



bhg.

"Ett tufft kvartal där vi i en utmanande omvärld bedömer att BHG tog marknadsandelar. Vi agerar och tar krafttag såväl på kostnader som för att sänka vårt lager för att säkerställa att BHG kommer ur denna utmanande period ännu starkare och redo för att fortsätta omforma framtidens handel."

*Gustaf Öhrn
Tf. vd & koncernchef*

Q3 2022

BHG Group AB (publ)
Nasdaq Stockholm

Delårsrapport: 1 januari-30 september 2022

Ny organisation och handlingsplan för att stärka lönsamhet och kassaflöde

– BHG tog marknadsandelar, lagret minskade och kassaflödet förbättrades jämfört med föregående år. Utmaningar inom lönsamhet främst som en följd av prispress i marknaden.

SAMMANFATTNING

1 juli - 30 september

- Nettoomsättningen steg med 1,5 % till 3 106,7 (3 060,5) Mkr. Den organiska tillväxten uppgick till -5,3 % och proforma organisk tillväxt uppgick till -6,8 %
- Justerat bruttoresultat minskade med -5,3 % till 746,1 (788,2) Mkr och den justerade bruttomarginalen uppgick till 24,0 (25,8) %
- Justerad EBIT uppgick till 47,8 (164,5) Mkr och den justerade EBIT-marginalen till 1,5 (5,4) %
- Kassaflödet från rörelsen uppgick till -133,0 (-232,0) Mkr
- Resultat per aktie före utspädning uppgick till -0,62 (0,50) kronor och efter utspädning till -0,62 (0,49) kronor

1 januari - 30 september

- Nettoomsättningen steg med 10,3 % till 10 125,7 (9 178,8) Mkr. Den organiska tillväxten uppgick till -4,7 % och proforma organisk tillväxt uppgick till -4,2 %
- Justerat bruttoresultat ökade med 5,5 % till 2 563,4 (2 429,2) Mkr och den justerade bruttomarginalen uppgick till 25,3 (26,5) %
- Justerad EBIT uppgick till 344,2 (626,3) Mkr och den justerade EBIT-marginalen till 3,4 (6,8) %
- Kassaflödet från rörelsen uppgick till -173,1 (223,6) Mkr
- Resultat per aktie före utspädning uppgick till 1,61 (3,09) kronor och efter utspädning till 1,61 (3,05) kronor

Viktiga händelser under och efter periodens slut

- Den 11 augusti tillträdde styrelseordförande Gustaf Öhrn som tf. vd för BHG Group ("BHG") efter att beslut fattats om att Adam Schatz skulle lämna sin position som vd. Rekryteringsprocessen av en ny vd pågår.
- Den 19 september offentliggjorde BHG att koncernen från och med den 1 januari 2023 kommer styra och rapportera verksamheten via tre nybildade segment; Home Improvement, Value Home och Premium Living. Förändringen görs för att förbättra möjligheter att anpassa BHGs erbjudanden till olika kundgruppers behov och samtidigt skapa synergier. Mikael Hagman utsågs till vice vd samt chef för segmentet Home Improvement, Christian Eriksson till chef för segment Value Home och Bank Bergström, till chef för segment Premium Living. Samtliga ingår i BHG Groups koncernledning.
- Den 11 oktober offentliggjorde BHG resultatutvecklingen för det tredje kvartalet 2022 samt åtgärder för att förbättra lönsamheten:
 - Kostnadsneddragningar om 150–200 Mkr på årsbasis som förväntas få full effekt från det andra kvartalet 2023.
 - Ett mål om att, utöver minskningen av lagret med 98 Mkr under det tredje kvartalet, reducera lagerhållna varor med ytterligare 100–200 Mkr under det fjärde kvartalet för att därigenom förbättra kassaflödet.
 - Därutöver meddelade BHG att koncernens kovenanter omförhandlats samt att utbetalningar av tilläggsköpeskillningar för förvärvade bolag förväntas bli lägre än vad som tidigare kommunicerats.

I tillägg till ovanstående åtgärder, beslutade styrelsen att genomföra en nedskrivning av lagervärdet med 375 Mkr per den 30 september 2022.

FINANSIELL SAMMANFATTNING

Mkr (om inte annat anges)	jul-sep			jan-sep			jan-dec	
	2022	2021	Δ%	2022	2021	Δ%	2021	
Nettoomsättning	3 106,7	3 060,5	1,5	10 125,7	9 178,8	10,3	12 666,0	
Bruttoresultat	371,5	788,2	-52,9	2 188,8	2 429,2	-9,9	3 357,1	
Bruttomarginal (%)	12,0	25,8	-13,8 p.p.	21,6	26,5	-4,8 p.p.	26,5	
Justerat bruttoresultat*	746,1	788,2	-5,3	2 563,4	2 429,2	5,5	3 357,1	
Justerad bruttomarginal (%)	24,0	25,8	-1,7 p.p.	25,3	26,5	-1,1 p.p.	26,5	
Justerad EBIT*	47,8	164,5	-70,9	344,2	626,3	-45,0	812,7	
Justerad EBIT-marginal (%)	1,5	5,4	-3,8 p.p.	3,4	6,8	-3,4 p.p.	6,4	
Rörelseresultat	-361,5	123,0	-393,9	-140,1	553,1	-125,3	710,6	
Rörelsemarginal (%)	-11,6	4,0	-15,7 p.p.	-1,4	6,0	-7,4 p.p.	5,6	
Periodens resultat	-83,8	61,7	-235,7	220,9	376,9	-41,4	490,8	
Resultat per aktie före utspädning, kr	-0,62	0,50	-224,0	1,61	3,09	-47,9	3,97	
Resultat per aktie efter utspädning, kr	-0,62	0,49	-226,5	1,61	3,05	-47,2	3,94	
Kassaflöde från rörelsen	-133,0	-232,0	-42,7	-173,1	223,6	-177,4	-27,6	
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	2 129,8	1 854,3	14,9	2 129,8	1 854,3	14,9	2 251,3	

* Se "Relevanta avstämningar av icke IFRS-baserade nyckeltal", för närmare beskrivning på sidan 32.

Kommentarer av Gustaf Öhrn

Tillförordnad vd & Koncernchef, BHG Group

Förutsättningarna på BHGs marknader har under de senaste 12 månaderna förändrats på ett sätt som få kunde förutse för ett år sedan. Föregående höst var våra marknader kraftigt påverkade av coronapandemin, med hög efterfrågan kombinerat med supply chain störningar och logistikutmaningar. Därefter ökade den geopolitiska osäkerheten som en följd av invasionen av Ukraina med efterföljande energikris, inflation och vikande efterfrågan på konsumentmarknaden samt en "Corona rebalansering" i både kanal- och kategoridimensionen.

Trots detta har vi lyckats upprätthålla försäljningen relativt väl, förbli lönsamma och, som vi bedömer det, ta marknadsandelar. Det är vi mycket stolta över. Däremot är vi inte nöjda med utvecklingen av vårt kassaflöde, som främst påverkats negativt av en stor lagerupbyggnad.

BHG har under de senaste 10 åren vuxit kraftigt, från cirka 200 Mkr i omsättning till dagens närmare 13 Mdkr. Det har skett genom kraftigt organisk tillväxt i våra portföljbolag men också genom en ansevärd mängd förvärv av varierande storlek. Fokus har legat på att skapa tillväxt med en decentraliserad modell som tjänat oss väl. Den frihet och det ansvarstagande vi ger och kommer fortsätta erbjuda våra entreprenörer är essentiell i BHGs kultur. Samtidigt har vi blivit stora och möter en mer utmanande omvärld där en förutsättning för fortsatt framgång är att vi minskar komplexiteten, utvinner synergier och ökar vårt fokus på lönsamhet och kassaflöde.

Adam Schatz har under ett antal år på ett mycket förtjänstfullt sätt lett och utvecklat BHG, men styrelsen gjorde i augusti bedömningen att förändringen krävde ett ledarskap med en tydligare operativ profil. Jag tillträdde i samband med detta som tf vd parallellt med att rekryteringen av en ny permanent vd inleddes.

Vi har under en tid genomfört ett större arbete för att definiera BHG's framtida strategi och fokus och i samband med det beslutat oss för att dela in vår verksamhet i tre segment från den 1 januari 2023; 1) Home Improvement under ledning av Vice vd Mikael Hagman, 2) Value Home under ledning av Christian Eriksson och 3) Premium Living under ledning av Bank Bergström, tre entreprenörer med lång erfarenhet av att leda verksamheter i operativa vd-roller. Därutöver ingår de i vår koncernledning, vilket gör att vi stärkt vår operativa kompetens i ledningen.

Uppdelningen av de tre verksamhetsområdena görs för att bättre spegla våra kunders köpbeteenden, men även baserat på verksamhetsområdenas affärsmodeller. Home Improvement arbetar enligt en dropship modell med låg kapitalbindning och där man erbjuder ett brett sortiment och prismatchning, Value Home arbetar enligt en värdedriven modell med fokus på Private Label och Premium Living arbetar med en modell som bygger på en premiumposition, vilken främst baseras på wholesale för att internationalisera skandinavisk design. Uppdelningen görs för att vi är övertygade om att merparten av de realiserbara synergierna finns inom dessa respektive verksamhetsområden snarare än på gruppnivå, såsom skalbara IT-plattformar, konsolidering av lager, etc.

Utöver ovan nämnda strukturella förändringar har vi upprättat en handlingsplan för att på bästa sätt möta vad vi bedömer blir en utmanande omvärld de kommande 12-18 månaderna och för att öka vårt fokus på lönsamhet och kassaflöde:

1. Beslut om ett omfattande kostnadsbesparingsprogram på i storleksordningen 150-200 Mkr på årsbasis för att sänka den totala kostnadsnivån och för att möta kostnadsökningar från inflation, energi, mm. Besparingarna förväntas få full effekt från det andra kvartalet 2023.
2. En handlingsplan för att minska vårt lager och frigöra kapital. Det är ett glädjande första steg att vi lyckades minska lagret med 98 Mkr i Q3 men vår ambition är att minska lagret med ytterligare 100-200 Mkr under Q4 och att fortsätta arbetet under 2023.
3. Vi har i god dialog med våra banker enats om en tillfällig förändring av våra kovenanter fram till slutet av 2023.
4. Slutligen, som tidigare kommunicerats har vi skrivit ner vårt lager med 375 Mkr för att spegla det verkliga värdet av varulagret. De stora inköp som gjordes under hösten 2021 hade långa ledtider som en följd av logistikstörningar och baserades på uppblåsta försäljningssiffror under coronapandemin. Därmed skapades ett för stort lager främst av vår- och sommarvaror. Dessa varor har inte har sålts i den utsträckningen vi då förväntade oss och vi har även utmaningar med kategorier som spabad där efterfrågan minskat kraftigt som en följd av energiprisutvecklingen.



Ovanstående åtgärder är viktiga för att BHG ska navigera framgångsrikt i det korta perspektivet. Samtidigt är det viktigt att komma ihåg att de grundläggande strukturella trenderna som drivit BHG's tillväxtresa förblir relevanta och intakta. Migrationen från fysisk retail till online fortsätter under överskådlig framtid samtidigt som intresset för hemmet och därmed våra kategorier DIY och Heminredning fortsätter öka.

Slutligen vill jag säga tack till våra kunder, våra drivna medarbetare och aktieägare och försäkra er att vi gör alla dessa kraftfulla handlingar för att BHG ska komma starkare ur denna utmanande omvärldssituation.

Malmö, 27 oktober 2022

Gustaf Öhrn, Tf. vd och koncernchef, BHG Group

We make living easy!

Vi erbjuder ett brett ekosystem av produkter och tjänster inom Home Improvement, d.v.s. Do-It-Yourself och Heminredning.

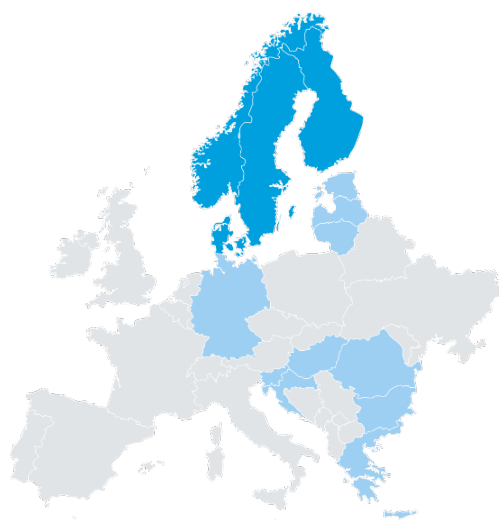
Affärsmodellen tar sin utgångspunkt i byggstenar som marknadens bredaste sortiment, prismatchning, en förstklassig kundupplevelse online, marknadens bästa professionella service och support samt kostnadseffektivitet.

3 000+

antal anställda

Vi sätter kunden först

Med utgångspunkt från kunden kan vi förutse önskemål, behov och kommunikationspreferenser. Det är grunden för hur våra destinationer och affärsenheter bygger varaktiga relationer med sina kundgrupper.



>1,7

miljoner produkter

Hållbarhet

Som den största online-aktören inom konsumenthandel i Norden har vi ett ansvar för världen och människorna runt omkring oss. Vi strävar efter att våra verksamheter ska bedrivas på ett etiskt, socialt och miljömässigt ansvarstagande sätt. Hållbarhet hos BHG handlar om hur vi adresserar de områden där vi har störst påverkan och som vi kan påverka.

BHG:s hållbarhetsmål på kort och lång sikt omfattar bl. a. halverat koldioxidutsläpp till 2030, minimerad resursförbrukning i egna verksamheter samt stränga krav på våra leverantörer.

Hållbarhetsarbetet specificerar även mål för en jämställd och inkluderande arbetsplats.

- Nordiska hemmamarknader
- Vår närvaro på det europeiska fastlandet

100+

onlinedestinationer

Koncernens utveckling i sammandrag

Mkr (om inte annat anges)	jul-sep			jan-sep			jan-dec
	2022	2021	Δ%	2022	2021	Δ%	2021
Nettoomsättning	3 106,7	3 060,5	1,5	10 125,7	9 178,8	10,3	12 666,0
Bruttoresultat	371,5	788,2	-52,9	2 188,8	2 429,2	-9,9	3 357,1
Bruttomarginal (%)	12,0	25,8	-13,8 p.p.	21,6	26,5	-4,8 p.p.	26,5
Justerat bruttoresultat*	746,1	788,2	-5,3	2 563,4	2 429,2	5,5	3 357,1
Justerad bruttomarginal (%)	24,0	25,8	-1,7 p.p.	25,3	26,5	-1,1 p.p.	26,5
Justerad EBITDA*	162,9	241,5	-32,6	664,5	828,9	-19,8	1 104,6
Justerad EBITDA-marginal (%)	5,2	7,9	-2,6 p.p.	6,6	9,0	-2,5 p.p.	8,7
Justerad EBIT*	47,8	164,5	-70,9	344,2	626,3	-45,0	812,7
Justerad EBIT-marginal (%)	1,5	5,4	-3,8 p.p.	3,4	6,8	-3,4 p.p.	6,4
Rörelseresultat	-361,5	123,0	-393,9	-140,1	553,1	-125,3	710,6
Rörelsemarginal (%)	-11,6	4,0	-15,7 p.p.	-1,4	6,0	-7,4 p.p.	5,6
Periodens resultat	-83,8	61,7	-235,7	220,9	376,9	-41,4	490,8
Kassaflöde från rörelsen	-133,0	-232,0	-42,7	-173,1	223,6	-177,4	-27,6
Antal besök (tusental)	81 051	94 710	-14,4	272 366	305 094	-10,7	411 296
Antal order (tusental)	1 164	1 182	-1,6	3 642	3 603	1,1	5 247
Konverteringsgrad (%)	1,4	1,2	0,2 p.p.	1,3	1,2	0,2 p.p.	1,3
Genomsnittligt ordervärde (kr)	2 724	2 545	7,1	2 834	2 597	9,1	2 439

* Se "Relevanta avstämningar av icke IFRS-baserade nyckeltal", för närmare beskrivning på sidan 32.

KOMMENTARER TILL RESULTATET FÖR PERIODEN

Årets tredje kvartal

Årets tredje kvartal kännetecknades av en, givet marknadssituationen, relativt stark försäljning, svag lönsamhet och förbättrat kassaflöde.

Marknaden för Home improvement, d.v.s. Do-It-Yourself och Heminredning präglades under det tredje kvartalet av geopolitisk turbulens, krympande disponibel inkomst och viss mättnad efter konsumtionspeaken under coronapandemin, vilket ledde till svagare efterfrågan och höga lagernivåer.

Vår bedömning är att BHG under det tredje kvartalet utvecklades starkare än marknaden som helhet.

- Gruppens nettoomsättning uppgick till 3 106,7 (3 060,5) Mkr i kvartalet. Den totala tillväxten uppgick till 1,5 %, proforma organisk tillväxt (d.v.s. inkl. de tre förvärv som gjorts under de gångna tolv månaderna) till -6,8 % och den organiska tillväxten till -5,3 %.
- Justerad EBIT uppgick till 47,8 (164,5) Mkr i kvartalet, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 1,5 (5,4) %. Lönsamheten i kvartalet påverkades negativt av prispress i marknaden till följd av svag efterfrågan.
- Kassaflödet från rörelsen förbättrades och uppgick till -133,0 (-232,0) Mkr i kvartalet, negativt påverkat av leverantörsbetalningar hänförliga till det säsongsmässigt starkare andra kvartalet.
- Styrelsen beslutade att genomföra en nedskrivning av lagervärdet med 375 Mkr per den 30 september 2022.

Åtgärder för förbättrad lönsamhet och förbättrat kassaflöde

Mot bakgrund av den osäkerhet som förväntas råda på konsumentmarknaden en tid framöver har beslut om följande åtgärder fattats för att förbättra lönsamhet och kassaflöde och därmed balansräkningen.

- BHG avser genomföra kostnadsneddragningar om 150–200 Mkr på årsbasis för att anpassa verksamheten till den utmanade marknaden samt motverka inflationsdrivna ökningar av till exempel lokal- och energikostnader. Arbetet med kostnadsbesparingarna påbörjas omedelbart och förväntas få full effekt från det andra kvartalet 2023. Besparingarna avser främst personalminskningar samt bland annat effektivisering av lagerhållningskostnader och kommer genomföras i enlighet med arbetslagstiftning och rutiner.
- Bolagen inom BHG arbetar aktivt med att minska lagret. Lagerhållna varor reducerades med 98 Mkr under det tredje kvartalet. Ett mål har satts upp om att i ett första steg reducera lagerhållna varor med ytterligare 100–200 Mkr under det fjärde kvartalet för att därigenom förbättra kassaflödet från rörelsen. Arbetet med att minska lagerhållningen kommer därefter fortsätta, med målet att reducera lagret ytterligare under 2023.
- I tillägg förväntas utbetalningar av tilläggsköpeskillningar för förvärvade bolag vara lägre än tidigare kommunicerat. Totalt uppgår förvärvsrelaterade skulder till 1 398,3 Mkr vid utgången

av det tredje kvartalet 2022, att jämföra med 1 786,8 Mkr vid utgången av det andra kvartalet 2022 (se not 5).

Därutöver har BHG omförhandlat och av långgivande banker beviljats tidsbegränsade lättnader vad avser koncernens kovenanter. Dessa lättnader gäller under perioden från och med 30 september 2022 till och med 31 december 2023 och medför att långgivarnas krav avseende skuldsättningsgrad och ränteteckningsgrad sänks under nämnda period.

Ny organisationsstruktur

För att förbättra möjligheter att anpassa erbjudandet till olika kundgruppers behov, förtydliga synergier och reducera komplexitet kommer koncernens verksamhet från och med den 1 januari 2023 att styras och rapporteras via tre nybildade segment; Home Improvement, Value Home och Premium Living. Förändringen görs mot bakgrund av det strategiarbete som pågår inom koncernen för att gruppera bolag inom segment med liknande affärsmodeller och målgrupper och därigenom skapa möjligheter att realisera synergier inom respektive segment.

- **Home Improvement** omfattar ett fullständigt erbjudande till nordiska "gör-det-själv"-kunder med ett brett sortiment av välkända produkter, varumärken och kringliggande tjänster till marknadsledande priser, primärt genom ett drop-ship-flöde. Segmentet leds av Mikael Hagman.
- **Value Home** inriktas mot prismedvetna europeiska kunder som söker värde för pengarna med ett brett och relevant sortiment, av i huvudsak egna varumärken, för hemmet. Segmentet leds av Christian Eriksson.
- **Premium Living** erbjuder heminredningsintresserade kunder ett unikt sortiment av premiumprodukter inom skandinavisk design. Segmentet leds av Bank Bergström.

Lagernedskrivning

Försäljningen under utesäsongen 2022 blev som helhet en besvikelse. Kategorier för vilka efterfrågan ökade väsentligt, till följd av förändrade köpbeteenden i kölvattnet av coronapandemin, har sett en kraftigt minskad efterfrågan. Tydliga exempel på sådana kategorier är utemöbler, växthus och spabad, efterfrågan på den sistnämnda även meningsfullt påverkad av stigande energipriser.

Som en följd av den svaga försäljningen under sommarmånaderna 2022 samt för att reflektera nettoförsäljningsvärdet på lagerhållna varor har beslut om nedskrivning av lagervärdet med 375 Mkr fattats. Nedskrivningen är inte kassaflödespåverkande.

Marknaden för Home improvement

Totalmarknaden för Home improvement är fortsatt större än innan pandemins utbrott. Vi konstaterat att marknaden fortsatt är mindre än den topp som uppnåddes under coronapandemin. Detta förklaras av den höga efterfrågan under pandemin, en normalisering av tjänstekonsumtionen, samt en försämrad makroekonomisk situation.

Totalmarknaden påverkades också i kvartalet negativt av en förvärrad makroekonomisk utveckling, som följts av

stigande räntor, fallande bostadspriser, krympande disponibla inkomster och därmed tilltagande oro bland konsumenter. Tillgänglig europeisk marknadsdata visar på en särskilt stark inbromsning, i fallande ordning, i Storbritannien, Sverige, Danmark, Finland och Norge.

Marknaden har under en tid påverkats av störningar i de globala varuförsörjningskedjorna som följt i pandemins spår. Vi ser dock allt fler tecken på en gradvis normalisering, inklusive kortare ledtider och fallande fraktkostnader för den del av sortimentet som köps in från Asien.

Marknadsutmaningarna ovan påverkar samtliga aktörer i Europa.

Utblick

Vår bedömning är att efterfrågan i marknaden kommer att bli än mer utmanande innan det blir bättre. Skenande energikostnader, stigande räntor och kraftig matinflation pressar hushållens disponibla inkomster med en tilltagande oro bland konsumenter som följd. Samtidigt förväntas trycket på konsumenterna att öka, inte minst när genomförda räntehöjningar får fullt genomslag på hushållens kostnader.

Den svaga efterfrågan och det ökande kostnadstrycket konsumenterna är under kommer lämna begränsad möjlighet att fullt ut justera priser för att kompensera för inflationsdrivna kostnadsökningar i leverantörsledet.

Samtidigt är det vår bedömning att utbudskomplikationerna kommer att avta. Fraktraterna för den del av sortimentet som köps in från Asien har redan sjunkit väsentligt och när marknadsaktörer justerar ner inköpsvolymen bör vi se en ökad produktionskapacitet med sjunkande priser som följd. Vidare är det sannolikt att konkurrenstrycket gradvis kommer att normaliseras, i takt med att marknaden fortsätter att konsolideras samt att marknadsaktörer justerar ner inköpsvolymen och reducerar lagerpositioner.

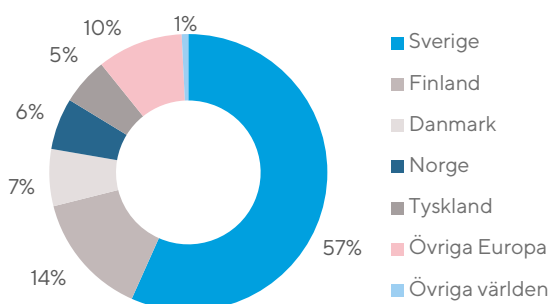
Det svåra marknadsläget kommer även att öppna upp för möjligheter. I takt med att konkurrenter försvagas, försvinner eller lämnar produktkategorier kommer BHG att kunna flytta fram sin ledande position genom organisk expansion och förvärv.

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 10).

Förvärv och integration

Förvärv har varit en central del av BHGs affärsmodell och framgång sedan starten och kommer att vara en viktig del i gruppens utveckling framåt. Under de aktuella marknadsförhållandena är aktiviteten lägre.

Vårt M&A-team fortsatte likväl att utvärdera potentiella förvärvsmöjligheter och samarbeten under kvartalet, för att när vi är redo, göra relevanta tilläggsförvärv även framåt, som kan stärka vårt erbjudande inom gruppens kärnområden – inte minst inom området energibesparing och -effektivisering.

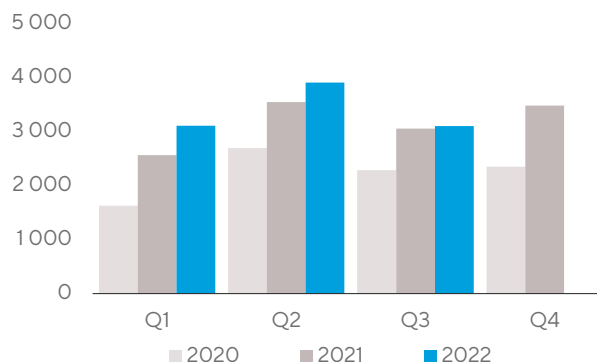
Fördelning nettoomsättning per land (%) jul-sep 2022**Nettoomsättning**

Den relativt starka nettoomsättningsutvecklingen förklaras främst av positiva effekter från det pågående arbetet med att förädla kunderbjudandet, ökat fokus på kundernas behov och optimerade marknadsaktiviteter. Den totala tillväxten drevs av Heminredningssegmentet, där premiumsegmentet, med Nordic Nest och Svenssons i Lammhult i spetsen, uppvisade högst tillväxt tillsammans med vår östeuropeiska möbelverksamhet, Furniture1. Efterfrågan varierade mellan olika produktkategorier i kvartalet. Kapitalintensiva kategorier såsom dörrar, fönster och badrum, samt trädgårdsprodukter utvecklades relativt svagt. Samtidigt steg efterfrågan inom kategorier relaterade till energibesparing.

Nettoomsättningen steg med 1,5 % till 3 106,7 (3 060,5) Mkr i kvartalet och 10,3 % till 10 125,7 (9 178,8) Mkr under årets första nio månader. Den organiska tillväxten uppgick till -5,3 % och proforma organisk tillväxt uppgick till -6,8 % i kvartalet samt till -4,5 % respektive -4,7 % under årets första nio månader. Ordergången under kvartalet översteg dock nettoomsättning med drygt 100 Mkr, vilket förklaras av långa installationstider för vissa produktgrupper, primärt inom segmentet värmepumpar där försäljningen utvecklas mycket positivt som en följd av energiprisutvecklingen. Ordergången under det tredje kvartalet kommer redovisas som nettoomsättning under det fjärde kvartalet 2022.

Nettoomsättningen inom DIY-segmentet minskade med -2,8 % till 1 809,7 (1 862,0) Mkr i kvartalet och ökade med 6,3 % till 5 779,3 (5 436,5) Mkr under årets första nio månader. Den organiska tillväxten uppgick till -8,7 % och proforma organisk tillväxt uppgick till -8,2 % i kvartalet och till -6,5 % respektive -5,8 % under årets första nio månader. Samtliga nordiska marknader utvecklades på ett liknande sätt under kvartalet.

Nettoomsättningen för Heminredningssegmentet steg med 8,1 % till 1 303,6 (1 205,9) Mkr i kvartalet och 16,1 % till 4 377,3 (3 769,6) Mkr under årets första nio månader. Den organiska tillväxten uppgick till 0,0 % och proforma organisk tillväxt uppgick till -4,9 % i kvartalet och till -2,2 % respektive -2,0 % under årets första nio månader. Som tidigare nämnt har vår östeuropeiska möbelverksamhet samt premiumverksamheten kring Nordic Nest Group, som även inbegriper Svenssons i Lammhult, utvecklades starkast, medan vår tyska verksamhet inom trädgårdsmöbler påverkades negativt av en särdeles utmanande marknadssituation, med svag efterfrågan och aggressivt kampanjande från konkurrenterna.

Nettoomsättning (Mkr)**Bruttomarginal**

Produktmarginalen, före effekt av lagernedskrivningen, uppgick till 37,3 (38,3) % i kvartalet och 38,1 (39,0) % under årets första nio månader. Den justerade bruttomarginalen (d.v.s. marginalen efter avdrag för direkta försäljningsomkostnader, såsom logistik, lagerhantering etc.), uppgick till 24,0 (25,8) % i kvartalet och 25,3 (26,4) % under årets första nio månader.

Sammantaget förklaras utvecklingen av bruttomarginalen i kvartalet av prispress i marknaden som en följd av svag efterfrågan och stort utbud av produkter i marknaden, fortsatt höga kostnader för lagerhantering, stigande kostnader för last mile-transporter samt den svaga svenska kronan, vilka delvis kompenenserades av de prisökningar mot kund som genomfördes.

- Produktmarginalförsämringen förklaras till stor del av de för tillfället mer begränsade möjligheterna att genomföra prisjusteringar till följd av svag efterfrågan, inte minst inom trädgårdskategorin, utemöbler inkluderat.
- De höga kostnaderna för lagerhantering är ett resultat av att gruppen valde att gå in i utesäsongen med högre lagernivåer än tidigare år, för att motverka de flaskhalsar som uppstått i de globala varuförsörjningskedjorna. Kostnaderna för lagerhantering förväntas förbli höga även under kommande kvartal, då efterfrågan förväntas förbli svag, samtidigt som de åtgärder som nu vidtagits för att reducera lagerhållna varor väntas få störst genomslag först under utesäsongen 2023, d.v.s. under det andra och tredje kvartalet.

Gruppen följer utvecklingen kring genomsnittliga ordervärden (AOV) noggrant och fäster särskild vikt vid att säkerställa att AOV:n för skrymmande produkter, som går med pallförsändelser, förblir hög. Majoriteten av de operativa enheterna lyckades hålla, eller öka, AOV:n i kvartalet.

SG&A

Försäljnings- och administrationskostnader (SG&A, definierat som skillnaden mellan justerat bruttoresultat och justerad EBITDA) uppgick till 583,2 (546,6) Mkr, motsvarande 18,8 (17,9) % av nettoomsättningen i kvartalet samt 1 898,9 (1 600,3) Mkr, motsvarande 18,8 (17,4) % av nettoomsättningen under årets första nio månader.

SG&A påverkades framför allt negativt av höga personalrelaterade kostnader som ännu inte anpassats till



nuvarande efterfrågesituation samt fortsatt höga kostnader för onlinemarknadsföring. Som tidigare nämnts pågår arbetet med kostnadsneddragningar motsvarande 150–200 Mkr på årsbasis, varav två tredjedelar bedöms påverka SG&A.

Det trendbrott som inträdde under det andra kvartalet, då kostnaden för trafikdrivning mätt som Cost Per Click (CPC), började falla, har fortsatt under det tredje kvartalet. Proforma (d.v.s. inkl. de tre förvärv som gjorts under de gångna tolv månaderna) minskade koncernens kostnad för onlinemarknadsföring i förhållande till nettoomsättningen jämfört med motsvarande kvartal föregående år.

En högre SG&A i förhållande till nettoomsättningen är också resultatet av 1) den fortsatt höga andelen av försäljning från egna varumärken, som kräver en något mer omfattande organisation och högre onlinemarknadsföring, samt 2) att vi fortsätter investera i teknikplattformen för att kunna leverera tillväxt med god kundnöjdhet och ökad kundlojalitet. Kundnöjdheten har också fortsatt att väsentligt förbättrats.

Resultat

Koncernens justerade EBIT uppgick till 47,8 (164,5) Mkr i kvartalet, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 1,5 (5,4) %, samt 344,2 (626,3) Mkr under årets första nio månader, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 3,4 (6,8) %. Avskrivningar på materiella och immateriella tillgångar uppgick till 139,6 (99,0) Mkr i kvartalet, varav 79,5 (53,6) Mkr avser avskrivningar på leasingtillgångar samt 395,4 (256,1) Mkr under årets första nio månader, varav 222,0 (141,7) Mkr avser avskrivningar på leasingtillgångar.

Kommunicerad lagernedskrivning om 374,6 Mkr redovisas som jämförelsestörande i kvartalet.

Koncernens rörelseresultat uppgick till -361,5 (123,0) Mkr i kvartalet, motsvarande en rörelsemarginal på -11,6 (4,0) %, samt -140,1 (553,1) Mkr under årets första nio månader, motsvarande en rörelsemarginal på -1,4 (6,0) %.

Avskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar uppgick till 25,2 (21,9) Mkr i kvartalet samt 75,4 (53,5) Mkr under årets första nio månader. Avskrivningarna avser identifierade övervärden hänförliga till kundrelationer och kunddatabaser i förvärvade bolag. Inga behov av nedskrivningar av goodwill eller övriga tillgångar identifierades i perioden eller i motsvarande period föregående år.

Koncernens finansnetto uppgick till 185,7 (-33,1) Mkr i kvartalet, vilket inkluderar omvärderade tilläggsköpeskillningar om +213,2 Mkr. Räntekostnaderna uppgick till -24,0 Mkr i kvartalet, varav -5,2 Mkr är hänförliga till leasingskulder relaterade till IFRS 16. Under årets första nio månader uppgick koncernens finansnetto till 302,1 (-71,2) Mkr, vilket inkluderar omvärderade tilläggsköpeskillningar om +380,0 Mkr. Räntekostnaderna uppgick till -62,0 Mkr, varav -15,1 Mkr är hänförliga till leasingskulder relaterade till IFRS 16.

Koncernens resultat före skatt uppgick till -175,8 (89,9) Mkr i kvartalet samt 162,0 (481,9) Mkr under årets första nio månader. Resultatet efter skatt uppgick till -83,8 (61,7) Mkr i kvartalet samt 220,9 (376,9) Mkr under årets första nio månader. Den effektiva skattesatsen uppgick till -52,4 (-31,3) %, motsvarande 92,0 (-28,1) Mkr i kvartalet, samt 36,4 (-21,8) %, motsvarande 58,9 (-105,0) Mkr under årets första nio månader. Den effektiva skattesatsen beror främst på ej skattepliktiga intäkter i form av justeringar på

tilläggsköpeskillningar som belastar både kvartalet och årets första nio månader.

Valutaeffekter

Gruppen säkrar inte valutaexponeringar, med undantag för det under andra kvartalet av 2021 förvärvade Hafa Brand Group (tidigare Hafa Bathroom Group).

Valutakursfluktuationer och i synnerhet den svaga svenska kronan hade en negativ påverkan om 9 Mkr på rörelseresultat i kvartalet.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -133,0 (-232,0) Mkr i kvartalet och -173,1 (223,6) Mkr under årets första nio månader. Kassaflödet från den löpande verksamheten i perioden drevs främst av koncernens EBITDA samt en negativ effekt från förändringar i rörelsekapitalet. Rörelsekapitalets negativa utveckling är en följd av BHG:s säsongsmissiga profil. Stark efterfrågan i det andra kvartalet medför ett mindre rörelsekapital till följd av höga leverantörsskulder, med motsvarande omvänd effekt i det tredje kvartalet genom ett utflöde av moms- och leverantörsbetalningar. Kassaflöde från förändring av varulager uppgick till 103,4 (-221,3) Mkr i kvartalet och -593,5 (-554,5) Mkr under årets första nio månader. Åtgärder som vidtagits för att reducera lagerhållna varor och därmed förbättra kassaflödet bedöms få störst genomslag först under utesäsongen 2023, d.v.s. under det andra och tredje kvartalet.

Kassakonvertering (kassaflödet från den löpande verksamheten i förhållande till justerad EBITDA) uppgick i kvartalet till -90,0 (-104,2) % och -17,7 (21,8) % under årets första nio månader.

Koncernens kassaflöde till investeringsverksamheten uppgick i kvartalet till -83,3 (-1 016,2) Mkr och -396,7 (-1 793,9) Mkr under årets första nio månader och var i perioden framför allt hänförligt till utbetalningar avseende villkorade köpeskillningar och skulder till innehav utan bestämmande inflytande hänförliga till förvärv under tidigare perioder, liksom till IT-investeringar avseende teknikplattformar och logistiklösningar.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till 392,9 (933,9) Mkr i kvartalet och 990,3 (1 943,3) Mkr under årets första nio månader, i huvudsak till följd av i perioden nyttjande av revolverande kreditfacilitet.

Koncernens likvida medel uppgick vid rapportperiodens utgång, jämfört med årets ingång, till 692,3 (273,5) Mkr.

Koncernens nettoskuld, vilken definieras som koncernens kort- och långfristiga räntebärande skulder gentemot kreditinstitut, med avdrag för likvida medel och kortfristiga placeringar, uppgick till 2 129,8 Mkr vid periodens utgång, jämfört med 2 251,3 Mkr vid årets ingång, motsvarande en nettoskuld i förhållande till LTM justerad EBITDA om 3,43x, vilket är utanför spannet för koncernens kapitalstruktur mål på medellång sikt.



Kommunicerade åtgärder för att förbättra lönsamhet och kassaflöde förväntas leda till en positiv resultat- och kassaflödesutveckling och utgör ett första steg i BHGs arbete med att framtidssäkra verksamheten för framtida lönsam tillväxt. Därutöver skapar de omförhandlade lånevillkor utrymme för att agera långsiktigt.

Koncernens utnyttjade kreditfaciliteter uppgick till 500,0 Mkr vid periodens utgång, jämfört med 800,0 Mkr vid årets ingång.

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.

FURNITURE1 EU

GRILLIKAUPPA.COM

talotarvike.com

byggjemme.no

myRANGECOOKER.se

BILJARD
BOLAGET

hemfint.se

goivpoolen

taloon.com

RINNA

Wigglekart.se

Duab

berry

PAISTA

Hemma
KOMPANIET.se

Nordiska Fönster

BADSHOP.se

Chilli.se

trademax.se

vitvaruexperten.com

VIKING
SINCE 1812

LINOLEUM
KOMPANIET

BYGGSHOP.se

myOUTDOORKITCHEN.se



Hemmy.se

EGRILLEN.se

K U U R A

hobbyhallen.se

bygg hemma.se

Itafa®

FURNITUREBOX

Vinkylen.se

westerbergs

My Home

bhg.
GROUP



NORO

Svenssons
i Lammbult

Sleepo

NORDIC
NEST

NETRAUTA.FI

BORDTENNISBOLAGET.SE

golvshop.se

HYLTE
HUNTING & OUTDOOR

myScandiliving

hemochbastu.se

LampGallerian

MASKINklippet.se
En riktig maskinaffär på nätet



bathlife
OF SWEDEN

WEGOT

Ölkylen.se

DOGGER
Linet & textil shop

LINDSTRÖMS
Bäddrum, köket, golvet

OUTL1

AIRTRACK
NORDIC.com

stonefactory.se

fri shop dk

LOUNGE DREAMS.COM

vskupp.no

GULV&FLISE
EKSPERTEN

tvexperten.com

POLAR NIGHT.com

LED-VALOT.FI

POLARPUMPEN
polarpumpen.se

KODIN 1

hobbybox.fi

GARTEN MOEBEL.DE

NORDIC
PROSTORE.com

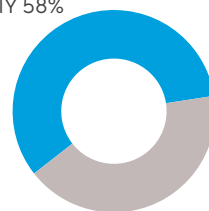
A selection of our brands.

DIY-segmentet

- Segmentet stärkte under kvartalet sin ledande nordiska position trots en utmanande marknad. Vidare förbättrades kundnöjdheten
- Segmentets nettoomsättning, inklusive genomförda förvärv, varav HYMA utgör det i särklass största, minskade med -2,8 % i kvartalet. Den organiska tillväxten uppgick till -8,7 % och proforma organisk tillväxt uppgick till -8,2 %. Under årets första nio månader ökade segmentets nettoomsättning med 6,3 %, varav den organiska tillväxten uppgick till -6,5 % och proforma organisk tillväxt uppgick till -5,8 %
- Justerad bruttomarginal uppgick till 21,4 (23,3) % i kvartalet samt 22,6 (24,7) % under årets första nio månader
- Justerad EBIT uppgick till 47,9 (129,5) Mkr i kvartalet, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 2,6 (7,0) %, samt 231,6 (467,0) Mkr under årets första nio månader, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 4,0 (8,6) %. Den justerade EBIT-marginalen påverkades negativt i kvartalet av prispress i marknaden till följd av svag efterfrågan, fortsatt höga kostnader för lagerhantering och stigande kostnader för last mile-transporter samt SG&A som i sin tur påverkades negativt av framför allt höga personalrelaterade kostnader som ännu inte anpassats till nuvarande efterfrågesituation och fortsatt höga kostnader för onlinemarknadsföring. Den svaga svenska kronkursen påverkade också lönsamheten negativt.

Nettoomsättning per segment, jul-sep 2022

DIY 58%



Heminredning 42%

Mkr (om inte annat anges)	jul-sep			jan-sep			jan-dec
	2022	2021	Δ%	2022	2021	Δ%	2021
Nettoomsättning	1809,7	1862,0	-2,8	5 779,3	5 436,5	6,3	7 259,6
Bruttoresultat	186,1	433,6	-57,1	1103,2	1344,5	-17,9	1764,3
Bruttomarginal (%)	10,3	23,3	-13,0 p.p.	19,1	24,7	-5,6 p.p.	24,3
Justerat bruttoresultat	386,8	433,6	-10,8	1303,9	1344,5	-3,0	1764,3
Justerad bruttomarginal (%)	21,4	23,3	-1,9 p.p.	22,6	24,7	-2,2 p.p.	24,3
Justerad EBITDA	100,1	162,1	-38,3	372,5	552,1	-32,5	681,7
Justerad EBITDA-marginal (%)	5,5	8,7	-3,2 p.p.	6,4	10,2	-3,7 p.p.	9,4
Justerad EBIT	47,9	129,5	-63,0	231,6	467,0	-50,4	560,7
Justerad EBIT-marginal (%)	2,6	7,0	-4,3 p.p.	4,0	8,6	-4,6 p.p.	7,7
Rörelseresultat	-167,6	116,7	-243,6	-15,5	437,8	-103,5	516,6
Rörelsemarginal (%)	-9,3	6,3	-15,5 p.p.	-0,3	8,1	-8,3 p.p.	7,1
Periodens resultat	46,6	67,2	-30,6	278,2	305,5	-8,9	216,4
Antal besök (tusental)	36 498	41 309	-11,6	117 069	129 595	-9,7	165 984
Antal order (tusental)	583	587	-0,7	1 789	1 721	3,9	2 373
Konverteringsgrad (%)	1,6	1,4	0,2 p.p.	1,5	1,3	0,2 p.p.	1,4
Genomsnittligt ordervärde (kr)	3 077	3 065	0,4	3 318	3 278	1,2	3 116

KOMMENTARER DIY-SEGMENTET

Segmentet ökade sina marknadsandelar på en marknad som vi bedömer utvecklades negativt. Trots en svag efterfrågan förstärkte segmentet därmed sin ledande nordiska position. Fokus ligger på att:

- Reducera lagernivåer och effektivisera lagerhanteringen för att frigöra kassaflöde och justera inköpsvolymen framåt.
- Förbättra lönsamheten genom att justera fasta kostnader för att anpassa verksamheten till en svagare efterfrågan en tid framöver.
- Fullt nyttja produktsortimentet genom samtliga relevanta försäljningskanaler, ett initiativ som stöds av gruppens egenutvecklade system för utbyte av produktinformation, samt fortsätta att driva geografisk expansion för de verksamheter som har starka positioner på sina hemmamarknader.
- Samla segmentets verksamheter kring färre affärsenheter med gemensamma teknikplattformar, lager och organisation för att kunna bibehålla en konkurrenskraftig kostnadsstruktur.

Under kvartalet fortsatte den uppgraderade versionen av vår kunddataplattform att rullas ut i den svenska plattformen, efter att fullt ut ha sjuats i den finska DIY-verksamheten föregående kvartal.

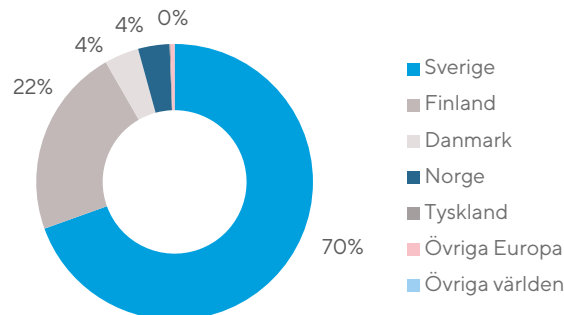
DIY-segmentet stod för 58 % av gruppens totala nettoomsättning i kvartalet och 57 % under årets första nio månader. Nettoomsättningen minskade med -2,8 % till 1 809,7 (1 862,0) Mkr i kvartalet, samt ökade med 6,3 % till 5 779,3 (5 436,5) Mkr under årets första nio månader.

Prisjusteringar som genomförts kunde inte fullt kompensera för höga frakt-, produkt-, lagerhållnings- och trafikdrivningskostnader samt negativa valutafluktuationer p.g.a. hårt kampanjtryck i marknaden.

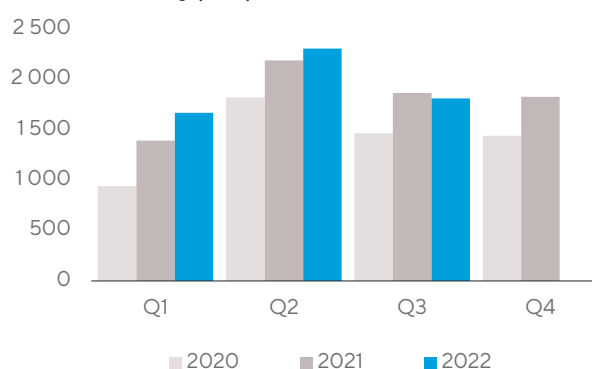
I likhet med föregående kvartal försämrades i synnerhet den justerade EBIT-marginalen i den del av gruppens verksamhet som utgörs av egna varumärken. Denna marknad är mer fragmenterad än marknaden för externa varumärken och det flertal mindre konkurrenter som agerar i den har haft ett högt kampanjtryck, troligen för att få ner höga lagernivåer och frigöra kassaflöde.

Justerad EBIT uppgick i kvartalet till 47,9 (129,5) Mkr, med en justerad EBIT-marginal på 2,6 (7,0) %, samt under årets första nio månader till 231,6 (467,0) Mkr, med en justerad EBIT-marginal på 4,0 (8,6) %.

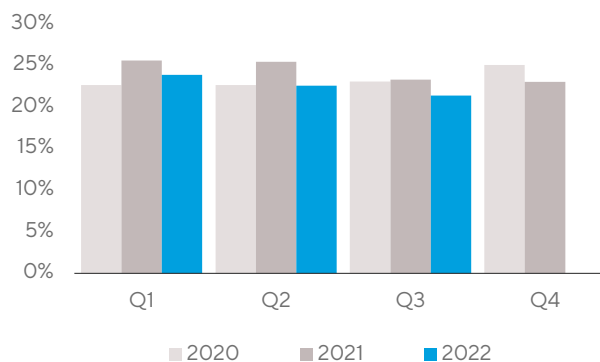
Fördelning nettoomsättning per land (%), jul-sep 2022



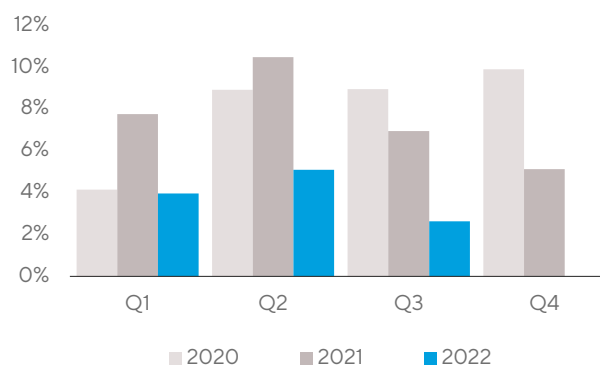
Nettoomsättning (Mkr)



Justerad bruttomarginal (%)



Justerad EBIT-marginal (%)

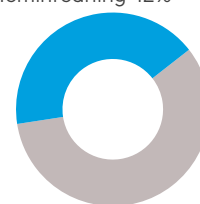


Heminredningssegmentet

- Marknaden kännetecknades under kvartalet av en svagare efterfrågan och ett högt konkurrenstryck
- Den totala tillväxten uppgick i kvartalet till 8,1%, främst driven av tillskottet av AH-Trading, samt under årets första nio månader till 16,1%. Segmentets organiska och proforma organiska tillväxt uppgick till 0,0% respektive -4,9% i kvartalet samt -2,2% respektive -2,0% under årets första nio månader
- Justerad bruttomarginal uppgick till 27,6 (29,4)% i kvartalet samt 28,8 (28,9)% under årets första nio månader. Den svaga efterfrågan och höga konkurrenstrycket bidrog till den svagare bruttomarginalen i kvartalet. Arbete genomförs för att aktivt minska och effektivisera lagerhanteringskostnaderna
- Justerad EBIT uppgick till 13,9 (48,5) Mkr i kvartalet, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 1,1 (4,0)%, samt 153,9 (217,6) Mkr, motsvarande en justerad EBIT-marginal på 3,5 (5,8)%, under årets första nio månader. EBIT-marginalen påverkades negativt av den svagare bruttomarginalen och SG&A på grund av höga personalrelaterade kostnader som ännu inte anpassats till nuvarande efterfrågesituation samt den svaga svenska kronkursen. Omfattande åtgärder genomförs för att justera fasta kostnader

Nettoomsättning per segment, jul-sep 2022

Heminredning 42%



DIY 58%

Mkr (om inte annat anges)	jul-sep			jan-sep			jan-dec
	2022	2021	Δ%	2022	2021	Δ%	2021
Nettoomsättning	1 303,6	1 205,9	8,1	4 377,3	3 769,6	16,1	5 442,8
Bruttoresultat	186,1	354,9	-47,6	1 087,3	1 089,3	-0,2	1 597,7
Bruttomarginal (%)	14,3	29,4	-15,2 p.p.	24,8	28,9	-4,1 p.p.	29,4
Justerat bruttoresultat	360,0	354,9	1,4	1 261,2	1 089,3	15,8	1 597,7
Justerad bruttomarginal (%)	27,6	29,4	-1,8 p.p.	28,8	28,9	-0,1 p.p.	29,4
Justerad EBITDA	76,3	92,7	-17,7	332,1	334,5	-0,7	494,0
Justerad EBITDA-marginal (%)	5,9	7,7	-1,8 p.p.	7,6	8,9	-1,3 p.p.	9,1
Justerad EBIT	13,9	48,5	-71,4	153,9	217,6	-29,3	324,0
Justerad EBIT-marginal (%)	1,1	4,0	-3,0 p.p.	3,5	5,8	-2,3 p.p.	6,0
Rörelseresultat	-171,4	39,4	-534,5	-53,3	193,2	-127,6	289,4
Rörelsemarginal (%)	-13,1	3,3	-16,4 p.p.	-1,2	5,1	-6,3 p.p.	5,3
Periodens resultat	-117,5	17,2	-781,9	49,4	120,1	-58,8	182,9
Antal besök (tusental)	44 553	53 401	-16,6	155 298	175 499	-11,5	245 312
Antal order (tusental)	581	595	-2,4	1 854	1 882	-1,5	2 874
Konverteringsgrad (%)	1,3	1,1	0,2 p.p.	1,2	1,1	0,1 p.p.	1,2
Genomsnittligt ordervärde (kr)	2 370	2 032	16,7	2 367	1 974	19,9	1 880



KOMMENTARER HEMINREDNINGSGEGMENTET

Heminredningsmarknaden kännetecknades i kvartalet av svag efterfrågan och hårt konkurrenstryck, inte minst för säsongskategorier som utemöbler, för vilka kampanjintensiteten varit hög.

Segmentets premiumverksamhet, liksom den östeuropeiska möbelplattformen, utvecklades starkt. Båda dessa verksamheter har branschledande kundnöjdhet och spänner över ett stort antal geografiska marknader.

Value-for-money-plattformen verkade i kvartalet i en utmanande marknad. Generellt svagare efterfrågan och höga lagernivåer på marknaden bidrog till den negativa volymutvecklingen. Den svaga efterfrågan och det höga konkurrenstrycket satte press på bruttomarginalen då det varit svårt att genomföra prishöjningar. Omfattande kostnadsåtgärder är satta för att anpassa kostnadsnivåer till den svagare efterfrågan.

Fokus ligger fortsatt på att:

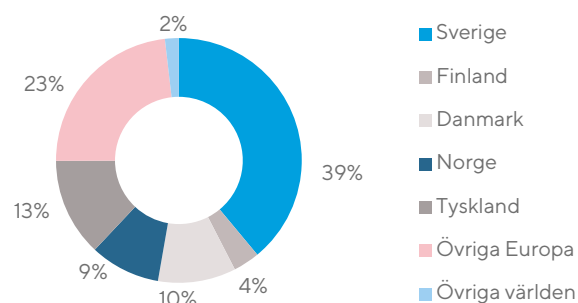
- Driva geografisk tillväxt, framför allt genom Nordic Nest och den östeuropeiska möbelplattformen.
- Kontinuerligt optimera pris-, kampanj- och marknadsföringsstrategier i value-for-moneyplattformen, samtidigt som kostnadsbasen justeras för att ta höjd för en fortsatt svag efterfrågeutveckling.
- Reducera lagernivåer och effektivisera lagerhanteringen för att frigöra kassaflöde och optimera kostnadsbasen genom att maximera sortimentsutbytet mellan relevanta BHG-enheter och justera inköpsvolymerna framåt. Arbetet med att implementera Nordic Nests lagerautomationslösning fortskrider planenligt, med planerad driftsättning under det fjärde kvartalet.
- Samla segmentets verksamheter kring färre affärsenheter, vad gäller teknikplattformar, lager och organisation för att kunna bibehålla en konkurrenskraftig kostnadsstruktur. Under kvartalet slutfördes bland annat integrationen av Svensson i Lamnhult i Nordic Nest-plattformen. Dessa initiativ understöds av investeringar i teknikplattformen och syftar ytterst till att driva en lägre kostnadsstruktur, möjliggöra bibehållit prisledarskap samt förbättra lönsamhet och kundnöjdhet.

Nettoomsättningen inom Heminredningssegmentet stod för 42 % av gruppens totala nettoomsättning i kvartalet och 43 % under årets första nio månader. Nettoomsättningen steg med 8,1 % till 1 303,6 (1 205,9) Mkr i kvartalet, samt 16,1 % till 4 377,3 (3 769,6) Mkr under årets första nio månader.

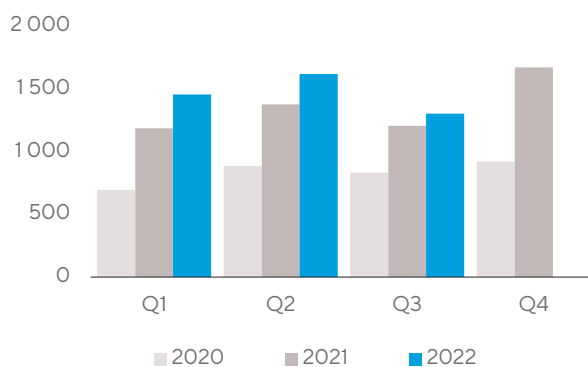
Justerad EBIT uppgick i kvartalet till 13,9 (48,5) Mkr, med en justerad EBIT-marginal på 1,1 (4,0) %, samt under årets första nio månader till 153,9 (217,6) Mkr, med en justerad EBIT-marginal på 3,5 (5,8) %.

Från att fram till och med 2018 i princip uteslutande fokuserat på de nordiska marknaderna har segmentet framgångsrikt etablerat en snabbt växande närvaro på det europeiska fastlandet. Försäljning till kunder från länder utanför Norden utgjorde under det tredje kvartalet 38 % av segmentets omsättning.

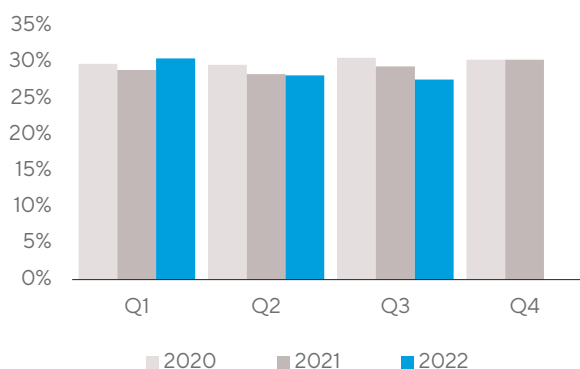
Fördelning nettoomsättning per land (%), jul-sep 2022



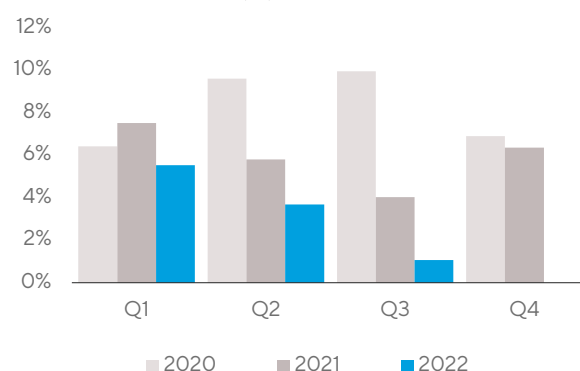
Nettoomsättning (Mkr)



Justerad bruttomarginal (%)



Justerad EBIT-marginal (%)





Fokus på Polarpumpen

Polarpumpens fokus är värmepumpar med installation. Under hösten 2022 innebär de ökande elpriserna och den stegrande inflationen till den största efterfrågan på värmepumpar än någonsin i Polarpumpens historia. Det är en stor, men också rolig utmaning att möta. Att hjälpa kunder med energibesparing har alltid varit en del av Polarpumpens koncept, som nu är mer aktuellt än någonsin.

HOBBYPROJEKTET BLEV EN FRAMGÅNGSSAGA

Polarpumpen startades 2007 som ett projekt i liten skala med syftet att sälja värmepumpar till låga priser online. Det visade sig snabbt att efterfrågan var stor och konceptet matchade behovet som fanns på marknaden. Att köpa en värmepump för en privatperson är ett relativt komplext köp och installationservice i samband med köpet efterfrågades och blev en del av kunderbudandet. Bolaget växte snabbt och gick från att vara ett "hobbyprojekt" till att bli den största återförsäljaren av luftvärmepumpar i landet.

Sedan 2017 ingår Polarpumpen i BHG Group och tillväxtresan har varit stadig med breddat sortimentet av värmepumpar såväl som egna varumärken. Kärnan – att sälja värmepumpar med installation – har dock förblivit densamma under hela resan.

I SAMARBETE MED IKEA

I samband med att efterfrågan på produkterna steg, i början av hösten 2022, lanserades också ett samarbete med IKEA. IKEA är noga i val av samarbetspartners och för Polarpumpen innebär detta en kvalitetsstämpel och fina möjligheter framgent. Samarbetet innebär att då IKEAs kunder har behov av en luftvärmepump, slussas kunden över till Polarpumpens site, där kunden antingen kan få hjälp av Polarpumpens säljare eller lägga en order direkt.

WE DO IT FOR YOU

Polarpumpen är unika inom BHG eftersom bolaget i första hand säljer produkt i kombination med installation. Att ta fram helhetslösningar där produkt, installation, tilläggstjänster och

tillbehör kan kombineras på olika sätt för att möta den enskilda kundens behov, är en del av bolagets hörnstenar.

Ytterligare en hörnsten för Polarpumpen är den specialistkunskap som erbjuds kunderna. Bolagets måtto "Vi ger dig rätt lösning för dina behov" sammanfattar vikten i att vara lyhörda för vad kunderna verkligen behöver. En vanlig kund hos Polarpumpen besöker siden flera gånger och överväger noga sitt beslut. Det är få som spontanshoppa en värmepump för nöjes skull. Detta gör att Polarpumpen måste hitta sin egen väg när det kommer till marknadsföring och e-handel. Med ett utbud av såväl information som instruktionsfilmer kan kunderna öka sin kunskap och kännedom om produkterna. För kunder som önskar hjälp att hitta rätt lösning finns möjligheten för kontakt med kunniga rådgivare. Betydelsen av kompetenta medarbetare på alla positioner i bolaget är ett av de viktigaste redskapen för att bygga och förvalta kundnöjdheten och på så vis säkra bolagets framtida tillväxt.

NY E-BUTIK

Polarpumpen använder idag samma plattformar som Bygghemma Sverige vilket skapar samordningsfördelar, både i arbetssätt, utbyte av personal samt besparing i teknisk utveckling. Det har varit ett intensivt projekt som bolaget nu börjat skörda fördelarna av.

FRAMTIDEN

Efterfrågan på värmepumpar är fortsatt hög och behovet av energisnål uppvärmning har fortsatt stor betydelse för hushållens ekonomi. Utmaningen framåt ligger i att få tag på produkter i konkurrens med den efterfrågan som finns i övriga Europa.





Övrigt

BHG-AKTIE

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

Aktiekursen vid ingången av året uppgick till 95,6 kronor. Vid periodens sista handelsdag var aktiekursen 14,4 kronor. Den högsta betalkursen, 100,9 kronor, noterades i januari och den lägsta betalkursen, 12,9 kronor, noterades i september.

Under perioden omsattes 191 679 697 BHG-aktier, vilket motsvarar en omsättningshastighet om 139 %.

Per den 30 september hade BHG ca. 12 300 aktieägare, varav de största var EQT (25,2 %), Ferd AS (10,2 %), Capital Group (4,8 %), Handelsbanken Fonder (3,3 %) och Vitruvian Partners (3,2 %).

Per den 30 september 2022 var antalet utfärdade aktier 140 209 173, varav samtliga är stamaktier.

Förändring av antalet aktier

Den 4 maj 2022 genomförde BHG Group AB en riktad nyemission om 16 393 443 aktier till en teckningskurs om 61 kronor per aktie, genom vilken koncernen tillfördes 989,4 Mkr efter avdrag för transaktionskostnader om 10,6 Mkr.

Efter den riktade nyemissionen uppgick det totala antalet utestående aktier i BHG Group AB till 140 209 173.

MODERBOLAGET

Moderbolagets nettoomsättning uppgick i kvartalet till 1,9 (0,8) Mkr och till 5,7 (1,8) Mkr under årets första nio månader. Moderbolagets rörelseresultat uppgick till -20,1 (-31,0) Mkr i kvartalet och till -65,1 (-74,7) Mkr under årets första nio månader. Utestående incitamentsprogram belastar moderbolagets resultat för kvartalet med -0,5 (-1,3) Mkr. Moderbolagets likvida medel uppgick till 13,2 Mkr vid rapportperiodens utgång, jämfört med 0,0 Mkr vid årets ingång.

Malmö, 27 oktober 2022

Gustaf Öhrn

Tf. vd och koncernchef

BHG Group AB (publ)

Hans Michelsensgatan 9

211 20 Malmö

Organisationsnummer: 559077-0763

Informationen lämnades, genom nedanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 27 oktober 2022 kl. 07.00 CEST.

KONTAKTUPPGIFTER

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

Gustaf Öhrn, tf. vd och koncernchef
gustaf.ohrn@bhggroup.se
+46 (0) 70 420 44 36

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

Gustaf Öhrn, tf. vd och koncernchef och Jesper Flemme, CFO kommer torsdagen den 27 oktober, klockan 10.00 att hålla en telefonkonferens i samband med publicering av delårsrapporten.

Telefonkonferensen kommer att hållas på engelska. För att delta i konferensen, ring +46850516386 (PIN 0351698#) eller gå till <https://ir.financialhearings.com/bhg-q3-2022>.

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



DELÅRSRAPPORTER PÅ WWW.WEAREBHG.COM

Den kompletta kvartalsrapporten för perioden januari till september 2022 och tidigare kvartals- och årsbokslut finns tillgängliga på <https://www.wearebhg.com/sv/investerare/finansiella-rapporter/>

FINANSIELL KALENDER

27 januari 2023	Bokslutskommuniké januari-december 2022
27 april 2023	Delårsrapport januari-mars 2023
3 maj 2023	Årsstämma (Malmö)
20 juli 2023	Delårsrapport januari-juni 2023
26 oktober 2023	Delårsrapport januari-september 2023
26 januari 2024	Bokslutskommuniké januari-december 2023



Revisorns granskningsrapport

BHG Group AB org nr 559077-0763

INLEDNING

Vi har utfört en översiktlig granskning av den finansiella delårsinformationen i sammandrag (delårsrapport) för BHG Group AB (publ) per 30 september 2022 och den niomånadersperiod som slutade per detta datum. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta och presentera denna finansiella delårsinformation i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om denna delårsrapport grundad på vår översiktliga granskning.

DEN ÖVERSIKTLIGA GRANSKNINGENS INRIKTNING OCH OMFATTNING

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med International Standard on Review Engagements ISRE 2410 Översiktlig granskning av finansiell delårsinformation utförd av företagets valda revisor. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för finansiella frågor och redovisningsfrågor, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt ISA och god revisionssed i övrigt har. De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

SLUTSATS

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att delårsrapporten inte, i allt väsentligt, är upprättad för koncernens del i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen samt för moderbolagets del i enlighet med årsredovisningslagen.

Malmö den 27 oktober 2022

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

Eva Carlsvi
Huvudansvarig revisor
Auktoriserad revisor

Vicky Johansson
Auktoriserad revisor

Resultaträkning för koncernen i sammandrag

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2022	2021	2022	2021	2021
Nettoomsättning	3 106,7	3 060,5	10 125,7	9 178,8	12 666,0
Övriga rörelseintäkter	2,6	0,7	17,1	1,3	15,6
Summa intäkter	3 109,3	3 061,2	10 142,8	9 180,2	12 681,6
Handelsvaror	-2 735,2	-2 272,3	-7 937,0	-6 749,7	-9 308,9
Personalkostnader	-264,6	-237,8	-835,5	-700,0	-981,7
Övriga externa kostnader	-330,4	-326,4	-1 108,7	-914,8	-1 304,0
Övriga rörelsekostnader	-0,9	-2,6	-6,4	-6,6	-5,0
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	-139,6	-99,0	-395,4	-256,1	-371,5
Rörelseresultat	-361,5	123,0	-140,1	553,1	710,6
Finansnetto	185,7	-33,1	302,1	-71,2	-79,7
Resultat före skatt	-175,8	89,8	162,0	481,9	630,9
Skatt	92,0	-28,1	58,9	-105,0	-140,1
Periodens resultat	-83,8	61,7	220,9	376,9	490,8
Hänförligt till:					
Moderbolagets aktieägare	-87,1	61,0	213,7	370,4	480,9
Innehav utan bestämmande inflytande	3,4	0,7	7,2	6,5	9,9
Periodens resultat	-83,8	61,7	220,9	376,9	490,8
Resultat per aktie före utspädning (kr)	-0,62	0,50	1,61	3,09	3,97
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	-0,62	0,49	1,61	3,05	3,94

* 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 3 602 006 (3 847 532) utestående teckningsoptioner, varav 0 (1 054 065) har en utspädningseffekt under kvartalet samt 0 (1 550 465) har en utspädningseffekt under årets första nio månader. Under årets första nio månader förekom ändå en viss utspädningseffekt till följd av optionerna i LTIP II som var utestående under delar av perioden. Inga av optionerna i LTIP II fanns dock utestående per den 30 september 2022 då programmet löpt ut under årets tredje kvartal.

Rapport över totalresultat för koncernen i sammandrag

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2022	2021	2022	2021	2021
Periodens resultat	-83,8	61,7	220,9	376,9	490,8
Övrigt totalresultat					
Poster som senare kan omklassificeras till periodens resultat					
Periodens omräkningsdifferenser	27,3	5,6	79,5	12,3	18,3
Övrigt totalresultat för perioden	27,3	5,6	79,5	12,3	18,3
Summa totalresultat för perioden	-56,4	67,3	300,4	389,2	509,1
Summa totalresultat hänförligt till:					
Moderbolagets aktieägare	-60,9	66,3	290,1	382,0	498,5
Innehav utan bestämmande inflytande	4,5	1,0	10,3	7,1	10,6
Summa totalresultat för perioden	-56,4	67,3	300,4	389,2	509,1
Utestående aktier vid periodens slut	140 209 173	123 815 730	140 209 173	123 815 730	123 815 730
Genomsnittligt antal aktier					
Före utspädning	140 209 173	122 905 605	132 402 772	120 032 939	120 986 410
Efter utspädning	140 209 173	122 959 671	132 651 149	121 583 404	122 143 798

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



Rapport över finansiell ställning för koncernen i sammandrag

Mkr	30 sep		31 dec
	2022	2021	2021
Anläggningstillgångar			
Goodwill	6 460,7	6 403,3	6 318,7
Övriga immateriella anläggningstillgångar	2 903,0	2 901,6	2 893,3
Summa immateriella anläggningstillgångar	9 363,7	9 304,9	9 212,0
Byggnader och mark	21,8	31,8	21,9
Leasingtillgångar	893,8	754,4	893,3
Materiella anläggningstillgångar	138,8	109,6	136,3
Finansiella anläggningstillgångar	12,8	13,0	13,1
Uppskjuten skattefordran	116,3	23,5	26,4
Summa anläggningstillgångar	10 547,2	10 237,2	10 302,9
Omsättningstillgångar			
Varulager	2 704,6	2 088,2	2 431,5
Kortfristiga fordringar	689,9	570,7	604,4
Likvida medel	692,3	677,4	273,5
Summa omsättningsstillgångar	4 086,8	3 336,4	3 309,4
Summa tillgångar	14 634,0	13 573,5	13 612,3
Eget kapital			
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	6 725,2	5 166,8	5 211,9
Innehav utan bestämmande inflytande	50,4	42,9	44,4
Summa eget kapital	6 775,6	5 209,7	5 256,3
Långfristiga skulder			
Uppskjuten skatteskuld	629,6	618,6	636,7
Övriga avsättningar	32,0	31,8	43,2
Långfristiga räntebärande skulder till kreditinstitut	2 816,9	2 523,2	2 517,2
Långfristiga leasingskulder	571,2	523,4	622,0
Långfristiga förvärsrelaterade räntebärande skulder	1 011,6	2 059,3	1 883,5
Summa långfristiga skulder	5 061,3	5 756,3	5 702,6
Kortfristiga skulder			
Kortfristiga leasingskulder	301,5	224,5	256,7
Kortfristiga förvärsrelaterade räntebärande skulder	386,7	97,4	238,1
Övriga kortfristiga skulder	2 108,9	2 285,6	2 158,6
Summa kortfristiga skulder	2 797,1	2 607,5	2 653,4
Summa eget kapital och skulder	14 634,0	13 573,5	13 612,3

Rapport över kassaflöden för koncernen i sammandrag

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2022	2021	2022	2021	2021
EBITDA	-221,2	221,9	255,5	809,3	1 081,2
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	382,3	0,6	379,6	17,8	2,4
Betald inkomstskatt	-27,9	-24,0	-195,3	-79,5	-105,6
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet	133,3	198,5	439,8	747,5	978,1
Förändringar i rörelsekapitalet	-266,2	-430,5	-612,8	-523,9	-1 005,7
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-133,0	-232,0	-173,1	223,6	-27,6
Investeringar i verksamheter	-43,4	-908,3	-254,3	-1 607,5	-1 610,9
Lösen av lån till säljaren vid förvärv av verksamhet	-	-65,0	-6,9	-65,0	-65,0
Investeringar i andra anläggningstillgångar	-41,5	-43,6	-140,0	-122,6	-193,7
Avyttringar av verksamheter	-	0,0	0,6	0,0	-0,0
Avyttringar av andra anläggningstillgångar	0,6	0,5	1,5	0,8	12,4
Erhållen ränta	0,9	0,2	2,3	0,4	1,8
Kassaflöde till/från investeringsverksamheten	-83,3	-1 016,2	-396,7	-1 793,9	-1 855,4
Nyemission	-0,6	-	988,8	1 715,0	1 719,4
Upptagande av räntebärande skulder*	500,0	1 000,0	800,0	2 650,1	2 650,1
Amortering av räntebärande skulder	-82,2	-53,6	-732,6	-2 402,8	-2 479,6
Inbetalda optionspremier	0,9	-	1,0	20,7	21,6
Betald ränta	-25,2	-12,4	-64,7	-39,9	-54,8
Utdelning	-	-0,0	-	0,0	0,0
Utdelning till innehav utan bestämmande inflytande	-	-	-2,1	-	-5,1
Kassaflöde till/från finansieringsverksamheten	392,9	933,9	990,3	1 943,3	1 851,7
Periodens förändring av likvida medel	176,6	-314,4	420,5	373,0	-31,2
Likvida medel vid periodens början	519,9	990,8	273,5	299,0	299,0
Omräkningsdifferens likvida medel	-4,2	1,0	-1,7	5,5	5,8
Likvida medel vid periodens slut	692,3	677,4	692,3	677,4	273,5

* Kassaflödet från upptagande av räntebärande skulder redovisas för helåret 2021 efter avdrag för transaktionsutgifter om 9,9 Mkr.

Rapport över förändring i eget kapital för koncernen i sammandrag

Mkr	30 sep		31 dec
	2022	2021	2021
Ingående balans	5 256,3	2 823,0	2 823,0
Periodens totalresultat	300,4	389,2	509,1
Nyemission till innehavare utan bestämmande inflytande*	22,5	-	-
Nyemissioner**	988,8	2 119,3	2 123,7
Effekter av optionspremier	7,1	14,5	17,5
Utdelning till innehav utan bestämmande inflytande	-12,6	-	-5,1
Omvärdering av skulder till innehav utan bestämmande inflytande	213,1	-136,2	-211,9
Utgående balans	6 775,6	5 209,7	5 256,3

* I samband med förvärvet av Hemmy AB emitterade dotterbolaget VVEX Group AB aktier till säljaren som en del av köpeskillingen för förvärvet.

** Nyemissionsbeloppen redovisas netto efter avdrag för transaktionskostnader om 14,1 (21,4) Mkr under årets första nio månader respektive 21,4 Mkr för helåret 2021 samt skatteeffekt om -2,9 (-4,4) Mkr under årets första nio månader respektive -4,4 Mkr för helåret 2021.

Noter

NOT 1 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 2021.

Koncernen tillämpar vidare European Securities and Markets Authority's (ESMA:s) riktlinjer för alternativa nyckeltal. Definitioner av nyckeltal finns i relevanta avstämningar på sidan 32-36 i denna rapport.

Delårsinformationen på sidan 1-18 är en integrerad del av denna finansiella rapport.

NOT 2 SÄSONGSVARIATIONER

Koncernens verksamhet påverkas av säsongsvariationers inverkan på efterfrågan, framför allt på byggvaruprodukter och utemöbler. Till följd av vådrets 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 påverkas av vädret 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.

NOT 3 SEGMENT

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2022	2021	2022	2021	2021
Nettoomsättning					
DIY	1 809,7	1 862,0	5 779,3	5 436,5	7 259,6
Heminredning	1 303,6	1 205,9	4 377,3	3 769,6	5 442,8
Totalt operativa affärsområden	3 113,4	3 067,9	10 156,6	9 206,2	12 702,4
Övrigt*	7,0	5,4	21,5	17,3	24,9
Elimineringar	-13,7	-12,8	-52,3	-44,6	-61,3
Koncernen totalt	3 106,7	3 060,5	10 125,7	9 178,8	12 666,0
Intäkter från andra segment					
DIY	2,3	1,5	7,5	8,3	9,8
Heminredning	4,3	6,0	23,4	19,1	26,6
Övrigt*	7,0	5,4	21,5	17,3	24,9
Totalt	13,7	12,8	52,3	44,6	61,3

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2022	2021	2022	2021	2021
Rörelseresultat och resultat före skatt					
DIY	-167,6	116,7	-15,5	437,8	516,6
Heminredning	-171,4	39,4	-53,3	193,2	289,4
Totalt operativa affärsområden (rörelseresultat)	-339,0	156,1	-68,9	631,0	806,0
Övrigt*	-22,5	-33,2	-71,3	-77,9	-95,4
Koncernen totalt (rörelseresultat)	-361,5	123,0	-140,1	553,1	710,6
Finansiella poster	185,7	-33,1	302,1	-71,2	-79,7
Koncernen totalt (resultat före skatt)	-175,8	89,8	162,0	481,9	630,9

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

Mkr	jul-sep 2022					jan-sep 2022				
	DIY	Hem-inredning	Övrigt	Eliminering	Koncernen	DIY	Hem-inredning	Övrigt	Eliminering	Koncernen
Sverige	1 257,7	508,2	7,0	-12,4	1 760,5	4 069,8	1 721,7	21,5	-47,3	5 765,6
Finland	402,0	45,5	-	-0,3	447,2	1 204,3	142,1	-	-0,3	1 346,2
Danmark	73,0	133,8	-	-	206,8	251,7	429,0	-	-	680,6
Norge	66,4	120,6	-	-	187,0	208,8	379,7	-	-	588,4
Tyskland	2,2	168,9	-	-	171,1	12,7	700,8	-	-	713,5
Övriga Europa	8,4	302,8	-	-1,1	310,2	32,0	919,5	-	-4,8	946,8
Övriga världen	-	23,8	-	-	23,8	-	84,6	-	-	84,6
Nettoomsättning	1 809,7	1 303,6	7,0	-13,7	3 106,7	5 779,3	4 377,3	21,5	-52,3	10 125,7

Mkr	jul-sep 2021					jan-sep 2021				
	DIY	Hem-inredning	Övrigt	Eliminering	Koncernen	DIY	Hem-inredning	Övrigt	Eliminering	Koncernen
Sverige	1 283,2	535,3	5,4	-11,6	1 812,3	3 632,8	1 675,0	17,3	-36,9	5 288,1
Finland	418,3	44,1	-	-0,0	462,4	1 231,9	134,4	-	-3,5	1 362,9
Danmark	79,8	152,0	-	-	231,8	328,0	499,6	-	-	827,6
Norge	62,3	108,8	-	-	171,1	202,7	360,5	-	-	563,3
Övriga Europa	18,5	337,7	-	-1,2	354,9	41,1	1 010,3	-	-4,2	1 047,2
Övriga världen	-	28,0	-	-	28,0	-	89,7	-	-	89,7
Nettoomsättning	1 862,0	1 205,9	5,4	-12,8	3 060,5	5 436,5	3 769,6	17,3	-44,6	9 178,8

Mkr	Helår 2021				
	DIY	Hem-inredning	Övrigt	Eliminering	Koncernen
Sverige	4 943,1	2 363,2	24,9	-51,8	7 279,3
Finland	1 599,3	191,5	-	-3,5	1 787,4
Danmark	392,8	655,4	-	-	1 048,2
Norge	268,9	532,4	-	-	801,3
Övriga Europa	55,6	1 563,6	-	-6,1	1 613,1
Övriga världen	-	136,7	-	-	136,7
Nettoomsättning	7 259,6	5 442,8	24,9	-61,3	12 666,0

NOT 4 RÖRELSEFÖRVARV**Förvärv 2022**

- Den 23 februari annonserade koncernen att avtal ingåtts gällande förvärv av upp till 100 % av aktierna i Hemmy AB (Hemmy.se). Hemmy.se säljer vitvaror, hushållsapparater samt hem- och trädgårdsprodukter online i Sverige. Genom förvärvet breddas BHG:s erbjudande, såväl på Vitvaruexperten.com, som på koncernens övriga relevanta plattformar. Förvärvet möjliggör också ytterligare skalfördelar inom inköp, logistik och marknadsstrategier. Omsättningen under 2021 uppgick till 103 Mkr och EBIT uppgick till -1,4 Mkr. Förvärvet redovisas genom segmentet DIY från 1 mars.
- Den 2 maj förvärvades rörelsen i Ploß Europe GmbH genom ett inkråmsförvärv. Ploß är ett väletablerat varumärke inom utemöbler på den tyska marknaden och har ett brett sortiment inom teak- och rottingmöbler. Produkterna distribueras till drygt 750 återförsäljare, där AH-Trading utgör en viktig kund. Förvärvet redovisas genom segmentet Heminredning från 1 maj.

Mkr	2022					
	Netto identifierbara tillgångar och skulder	Goodwill	Köpeskilling	Likvida medel	Villkorad/uppskjuten köpeskilling, säljarrevers	Kassaflöde netto
Rörelseförvärv under 2022						
Förvärv av aktier i Hemmy AB	8,0	76,0	84,1	0,5	62,7	-20,8
Förvärv av inkråm i Ploß Europe GmbH	15,7	-	15,7	0,7	-	-15,0
Förvärv av andelar från innehavare utan bestämmande inflytande						
Förvärv av aktier i Camola ApS	-	-	-	-	-	-12,0
Förvärv av aktier i Vitvaruexperten.com Nordic AB	-	-	-	-	-	-3,9
Förvärv av aktier i Hemfint Kristianstad AB	-	-	-	-	-	-60,1
Förvärv av aktier i IP-Agency Oy	-	-	-	-	-	-6,6
Förvärv av aktier i Vitvarubolaget i Sundbyberg AB	-	-	-	-	-	-4,4
Villkorade köpeskillningar						
Tilläggsköpeskilling, Arredo Holding AB	-	-	-	-	-	-0,9
Tilläggsköpeskilling, Edututor Oy	-	-	-	-	-	-16,8
Tilläggsköpeskilling, Lindström & Sondén AB	-	-	-	-	-	-12,0
Tilläggsköpeskilling, AH-Trading GmbH	-	-	-	-	-	-62,9
Tilläggsköpeskilling, Designkupp AS	-	-	-	-	-	-9,8
Tilläggsköpeskilling, Nordiska Fönster i Ängelholm AB	-	-	-	-	-	-29,2
	23,7	76,0	99,8	1,3	62,7	-254,3

Intäkter och resultat för perioden för de förvärvade bolagen

Förvärven har sedan förvärvsdatumet bidragit med 96,7 Mkr till koncernens intäkter och med 8,4 Mkr till koncernens resultat efter skatt. Om förvärven konsoliderats från räkenskapsårets början skulle de ha bidragit med 121,3 Mkr till koncernens intäkter och 6,7 Mkr till koncernens resultat efter skatt.

NOT 5 VERKLIGT VÄRDE

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

Förvärvsrelaterade räntebärande skulder

Förvärvsrelaterade räntebärande skulder avser villkorade och uppskjutna köpeskillningar hänförliga till koncernens förvärv samt skulder till innehav utan bestämmande inflytande. Dessa 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 nedan anges redovisat värde för koncernens förvärvsrelaterade räntebärande skulder.

Mkr	30 sep		31 dec
	2022	2021	2021
Redovisat värde vid periodens ingång	2 121,7	1 023,3	1 023,3
Redovisat i årets resultat	-375,0	21,9	14,6
Redovisat i eget kapital	-170,7	144,8	221,5
lanspråktaget belopp	-218,6	-213,1	-216,5
Anskaffningsvärde förvärv	40,9	1 179,9	1 078,8
Redovisat värde vid periodens utgång	1 398,3	2 156,8	2 121,7

Valutaterminer

Koncernen redovisar valutaterminer till verkligt värde, vilket per den 30 september 2022 uppgick till 2,6 (0,7) Mkr, varav 2,6 (0,7) 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 6 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 "arm-längds avstånd".

Transaktioner med ägarna

Den 4 maj 2022 genomförde BHG Group AB en riktad nyemission om 16 393 443 aktier till en teckningskurs om 61 kronor per aktie, vilket inbringade 988,8 Mkr efter avdrag för transaktionsutgifter.

NOT 7 RISKER OCH OSÄKERHETSFAKTORER

Det finns ett flertal strategiska, operativa och finansiella risker och osäkerhetsfaktorer som kan påverka koncernens finansiella resultat och ställning. De flesta kan hanteras genom interna rutiner, medan vissa i högre utsträckning styrs av yttre faktorer. Risker och osäkerhetsfaktorer finns relaterade till IT- och styrsystem, leverantörer, säsong- och vädervariationer och valutor, men kan även uppkomma vid ny konkurrens, förändrade marknadsförhållanden eller förändrade konsumtionsbeteenden för online-handel. Vidare föreligger även ränterisker för koncernen.

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

För en utförligare beskrivning av de risker och osäkerhetsfaktorer som föreligger för koncernen och moderbolaget, se årsredovisningen 2021, not 26. Utöver de risker som beskrivs där bedöms inte några väsentliga risker ha tillkommit.

NOT 8 RYSSLANDS INVASION AV UKRAINA, INFLATION OCH STIGANDE RÄNTOR

Vid publicering av denna delårsrapport rasar kriget vid EU:s gränser. BHG har endast obetydlig exponering mot Ryssland, Belarus samt Ukraina vad avser försäljning till kunder i dessa länder från koncernens e-handelsplattformar. BHG har vidare inga dotterbolag i de aktuella länderna och heller ingen betydande direkt exponering vad avser leverantörer i Ryssland, Belarus eller Ukraina.

Vi ser dock en negativ inverkan på efterfrågan av koncernens produkter och konsumenters framtidstro till följd av indirekta effekter av kriget såsom högre energipriser, stigande räntor och ökande inflation.

NOT 9 KONSEKVENSER AV CORONAPANDEMIN

Coronapandemin ledde till att konsumenter reste mindre och spenderade 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 Home Improvement-produkter online, ledde det förändrade kundbeteendet under pandemin till ökad efterfrågan på BHGs produkter med hög försäljning som följd. Konsekvenserna av coronapandemin har alltså en stor inverkan på BHG:s historiska jämförelsetal. BHGs starka ställning inom Home Improvement-produkter 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 i 2022.

Till följd av att covidrestriktionerna helt eller 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.

Moderbolagets resultaträkning i sammandrag

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2022	2021	2022	2021	2021
Nettoomsättning	1,9	0,8	5,7	1,8	2,6
Summa intäkter	1,9	0,8	5,7	1,8	2,6
Personalkostnader	-16,4	-10,3	-41,0	-50,9	-63,1
Övriga externa kostnader	-5,5	-21,4	-28,1	-25,4	-30,4
Övriga rörelsekostnader	-	-	-1,5	-	-
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	-0,1	-0,1	-0,2	-0,2	-0,2
Rörelseresultat	-20,1	-31,0	-65,1	-74,7	-91,1
Finansnetto	4,1	7,2	15,3	10,9	18,0
Koncernbidrag	-	-	-	-	76,0
Resultat före skatt	-16,0	-23,9	-49,8	-63,8	2,9
Skatt	3,3	1,1	10,1	13,7	-4,7
Periodens resultat/totalresultat	-12,7	-22,8	-39,7	-50,1	-1,8

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

Moderbolagets balansräkning i sammandrag

Mkr	30 sep		31 dec
	2022	2021	2021
Anläggningstillgångar			
Övriga immateriella anläggningstillgångar	0,8	0,6	0,8
Summa immateriella anläggningstillgångar	0,8	0,6	0,8
Andelar i koncernföretag	3 678,3	3 678,3	3 678,3
Långfristiga fordringar på koncernföretag	4 945,5	3 665,0	3 690,0
Summa anläggningstillgångar	8 624,6	7 343,9	7 369,1
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar	31,5	3,9	7,2
Fordringar på koncernföretag	61,4	29,9	124,2
Likvida medel	13,2	47,9	-
Summa omsättningstillgångar	106,0	81,8	131,3
Summa tillgångar	8 730,5	7 425,7	7 500,4
Eget kapital			
Bundet eget kapital	4,2	3,7	3,7
Fritt eget kapital	5 884,0	4 879,8	4 933,3
Summa eget kapital	5 888,3	4 883,5	4 937,0
Obeskattade reserver	28,6	28,6	28,6
Långfristiga skulder till kreditinstitut	2 794,8	2 491,5	2 492,3
Summa långfristiga skulder	2 794,8	2 491,5	2 492,3
Kortfristiga skulder			
Övriga kortfristiga skulder	18,9	22,1	42,5
Summa kortfristiga skulder	18,9	22,1	42,5
Summa eget kapital och skulder	8 730,5	7 425,7	7 500,4

Nyckeltalssammanställning

	2022				2021				
	Q3	Q2	Q1	jan-sep	Q4	Q3	Q2	Q1	jan-dec
KONCERNEN									
Nettoomsättningstillväxt (%)	1,5	10,1	21,1	10,3	48,1	33,6	31,8	57,7	41,2
Organisk tillväxt (%)	-5,3	-8,1	0,6	-4,7	1,8	5,5	14,1	36,5	12,8
Proforma organisk tillväxt (%)	-6,8	-7,4	3,0	-4,2	9,3	10,2	16,8	42,7	17,9
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	37,3	37,6	39,7	38,1	39,5	38,3	39,0	39,7	39,1
Bruttoresultat (%)	24,0	25,0	27,1	25,3	26,6	25,8	26,6	27,2	26,5
Justerad EBIT (%)	1,5	4,2	4,3	3,4	5,3	5,4	7,8	7,2	6,4
Resultat per aktie före utspädning, SEK	-0,62	1,44	0,89	1,61	0,93	0,50	1,63	0,97	3,97
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	-0,62	1,43	0,88	1,61	0,92	0,49	1,62	0,96	3,94
Soliditet %	46,3	45,1	37,2	46,3	38,6	38,4	44,7	42,2	38,6
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	2 129,8	1 803,2	2 319,3	2 129,8	2 251,3	1 854,3	509,2	173,9	2 251,3
Kassaflöde från rörelsen	-133,0	-161,8	121,7	-173,1	-251,2	-232,0	336,1	119,5	-27,6
Antal besök (tusental)	81 051	91 998	99 318	272 366	106 202	94 710	108 555	101 829	411 296
Antal order (tusental)	1 164	1 265	1 214	3 642	1 644	1 182	1 276	1 145	5 247
Genomsnittligt ordervärde	2 724	3 019	2 747	2 834	2 093	2 545	2 808	2 416	2 439
DIY									
Nettoomsättningstillväxt (%)	-2,8	5,4	20,0	6,3	26,7	27,2	20,1	47,6	28,2
Organisk tillväxt (%)	-8,7	-9,5	1,1	-6,5	2,3	10,1	14,9	44,8	15,4
Proforma organisk tillväxt (%)	-8,2	-9,2	2,4	-5,8	3,3	9,5	13,4	43,3	14,6
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	33,0	33,5	34,4	33,6	33,5	34,0	35,8	35,1	34,6
Bruttoresultat (%)	21,4	22,6	23,9	22,6	23,0	23,3	25,4	25,6	24,3
Justerad EBIT (%)	2,6	5,1	4,0	4,0	5,1	7,0	10,5	7,8	7,7
Antal besök (tusental)	36 498	41 822	38 749	117 069	36 389	41 309	50 349	37 936	165 984
Antal order (tusental)	583	658	548	1 789	652	587	648	486	2 373
Genomsnittligt ordervärde (kr)	3 077	3 471	3 391	3 318	2 688	3 065	3 511	3 226	3 116
Heminredning									
Nettoomsättningstillväxt (%)	8,1	17,4	22,8	16,1	81,3	44,6	55,6	70,6	63,1
Organisk tillväxt (%)	0,0	-6,0	0,1	-2,2	1,0	-2,4	12,3	25,4	8,2
Proforma organisk tillväxt (%)	-4,9	-4,7	4,1	-2,0	16,8	11,1	22,6	41,5	22,3
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	43,1	43,0	45,4	43,8	46,0	44,6	44,1	44,9	45,0
Bruttoresultat (%)	27,6	28,2	30,5	28,8	30,4	29,4	28,4	28,9	29,4
Justerad EBIT (%)	1,1	3,7	5,5	3,5	6,4	4,0	5,8	7,5	6,0
Antal besök (tusental)	44 553	50 176	60 569	155 298	69 813	53 401	58 205	63 893	245 312
Antal order (tusental)	581	607	666	1 854	992	595	627	659	2 874
Genomsnittligt ordervärde (kr)	2 370	2 528	2 217	2 367	1 702	2 032	2 082	1 820	1 880



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 förvävsrelaterade immateriella tillgångar, 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. Skillnaden mellan icke justerad och justerad EBIT är att avskrivningar som uppstått som en redovisningsteknisk följd av allokering av förvävsköpeskillning 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 förvävsanalyserna 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 förvävsobjekt 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

Avstämning mellan rörelseresultat & justerat EBITDA

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2022	2021	2022	2021	2021
Rörelseresultat	-361,5	123,0	-140,1	553,1	710,6
Donation UNHCR	-	-	1,5	-	-
Förvävsrelaterade kostnader	1,0	19,6	12,9	19,6	23,4
Lagerkonsolidering	-	-	2,1	-	-
Strategiskt arbete	3,1	-	12,5	-	-
Lagernedskrivning	374,6	-	374,6	-	-
Kostnad för lön under arbetsbefriad period	5,5	-	5,5	-	-
Totalt jämförelsestörande poster	384,1	19,6	409,0	19,6	23,4
Av- och nedskrivningar på förvävsrelaterade immateriella tillgångar	25,2	21,9	75,4	53,5	78,7
Justerad EBIT	47,8	164,5	344,2	626,3	812,7
Justerad EBIT (%)	1,5	5,4	3,4	6,8	6,4
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	114,5	77,2	320,0	202,5	292,8
Vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar	0,6	-0,1	0,2	0,1	-0,8
Justerad EBITDA	162,9	241,5	664,5	828,9	1104,6
Justerad EBITDA (%)	5,2	7,9	6,6	9,0	8,7

Avstämning mellan bruttoresultat & justerat bruttoresultat

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2022	2021	2022	2021	2021
Nettoomsättning	3 106,7	3 060,5	10 125,7	9 178,8	12 666,0
Varukostnad	-2 322,6	-1 888,8	-6 640,4	-5 602,3	-7 710,4
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	784,1	1 171,7	3 485,3	3 576,5	4 955,6
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	25,2	38,3	34,4	39,0	39,1
Direkta försäljningsomkostnader	-412,6	-383,5	-1 296,6	-1 147,3	-1 598,5
Bruttoresultat	371,5	788,2	2 188,8	2 429,2	3 357,1
Bruttoresultat (%)	12,0	25,8	21,6	26,5	26,5
Lagernedskrivning	374,6	-	374,6	-	-
Justerat bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	1 158,7	1 171,7	3 860,0	3 576,5	4 955,6
Justerat bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	37,3	38,3	38,1	39,0	39,1
Justerat bruttoresultat	746,1	788,2	2 563,4	2 429,2	3 357,1
Justerat bruttoresultat (%)	24,0	25,8	25,3	26,5	26,5



DIY-segmentet

Avstämning mellan rörelseresultat & justerat EBITDA

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2022	2021	2022	2021	2021
Rörelseresultat	-167,6	116,7	-15,5	437,8	516,6
Lagerkonsolidering	-	-	2,1	-	-
Lagernedskrivning	200,7	-	200,7	-	-
Totalt jämförelsestörande poster	200,7	-	202,8	-	-
Av- och nedskrivningar på förvävsrelaterade immateriella tillgångar	14,8	12,8	44,4	29,2	44,1
Justerad EBIT	47,9	129,5	231,6	467,0	560,7
Justerad EBIT (%)	2,6	7,0	4,0	8,6	7,7
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	51,8	32,6	140,5	84,9	122,0
Vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar	0,4	-	0,3	0,2	-1,0
Justerad EBITDA	100,1	162,1	372,5	552,1	681,7
Justerad EBITDA (%)	5,5	8,7	6,4	10,2	9,4

Avstämning mellan bruttoresultat & justerat bruttoresultat

Mkr	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2022	2021	2022	2021	2021
Nettoomsättning	1 809,7	1 862,0	5 779,3	5 436,5	7 259,6
Varukostnad	-1 413,3	-1 228,3	-4 038,1	-3 534,0	-4 747,2
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	396,5	633,7	1 741,1	1 902,6	2 512,4
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	21,9	34,0	30,1	35,0	34,6
Direkta försäljningsomkostnader	-210,3	-200,2	-637,9	-558,1	-748,1
Bruttoresultat	186,1	433,6	1 103,2	1 344,5	1 764,3
Bruttoresultat (%)	10,3	23,3	19,1	24,7	24,3
Lagernedskrivning	200,7	-	200,7	-	-
Justerat bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	597,1	633,7	1 941,8	1 902,6	2 512,4
Justerat bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	33,0	34,0	33,6	35,0	34,6
Justerat bruttoresultat	386,8	433,6	1 303,9	1 344,5	1 764,3
Justerat bruttoresultat (%)	21,4	23,3	22,6	24,7	24,3



Heminredningssegmentet

Avstämning mellan rörelseresultat & justerat EBITDA

	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2022	2021	2022	2021	2021
Rörelseresultat	-171,4	39,4	-53,3	193,2	289,4
Förvävsrelaterade kostnader	1,0	-	2,3	-	-
Lagernedskrivning	173,9	-	173,9	-	-
Totalt jämförelsestörande poster	174,9	-	176,3	-	-
Av- och nedskrivningar på förvävsrelaterade immateriella tillgångar	10,3	9,1	31,0	24,4	34,6
Justerad EBIT	13,9	48,5	153,9	217,6	324,0
Justerad EBIT (%)	1,1	4,0	3,5	5,8	6,0
Av- och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar	62,2	44,3	178,2	117,0	169,8
Vinst/förlust vid försäljning av anläggningstillgångar	0,2	-0,1	-0,1	-0,1	0,2
Justerad EBITDA	76,3	92,7	332,1	334,5	494,0
Justerad EBITDA (%)	5,9	7,7	7,6	8,9	9,1

Avstämning mellan bruttoresultat & justerat bruttoresultat

	jul-sep		jan-sep		jan-dec
	2022	2021	2022	2021	2021
Nettoomsättning	1 303,6	1 205,9	4 377,3	3 769,6	5 442,8
Varukostnad	-915,5	-667,6	-2 632,4	-2 091,1	-2 994,7
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	388,1	538,3	1 745,0	1 678,6	2 448,1
Bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	29,8	44,6	39,9	44,5	45,0
Direkta försäljningsomkostnader	-202,0	-183,3	-657,7	-589,2	-850,4
Bruttoresultat	186,1	354,9	1 087,3	1 089,3	1 597,7
Bruttoresultat (%)	14,3	29,4	24,8	28,9	29,4
Lagernedskrivning	173,9	-	173,9	-	-
Justerat bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader	562,0	538,3	1 918,9	1 678,6	2 448,1
Justerat bruttoresultat före direkta försäljningsomkostnader (%)	43,1	44,6	43,8	44,5	45,0
Justerat bruttoresultat	360,0	354,9	1 261,2	1 089,3	1 597,7
Justerat bruttoresultat (%)	27,6	29,4	28,8	28,9	29,4



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-standarderna.

Mkr	30 sep		31 dec
	2022	2021	2021
Långfristiga räntebärande lån	4 399,7	5 105,9	5 022,7
Kortfristiga räntebärande lån	688,2	322,0	494,8
Summa skulder	5 087,9	5 427,9	5 517,6
Likvida medel	-692,3	-677,4	-273,5
Justering leasingskulder	-872,7	-747,9	-878,7
Justering villkorade och uppskjutna tilläggsköpeskillingar	-1 398,3	-2 156,8	-2 121,7
Justering transaktionsutgifter	5,2	8,5	7,7
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	2 129,8	1 854,3	2 251,3
LTM EBITDA ex. IFRS16*	620,6	1 036,7	964,1
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-) i förhållande till LTM EBITDA	3,43x	1,79x	2,34x

* LTM EBITDA ex. IFRS16 inkluderar proforma (d.v.s. inkl. de tre förvärv som gjorts under de gångna tolv månaderna).

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 webbshopper under den uppmätta tidsperioden.	Måttet antal besök används för att mäta kundaktivitet.
Antal order	Antal order som placeras under den uppmätta tidsperioden.	Antal order är ett mått som används för att mäta kundaktivitet.
Bruttomarginal	Bruttoresultat i procent av nettoomsättning.	Bruttomarginalen ger en indikation på täckningsbidraget som andel av nettoomsättningen.
Bruttomarginal före direkta försäljningskostnader	Bruttoresultat före direkta försäljningskostnader – i huvudsak frakt- och lagerkostnader – i procent av nettoomsättningen.	Ett ytterligare marginalmått som kompletterar det fulladdade bruttomarginalmålet, vilket möjliggör ytterligare transparens.
Bruttoresultat	Nettoomsättning minus kostnad för handelsvaror. Bruttoresultatet inkluderar kostnader som är direkt hänförliga till handelsvaror, så som lager- och transportkostnader. Bruttoresultatet inkluderar jämförelsestörande poster.	Bruttoresultatet ger en indikation på verksamhetens täckningsmarginal.
EBIT	Rörelseresultat före nedskrivningar och avskrivningar av förvärvade övervärden	EBIT ger tillsammans med EBITDA en bild av vinst genererad av den löpande verksamheten.
EBITDA	Rörelseresultat före av- och nedskrivningar, finansiella poster och skatt.	EBITDA ger en övergripande bild av vinst som genereras av verksamheten före av- och nedskrivningar.
EBITDA-marginal	EBITDA i procent av nettoomsättning.	EBITDA-marginalen är ett användbart mått tillsammans med nettoomsättningstillväxt för att övervaka värdeskapande.
EBIT-marginal	EBIT i procent av nettoomsättning.	EBIT-marginalen är ett användbart mått tillsammans med nettoomsättningstillväxt för att övervaka värdeskapandet.
Genomsnittligt ordervärde (AOV)	Totalt ordervärde (det vill säga internetförsäljning, portointäkter och relaterade tjänster) dividerat med antal beställningar.	Genomsnittligt ordervärde mäts som en indikator på intäktsgenerering.
Investeringar	Investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar.	Investeringar ger en indikation på totala investeringar i materiella och immateriella tillgångar.
Justerad bruttomarginal	Justerat bruttoresultat i procent av nettoomsättning.	Den justerade bruttomarginalen ger en indikation på täckningsbidraget som andel av nettoomsättningen.
Justerad EBIT	EBIT exklusive av- och nedskrivningar på förvävsrelaterade 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
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 resultat effekter är viktiga att uppmärksamma när periodens resultat jämförs med tidigare perioder och innefattar, bland annat, realisationsvinster och förluster vid avyttringar, kostnader relaterade till väsentliga nedskärningar, omstruktureringar med åtgärdsplaner i syfte att omforma en väsentlig del av verksamheten, väsentliga nedskrivningar och övriga väsentliga ej återkommande kostnader och intäkter.	Jämförelsestörande poster är en beteckning på poster vilka exkluderade visar Bolagets intjäning exkluderat poster vilka till sin karaktär inte är återkommande som en del av den löpande verksamheten.
Kassakonvertering	Kassaflöde från den löpande verksamheten före skatt minus investeringar i anläggningstillgångar (capex) i procent av justerad EBITDA.	Operativ kassakonvertering gör det möjligt för Bolaget att övervaka förvaltningen av löpande investeringar och rörelsekapital.
Nettoomsättningstillväxt	Periodens nettoomsättningstillväxt, beräknad i jämförelse med motsvarande period föregående år, uttryckt i procent.	Nettoomsättningstillväxten gör det möjligt för Bolaget att jämföra tillväxten mellan olika perioder och med den övergripande marknaden och konkurrenterna.
Nettoskuld	Summan av räntebärande skulder, exklusive leasingskulder och tilläggsköpeskillningar och med avdrag för likvida medel, kortfristiga placeringar och förutbetalda låneutgifter.	Nettoskuld är ett mått som visar Bolagets räntebärande nettoskuldssättning till finansiella institut.
Organisk tillväxt	Avser tillväxt för jämförbara webbbutiker 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 webbbutiker och showrooms gentemot föregående år, även innefattande samtliga de enheter som ingår i koncernen, d.v.s. inklusive tillväxt i nyligen gjorda förvärv.	Proforma organisk tillväxt är ett mått som inkluderar tillväxten i nyligen gjorda förvärv. Detta mått inkluderar därmed de försäljningssynergier som möjliggörs genom koncernens M&A-aktiviteter.
Rörelsekapital	Varulager samt ej räntebärande kortfristiga fordringar minus ej räntebärande kortfristiga skulder.	Rörelsekapital ger en indikation på Bolagets kortfristiga ekonomiska förmåga, eftersom det indikerar om Bolaget har tillräckliga kortfristiga tillgångar för att täcka kortfristiga skulder.
Rörelsemarginal (EBIT-marginal)	EBIT i procent av nettoomsättning.	Rörelsemarginalen är ett användbart mått tillsammans med nettoomsättningstillväxten för att övervaka värdeskapandet.
Soliditet	Eget kapital, inklusive innehav utan bestämmande inflytande, i procent av balansslutningen.	Nyckeltalet speglar företagets finansiella ställning och således dess långsiktiga betalningsförmåga. God soliditet / stark finansiell ställning ger en beredskap att kunna hantera perioder med svag konjunktur och finansiell beredskap för tillväxt. En lägre soliditet innebär en högre finansiell risk, men också en högre finansiell hävstång.



bing.

