



RUSTA

2026-09-11 06:29 UTC

AKTIEBRIEF

Aktiebrief: Rusta

2026-09-11

1. Bolaget i korthet

Rusta är en nordisk lågprisdetaljhandlare som säljer ett brett sortiment av hem-, säsong-, fritids- och förbrukningsvaror till främst privatkunder (B2C) via varuhus och e-handel i Sverige, Norge, Finland och Tyskland. Bolaget grundades 1986 med sitt första varuhus i Gävle och har vuxit organiskt från en enskild butik till en nordisk varuhuskedja, med inträde på den norska marknaden 2014 och senare Finland och Tyskland, och har huvudkontor i Upplands Väsby. Sedan 2023 handlas aktien på Nasdaq Stockholm, Mid Cap-segmentet (RUSTA).

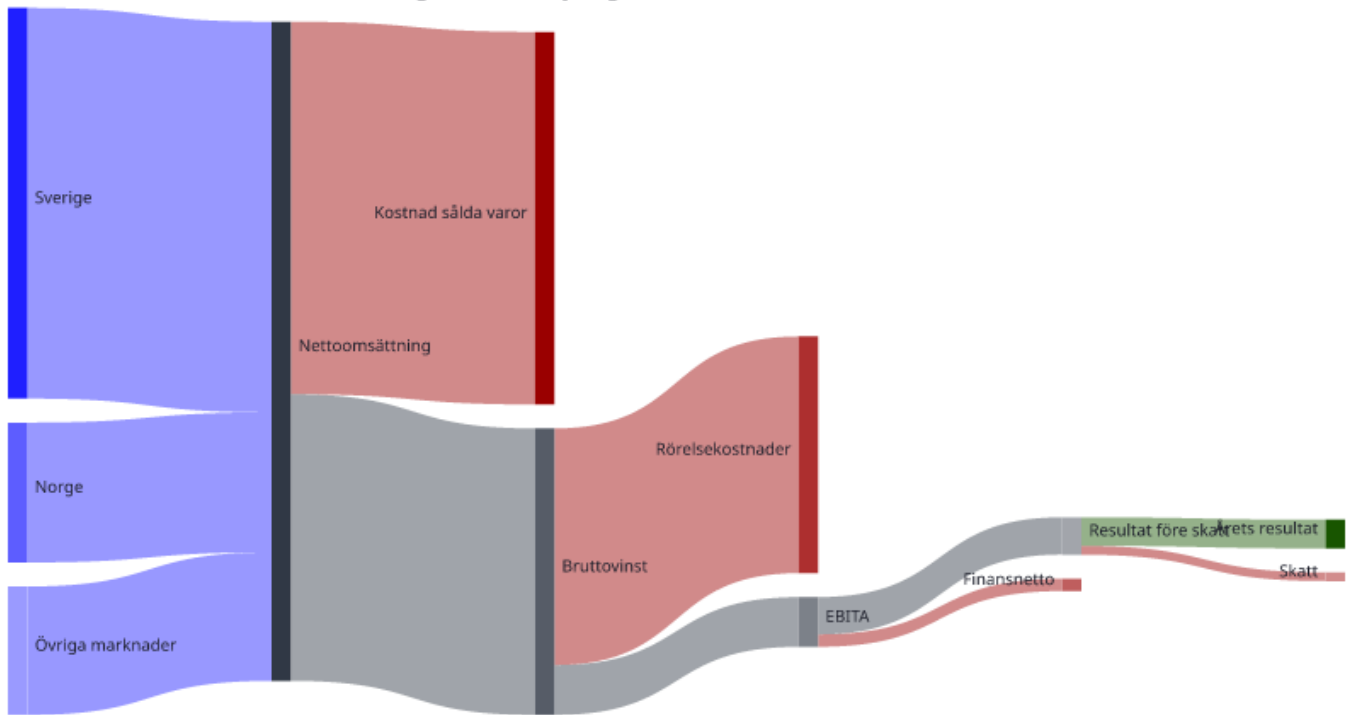
HUVUDKONTOR	GRUNDAT	MARKNADSVÄRDE	ANSTÄLLDA
Upplands Väsby	1986 UPPSALA	~12,2 MD-SEK PER SEP 2026	5 964 31 JUL 2026

2. Affärsmodell: så tjänar bolaget pengar

Rusta tjänar pengar på att köpa in stora volymer av ett fokuserat sortiment på cirka 6 000 artiklar i fem kategorier (heminredning, förbrukningsvaror, säsongvaror, fritid och DIY) och sälja dem till låga priser i egna varuhus samt online på samtliga marknader. Modellen bygger på hög kontroll över värdekedjan med centraliserad produktutveckling, en hög andel private label (egna varumärken) och direktinköp utan mellanhänder via egna inköpskontor i Sverige, Kina, Indien, Vietnam och Turkiet. Cirka 40% av produkterna köps i Asien, merparten i Kina.

Kapitalprofilen är relativt lätt på produktledet, eftersom tillverkningen är utlagd på externa leverantörer, medan Rusta själv driver ett automatiserat centrallager i Norrköping och hyr sina varuhuslokaler (redovisas som leasing enligt IFRS 16). Ett nytt varuhus har enligt bolaget en genomsnittlig återbetalningstid på cirka 12 månader, vilket möjliggör självfinansierad expansion. Varuhusen står för merparten av försäljningen, med e-handeln (Rusta Online) som en mindre men växande kanal. Verksamheten är säsongberoende: första kvartalet (maj-juli, sommar) och tredje kvartalet (november-januari, jul) är de största, medan fjärde kvartalet (februari-april) är det minsta.

Från segmentsförsäljning till resultat, helåret 2025/26 (MSEK)



3. Senaste rapporten: finansiell och operationell översikt

NETTOOMSÄTTNING	EBITA-MARGINAL	RESULTAT/AKTIE
3 489 MSEK	9,5%	1,4 SEK
+9,9% Y/Y (Q1'26)	+0,6 PP (Q1'26)	+23,9% Y/Y (Q1'26)

Under första kvartalet 2026/27 (maj-juli 2026) ökade nettoomsättningen till 3 489 MSEK (Q1'26: 3 174), en ökning med 9,9%. Exklusive valutaeffekter var ökningen 8,7% och den jämförbara tillväxten 2,2%. Samtliga tre segment ökade försäljningen, drivet av fler kunder, högre konvertering och ett stigande snittkvitto. Bruttomarginalen ökade med 1,7 procentenheter till 44,3% (Q1'25/26: 42,6%), enligt bolaget till följd av sortimentsförnyelse och valutaeffekter från en starkare svensk krona mot dollarn och en starkare norsk krona. EBITA uppgick till 330 MSEK (Q1'25/26: 280), motsvarande en EBITA-marginal på 9,5% (8,8%), och kvartalets resultat till 216 MSEK (Q1'25/26: 174). Resultat per aktie var 1,4 SEK (Q1'25/26: 1,1).

Sverige är det största segmentet och bär den högsta lönsamheten: nettoomsättning 1 958 MSEK (+6,6%) med en EBITA-marginal exkl. IFRS 16 på 21,4%. Norge omsatte 741 MSEK (+7,0% exkl. valuta) med 13,7% marginal, medan Övriga marknader (Finland, Tyskland och all e-handel) hade den högsta totala tillväxten (+13,2% exkl. valuta) men den lägsta marginalen, 6,2%, en ökning från 3,7% i Q1'25/26. Bolaget beskriver konsumentmarknaden som försiktig,

särskilt i Finland och Tyskland. Antalet varuhus var 244 vid periodens slut (Q1'25/26: 225) och Club Rusta passerade 7,1 miljoner medlemmar.

Kassaflödet från den löpande verksamheten ökade till 758 MSEK (Q1'25/26: 472), enligt bolaget drivet av ett stärkt rörelsekapital och högre lönsamhet; investeringskassaflödet var -122 MSEK (Q1'25/26: -102) till följd av fler varuhusöppningar. Per 31 juli 2026 hade koncernen en nettokassa exkl. IFRS 16 på 587 MSEK (nettoskuld/EBITDA exkl. IFRS 16 på -0,57) och outnyttjade krediter på 1 100 MSEK; soliditeten exkl. IFRS 16 var 52,1%. Inklusive leasing uppgick nettoskulden till 4 819 MSEK. Framåt uppger bolaget att geopolitisk oro väntas ge högre inköps- och fraktkostnader från slutet av andra kvartalet, men att valutaeffekter förväntas väga upp detta, och att den höga expansionstakten under hösten kortsiktigt kan öka kostnaderna. Under kvartalet skedde ett VD-skifte då Cathrine Wigzell tillträdde den 1 juni 2026 och efterträdde Göran Westerberg, och bolaget tecknade avtal med Infor om ett nytt affärssystem med driftsättning planerad till 2028. Inga väsentliga händelser rapporterades efter periodens utgång.

"

Vi går nu in i höstmånaderna med en rekordstor kundbas och en konkurrenskraftig prisposition. Med vår starka balansräkning fortsätter vi att investera för framtiden genom låga priser, ökad effektivitet och fler varuhus.

Cathrine Wigzell
, VD, Rusta AB · Q1 26/27-rapporten

4. Marknad och trender

Rusta verkar på den nordiska lågpris- och variety-marknaden, en bred detaljhandelsnisch där ett stort, föränderligt sortiment av vardagsvaror säljs till pressade priser. Enligt bolaget växer lågprishandeln snabbare än detaljhandeln i stort och har historiskt visat sig motståndskraftig i sämre tider, eftersom prismedvetna kunder söker sig till segmentet både i upp- och nedgång. Detta är den enskilt viktigaste strukturella drivkraften för Rusta: en marknad vars efterfrågan är relativt konjunkturstabil och där kundattityden till lågpris blir allt mer positiv, vilket ger Rusta utrymme att ta både marknadsandel och nya varuhuslägen samtidigt.

Geografiskt är Sverige den största marknaden, följt av Norge, medan Finland och Tyskland är mindre och mindre mogna. Rusta konkurrerar med både nordiska och internationella aktörer, exempelvis Jula, ÖoB/Dollarstore, Biltema och Clas Ohlson i Sverige, Europris, Nille och Normal i Norge, samt den snabbt expanderande europeiska lågpriskedjan Action. De strukturella drivkrafterna är:

- Strukturellt växande och konjunkturstabil efterfrågan på prisvärda vardagsvaror.

- Fortsatt fysisk varuhusexpansion i Norden och på tidiga marknader (Finland, Tyskland) där lågprispenetrationen är lägre.
- Ökad andel private label och direktinköp, som ger kontroll över pris, kvalitet och marginal.
- Digitalisering av kundrelationen via lojalitetsprogram (Club Rusta) och e-handel, som driver återkommande köp.
- Konsolidering och intåg av stora internationella lågprisaktörer, som skärper konkurrensen om lägen och kunder.

5. Tillväxt drivare och risker

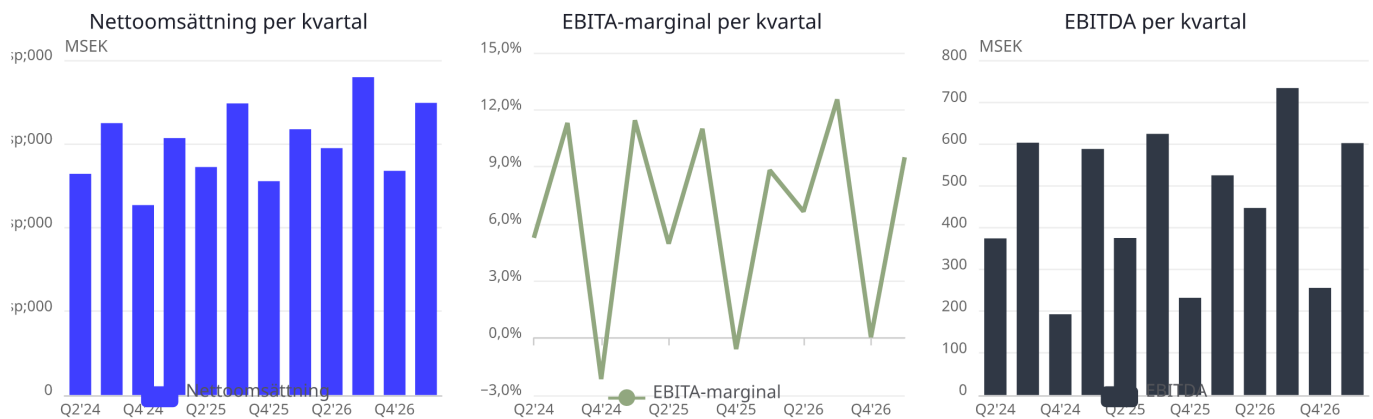
Tillväxt drivare

- Varuhusexpansion: Guidning om 65-80 nya varuhus under 2026/27-2028/29, med kort återbetalningstid (~12 månader per varuhus).
- Jämförbar tillväxt från det uppdaterade varuhuskonceptet, som enligt bolaget lyfter jämförbar försäljning med cirka 1,5-2,0 procentenheter där det rullats ut.
- Sortimentsförnyelse och högre andel private label, som stärker bruttomarginalen (44,3% i Q1'26/27).
- Club Rusta (7,1 miljoner medlemmar), där medlemmar handlar oftare och för högre belopp.
- Lönsamhetsvändning i Övriga marknader (Finland/Tyskland/online), där EBITA-marginalen exkl. IFRS 16 steg till 6,2% i Q1'26/27.

Risker

- Valutarisk: Inköp i USD (cirka 40% av varorna från Asien) mot försäljning i SEK/NOK/EUR skapar transaktionsrisk mot bruttomarginalen; Rusta terminssäkrar delvis USD.
- Konjunktur- och köpbeteenderisk: Försiktiga konsumenter, särskilt i Finland och Tyskland, kan dämpa jämförbar försäljning.
- Konkurrensrisk: Inträde av stora internationella lågprisaktörer kan pressa marknadsposition och marginaler.
- Leverantörs- och logistikrisk: Beroende av asiatiska leverantörer och av centrallagret i Norrköping gör kedjan känslig för störningar och högre fraktkostnader.
- Exekveringsrisk: Hög expansionstakt, lagerautomation och byte av affärssystem (Infor, drift 2028) samtidigt med nytt VD-skifte ökar den operativa komplexiteten.

6. Finansiell utveckling: KPI:er



7. Finansiella mål

- **Nettoomsättningstillväxt (långsiktigt mål):** I genomsnitt cirka 8,0% organisk tillväxt per år på medellång sikt, med jämförbar tillväxt över 3,0%. På spåret, med 8,0% exkl. valuta och 5,0% jämförbar tillväxt helåret 2025/26.
- **Lönsamhet (långsiktigt mål):** EBITA-marginal omkring 8,0% på medellång sikt, med vinst per aktie som växer snabbare än omsättningen. Nära målet, med 7,6% helåret 2025/26 och 7,8% R12 per Q1'27, medan vinst per aktie ökade 15,5%.
- **Utdelningspolicy:** 30-50% av nettoresultatet. Uppfyllt, då föreslagen utdelning är 1,80 SEK per aktie för 2025/26 (~275 MSEK), motsvarande cirka 50% av årets resultat; ingen extrautdelning.
- **Expansion (guidning):** 65-80 nya varuhus under räkenskapsåren 2026/27-2028/29; planen ligger fast och ytterligare cirka 40 etableringslägen är godkända eller signerade.

8. Potentiella triggers (kommande 6-12 månader)

- Q2 26/27-rapporten (aug-okt 2026, publiceras i december 2026). Fokus blir EBITA-marginalen efter höstens intensiva öppningstakt, hur mycket högre inköps- och fraktkostnader slår igenom mot valutamedvind, samt om Finland/Tyskland fortsätter den marginalvändning som syntes i Q1'26/27.
- Utrullning av det uppdaterade varuhuskonceptet inom kategorin hälsa och skönhet från september 2026, med kommersiellt genomslag på jämförbar försäljning och yteffektivitet.
- Höstens 14 kommunicerade nya varuhus, som testar leveransen mot expansionsplanen och ger en kortsiktig kostnadseffekt av öppningarna.
- Automationsprojektet i centrallagret i Norrköping, med stegvis kapacitetsökning och effekt på logistikkostnaderna när systemet trimmas in.
- Lönsamhetsutvecklingen i Övriga marknader, alltså om Finland och Tyskland kan bära egen lönsamhet i takt med att den jämförbara försäljningen (0,7% i Q1'26/27) accelererar.

- Ny VD (Cathrine Wigzell från juni 2026), med eventuella justeringar av strategi eller kapitalallokering under det första hela verksamhetsåret.

9. Vanliga frågor från investerare

10. Vad säger optimisten? / Vad säger pessimisten?

Vad säger optimisten?

Rusta verkar på en strukturellt växande och konjunkturstabil lågprismarknad, där prismedvetna kunder söker sig till segmentet i både upp- och nedgång. Det ger en efterfrågan som är mindre cyklisk än detaljhandeln i stort.

Affärsmodellen är skalbar: direktinköp, hög andel private label och ett automatiserat centrallager ger kostnadsfördelar, och nya varuhus återbetalar sig på cirka ett år. Det skapar en lång startbana för lönsam expansion.

Balansräkningen är stark, med en nettokassa exkl. leasing på 587 MSEK per juli 2026 och outnyttjade krediter på 1,1 MDSEK, vilket finansierar både 65-80 nya varuhus och en utdelning i toppen av policyn.

Konceptuppdatering och Club Rusta lyfter jämförbar försäljning, samtidigt som vinst per aktie växer snabbare än omsättningen, vilket är ett kvitto på skalbarheten i modellen.

Vad säger pessimisten?

Trots lågprisprofilen säljer Rusta i hög grad diskretionära varor. Den jämförbara tillväxten är låg (2,2% i Q1'26/27) och konsumenterna beskrivs som försiktiga, särskilt i Finland och Tyskland där lönsamheten är tunn.

Marginalen är känslig för valuta och inköpskostnader: en stor del av varorna köps i USD, och bolaget flaggar för högre inköps- och fraktkostnader framöver som bara delvis vägs upp av valutamedvind.

Tillväxtstrategin bygger på hög exekvering, det vill säga samtidig varuhusexpansion, lagerautomation och byte av affärssystem, dessutom under en ny VD, vilket ökar risken för kostnadsöverdrag och störningar.

Konkurrensen skärps av stora internationella lågprisaktörer som Action, och EBITA-marginalen ligger fortfarande kring det långsiktiga målet på 8% snarare än tydligt över det.

Ordlista: förkortningar och begrepp

-

Bruttomarginal: Bruttovinst i procent av nettoomsättningen. Visar hur mycket Rusta tjänar på varorna efter inköpskostnad, innan drifts- och personalkostnader; central eftersom valuta och sortiment styr den.

- **EBITA:** Rörelseresultat före avskrivning av förvärvsrelaterade immateriella tillgångar. Rustas huvudsakliga lönsamhetsmått och det marginalmål bolaget styr mot.
- **EBITDA:** Rörelseresultat före av- och nedskrivningar. Ger en bild av den löpande intjäningen och kvartalens säsongsmonster utan effekter av avskrivningar.
- **IFRS 16:** Redovisningsstandard som tar upp hyresavtal som tillgång och skuld i balansräkningen. Eftersom Rusta hyr sina varuhus blåser den upp nettoskuld och sänker soliditet; bolaget redovisar därför även nyckeltal exkl. IFRS 16.
- **Jämförbar tillväxt (LFL, Like-for-Like):** Försäljningstillväxt i varuhus som varit öppna minst ett år. Skiljer underliggande tillväxt från effekten av nyöppningar.
- **Nettoskuld:** Räntebärande skulder minus likvida medel. Exkl. IFRS 16 hade Rusta en nettokassa (negativ nettoskuld), dvs. mer likvida medel än räntebärande lån.
- **Private label:** Egenutvecklade varumärken. Hög andel ger Rusta kontroll över pris, kvalitet och marginal jämfört med att sälja externa märkesvaror.
- **R12:** Rullande tolv månader. Slätar ut säsongsvariationer genom att summera de fyra senaste kvartalen.
- **Resultat per aktie (EPS):** Nettoresultat per aktie. Visar vinsten som tillfaller varje aktie; ska enligt målet växa snabbare än omsättningen.
- **Soliditet:** Eget kapital i procent av totala tillgångar. Mått på finansiell motståndskraft; påverkas kraftigt av om leasing (IFRS 16) räknas med.
- **Valuta-/terminssäkring:** Avtal som låser en framtida växelkurs. Rusta säkrar delvis sin USD-exponering för att dämpa svängningar i inköpskostnaden.

Källor

- Rusta AB: Delårsrapport Q1 2026/27 (1 maj till 31 juli 2026), publicerad 9 september 2026. Länk
- Rusta AB: Års- och hållbarhetsredovisning 2025/26, publicerad 21 augusti 2026. Länk
- Rusta AB: Delårsrapport Q4 2025/26, publicerad 9 juni 2026. Länk
- Rusta AB: "14 nya varuhus i höst när Rusta fortsätter växa på samtliga marknader", 26 augusti 2026. Länk
- Rusta AB: "Cathrine Wigzell tillträder i dag som ny VD för Rusta", 1 juni 2026. Länk



CONNECTING INVESTORS AND COMPANIES

Inderes democratizes financial information by connecting investors and listed companies. For investors, we are an investing community and a trusted source of financial information and equity research. For listed companies, we are a partner in delivering high-quality investor relations. Over 500 listed companies in Europe use our investor relations products and equity research services to provide better investor communications to their shareholders.

Our goal is to be the most investor-minded company in finance. Inderes was founded in 2009 by investors, for investors. As a Nasdaq First North-listed company, we understand the day-to-day reality of our customers.

Inderes Oyj
Porkkalankatu 5
00180 Helsinki
+358 10 219 4690

inderes.fi

Inderes Ab
Vattugatan 17, 5tr
Stockholm
+46 8 411 43 80

inderes.se

**inde
res.**