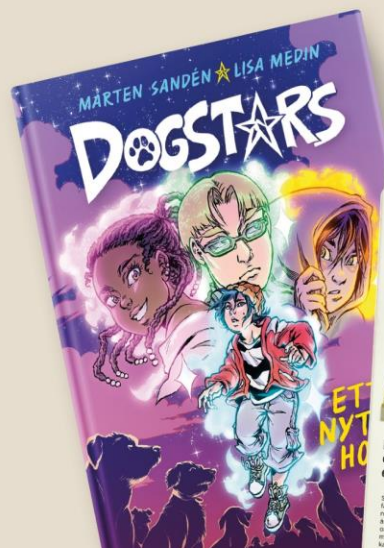


**Kvartalspresentation för andra kvartalet 2022**  
**Maria Edsman, VD**  
**Jane Jangenfeldt, CFO**



## Q2 I KORTHET

- Ökad omsättning drivet av stark butiksförsäljning som överträffar minskning i online. Kanalmix nästan tillbaka på nivåer före pandemin.
- Stärkta bruttomarginaler i alla segment plus positiv effekt från ökad andel butik.
- Satsning på onlinekanalerna inklusive varumärke fortsatte och medförde viss negativ påverkan på kvartalets lönsamhet.



# OMSÄTTNINGSTILLVÄXT OCH STARK BRUTTOVINSTUTVECKLING

Omsättningstillväxt

**2,1%**

(Q2 2022 VS Q2 2021)

Bruttovinststillväxt

**12,0%**

(Q2 2022 VS Q2 2021)

Förändring EBITA\*

**-4,4 MSEK**

(Q2 2022 VS Q2 2021)

EBITA-marginal R12\*

**5,8%**

\*Justerat för jämförelsestörande poster



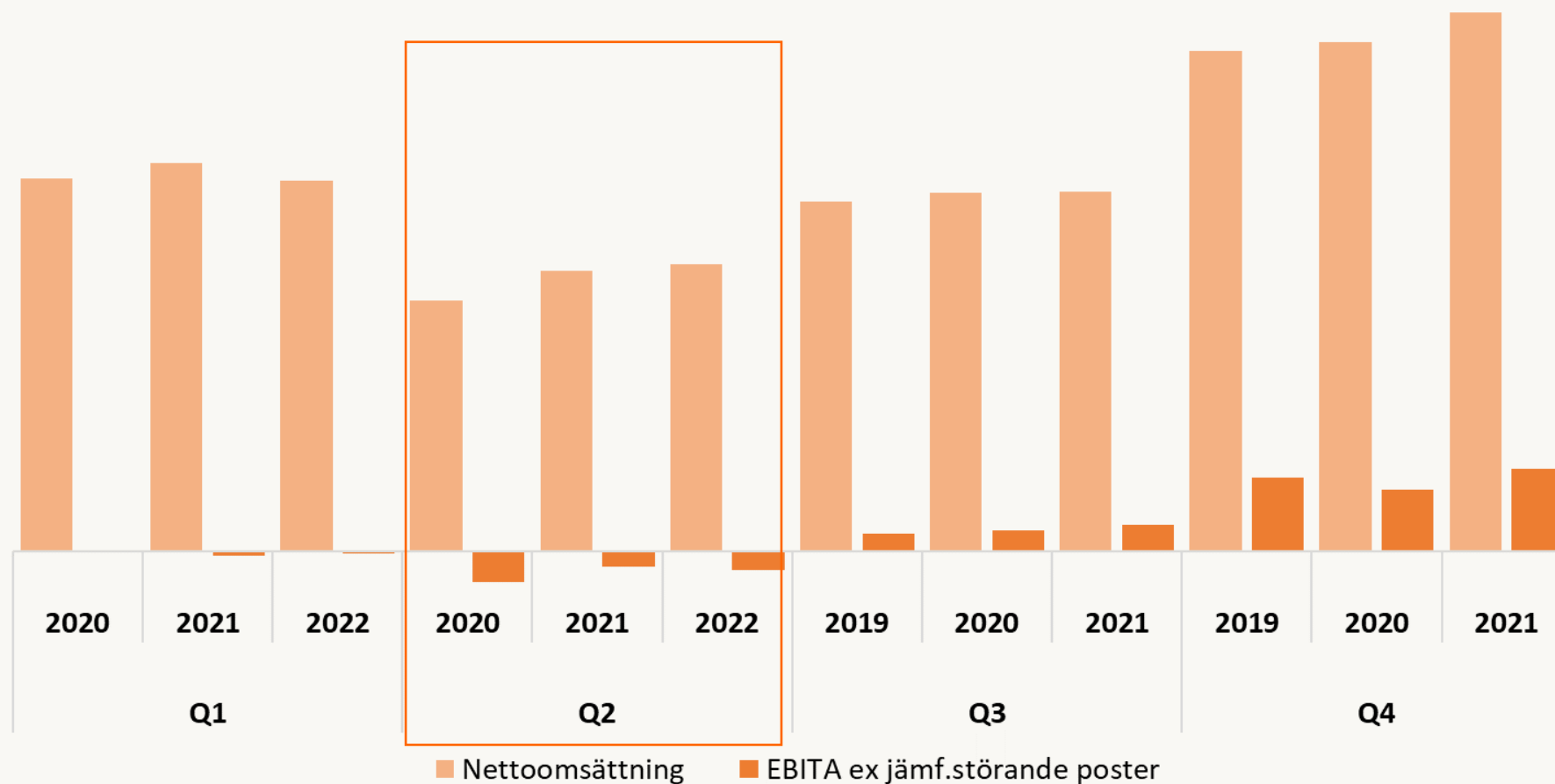
## VÄSENTLIGA HÄNDELSER I Q2

- Den strategiskt viktiga flytten för e-handelslogistik till nya partnern Almroths genomfördes framgångsrikt i slutet av kvartalet.
- Pensionsåterbetalningar från Folksam och Pensionsvalet om sammanlagt 26,3 MSEK erhöles i kvartalet.
- Ola Maalsnes utsågs till ny CFO på Bokusgruppen med tillträde i oktober.



# Q2 ÄR ÅRETS MINSTA KVARTAL OCH ETT NEGATIVT RESULTAT ÄR I LINJE MED SÄSONGSVARIATIONEN

## NETTOOMSÄTTNING OCH EBITA PER KVARTAL



# RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG

MSEK	Kvartal			Period		
	2022 Apr-Jun	2021 Apr-Jun	Förändring	2022 Jan-Jun	2021 Jan-Jun	Förändring
<b>Nettoomsättning</b>	341,5	334,4	2,1%	782,2	796,3	-1,8%
<b>Bruttomarginal, %</b>	41,3%	37,7%	+3,6 p.e	38,6%	34,7%	+3,9 p.e
<b>EBITA</b>	4,9	-16,7	+21,6 MSEK	4,5	-19,0	+23,5 MSEK
<b>EBITA exkl jämförelsestörande poster</b>	-21,6	-17,2	-4,4 MSEK	-23,8	-22,5	-1,3 MSEK
<b>Periodens resultat</b>	-7,4	-25,8	+18,4 MSEK	-17,9	-41,0	+23,1 MSEK



EBITA marginal  
Q2 2022 R12

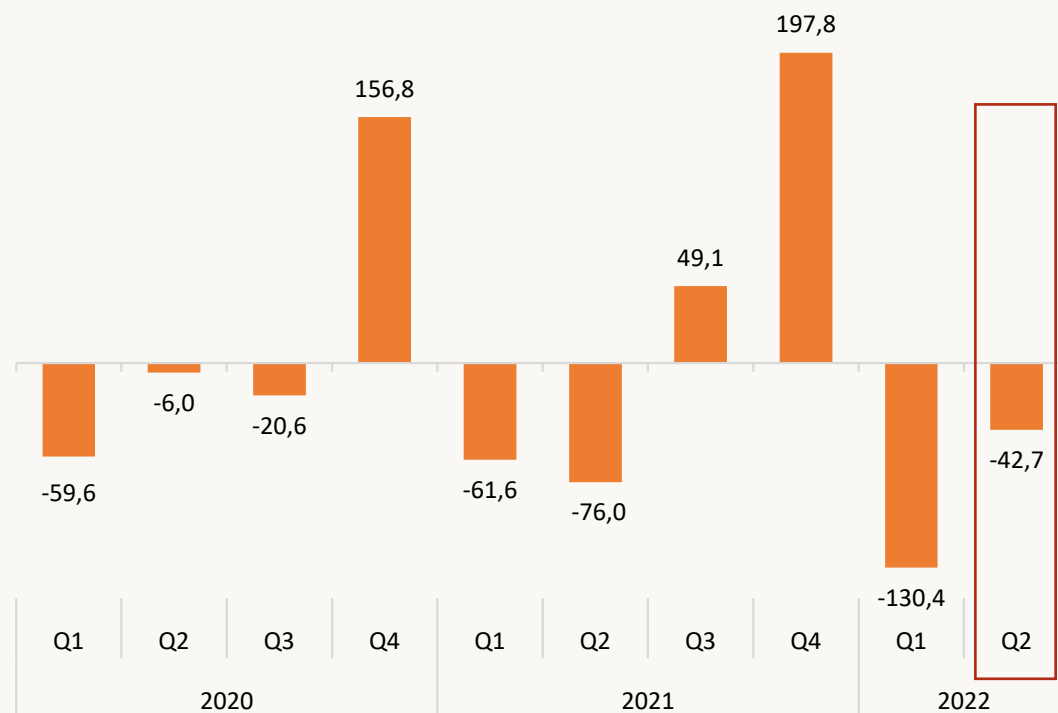
8,0%

EBITA marginal exkl.  
jämförelsestörande  
poster Q2 2022 R12

5,8%

# STARK BALANSRÄKNING - KASSAFLÖDET PÅVERKAT AV PENSIONSÅTERBETALNING

## JUSTERAT OPERATIVT KASSAFLÖDE\* PER KVARTAL (MSEK 2020 - 2022)



## NETTOSKULD/JUSTERAD EBITDA Q2 2022 R12

**0,6x**

(2021: 1,4x)

## SOLIDITET 2022-06-30

**48,1%**

(2021: 45,0%)

\*Justerat operativt kassaflöde; avser operativt kassaflöde minus utbetalningar avseende amortering av leasingkulder (butikshyror)

# BOKUSGRUPPENS TRE VARUMÄRKEN OCH SEGMENT

The logo for 'bokus' is written in a bold, lowercase, orange sans-serif font.The logo for 'bokus play' features the word 'bokus' in a smaller orange font above the word 'play' in a larger orange font. To the right of 'play' is a large orange circle containing a white play button icon.

E-handel med över **10 miljoner** fysiska och digitala boktitlar, smidig kundupplevelse och låga priser.

Tillhör segment:  
Bokus Online

Abonnemangstjänst för ljud- och e-böcker med över **60 000 boktitlar**.

Tillhör segment:  
Bokus Online

Butiksnät om **95 butiker** och en växande e-handel. Sortiment inom böcker, samt det övriga sortimentet Skriva Spela Skapa.

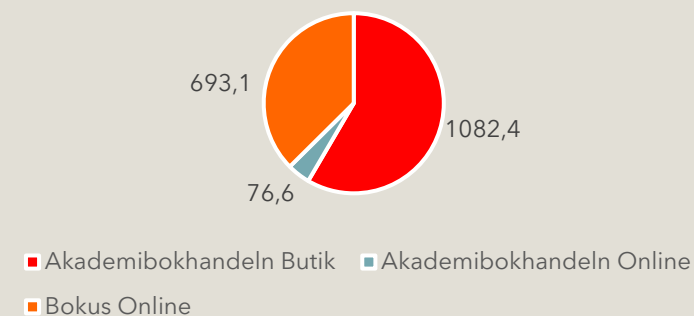
Tillhör segment:  
Akademibokhandeln  
Online och Butik



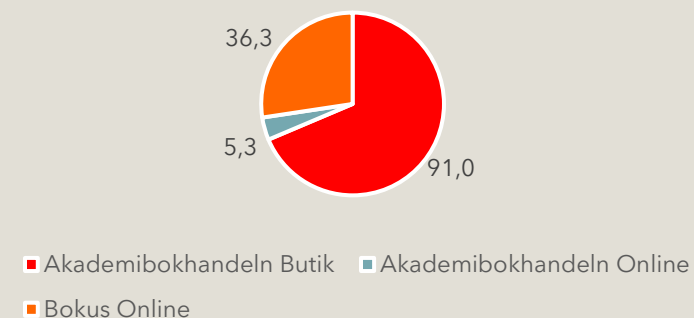
# ALLA SEGMENT LÖNSAMMA R12

		Kvartal		R12
		2022	2021	2021/22
		Apr-Jul	Apr-Jul	Jul-Jun
<b>Bokus Online</b>	Omsättningstillväxt, %	-13,3%	11,3%	-10,3%
	EBITA-marginal, %	-1,5%	3,3%	5,2%
<b>Akademibokhandeln Online</b>	Omsättningstillväxt, %	-9,7%	5,7%	-9,7%
	EBITA-marginal, %	-9,6%	7,4%	6,9%
<b>Akademibokhandeln Butik</b>	Omsättningstillväxt, %	16,0%	13,2%	11,5%
	EBITA-marginal, %	-6,6%	-10,5%	8,4%

## Omsättning R12: 1 852,1 MSEK

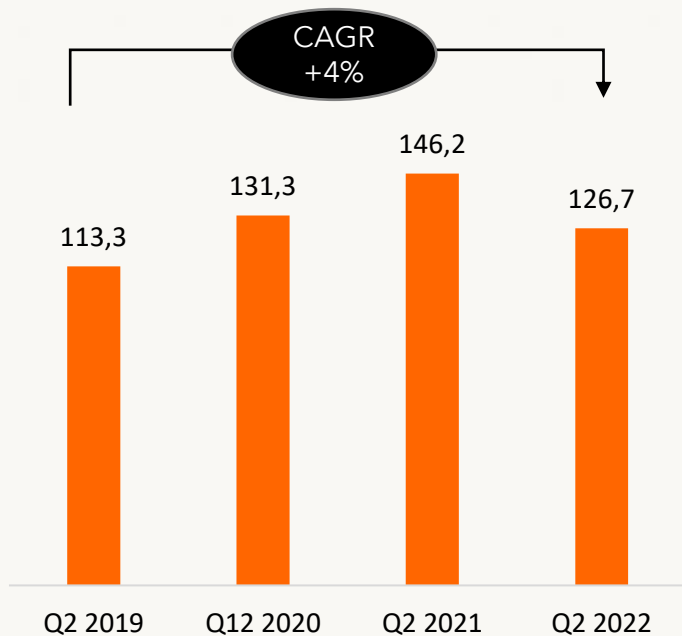


## EBITA R12, exkl. centrala funktioner: 132,6 MSEK

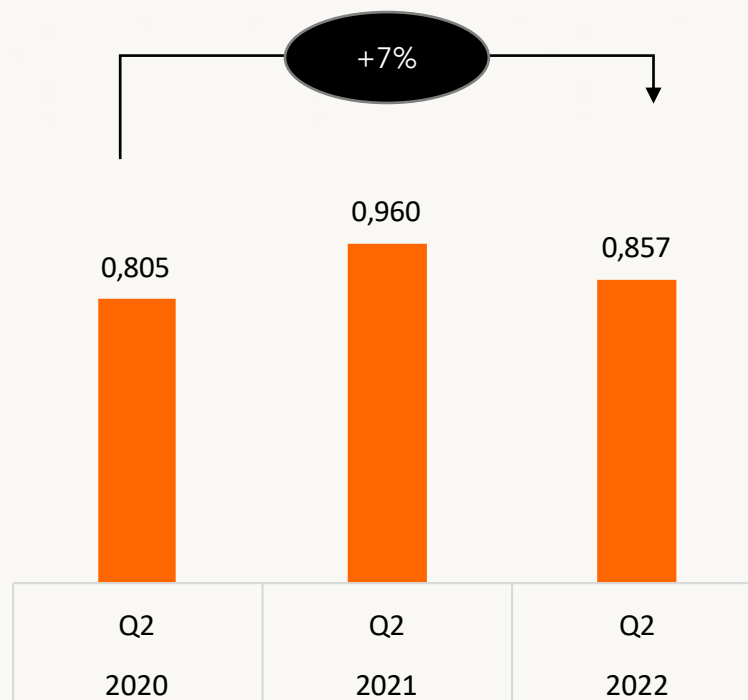


# BOKUS ONLINE - STABIL TILLVÄXT ÖVER TID OCH ÖKAD KUNDNÖJDHET

Nettoomsättning Bokus Online  
(MSEK Q2 för 2019 - 2022)



Antal aktiva kunder på bokus.com  
(Miljontals kunder Q2 för 2020 - 2022)



CAGR = Genomsnittlig årlig tillväxttakt

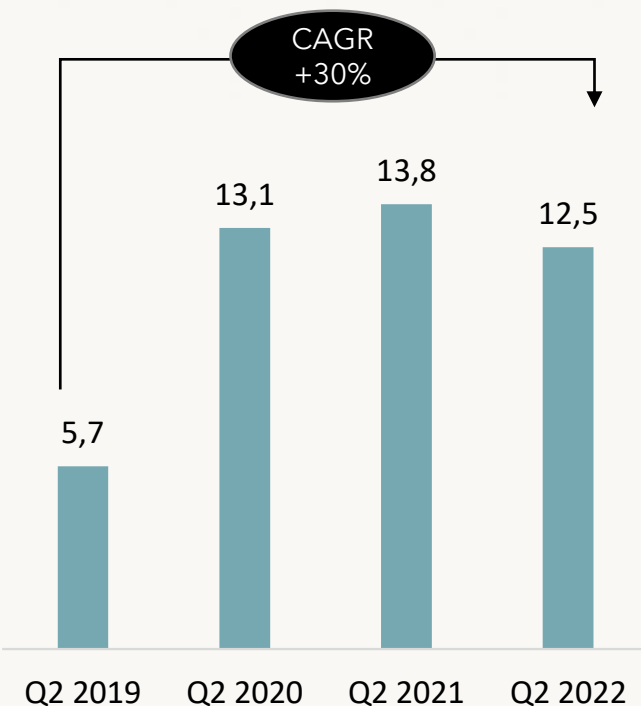


NPS (rekommendationsvilja hos kunderna)

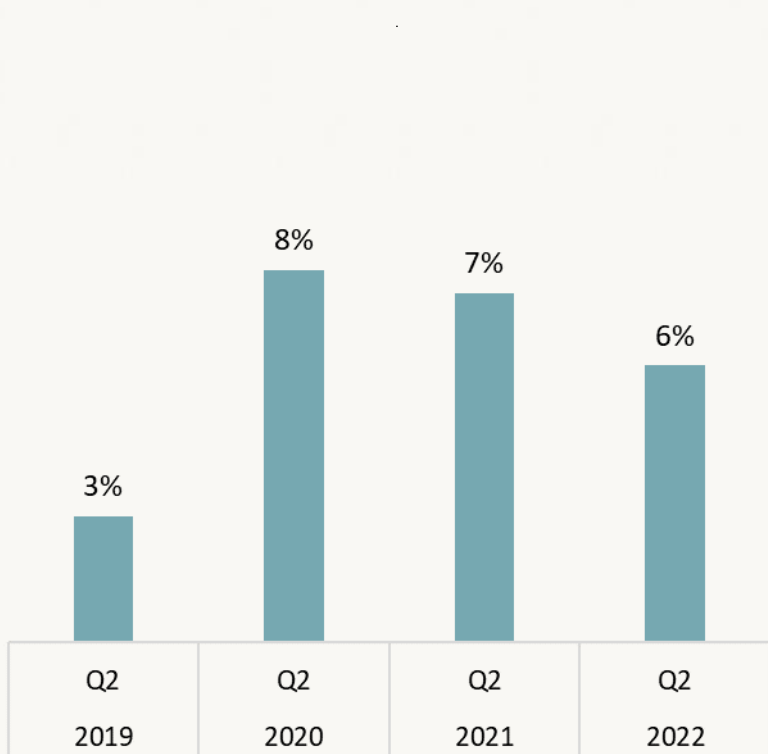


# AKADEMIBOKHANDELN ONLINE - HÖG TILLVÄXT ÖVER TID

Nettoomsättning Akademibokhandeln Online (MSEK Q2 för 2019 - 2022)



Andel försäljning online av total försäljning Akademibokhandeln (Butik + Online) (% Q2 för 2019 - 2022)



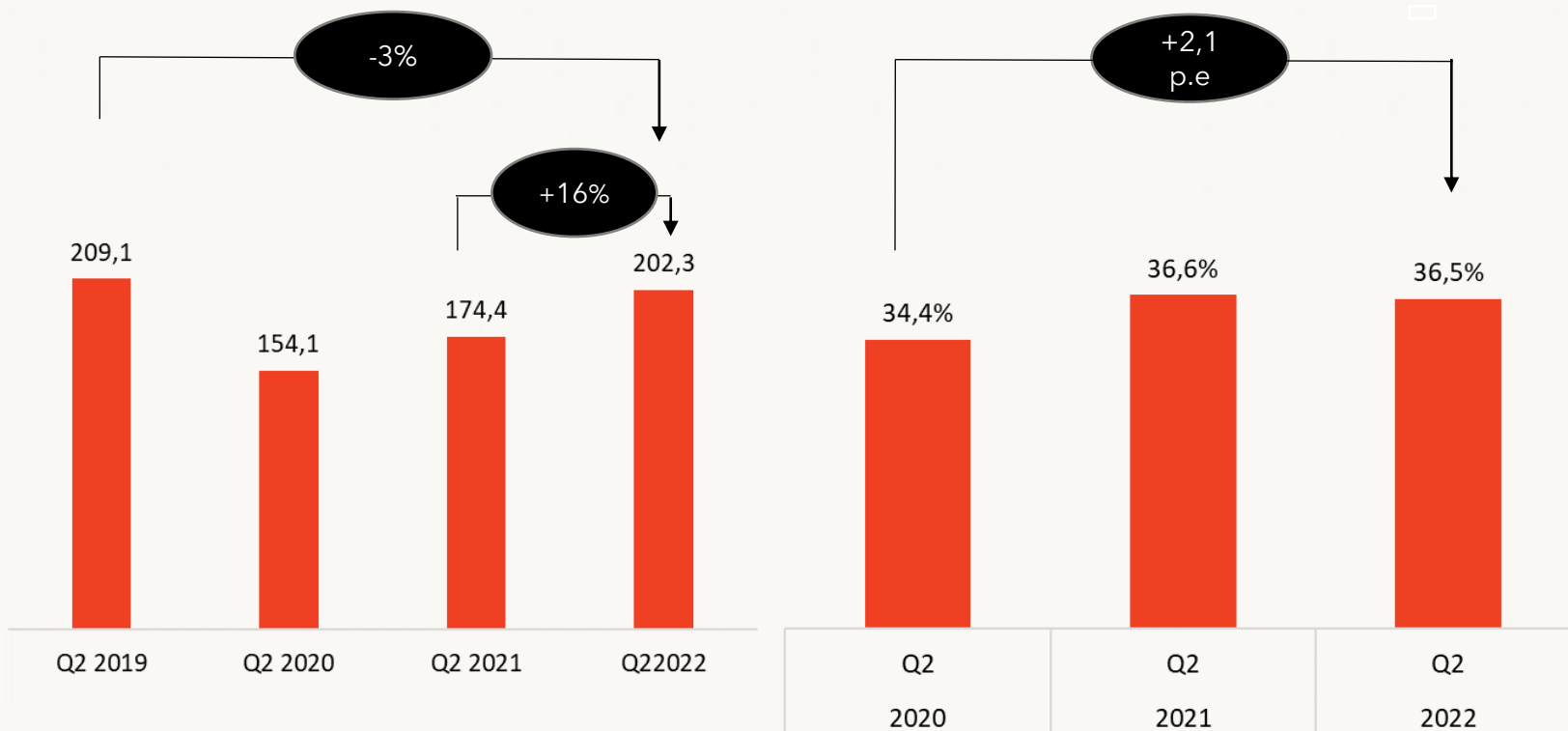
Under andra kvartalet stod sortimentet Skriva Spela Skapa för 6 procent av den totala försäljningen på akademibokhandeln.se



# AKADEMIBOKHANDELN BUTIK - STARK ÅTERHÄMTNING

Nettoomsättning Akademibokhandeln Butik (MSEK Q2 för 2019 - 2022)

Andel Skriva Spela Skapa av total butiksförsäljning (% Q2 för 2020 - 2022 R12)



## Framgångsrik Bokus Play-kampanj i Akademibokhandeln butik



## NPS (rekommendationsvilja hos kunderna)



# UTVECKLING I LINJE MED VÅRA FINANSIELLA MÅL

MÅL  
3-5 ÅR

+10%  
i snitt per år



I nivå med  
ekonomin



6%



## NETTOOMSÄTTNINGSTILLVÄXT ONLINE

(Q2 2020 R12 - Q2 2022 R12)

CAGR  
+11%

## NETTOOMSÄTTNINGSTILLVÄXT BUTIK

(Q2 2020 R12 - Q2 2022 R12)

CAGR  
-1%

## EBITA-MARGINAL

(Q2 2022 R12)

8,0%\*

\*Justerat för jämförelsestörande \*poster är EBITA-marginalen 5,8%

## UTSIKTER

- Vi ser fram emot höstens försäljnings- och resultatstarka månader med en restriktionsfri butikshandel och förbättrat leveranserbjudande för våra e-handelskunder.
- Påbörjade satsningar inom onlinekanalerna fortsätter under året.
- Ett turbulent omvärldsläge påverkar oss i form av högre inköpspriser, elpriser och transportkostnader och stort fokus ligger på att parera ökade kostnader.



## Q2 I KORTHET

- Ökad omsättning drivet av stark butiksförsäljning som överträffar minskning i online. Kanalmix nästan tillbaka på nivåer före pandemin.
- Stärkta bruttomarginaler i alla segment plus positiv effekt från ökad andel butik.
- Satsning på onlinekanalerna inklusive varumärke fortsatte och medförde viss negativ påverkan på kvartalets lönsamhet.



# KONTAKTUPPGIFTER



**Maria Edsman**

**CEO**

maria.edsman@bokusgruppen.com

+46768882610



**Jane Jangefeldt**

**CFO**

jane.jangefeldt@bokusgruppen.com

+46706049038



# APPENDIX

# DET HÄR ÄR BOKUSGRUPPEN



## VÅR VISION

Läsglädje för alla, varje dag!

## VÅR AFFÄRSIDÉ

Utifrån kundernas behov och preferenser skapar vi fysiska och digitala mötesplatser och försäljningskanaler där vi guidar och inspirerar till läsglädje, lärande, kreativitet och köp. Via ett stort butiksnät i hela landet, e-handel samt digital abonnemangstjänst har vi de bästa förutsättningarna att nå ut brett till Sveriges befolkning.

## VÅRT MÅL

Att vara kundernas förstahandsval.