvänt förvärv och lagerflytt*	-0,8	-0,2	-7,4	0,0
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	1,1	5,9	12,6	11,6
Avskrivningar materiella anläggningstillgångar	-0,2	0,0	-0,5	-0,1
Avskrivningar immateriella anläggningstillgångar	-3,9	0,0	-1,7	0,0
Rörelseresultat (EBIT)	-3,0	5,8	10,3	11,5
Ränteintäkter och liknande resultatposter	0,0	0,0	0,2	0,0
Räntekostnader och liknande resultatposter	-0,2	0,0	-0,2	-0,2
Resultat före skatt	-3,1	5,8	10,2	11,3
Lämnade koncernbidrag	0,0	0,0	0,0	-0,6
Skatt på årets resultat	-0,2	-1,2	-0,9	-2,3
Periodens resultat	-3,3	4,6	9,3	8,4
<i>Försäljningstillväxt</i>	76 %	156 %	62 %	79 %
<i>Bruttovinstmarginal</i>	64 %	65 %	68 %	63 %
<i>Justerad EBITDA-marginal (exkl. engångskostnader)</i>	3,1 %	17,1%	13,6 %	12,8 %
<i>Redovisad EBITDA-marginal</i>	1,8 %	16,7%	8,6 %	12,8 %
<i>Resultat per aktie (SEK)</i>	-0,16	0,04	0,48	0,21
<i>Antal aktier vid periodens utgång**</i>	20 411 408	104 987 725	19,372,736	39,515,875
<i>Genomsnittligt antal aktier i perioden</i>	19 892 072	72 251 800	29,444,306	39,515,875

*) Kostnader vid omvänt förvärv 2021 (6,9 Mkr), lagerflytt i Q4-21 (0,5 Mkr) samt hyra avflyttade lokaler i Q1-22 (0,8 Mkr).

***) Sammanläggning av aktier med 100:1 gjordes i december 2021.

BALANSRÄKNING KONCERNEN

Balansräkning Koncernen (MSEK)	2022-03-31	2021-03-31	2021-12-31	2020-12-31
Tillgångar				
Anläggningstillgångar				
Immateriella anläggningstillgångar	149,2	0,0	35,6	0,0
Materiella anläggningstillgångar	2,3	0,5	1,7	0,5
Finansiella anläggningstillgångar	2,5	12,0	2,2	10,3
Summa Anläggningstillgångar	154,1	12,4	39,6	10,9
Omsättningstillgångar				
Varulager	68,8	26,5	44,3	23,0
Kundfordringar	11,6	2,3	8,7	2,5
Övriga kortfristiga fordringar	3,7	0,2	2,5	0,2
Upplupna intäkter och förutbetalda kostnader	3,9	0,9	2,7	0,9
Kassa och bank	9,0	3,5	66,2	2,5
Summa Omsättningstillgångar	97,1	33,4	124,4	29,0
Summa Tillgångar	251,2	45,9	164,0	39,9
Eget kapital och skulder				
Eget kapital				
Aktiekapital	102,4	0,1	97,2	0,1
Övrigt tillskjutet kapital	36,6	0,0	11,9	0,0
Balanserade vinstmedel och periodens resultat	16,5	27,7	19,8	23,1
Eget kapital	155,5	27,8	128,8	23,2
Avsättningar				
Avsättningar för uppskjuten skatt	3,4	1,6	2,3	1,6
Övriga avsättningar	0,4	0,0	0,0	0,0
Summa avsättningar	3,8	1,6	2,3	1,6
Långfristiga skulder				
Långfristiga skulder till kreditinstitut	12,5	0,0	0,0	0,0
Uppskattade framtida TKS:er	30,0	0,0	0,0	0,0
Summa långfristiga skulder	42,5	0,0	0,0	0,0
Kortfristiga skulder				
Checkräkningskredit	12,8	0,0	4,2	0,0
Leverantörsskulder	18,4	9,2	12,8	8,4
Skatteskulder	1,3	2,0	2,8	1,0
Övriga kortfristiga skulder	12,3	4,2	10,5	4,5
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	4,5	1,0	2,6	1,1
Summa kortfristiga skulder	49,3	16,5	32,9	15,0
Summa Eget kapital och skulder	251,2	45,9	164,0	39,9
<i>Ställda säkerheter</i>	<i>16,4</i>	<i>26,6</i>	<i>16,4</i>	<i>26,6</i>

FÖRÄNDRING EGET KAPITAL I KONCERNEN

	2022-01-01	2021-01-01	2021-01-01	2020-01-01
Förändring av eget kapital i Koncernen (MSEK)	2022-03-31	2021-03-31	2021-12-31	2020-12-31
Eget kapital vid periodens början	128,8	23,2	23,2	14,8
Nyemissioner	30,0	0,0	70,0	0,0
Utdelning	0,0	0,0	-12,6	0,0
Apportemission vid omvänt förvärv	0,0	0,0	38,9	0,0
Periodens resultat	-3,3	4,6	9,3	8,4
Eget kapital vid periodens utgång	155,5	27,8	128,8	23,2

KASSAFLÖDEANALYS KONCERNEN

	2022-01-01	2021-01-01	2021-01-01	2020-01-01
Kassaflödesanalys Koncernen (MSEK)	2022-03-31	2021-03-31	2021-12-31	2020-12-31
Den löpande verksamheten				
Rörelseresultat	-3,0	5,8	10,3	11,5
Ej kassaflödespåverkande poster	4,1	0,0	2,3	0,1
Betald skatt	-1,7	-0,2	-0,7	-0,8
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	-0,6	5,7	11,9	10,8
Förändringar av rörelsekapital	-9,2	-3,0	-20,0	-2,7
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-9,8	2,7	-8,1	8,1
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-70,7	-1,6	9,2	-1,0
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	12,5	0,0	60,1	-4,8
Periodens kassaflöde	-68,0	1,1	61,2	2,3
Likvida medel vid periodens början	66,2	2,5	2,5	0,1
Periodens kassaflöde	-68,0	1,1	61,2	2,3
Likvida medel tillförda vid företagsförvärv	10,7	0,0	2,5	0,0
Likvida medel vid periodens slut	9,0	3,5	66,2	2,5

PROFORMA RESULTAT FÖR NUVARANDE ONLINE BRANDS-KONCERN (MAJ 2022)

RESULTATRÄKNING - PROFORMA (MSEK)	2022-01-01	2021-04-01
Nuvarande Online Brands-koncern	2022-03-31	2022-03-31
Nettoomsättning	69,9	281,3
Övriga rörelseintäkter	0,3	2,4
Summa intäkter	70,2	283,7
Handelsvaror	-26,6	-115,9
Övriga externa kostnader	-31,1	-106,5
Personalkostnader	-11,2	-38,4
EBITDA (exkl. engångsposter)	1,4	22,8
<i>Omsättningstillväxt</i>	<i>12,0%</i>	<i>26,6%</i>
<i>Bruttovinstmarginal</i>	<i>61,9%</i>	<i>58,8%</i>
<i>EBITDA-marginal (justerad)</i>	<i>1,9%</i>	<i>8,1%</i>