



SAMMANFATTNING AV KVARTALET 1 JULI TILL 30 SEPTEMBER 2022

- Koncernens nettoomsättning uppgick i kvartalet till 78,3 MSEK (31,9 MSEK), innebärande en tillväxt med 146% jämfört med motsvarande period föregående år.
- Den organiska tillväxten under kvartalet är 10% mot jämförbar period 2021.
- Bruttovinstmarginalen uppgick i kvartalet till 58% (69%).
- Kvartalets justerade EBITDA uppgick till 8,3 MSEK (3,5 MSEK), motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 10,6% (10,8%).
- Redovisad EBITDA uppgick till 8,0 MSEK (-2,8 MSEK), motsvarande en EBITDA-marginal om 10,2% (-8,6%) under det andra kvartalet 2022.
- Periodens resultat uppgick till 1,8 MSEK (-2,9 MSEK).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick 6,5 MSEK (-13,2 MSEK).
- Vinst per aktie 0,09 SEK (-0,02 SEK).

SAMMANFATTNING PERIODEN 1 JANUARI TILL 30 SEPTEMBER 2022

- Koncernens nettoomsättning uppgick i perioden till 200,5 MSEK (98,4 MSEK), innebärande en tillväxt med 104% jämfört med motsvarande period föregående år.
- Omsättningen mätt som proforma rullande 12 månader uppgick till 297 MSEK och justerat EBITDA 20,5 MSEK
- Bruttovinstmarginalen uppgick i perioden till 60% (68%).
- Periodens justerade EBITDA uppgick till 11,9 MSEK (13,5 MSEK), motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 6,0% (13,6%).
- Redovisad EBITDA uppgick till 8,1 MSEK (7,1 MSEK), motsvarande en EBITDA-marginal om 4,0% (7,2%) under det andra kvartalet 2022.
- Periodens resultat uppgick till -5,9 MSEK (4,6 MSEK)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick -8,2 MSEK (-14,8 MSEK)
- Vinst per aktie -0,28 SEK (0,03 SEK)

NYCKELTAL

Nyckeltal (MSEK)	2022-07-01	2021-07-01	2022-01-09	2021-01-01	2021-01-01
	2022-09-30	2021-09-30	2022-09-30	2021-09-30	2021-12-31
Nettoomsättning	78,3	31,9	200,5	98,4	146,4
Nettoomsättningstillväxt, %	146%	145%	188%	112%	62%
Bruttovinst	45,1	22,1	121,7	67,2	99,2
Bruttovinstmarginal, %	58%	69%	58%	68%	68%
Justerad EBITDA	8,3	3,5	11,9	13,5	20,0
Justerad EBITDA-marginal, %	11%	11%	6%	14%	14%
EBITDA	8,0	-2,8	8,1	7,1	12,6
EBITDA-marginal, %	10%	-9%	4%	7%	9%
Rörelseresultat (EBIT)	3,6	-3,6	-3,6	6,1	10,3
Rörelsemarginal, %	5%	-11%	-2%	6%	7%
Periodens resultat	1,8	-2,9	-5,9	4,6	9,3

KOMMENTAR FRÅN VD:

Det är mycket glädjande att kunna konstatera att Online Brands under Q3 fortsätter att leverera en tvåsiffrig organisk tillväxt på 10% och ett EBITDA-resultat om 8,3 Mkr (10,6% i EBITDA-marginal). Jag är stolt över hela Online Brands-teamet, som i en tid när inflation och osäkert marknadsklimat satt stor press på kundernas efterfrågan presterar ett försäljnings- och resultatmässigt mycket imponerande kvartal.

Det är tillfredsställande att se att alla bolag i gruppen växer och bidrar till det starka kvartalet. Särskilt värt att lyfta är att gruppens största vertikal Trendcarpet fortsätter att ta marknadsandelar i Europa, med en tillväxt på 19% för kvartalet. Att vi har ett positivt momentum i Online Brands verksamheter visar sig i också i nyckeltalen för Q3.

- Trots utmanande omvärldsfaktorer behåller vi en hög bruttomarginal på 57% (58% föregående år proforma).
- Justerat EBITDA-resultat ökar mot föregående år till 8,3 Mkr (redovisat justerat EBITDA-resultat för motsvarande period 3,5 Mkr) och stärks med eftertryck också mot årets två första kvartal.
- Trafiken till våra e-handelssidor ökar kraftigt, med 20% mot föregående år.
- Samtidigt som försäljningen växer med 10% mot föregående år ökar också antalet transaktioner under kvartalet, med 15%.

Den gynnsamma utvecklingen i besökare, försäljning, snittkvitto och transaktioner är en bekräftelse på att de koncerngemensamma insatser som har gjorts i gruppen för att migrera mot en ännu mer prestationsbaserad marknadsföring har varit framgångsrika.

Vi ser också att arbetet i att säkerställa att vi är följsamma i marknadens förändringar i valutaförutsättningar, råvaru- och fraktpriser har gynnat oss under kvartalet, vilket den i princip oförändrade bruttomarginalen mot föregående år visar. Det är en styrka att vi har ett sortiment, erbjudande och affärsmodell som möjliggör en flexibilitet i pris mot slutkonsument när varukostnaderna fluktuerat under kvartalet och året.

Samtidigt som Q3 är en framgång är vårt fokus riktat framåt. Vi kommer att fortsätta att ha en hög aktivitet i vår agenda för att utveckla våra verksamheter. Vi ser exempel på det kommande kvartal, då vi arbetar med att introducera större nyheter inom såväl sortiment som lansering av flera nya marknader för Online Brands bolag.

Vidare framåt kan jag också konstatera att de investeringar vi tagit under årets nio första månader i lager och logistik fortsätter under första halvan av Q4 för att sedan avta i intensitet under den avslutande delen av kvartalet, med den tydliga ambitionen av att se en stigande effektivitet i den delen av verksamheten från starten av 2023, vilket kommer att ha ett positivt genomslag på såväl försäljning som i kostnadsbesparing.

Samtidigt som vi har tilltro till våra satsningar och investeringar är vi också medvetna om de makroekonomiska förutsättningarna som råder. Vi har ögonen på kostnader, agerar med försiktighet och med ett fokus på kassaflöde, kapitalbindning och sunt risktagande. Vi har en intressant M&A-pipeline och fortsätter med att löpande utvärdera intressanta förvärv inom nya och befintliga vertikaler.

Med detta i beaktande har jag en stor tillit i att vi är väl positionerade för att hantera både de utmaningar och möjligheter som föreligger, när vi nu går in i årets mest säljintensiva månader.

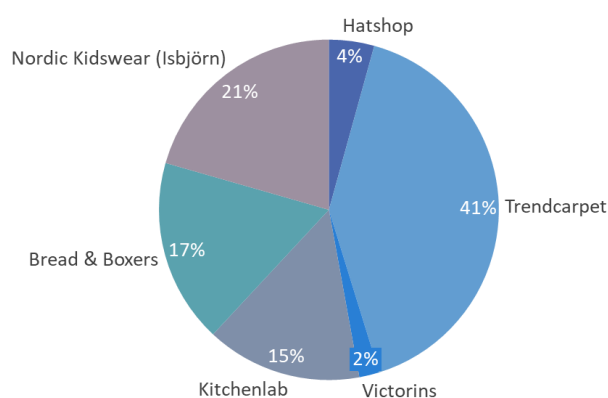
Magnus Skoglund
VD, Online Brands

KOMMENTARER TILL KONCERNENS UTVECKLING UNDER TREDJE KVARTALET 2022

NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT

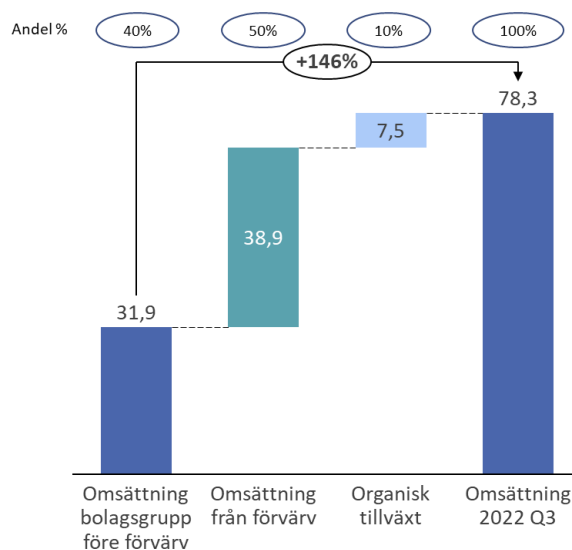
Koncernens nettoomsättning under det tredje kvartalet 2022 uppgick till 78,3 MSEK (31,9 MSEK) varav 41% eller 32,0 MSEK var hänförligt till Trendcarpet, 21% eller 16,1 MSEK var hänförligt till Nordic Kidswear (Isbjörn), 17% eller 13,7 MSEK till Bread & Boxers, 15% eller 11,6 MSEK till KitchenLab, 4% eller 3,4 MSEK till Hatshop och resterande 2% eller 1,5 MSEK var hänförligt till Victorins.

Fördelning av omsättning 2022 Q3



Nettoomsättningen om 78,3 MSEK i det tredje kvartalet 2022 motsvarar en tillväxt med 147% från motsvarande kvartal föregående år. Trots det rådande utmanande makroklimatet och de starka jämförelsetalen från föregående år som en effekt av utbrottet av Covid-19 fortsätter bolagsgruppen att påvisa tillväxt. Den organiska tillväxten för koncernen summeras till ca. 10% jämfört med samma period föregående år medan ca. 38.9m MSEK kommer från nya förvärv.

Omsättning motsvarande kvartal (MSEK)

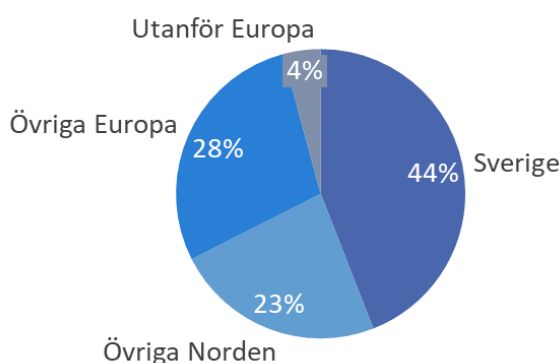


NETTOOMSÄTTNING FÖRDELAT PÅ GEOGRAFI OCH DISTRIBUTIONSKANAL

Koncernen uppvisar en väldiversifierad försäljning både geografiskt och per distributionskanal.

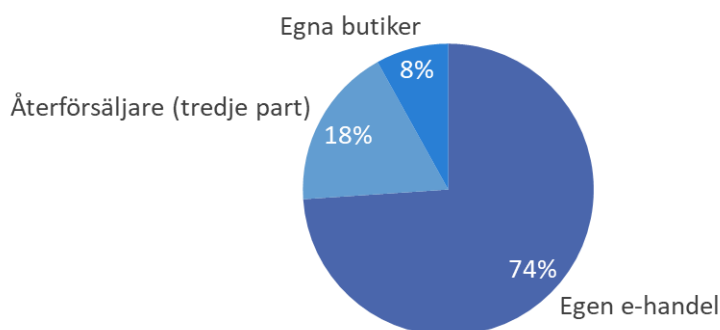
För första 9 månaderna 2022 är Sverige den viktigaste marknaden för koncernen omsättningsmässigt med ca. 44% följt av övriga Norden med ca. 23%, övriga Europa med ca. 28% och utanför Europa ca. 4%. Väldigt glädjande att se är att det största affärsområdet Trendcarpet uppvisar en starkt tillväxt i flera europeiska marknader däribland Tyskland växer med 37%.

Omsättning fördelat på länder (YTD 2022 Q3)



Avseende distributionskanal för koncernen som helhet så kommer ca 74% från egen e-handel, ca 18% från distribution via återförsäljare och ca 8% från egna fysiska butiker mätt för årets första 9 månader.

Omsättning fördelat på kanaler (YTD 2022 Q3)



BRUTTOVINST

Bruttovinsten för koncernen stiger under tredje kvartalet till 45 MSEK (22 MSEK) vilket är en tillväxt om 105% från motsvarande kvartal föregående år.

Bruttomarginalen sjunker till 58% för kvartalet jämfört med föregående period förra året då bruttomarginalen var 69%. Största drivaren är att det tillkommit dotterbolag till koncernen som har en annan affärsmodell och därmed lägre bruttomarginal än de bolag som fanns i gruppen föregående år.

OPERATIONELLA KOSTNADER

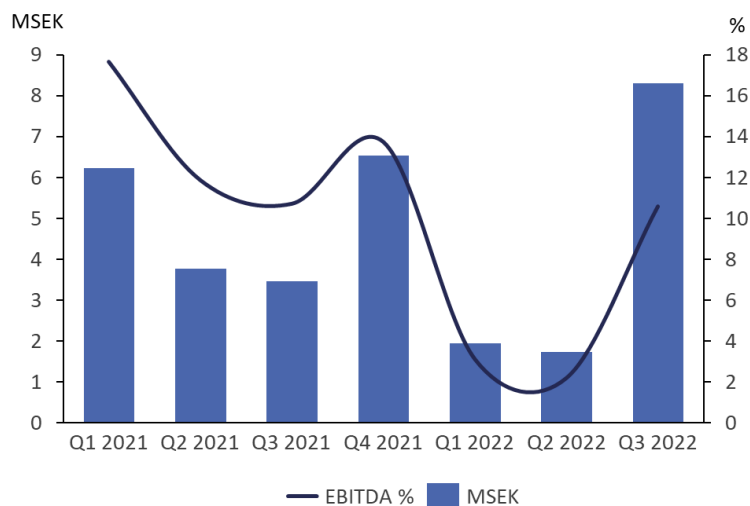
Koncernens operationella kostnader så som driftskostnader, personalkostnader och övriga externa kostnader stiger under kvartalet från 18,6 MSEK till 36,8 MSEK primärt hänförligt till nya dotterbolag som adderats till bolagsgruppen.

Jämfört med så som bolagsgruppen såg ut samma kvartal föregående år, stiger underliggande nivå för operationella kostnader från 18,6 MSEK till 21,6 MSEK.

RESULTAT OCH LÖNSAMHET

Redovisade rörelseresultatet före avskrivningar (EBITDA) uppgick till 8,0 MSEK (-2,8 MSEK) under det tredje kvartalet 2022 vilket motsvarar en EBITDA-marginal om 10,2% (-8,6%). Koncernens justerade EBITDA-marginal över de senaste fyra kvartalen, det vill säga Q4 2021 till Q3 2022, uppgår till 7,0%.

Redovisat Justerat EBITDA per kvartal (2021 Q1 – 2022 Q3)



FINANSIELL STÄLLNING OCH LIKVIDITET

- Koncernens egna kapital uppgår den 30 september 2022 till 173,3 MSEK (64,3 MSEK).
- Koncernens likvida medel uppgår den 30 september 2022 till 12,8 MSEK (0,5 MSEK) och 26,4 MSEK av Koncernens checkräkningskrediter om totalt 31,1 MSEK var utnyttjade.
- Kortfristiga skulder uppgick den 30 september 2022 till 98,7 MSEK (26,1 MSEK) vilket utöver checkräkningskrediten utgörs av icke räntebärande rörelseskulder.

KASSAFLÖDE OCH INVESTERINGAR

Kassaflödet från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital uppgick till 7,1 MSEK (7,9 MSEK). Inklusive förändring av rörelsekapital uppgick kassaflödet från den löpande verksamheten till 6,5 MSEK (-8,2 MSEK).

Det totala kassaflödet under Q3 2022 var 6,0 MSEK (-64,3 MSEK).

ANTALET AKTIER PER 2022-09-30 OCH RESULTAT PER AKTIE

Antalet aktier vid rapportperiodens slut uppgick till 21 008 125 st. (167 627 387 st.). Resultatet per aktie uppgick till 0,01 SEK (0,00 SEK).

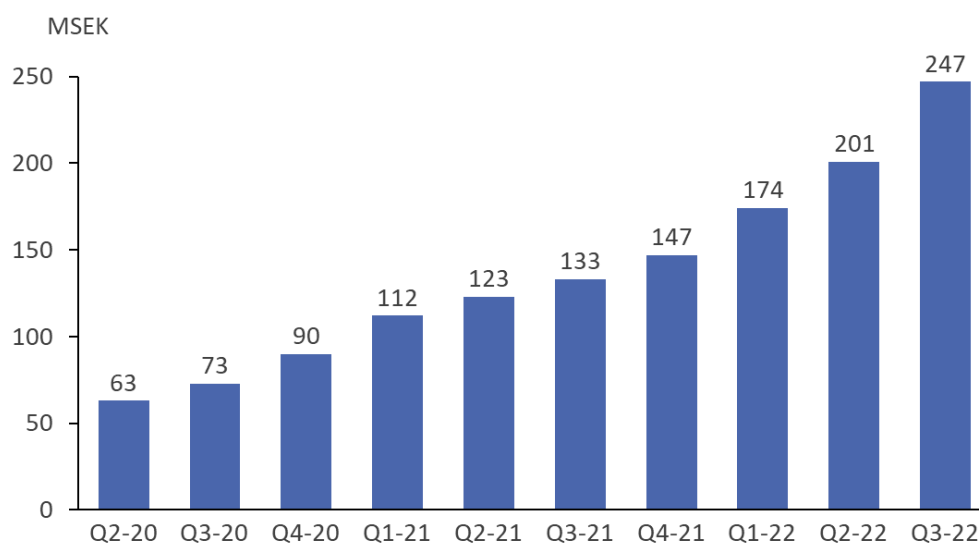
KOMMENTARER TILL KONCERNENS UTVECKLING UNDER SENASTE 12 MÅNADERNA

NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT RTM SEPTEMBER 2022

I diagrammet nedan visas utvecklingen av koncernens rullande 12 månaders (RTM) nettoomsättning. Under det senaste året har RTM nettoomsättning ökat från 133 MSEK vid utgången av september 2021 till 247 MSEK vid utgången av september 2022, en omsättningsökning med 85%.

Under de senaste två åren, från utgången av september 2020 och fram till utgången av juni 2022, har RTM nettoomsättning ökat från 73 MSEK till aktuella 247 MSEK, en ökning med hela 238%.

Nettoomsättning rullande 12 månader



ÖVRIG INFORMATION

VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER Q3 2022

- Inga väsentliga händelser har förekommit under perioden.

HÄNDELSER EFTER PERIODENS UTGÅNG

- Under början på 2022 Q4, annonserade en betydande kund till ett av dotterbolagen att de går in i en rekonstruktionsfas. Utkomsten av processen är vid offentliggörandet av den här rapporten osäker men kan betyda en kundförlust på upp till 3,2 MSEK som kan påverka 2022 Q4 alternativt 2023 H1.

NÄRSTÅENDETRANSAKTIONER

- Inga närståendetransaktioner har förekommit under rapportperioden.

UTSIKTER FÖR HELÅRET 2022

- Bolaget lämnar inga försäljnings- eller resultatprognoser.

KOMMANDE RAPPORTTILLFÄLLEN FÖR RÄKENSKAPSÅRET 2022

- Delårsrapport för perioden januari-december: 17 februari 2023

KOMMANDE RAPPORTTILLFÄLLEN FÖR RÄKENSKAPSÅRET 2023

- Delårsrapport för perioden januari – mars: 18 maj 2023
- Delårsrapport för perioden januari – juni: 24 augusti 2023
- Delårsrapport för perioden januari – september: 16 november 2023
- Delårsrapport för perioden januari – december: 22 februari 2024

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.

DET OMVÄNDA FÖRVÄRVETS INVERKAN PÅ FINANSIELLA RAPPORTER

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

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

Den tidigare Online Brands-koncernen inkluderas därför i koncernräkenskaperna först efter genomförandet av det omvända förvärvet i juli 2021 varför historiska jämförelsesiffror för H1 2021 enbart avser verksamheterna Trendcarpet och Hatshop som bedrivs i CaMa Gruppen AB.

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



MER OM ONLINE BRANDS NORDIC AB (PUBL)

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

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

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

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

KONTAKTINFORMATION

Magnus Skoglund, VD
magnus.skoglund@onlinebrands.se

Martin Carlsson, CFO
martin.carlsson@onlinebrands.se

POSTADRESS

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

RESULTATRÄKNING KONCERNEN

	2022-07-01	2021-07-01	2022-01-01	2021-01-01	2021-01-01
Resultaträkning Koncernen (MSEK)	2022-09-30	2021-09-30	2022-09-30	2021-09-30	2021-12-31
Rörelsens intäkter					
Nettoomsättning	78,3	32,4	199,6	98,9	146,4
Övriga rörelseintäkter	0,4	-0,5	0,9	-0,5	0
Summa intäkter	78,7	31,9	200,5	98,4	146,4
Rörelsens kostnader					
Handelsvaror	-33,6	-9,8	-78,8	-31,2	-47,2
Övriga externa kostnader	-27,8	-15,1	-82,6	-44,8	-65,8
Personalkostnader	-9,0	-3,5	-27,2	-8,9	-13,5
Justerad EBITDA (exklusive engångskostnader)	8,3	3,5	11,9	13,5	20,0
Engångskostnader för omvänt förvärv, lagerflytt m.m.	-0,3	-6,2	-3,8	-6,4	-7,4
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	8,0	-2,8	8,1	7,1	12,6
Avskrivningar materiella anläggningstillgångar	-0,2	-0,1	-0,5	-0,2	-0,5
Avskrivningar immateriella anläggningstillgångar	-4,2	-0,8	-11,2	-0,8	-1,7
Rörelseresultat (EBIT)	3,6	-3,6	-3,6	6,1	10,3
Ränteintäkter och liknande resultatposter	0,1	0,0	0,1	0,0	0,2
Räntekostnader och liknande resultatposter	-0,4	-0,1	-1,0	-0,1	-0,2
Resultat före skatt	3,3	-3,7	-4,5	5,9	10,3
Skatt på årets resultat	-1,5	0,7	-1,4	-1,4	-0,9
Periodens resultat	1,8	-2,9	-5,9	4,6	9,3
<i>Försäljningstillväxt</i>	146%	45%	103%	43%	62%
<i>Bruttovinstmarginal</i>	58%	69%	60%	68%	68%
<i>Justerad EBITDA-marginal (exkl. engångskostnader)</i>	11%	11%	6%	14%	14%
<i>Redovisad EBITDA-marginal</i>	10%	-9%	4%	7%	9%
<i>Resultat per aktie (SEK)</i>	0,09	- 0,02	- 0,28	0,03	0,48
<i>Antal aktier vid periodens utgång</i>	21 008 125	167 627 387	21 008 125	167 627 387	19 372 736
<i>Genomsnittligt antal aktier i perioden</i>	21 008 125	167 627 387	20 190 430	103 571 631	29 444 306

BALANSRÄKNING KONCERNEN

Balansräkning Koncernen (MSEK)	2022-09-30	2021-09-30	2021-12-31
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	148,0	36,6	35,6
Materiella anläggningstillgångar	2,3	1,2	1,7
Finansiella anläggningstillgångar	4,0	1,0	2,2
Summa Anläggningstillgångar	154,3	38,7	39,6
Omsättningstillgångar			
Varulager och förskott till leverantörer	94,7	43,0	44,3
Kundfordringar	31,0	4,9	8,7
Övriga kortfristiga fordringar	3,6	3,3	2,5
Upplupna intäkter och förutbetalda kostnader	3,4	1,8	2,7
Kortfristiga placeringar	0,0	0,0	-
Kassa och bank	12,8	0,5	66,2
Summa Omsättningstillgångar	145,5	53,5	124,4
Summa Tillgångar	299,8	92,2	164,0
Eget kapital och skulder			
Eget kapital			
Aktiekapital	97,2	0,1	97,2
Övrigt tillskjutet kapital	62,0	38,8	11,9
Balanserade vinstmedel och periodens resultat	14,1	25,4	19,8
Minoritetsintresse	0,0	0,0	0
Eget kapital	173,3	64,3	128,8
Avsättningar			
Avsättningar för uppskjuten skatt	3,3	1,6	2,3
Övriga avsättningar	0,4	0,0	-
Summa avsättningar	3,6	1,6	2,3
Långfristiga skulder			
Långfristiga skulder till kreditinstitut	19,8	0,0	-
Uppskattade framtida TKS:er	4,4	0,0	-
Summa långfristiga skulder	24,1	0,0	-
Kortfristiga skulder			
Kortfristig del av skulder till kreditinstitut	4,9	0,0	-
Checkräkningskredit	26,4	3,3	4,2
Leverantörsskulder	24,2	12,5	12,8
Skatteskulder	3,4	2,8	2,8
Övriga kortfristiga skulder	27,9	5,8	10,5
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	11,9	1,7	2,6
Summa kortfristiga skulder	98,7	26,1	32,9
Summa Eget kapital och skulder	299,8	92,1	164,0
<i>Ställda säkerheter</i>	<i>38,6</i>	<i>38,6</i>	<i>16,4</i>

FÖRÄNDRING EGET KAPITAL I KONCERNEN

Förändring av eget kapital i Koncernen (MSEK)	2022-07-01	2022-01-01	2021-01-01
	2022-09-30	2022-09-30	2021-12-31
Eget kapital vid periodens början	171,4	128,8	23,2
Nyemissioner	0	50,3	70
Utdelning	0	0,0	-12,6
Apportemission vid omvänt förvärv	0	0,0	38,9
Periodens resultat	1,9	-5,7	9,3
Eget kapital vid periodens utgång	173,3	173,4	128,8

KASSAFLÖDESANALYS KONCERNEN

Kassaflödesanalys Koncernen (MSEK)	2022-07-01	2022-01-01	2021-01-01
	2022-09-30	2022-09-30	2021-12-31
Den löpande verksamheten			
Rörelseresultat	3,6	-3,6	10,3
Ej kassaflödespåverkande poster	4,4	11,7	2,3
Betald skatt	-0,9	-0,2	-0,7
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	7,1	7,9	11,9
Förändringar av rörelsekapital	-0,6	-16,1	-20,0
Kassaflöde från den löpande verksamheten	6,5	-8,2	-8,1
Kassaflöde från investeringsverksamheten	0	-156,8	9,2
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-0,5	100,7	60,1
Periodens kassaflöde	6	-64,3	61,2
Likvida medel vid periodens början	6,8	66,2	2,5
Periodens kassaflöde	6	-64,3	61,2
Likvida medel tillförda vid företagsförvärv	0	10,9	2,5
Likvida medel vid periodens slut	12,8	12,8	66,2

PROFORMA RESULTAT FÖR NUVARANDE ONLINE BRANDS-KONCERN

	2022-07-01	2022-01-01	2021-10-01
RESULTATRÄKNING - PROFORMA (MSEK)	2022-09-30	2022-09-30	2022-09-30
Nuvarande Online Brands-koncernen	3 mån	9 mån	12 mån
Nettoomsättning	78,3	208,8	294,5
Övriga rörelseintäkter	0,4	0,9	2,5
Summa intäkter	78,7	209,7	297,0
Handelsvaror	-33,6	-83,3	-120,8
Övriga externa kostnader	-27,8	-85,1	-114,3
Personalkostnader	-9,0	-28,9	-41,4
EBITDA (exkl. engångsposter)	8,3	12,4	20,5
<i>Bruttovinstmarginal</i>	<i>57,1%</i>	<i>60,0%</i>	<i>58,8%</i>
<i>EBITDA-marginal (justerad)</i>	<i>10,6%</i>	<i>5,9%</i>	<i>7,0%</i>