



KVARTALSRAPPORT Q4 2024

2024-01-01 – 2024-12-31

Rekordkvartal!

SAMMANFATTNING AV FJÄRDE KVARTALET, 1 OKTOBER TILL 31 DECEMBER, 2024

- Nettoomsättning uppgick i kvartalet till 116,1 MSEK (91,1), motsvarande en ökning om 27,4%
- Omsättning i egen e-handel uppgick till 99,2 MSEK (75,2 MSEK), en ökning med ca 30,2%
- Den organiska tillväxten var 24,3% relativt jämförbar period föregående år
- Bruttovinstmarginalen uppgick i kvartalet till 63,0% (62,0%)
- Kvartalets justerade EBITDA uppgick till 14,9 MSEK (8,5 MSEK), motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 12,8% (9,3%), justeringen härrör från en uppskrivning av värdet på tilläggsköpeskilling.
- Kvartalets EBITDA uppgick till 2,1 MSEK (8,5 MSEK), motsvarande en EBITDA-marginal om 1,8% (9,3%)
- Kvartalets totala resultat uppgick till -9,6 MSEK (0,4 MSEK)
- Resultat per aktie för kvartalet uppgår till -0,41 SEK (0,04 SEK)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 33,4 MSEK (10,1 MSEK)
- Nettoskuldsättning vid periodens slut var 3,3 MSEK (28,5)

SAMMANFATTNING HELÅR 2024, 1 JANUARI TILL 31 DECEMBER

- Nettoomsättning uppgick under året till 365,6 MSEK (301,1), motsvarande en ökning om 21,2%
- Proforma inklusive Get Camping uppgick nettoomsättning till 401,0 MSEK
- Koncernens omsättning i egen e-handel uppgick till 294,0 MSEK (252,1 MSEK), en ökning med ca 16,6%
- Den organiska tillväxten var 16,4% relativt föregående år
- Bruttovinstmarginalen uppgick under året till 61,7% (62,1%)
- Årets justerade EBITDA uppgick till 35,1 MSEK (12,5 MSEK), motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 9,5% (4,0%), justeringen härrör från en uppskrivning av värdet på tilläggsköpeskilling.
- Årets EBITDA uppgick till 22,3 MSEK (12,5 MSEK), motsvarande en EBITDA-marginal om 6,1% (4,0%)
- Proforma inklusive Get Camping uppgick justerat EBITDA till 36,2 MSEK
- Årets totala resultat uppgick till -8,0 MSEK (-10,5 MSEK)
- Resultat per aktie för helåret uppgår till -0,35 SEK (-0,45 SEK)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 27,2 MSEK (-11,3 MSEK)
- Nettoskuldsättning vid årets slut var 3,3 MSEK (28,5)

NYCKELTAL

| (msek) | Okt-dec 2024 | Okt-dec 2023 | Jan-dec 2024 | Jan-dec 2023 |
|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Nettoomsättning | 116,1 | 91,1 | 365,6 | 301,1 |
| Nettoomsättningstillväxt, % | 27,4% | 2,1% | 13,2% | 4,9% |
| Bruttovinst | 72,9 | 56 | 227,3 | 197,2 |
| Bruttovinstmarginal, % | 63,0% | 62,1% | 61,7% | 62,0% |
| Justerat EBITDA | 14,9 | 8,5 | 35,1 | 12,5 |
| EBITDA | 2,1 | 8,5 | 22,3 | 12,5 |
| EBITDA-marginal, % | 1,8% | 9,3% | 6,1% | 4,2% |
| Rörelseresultat (EBIT) | -2,8 | 2,7 | 2,8 | -5,7 |
| Rörelsemarginal, % | -2,4% | 3,0% | 0,8% | -1,9% |
| Periodens resultat | -9,6 | 0,4 | -8,0 | -10,5 |

KOMMENTAR FRÅN VD

Rekordkvartal!

Q4 var ännu ett starkt kvartal där vi fortsatte vår positiva utveckling. E-handelsförsäljningen ökade med 30,2% till 99,2 MSEK (75,2 MSEK), och den totala omsättningen steg med 27,4% till 116,1 MSEK (91,1 MSEK). Justerat EBITDA ökade till 14,9 MSEK (8,5 MSEK) och EBITDA-marginalen ökade till 12,8% (9,3). Därmed blev detta ytterligare ett rekordkvartal med all-time high i försäljning och EBITDA på rullande 12 månader. Q4 är sjätte kvartalet i rad som vi slår föregående år i såväl omsättning som EBITDA. Justeringarna på EBITDA är hänförligt till uppjustering av tilläggsköpeskillingar. Proforma, om vi hade konsoliderat GetCamping från januari, blev omsättningen 401 MSEK med en justerad EBITDA om 36,2 MSEK på rullande 12 månader.

Det finns många höjdpunkter att lyfta från kvartalet. Största bolaget i gruppen Trendcarpet fortsätter sin kraftiga tillväxt i en avvaktande marknad. 45% försäljningsökning under kvartalet sätter punkt för ett fantastiskt år med markant ökning i både marknadsandel och EBITDA. Glädjande är att det är kraftig tillväxt i alla marknader, där Skandinavien och DACH har tillväxttal över helår på närmare 50%.

Kitchenlab, näst största bolaget i koncernen, avslutar året med över 30% i total tillväxt och 42% tillväxt i egen e-handel. Kitchenlab - som säljer köksredskap- och tillbehör online och i butik - har framgångsrikt under kvartalet och året ökat bruttomarginalen genom ett ambitiöst program att flytta försäljningen till egna varumärken. Kitchenlab går från förlust 2023 till vinst 2024 tack vare försäljningsökningen och marginallyftet. Övriga bolag i gruppen växer också betydligt mer än marknaden under Q4. Bread and Boxers och Hatshop växer med över 20% i egen e-handel.

Under det fjärde kvartalet, liksom under hela året, har gruppen haft ett starkt fokus på att uppnå försäljningstillväxt samtidigt som vi har bibehållit bruttomarginalen och marknadsföringsgraden, vilket vi har lyckats att leverera. Bruttomarginalen var under det fjärde kvartalet 63% (62%) och marknadsföringsgraden 22% (23%). För att öka bruttomarginalen och effektivisera marknadsföringen har nyckel varit att öka andelen unikitet i produkt- och kunderbjudandet, detta har resulterat i en lönsam och växande ehandel.

Vi har under kvartalet levererat på förvävsplanen, där vi förvärvat Getcamping, som omsätter cirka 35 MSEK 2024 och som säljer campingutrustning online. Getcamping uppfyller våra kriterier för förvärv där sortimentet gör att vi kan aktivera geografisk expansion och våra strategier inom alla marknadsföringskanaler. Vi arbetar metodiskt för att ytterligare stärka portföljen med bolag under 2025.

Avslutningsvis vill jag tacka alla medarbetare för ert hårda och dedikerade arbete under året, som varit avgörande för den fantastiska utveckling vi haft under 2024. Också ett stort tack till alla aktieägare för er förtroende under året. Vi går in i 2025 med stor optimism, redo att ta oss an nya utmaningar och fortsätta den resa vi bara påbörjat.

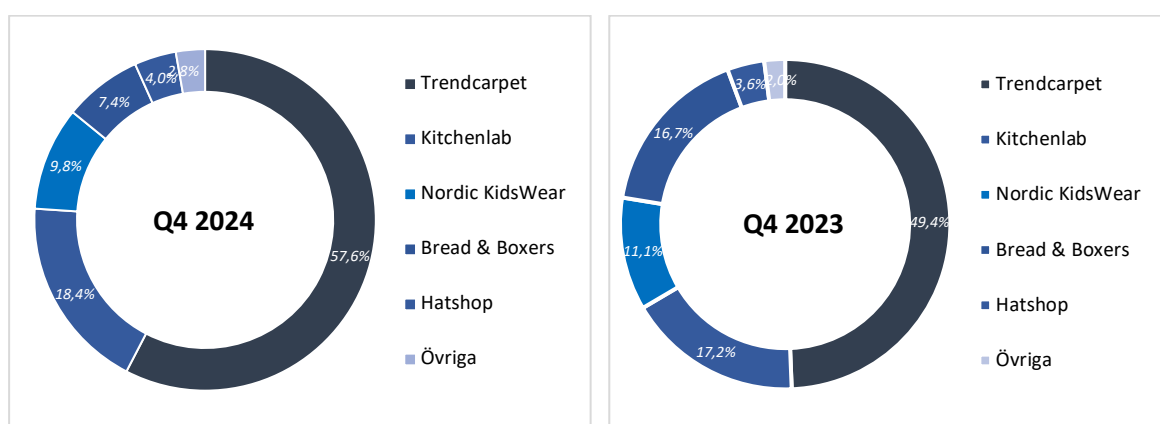
Magnus Skoglund
VD, Online Brands Nordic AB

UTVECKLING FJÄRDE KVARTALET

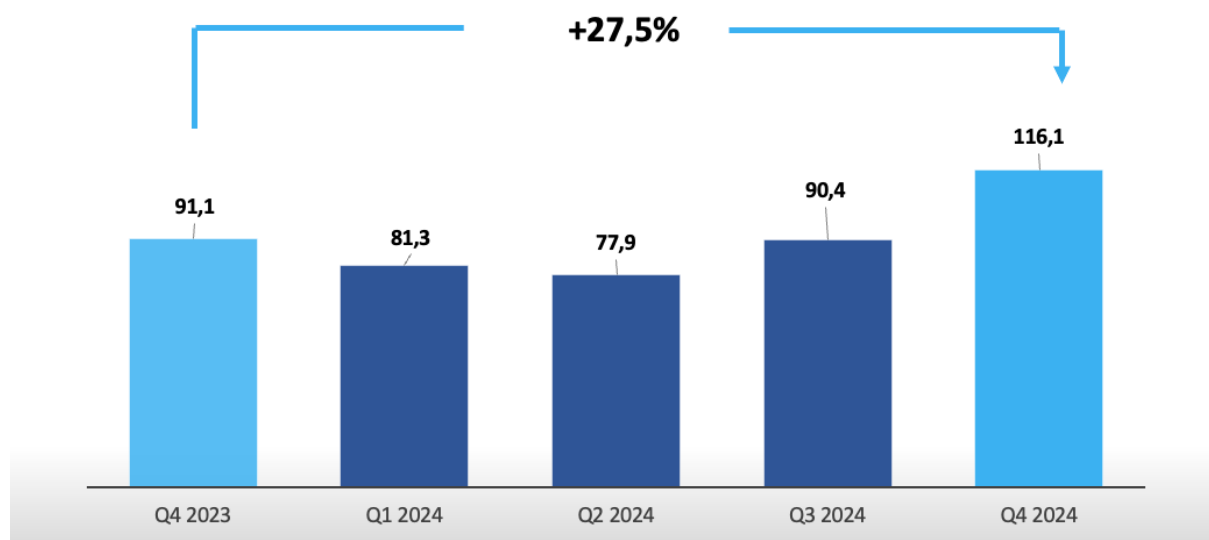
NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT

Koncernens nettoomsättning under det fjärde kvartalet 2024 uppgick till 116,1 MSEK (93,3 MSEK), av detta var 57,6% eller 66,9 MSEK hänförligt till Trendcarpet, 18,4% eller 21,4 MSEK hänförligt till Kitchenlab, 9,8% eller 11,4 MSEK till Nordic KidsWear, 7,4% eller 8,6 MSEK hänförligt till Bread & Boxers, 4,0% eller 4,6 MSEK till Hatshop. Övriga dotterbolag inom koncernen utgör gemensamt 2,8% eller 3,2 MSEK. Det senaste förvärvet, GetCamping, införlivades in koncernen per den 1 december varför bolagets bidrog endast marginellt till koncernens omsättning.

Fördelning av omsättning (Q4 2024 vs Q4 2023)



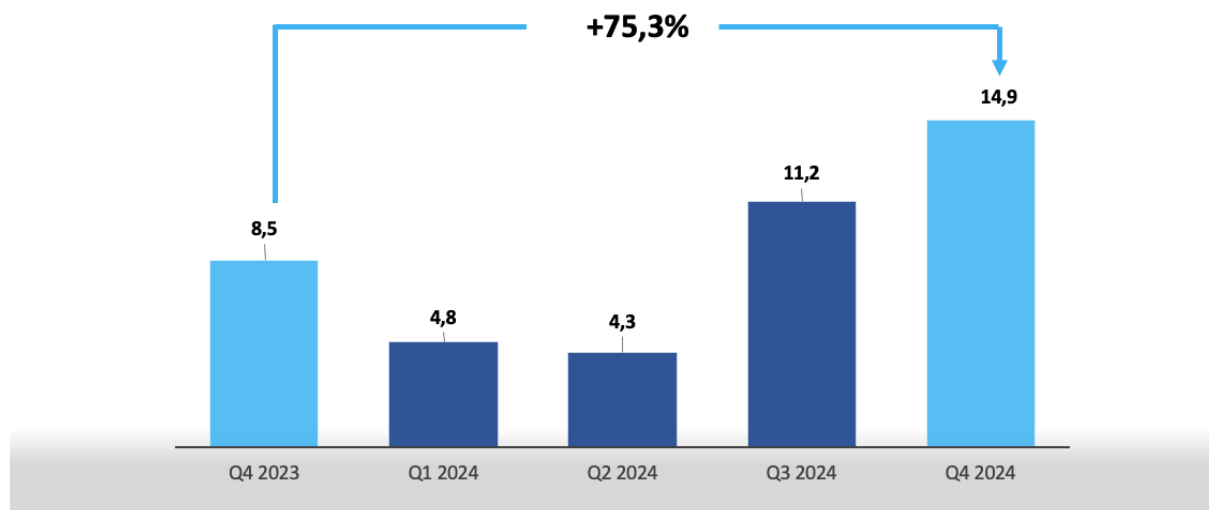
Försäljning per kvartal (msek)



Under 2024 har vår e-handelsverksamhet upplevt en stark tillväxt med en omsättningsökning från 91,1 MSEK vid utgången av Q4 2023 till 116,1 MSEK vid slutet av Q4 2024. Detta motsvarar en ökning på cirka 27,5 % på ett år. Utvecklingen är driven av en kombination av ökad kundtillströmning, förbättrad marknadsföring och ett mer träffsäkert produktutbud.

Tillväxten bekräftar koncernens starka marknadsposition och fortsatta satsning på tillväxt inom de segment Online Brands-koncernen är verksamt.

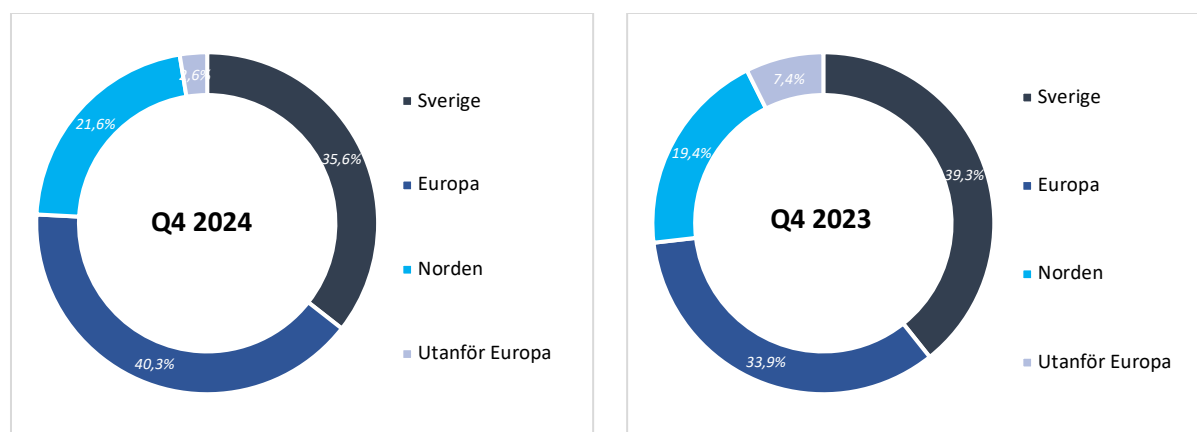
Justerat EBITDA per kvartal (msek)



Online Brands har resultatmässigt upplevt det starkaste kvartalet i koncernens historia och ser en fortsatt stark tillväxt även under 2025. I kombination med en mer effektiv organisation skapar detta möjligheter för en avsevärt förbättrad lönsamhet.

NETTOOMSÄTTNING FÖRDELAT PÅ GEOGRAFI OCH DISTRIBUTIONSKANAL

Koncernen uppvisar en fortsatt väldiversifierad försäljning både geografiskt och per distributionskanal.

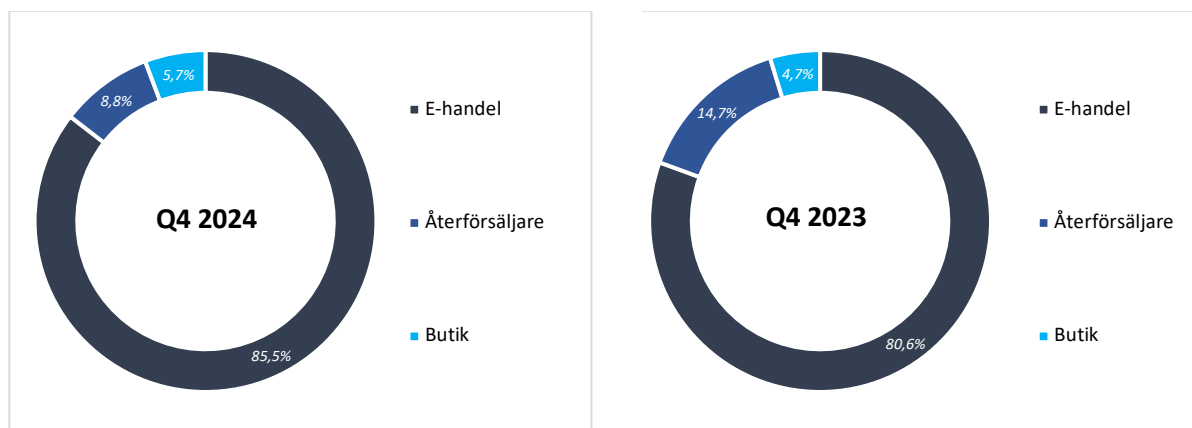


Koncernens försäljning utanför Sverige fortsätter att växa, och under Q4 har Europa och övriga Norden stärkt sin andel av den totala försäljningen. Europa (exklusive Norden) utgör nu cirka 40,3 %, medan Norden exklusive Sverige står för 21,6 %. Sverige, som fortfarande är koncernens största enskilda marknad, svarar för 35,6 %, och resterande 2,7 % kommer från regioner utanför Europa. För att kapitalisera på den betydande tillväxtpotentialen i Europa intensifierar vi våra satsningar, där Online Brands Europasatsning fortfarande befinner sig i en expansiv uppstartsfas.

Trots att Sverige förblir en nyckelmarknad för OBAB-koncernen, ser vi en stark utveckling inom övriga Europa, där flera av koncernens bolag visar kraftig tillväxt.

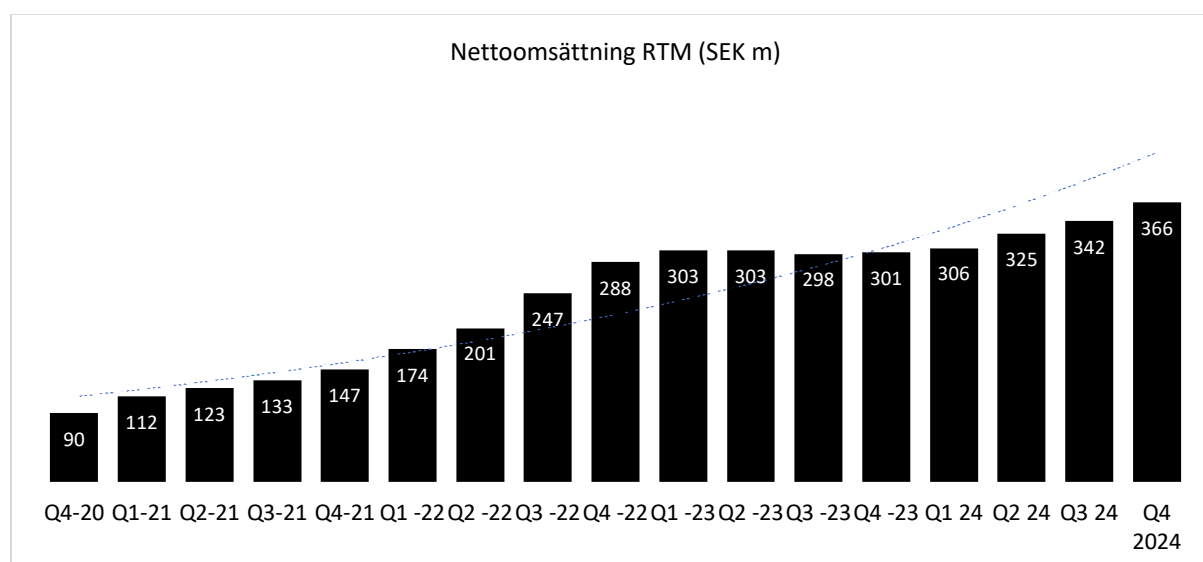
Omsättning fördelat på kanaler (Q4 2024 vs Q4 2023)

Koncernen satsar alltmer på sin egen e-handelsförsäljning. I takt med att den växer får vi ökad kontroll över logistiken, vilket bidrar till förbättrad lönsamhet och ett starkare kassaflöde. Under Q4 2024 uppgick omsättningen från den egna e-handeln till 99,2 MSEK, en tillväxt på cirka 30,3 % jämfört med motsvarande period 2023.



NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT MÄTT SOM RULLANDE 12 MÅNADER

I diagrammet nedan visas utvecklingen av koncernens rullande 12 månaders nettoomsättning (RTM). Under det senaste fyra åren har RTM nettoomsättning ökat från 90 MSEK vid utgången av Q4 2020 till ca 365,6 MSEK vid utgången av Q4 2024, en omsättningsökning med ca 306%. Proforma inklusive Get Camping uppgick nettoomsättning till 401 MSEK



BRUTTOVINST

Bruttovinsten (omsättning - varukostnader) för koncernen under det fjärde kvartalet uppgick till 73,6 MSEK (56,0 MSEK).

OPERATIONELLA KOSTNADER

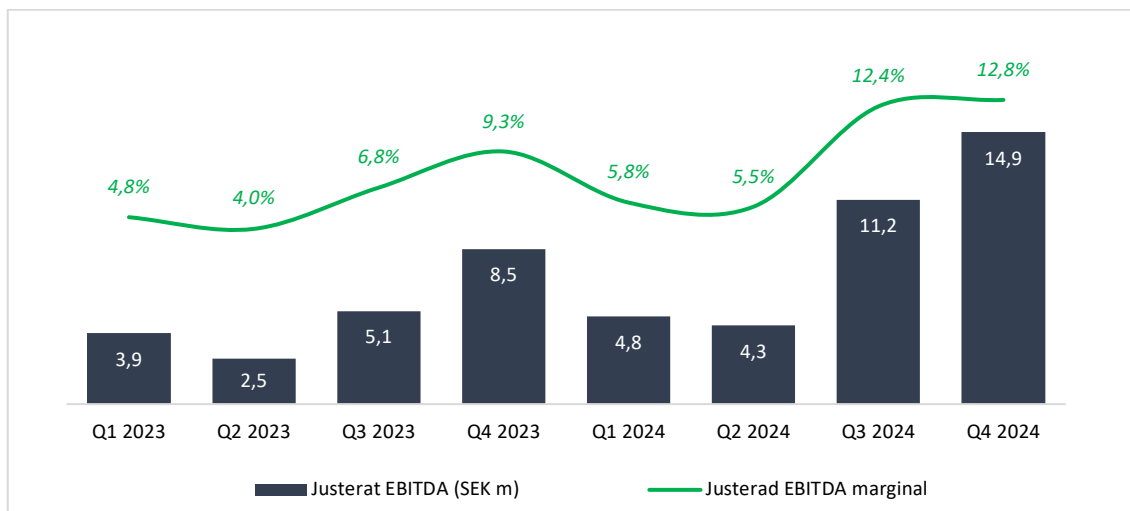
Avseende koncernens operationella kostnader så som driftskostnader, personalkostnader, lager och marknadsföring arbetar vi kontinuerligt för att uppnå syneriger i syfte att effektivisera och sänka dessa inom koncernen. Inom företagsadmin och redovisning bedömer vi att det fortfarande finns relativt stora besparingsmöjligheter när koncernen lyckas integrera de förvärvade dotterbolagen fullt ut. Initiativ finns på plats för förbättrad kostnadseffektivitet och försäljningsaktiviteter över tid.

RESULTAT OCH LÖNSAMHET

Redovisade rörelseresultatet före avskrivningar (EBITDA) uppgick till 2,1 MSEK (8,5 MSEK) under det fjärde kvartalet 2024 vilket motsvarar en EBITDA-marginal om 1,8% (9,3%).

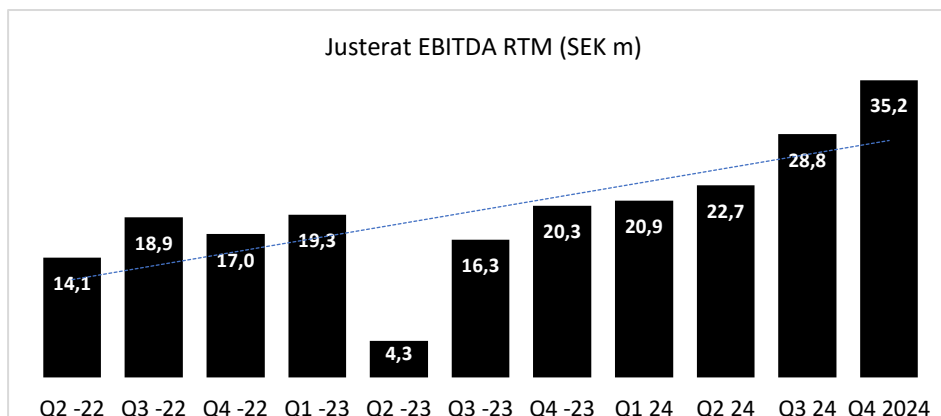
REDOVISAT JUSTERAT EBITDA PER KVARTAL (Q1 2023 – Q4 2024)

Diagrammet nedan visar utvecklingen av EBITDA per kvartal, under den senaste tvåårsperioden (justerat för tilläggsköpeskillningar, engångseffekter relaterade till bl.a. personalneddragningar, lagerflytt, lagersystem etc.) samt EBITDA i förhållande till koncernens försäljning.



JUSTERAT EBITDA MÄTT SOM RULLANDE 12 MÅNADER

I diagrammet nedan visas utvecklingen av koncernens rullande 12 månaders (RTM) justerat EBITDA. Under det senaste två åren har RTM justerat EBITDA ökat från 14,1 MSEK vid utgången av Q2 2022 till ca 35,2 MSEK vid utgången av Q4 2024, en ökning med ca 149,6%. Proforma inklusive Get Camping uppgick justerat EBITDA till 36,2 MSEK.



FINANSIELL STÄLLNING OCH LIKVIDITET

- Koncernens egna kapital uppgår den 31 december 2024 till 175,7 MSEK (176,8 MSEK)
- Koncernens likvida medel uppgår den 31 december 2024 till 16,6 MSEK (12,3 MSEK) samt 17,5 MSEK tillgängligt av koncernens checkräkningskredit om totalt 24,5 MSEK.
- Räntebärande skulder som inkluderar bl.a. banklån och checkräkningskredit uppgår per den 31 december 2024 till 20,0 MSEK (40,7 MSEK)
- Nettoskuldsättning vid rapportperiodens slut var 3,3 MSEK (28,5)

KASSAFLÖDE OCH INVESTERINGAR

Kassaflödet från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital uppgick under kvartalet till 10,8 MSEK (4,7 MSEK). Inklusive förändring av rörelsekapital uppgick kassaflödet från den löpande verksamheten till 33,4 MSEK (10,1 MSEK).

Det totala kassaflödet under Q4 2024 var 4,6 MSEK (3,3 MSEK).

ANTALET AKTIER PER 2024-12-31 OCH RESULTAT PER AKTIE

Antalet aktier vid rapportperiodens slut uppgick till 23 167 110 st (22 569 841 st). Resultat per aktie för Q4 uppgick till -0,41 SEK (0,018 SEK).

Genomsnittligt antal aktier under perioden uppgick till 22 578 023 st (22 569 841 st).

ÖVRIG INFORMATION

Närståendetransaktioner

- Inga närståendetransaktioner utöver det som offentliggjorts genom pressreleaser har förekommit under rapportperioden

Utsikter för helåret 2025

- Bolaget lämnar inga försäljnings- eller resultatprognoser

Kommande rapport- och stämmotillfällen för räkenskapsåret 2025

- 25 APRIL 2025 - Offentliggörande av årsredovisning 2024
- 15 MAJ 2025 - Delårsrapport för perioden januari – mars 2025
- 22 MAJ 2025 - Årsstämma 2025
- 21 augusti 2025 - Delårsrapport för perioden januari – juni 2025
- 19 November 2025 - Delårsrapport för perioden januari – september 2025
- 20 februari 2026 - Delårsrapport för perioden januari – december 2025

Resultatdisposition

Styrelsen avser, att till kommande årsstämma, föreslå till att ingen utdelning lämnas för räkenskapsåret 2024 och att årsstämmans förfogande stående medel överförs i ny räkning.

Redovisningsprinciper

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

För mer utförliga redovisningsprinciper se Bolagets årsredovisning för 2023.

MER OM ONLINE BRANDS NORDIC

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

Koncernen består idag av moderbolaget Online Brands Nordic AB (publ) samt dotterbolagen:

- **CaMa Gruppen AB** med bas i Göteborg driver online-butiken **Trendcarpet**, en av Europas ledande återförsäljare av mattor med verksamhet i 15 olika länder och främst riktad mot privatmarknaden. I CaMa Gruppen bedrivs även en internationell e-handel för hattar under varumärket **Hatshop**.
- **KitchenLab AB** är ett snabbväxande omnichannel-företag som säljer köksredskap främst via e-handel men även via de befintliga butikerna i Stockholm och Malmö.
- **Bread & Boxers AB** är ett snabbväxande e-handelsföretag känt för sina välsittande underkläder och T-shirts för både dam och herr.
- **Juvelerare John Victorin i Varberg AB** har sedan år 1907 varit Varbergs mest framstående smyckeshandlare och butiken i centrala Varberg är en institution.
- **Nordic Kidswear AB** designar och säljer hållbara outdoor- och skidkläder för barn och ungdom under premium-varumärket **Isbjörn of Sweden** via egen e-handel och strategiskt utvalda återförsäljare.
- **Getcamping AB** är ett snabbväxande företag inom försäljning av utrustning inom camping och friluftsliv med en begynnande internationell distributionssatsning och en egen växande e-handel.
- **Ideladan AB**, bedriver försäljning av fröer och odlingstillbehör under hemsidan **allafröer.se**

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

KONTAKTINFORMATION

Magnus Skoglund, VD
magnus.skoglund@onlinebrands.se

Thomas Häggkvist, CFO
thomas.haggkvist@onlinebrands.se

POSTADRESS

Online Brands Nordic AB (publ)
Exportgatan 28
422 46 Hisings Backa, Sverige

FINANSIELL INFORMATION

RESULTATRÄKNING KONCERNEN

| (msek) | 2024-10-01 | 2023-10-01 | 2024-01-01 | 2023-01-01 |
|---|--------------|-------------|--------------|--------------|
| | 2024-12-31 | 2023-12-31 | 2024-12-31 | 2023-12-31 |
| Rörelsens intäkter | | | | |
| Nettoomsättning | 116,1 | 91,1 | 365,6 | 301,1 |
| Övriga rörelseintäkter | 0,8 | 2,2 | 2,7 | 14,5 |
| Summa intäkter | 116,9 | 93,3 | 368,3 | 315,6 |
| Rörelsens kostnader | | | | |
| Handelsvaror | -43,2 | -35,5 | -141,0 | -119,3 |
| Övriga externa kostnader | -47,0 | -38,5 | -151,2 | -137,7 |
| Personalkostnader | -11,7 | -10,8 | -41,0 | -44,9 |
| Justerat rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) | 14,9 | 8,5 | 35,1 | 12,5 |
| Engångskostnader hänförliga till uppvärdering av tilläggsköpeskillingar | -12,8 | - | -12,8 | - |
| Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) | 2,1 | 8,5 | 22,3 | 12,5 |
| Avskrivningar materiella anläggningstillgångar | -0,2 | -0,9 | -0,7 | - |
| Avskrivningar av goodwill | -4,7 | -4,9 | -18,8 | -18,2 |
| Rörelseresultat efter avskrivningar och engångsposter (EBIT) | -2,8 | 2,7 | 2,8 | -5,7 |
| Finansiella poster | | | | |
| Ränteintäkter och liknande resultatposter | - | 0,2 | - | 0,8 |
| Räntekostnader och valutakursdifferenser | -2,9 | -2,5 | -6,9 | -5,8 |
| Resultat före skatt | -5,7 | 0,4 | -4,1 | -10,7 |
| Skatt på periodens resultat | -3,9 | - | -3,9 | 0,2 |
| Periodens resultat | -9,6 | 0,4 | -8,0 | -10,5 |

BALANSRÄKNING KONCERNEN

| (msek) | 2024-12-31 | 2023-12-31 |
|--|--------------|--------------|
| Tillgångar | | |
| Anläggningstillgångar | | |
| Immateriella anläggningstillgångar | 134,2 | 146,4 |
| Materiella anläggningstillgångar | 1,5 | 1,9 |
| Finansiella anläggningstillgångar | 1,7 | 2,4 |
| Summa Anläggningstillgångar | 137,4 | 150,7 |
| Omsättningstillgångar | | |
| Vaulager och förskott till leverantörer | 108,2 | 89,7 |
| Kundfordringar | 7,9 | 14,4 |
| Övriga kortfristiga fordringar | 2,3 | 3,2 |
| Upplupna intäkter och förutbetalda kostnader | 6,4 | 4,5 |
| Kassa och bank* | 16,6 | 12,3 |
| Summa omsättningstillgångar | 141,4 | 124,1 |
| Summa tillgångar | 278,8 | 274,8 |
| Eget kapital och skulder | | |
| Eget kapital | | |
| Aktiekapital | 116,2 | 113,2 |
| Övrigt tillskjutet kapital | 76,8 | 72,9 |
| Balanserade vinstmedel och periodens resultat | -17,2 | -9,3 |
| Summa Eget kapital | 175,7 | 176,8 |
| Avsättningar | | |
| Avsättningar för uppskjuten skatt | 2,7 | 2,7 |
| Uppskattade värde tilläggsköpeskillingar | 15,9 | 4,4 |
| Summa avsättningar | 18,6 | 7,1 |
| Långfristiga skulder | | |
| Checkräkningskredit* | 7,0 | 22,3 |
| Långfristiga skulder till kreditinstitut | 8,1 | 11,6 |
| Övriga skulder | - | 1,3 |
| Summa långfristiga skulder | 15,1 | 35,2 |
| Kortfristiga skulder | | |
| Kortfristig del av skulder till kreditinstitut | 6,0 | 5,5 |
| Leverantörsskulder | 27,0 | 24,8 |
| Skatteskulder | 25,8 | 16,4 |
| Övriga kortfristiga skulder | 2,9 | 2,4 |
| Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter | 7,9 | 6,6 |
| Summa kortfristiga skulder | 85,4 | 55,7 |
| Summa Eget kapital och skulder | 278,8 | 274,8 |

*Koncernen har en beviljad checkräkningskredit om totalt 24,5 MSEK vilken är utnyttjad med 7,0 MSEK per utgången av Q4 2024.

FÖRÄNDRING EGET KAPITAL I KONCERNEN

| (msek) | 2024-10-01 | 2023-10-01 | 2024-01-01 | 2023-01-01 |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2024-12-31 | 2023-12-31 | 2024-12-31 | 2023-12-31 |
| Eget kapital vid årets början | 178,3 | 173,3 | 176,8 | 160,8 |
| Nyemissioner | 7 | - | 7 | 23,4 |
| Övrig justering | - | 3,1 | - | 3,1 |
| Periodens resultat | -9,6 | 0,4 | -8,0 | -10,5 |
| Eget kapital vid periodens slut | 175,7 | 176,8 | 175,7 | 176,8 |

KASSAFLÖDESANALYS KONCERNEN

| (msek) | 2024-10-01- | 2023-10-01 | 2024-01-01 | 2023-01-01 | |
|---|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|
| | 2024-12-31 | 2023-12-31 | 2024-12-31 | 2023-12-31 | |
| Den löpande verksamheten | | | | | |
| Rörelseresultat | | -2,8 | 2,7 | 2,8 | -5,7 |
| Ej kassaflödespåverkande poster: | | | | | |
| <i>Värdeförändring tilläggsköpeskilling</i> | | 11,6 | - | 11,6 | -12,0 |
| <i>Goodwill</i> | | 4,9 | 4,9 | 19,5 | 19,5 |
| <i>Kurdifferenser</i> | | -1,1 | - | -2,0 | -1,0 |
| Betalda räntor | | -1,8 | -1,5 | -4,9 | -5,0 |
| Betald skatt | | - | -1,4 | - | -1,4 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital | | 10,8 | 4,7 | 27,0 | -5,6 |
| Förändring rörelsefordringar | | 2,1 | 7,8 | -13,1 | 2,1 |
| Förändringar av rörelseskulder | | 20,5 | -2,4 | 13,3 | -7,8 |
| Kassaflöde från löpande verksamheten | | 33,4 | 10,1 | 27,2 | -11,3 |
| Kassaflöde från investeringsverksamheten | | -3,0 | -0,3 | -3,2 | -1,6 |
| <i>Finansieringsverksamheten</i> | | | | | |
| Amortering | | -11,3 | -1,3 | -4,4 | -6,9 |
| Nyemission | | - | - | - | 22,9 |
| Förändring av checkräkningskredit | | -14,5 | -5,2 | -15,3 | -6,1 |
| Kassaflöde från finansieringsverksamheten | | -25,8 | -6,5 | -19,7 | 9,9 |
| Periodens kassaflöde | | 4,6 | 3,3 | 4,3 | -3,0 |
| Likvida medel vid periodens början | | 12,0 | 9,0 | 12,3 | 15,3 |
| Likvida medel vid periodens slut | | 16,6 | 12,3 | 16,6 | 12,3 |