

KVARTALSRAPPORT Q2 2025

2025-04-01—2025-06-30



STARK TILLVÄXT

SAMMANFATTNING AV ANDRA KVARTALET, 1 APRIL TILL 30 JUNI 2025

- Koncernens nettoomsättning uppgick i kvartalet till 98,1 MSEK (77,9), motsvarande en ökning om 25,9%
- Omsättning i egen e-handel uppgick till 85,9 MSEK (66,6 MSEK), en ökning med ca 39,7%
- Den organiska online tillväxten var 6,2% relativt jämförbar period föregående år
- Bruttovinstmarginalen uppgick i kvartalet till 52,8% (62,6%)
- Justerat EBITDA uppgick till -0,9 MSEK (4,3 MSEK), justeringen härrör primärt förändring av tilläggsköpeskilling, motsvarande en EBITDA-marginal om -3,9% (5,5%).
- EBITDA exklusive förändring av tilläggsköpeskilling uppgick till -1,8 MSEK (4,3 MSEK)
- Kvartalets totala resultat uppgick till -10,8 MSEK (-1,6 MSEK)
- Resultat per aktie för kvartalet uppgår till -0,58 SEK (-0,07 SEK)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till -9,0 MSEK (3,0 MSEK)
- Nettoskuldsättning vid periodens slut var 36,6 MSEK (34,8 MSEK)
- Koncernens försäljning proforma inklusive senaste förvärvet Tanrevel senaste 12 månaderna uppgick till 482 MSEK.
- Koncernens justerade EBITDA senaste 12 månaderna uppgick till 27,2 MSEK.

NYCKELTAL

(msek)	Apr-juni 2025	Apr-juni 2024	Jan-juni 2025	Jan-juni 2024	Jan-dec 2024
Nettoomsättning	98,1	77,9	194,9	159,2	365,2
Nettoomsättningstillväxt, %	25,9%	31,9%	22,4%	17,0%	21,3%
Bruttovinst	51,7	48,9	114,0	99,2	224,0
Bruttovinstmarginal, %	52,8%	62,6%	58,5%	61,9%	61,3%
Justerat EBITDA	-0,9	4,3	1,2	9,0	34,1
Justerad EBITDA-marginal, %	-0,9%	5,5%	0,6%	5,6%	9,3%
EBITDA	-4,7	4,3	-0,4	9,0	22,1
EBITDA-marginal, %	-4,8%	5,5%	-0,2%	5,6%	6,1%
Rörelseresultat (EBIT)	-9,7	-0,7	-10,3	-0,8	2,6
Rörelsemarginal, %	-9,9%	-0,9%	-5,3%	-0,4%	0,7%
Periodens resultat	-10,8	-1,6	-13,5	-3,2	-8,5

KOMMENTAR FRÅN VD

I Q2 växte omsättningen med 25,9% till 98,1 MSEK (77,9). Försäljningen i egen ehandel växte med 39,7% till 85,6 MSEK (66,6). De under året förvärvade bolagen Getcamping och Reforma har integrerats framgångsrikt och bidrar nu till koncernens utveckling, med en samlad kvartalsförsäljning om 20,6 MSEK. Utvecklingen under perioden april - juni resulterade i vår högsta omsättning någonsin, vilket understryker effekten av våra strategiska satsningar och vår växande marknadsposition.

Under kvartalet har vi genomfört ett omfattande effektiviseringsarbete för att ytterligare stärka koncernens konkurrenskraft och skapa förutsättningar för långsiktig lönsam tillväxt. Detta har inneburit strategiska effektiviseringar som tillfälligt påverkat resultatet, bland annat relaterade till implementering av nya system och plattformar, flytt av lager- och logistikflöden samt insatser för att samordna och effektivisera processer inom koncernen. Kvartalets justerade EBITDA uppgick till -0,9 MSEK (4,3), vilket vi absolut inte är nöjda med men Q2 är också koncernens säsongsmässigt svagaste kvartal sett till lönsamhet.

Vi går nu in i årets mest lönsamma period, tredje och fjärde kvartalet, som historiskt stått för vår högsta omsättning och där vi i fjol levererade rekordresultat. De effektiviseringsåtgärder och strategiska satsningar som genomförts under Q2 har ytterligare stärkt vår operativa kapacitet och ger oss goda förutsättningar att leverera starka resultat även i år. Samtidigt fortsätter vårt framgångsrika förvärvsarbete att skapa strategiskt värde. Efter periodens utgång förvärvade vi Tanrevel – ett ledande varumärke inom beautysegmentet – vilket stärker vår position på en attraktiv och snabbväxande marknad. Med vår spetskompetens inom digital marknadsföring, sortimentsutveckling och geografisk expansion ser vi betydande potential att accelerera Tanrevels tillväxt framöver.

Med genomförda effektiviseringsinsatser och ett fortsatt framgångsrikt förvärvsarbete står vi väl positionerade för att leverera högre tillväxt och lönsamhet framöver. Vi har efter kvartalets utgång bytt bank till Swedbank och i samband med detta fördubblat vår checkkredit från 24,5 MSEK till 50 MSEK. Förändringen stärker bolagets finansiella kapacitet för fortsatt förvärvsdriven expansion och effektiv hantering av rörelsekapital.

Magnus Skoglund
VD, Online Brands Nordic AB

UTVECKLING ANDRA KVARTALET

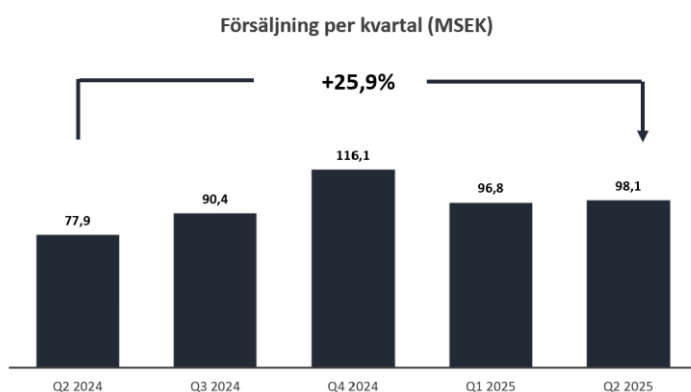
NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT

Koncernens nettoomsättning under det andra kvartalet 2025 uppgick till 98,1 MSEK (77,9 MSEK) av detta var ca 48% hänförligt till Trendcarpet och Hatshop (Cama Gruppen).

Under Q2 2025 har koncernen upplevt en fortsatt stark tillväxt med 25,9%. Q2 2025 omsatte bolaget 98,1 MSEK mot 77,9 MSEK Q2 2024. Utvecklingen är fortsatt driven av en kombination av ökad kundtillströmning, förbättrad marknadsföring, förvärv av ytterligare verksamhet och ett mer träffsäkert produktutbud. Det andra kvartalet är traditionellt sett det säsongsmässigt svagaste för Online Brands, då flera av koncernens bolag har sin försäljningspeak under det tredje och fjärde kvartalet.

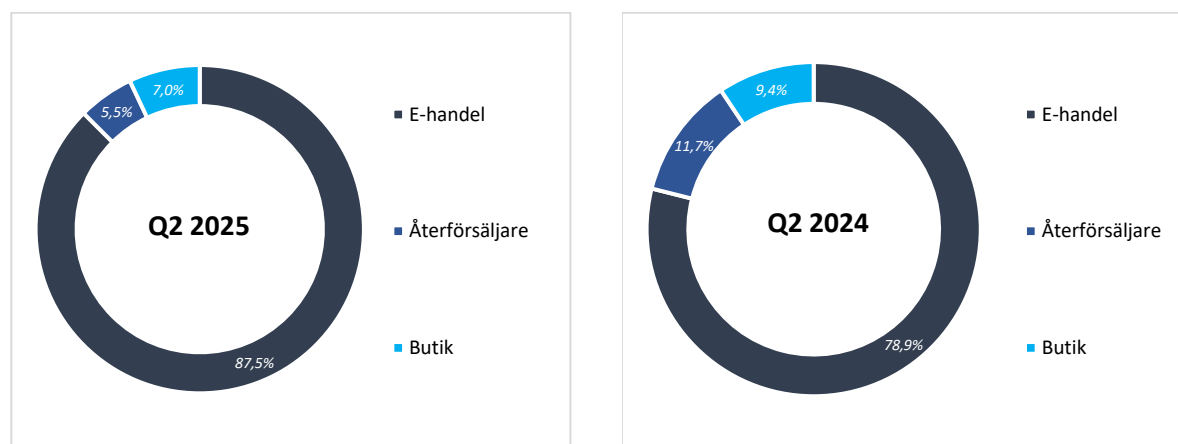
Inom koncernens varumärken Bread & Boxer och GetCamping har ett omfattande lagerbyte genomförts under det andra kvartalet 2025. Denna förändring har inneburit temporära driftstörningar som påverkat både försäljning och lönsamhet negativt under perioden. Arbetet med att stabilisera de nya lagerrutinerna har nu till stor del slutförts, och båda verksamheterna är åter på en positiv utvecklingsbana med stabila förutsättningar för både försäljning och lönsamhet framåt.

Wholesale-segmentet har under kvartalet mött vissa utmaningar, och efterfrågan under det andra kvartalet 2025 har inte varit lika stark som motsvarande period föregående år.



NETTOOMSÄTTNING FÖRDELAT PÅ DISTRIBUTIONSKANALER (Q2 2025 VS Q2 2024)

Koncernen fortsätter att stärka sin försäljning genom ett ökat fokus på egen e-handel, i linje med strategin att öka andelen onlineförsäljningen av den totala omsättningen. Detta är ett område där vi ser betydande framtida tillväxtpotential. Den växande andelen direktförsäljning online ger en förbättrad kontroll över logistikflöden och leveranskedjor. Detta bidrar till högre lönsamhet och ett starkare kassaflöde. Under det andra kvartalet 2025 uppgick omsättningen från koncernens egen e-handel till 85,9 MSEK, en ökning med cirka 39,7 % jämfört med motsvarande period föregående år.



NETTOOMSÄTTNING FÖRDELAT PÅ GEOGRAFI (Q2 2025 VS Q2 2024)

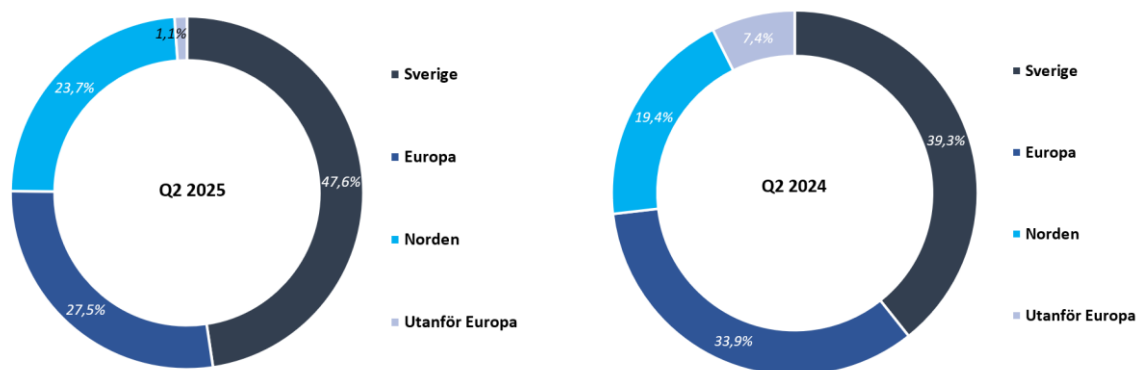
Koncernen uppvisar fortsatt en väl diversifierad försäljningsstruktur, både sett till geografiska marknader och distributionskanaler. Under det andra kvartalet har andelen försäljning i Sverige minskat, vilket primärt förklaras av att GetCamping, som tillkom i koncernen i december 2024, och Reforma, som förvärvades i april 2025, har en större andel av sin försäljning utanför Sverige.

Europa (exklusive Norden) svarade för cirka 27,5 % av försäljningen, följt av övriga Norden med 23,7 %. Sverige stod för 47,6 % och marknader utanför Europa för cirka 1,1 %.

Geografisk expansion utanför Sverige är en av Online Brands kärnstrategier för att driva tillväxt i koncernens bolag. Särskilt Europa utanför Norden är en prioriterad tillväxtmarknad där vi redan ser tydliga resultat av våra satsningar. Genom fortsatta investeringar och riktad marknadsbearbetning stärker koncernen sin position internationellt, med målet att successivt öka den internationella försäljningens bidrag till både omsättning och lönsamhet.

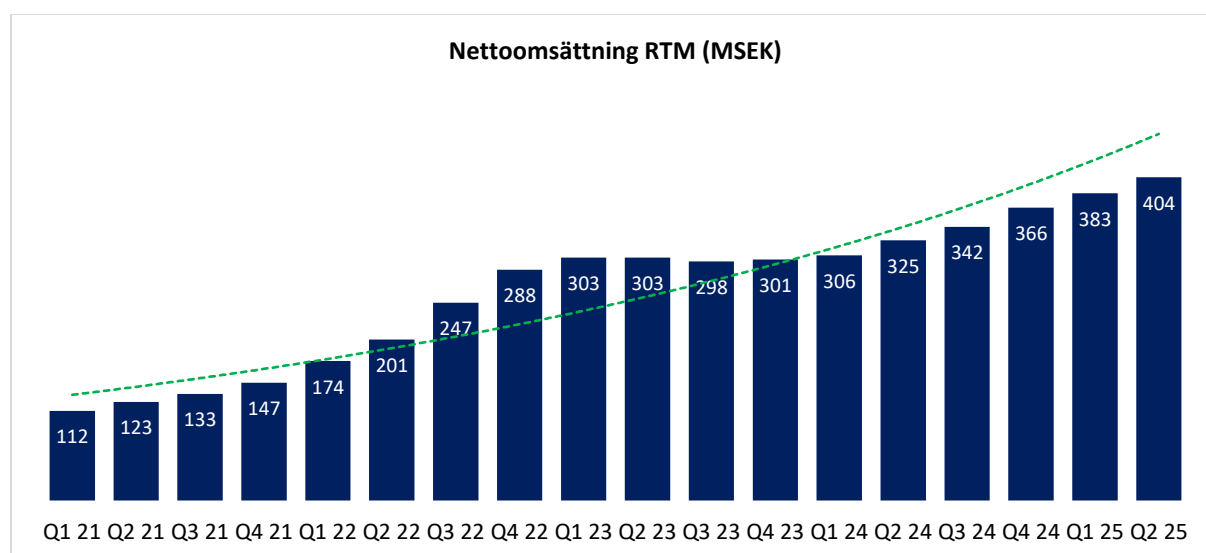
Sverige är fortsatt koncernens enskilt största marknad, men flera av våra bolag uppvisar stark tillväxt i övriga Europa. Den europeiska marknaden är omfattande och bedöms vara den främsta drivkraften för koncernens framtida expansion.

NETTOOMSÄTTNING FÖRDELAT PÅ GEOGRAFI (Q2 2025 VS Q2 2024)



NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT MÄTT SOM RULLANDE 12 MÅNADER

I diagrammet nedan visas utvecklingen av koncernens rullande 12 månaders (RTM) nettoomsättning. Under det senaste fyra åren har RTM nettoomsättning ökat från 112 MSEK vid utgången av Q1 2021 till ca 404 MSEK vid utgången av Q2 2025, en omsättningsökning med ca 260%. Koncernens försäljning proforma inklusive Tanrevel senaste 12 månaderna uppgick till ca 482 MSEK, en ökning om ca 330%.



BRUTTOVINST

Bruttovinsten (omsättning - varukostnader) för koncernen under det andra kvartalet uppgick till 51,7 MSEK (48,9 MSEK). Bruttomarginalen under det andra kvartalet uppgick till 52,8% (62,6%), primära orsaken till nergången är att förvärvade enheter som Getcamping (dec 2024) samt Reforma (april 2025) har en lägre bruttomarginal än övriga bolag.

OPERATIONELLA KOSTNADER

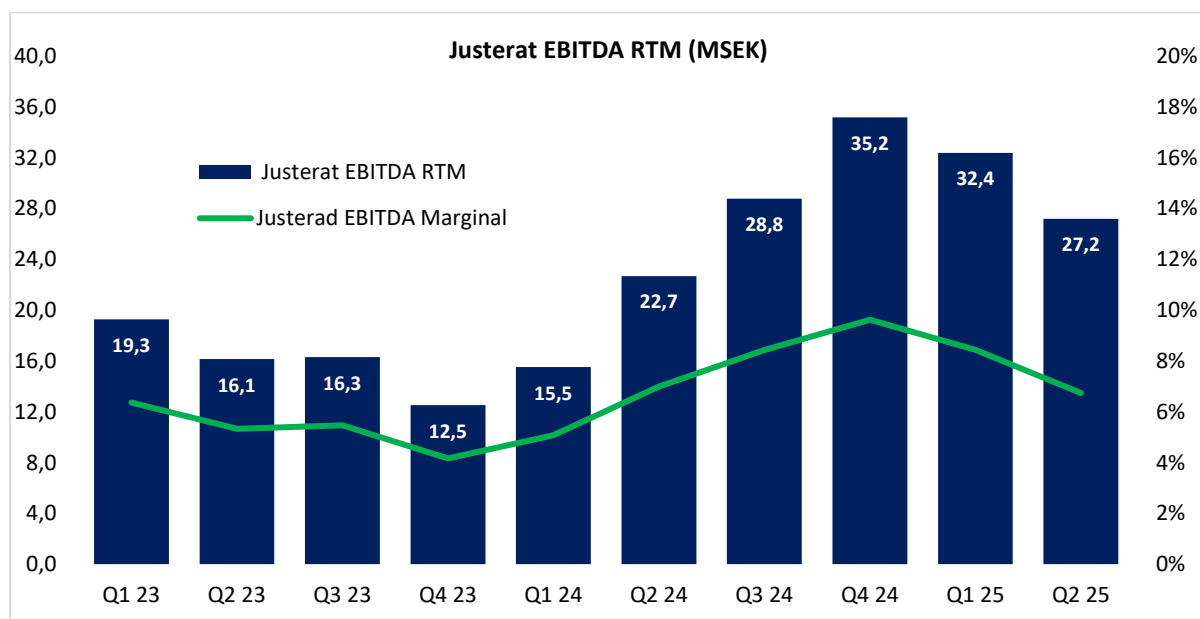
Koncernens operationella kostnader så som driftskostnader, personalkostnader, lager och marknadsföring arbetas kontinuerligt med att sänka inom koncernen. Inom företagsadmin och redovisning bedöms det att det finns relativt stora besparingsmöjligheter när koncernen lyckas integrera de förvärvade dotterbolagen fullt ut. Initiativ finns på plats för förbättrad kostnadseffektivitet och försäljningsaktiviteter över tid.

RESULTAT OCH LÖNSAMHET

Redovisade rörelseresultatet före avskrivningar (EBITDA) uppgick till -4,7 MSEK (4,3 MSEK) under det andra kvartalet 2025 vilket motsvarar en EBITDA-marginal om -4,8% (5,5%). Justerat EBITDA för kvartalet uppgår till -0,9 MSEK (4,3 MSEK) vilket motsvarar en Justerad EBITDA-marginal om -0,9% (5,5%), primärt är justeringen hänförligt till tilläggsköpskilling mm.

JUSTERAT EBITDA MÄTT SOM RULLANDE 12 MÅNADER

I diagrammet nedan visas utvecklingen av koncernens rullande 12 månaders (RTM) EBITDA. I diagrammet har justeringar av tilläggsköpskillingar exkluderats då det inte påverkar bolagets operativa EBITDA. Under det senaste två åren har RTM EBITDA ökat från 19,3 MSEK vid utgången av Q1 2023 till ca 27,2 MSEK vid utgången av Q2 2025, en ökning med ca 41%.



FINANSIELL STÄLLNING OCH LIKVIDITET

- Koncernens egna kapital uppgår den 30 juni 2025 till 164,8 MSEK (173,5 MSEK)
- Koncernens likvida medel uppgår den 30 juni 2025 till 8,3 MSEK (10,6 MSEK) och per den sista juni var checkkrediten fullt nyttjad.
- Räntebärande skulder som inkluderar bl.a. banklån och checkräkningskredit uppgår per den 30 juni 2025 till 44,9 MSEK (45,4 MSEK)
- Nettoskuldsättning vid rapportperiodens slut var 36,6 MSEK (34,8 MSEK)
- Efter kvartalets utgång har koncernen bytt bank till Swedbank och i samband med detta fördubblat vår checkkredit från 24,5 MSEK till 50 MSEK. Förändringen stärker bolagets finansiella kapacitet för fortsatt förvärvsdriven expansion och effektiv hantering av rörelsekapital.

KASSAFLÖDE OCH INVESTERINGAR

Kassaflödet från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital uppgick under kvartalet till -3,5 MSEK (0,8 MSEK). Inklusive förändring av rörelsekapital uppgick kassaflödet från den löpande verksamheten till -9,0 MSEK (3,0 MSEK). Koncernen binder normalt rörelsekapital under H1 och frigör rörelsekapital under H2 vilket är kopplat till nuvarande bolagsstrukturs säsongseffekt.

Det totala kassaflödet under Q2 2025 var -1,6 MSEK (3,0 MSEK).

ANTALET AKTIER PER 2025-06-30 OCH RESULTAT PER AKTIE

Antalet aktier vid rapportperiodens slut uppgick till 23 391 768 st. (22 569 841 st.) Resultatet per aktie för Q2 uppgick till -0,58 SEK (-0,07 SEK).

Genomsnittligt antal aktier under perioden uppgick till 23 302 892 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

- 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

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 2024.

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**
- **Reforma AB** är ett växande företag inom försäljning av möbler och heminredning med en begynnande internationell distributionssatsning och en egen växande e-handel.

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

Mattias Haraldsson, CFO
mattias.haraldsson@onlinebrands.se

POSTADRESS

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

Offentliggörande av information

Denna information är sådan som Online Brands Nordic AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom nedanstående persons försorg, för offentliggörande den 21 augusti 2025 ca kl.08:30

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att delårsrapporten ger en rättvisande översikt av koncernens verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som koncernen står inför.

Denna delårsrapport har inte granskats av bolagets revisor.

Stockholm, den 21 augusti 2025.

FINANSIELL INFORMATION

RESULTATRÄKNING KONCERNEN

(msek)	2025-04-01 2025-06-30	2024-04-01 2024-06-30	2025-01-01 2025-06-30	2024-01-01 2024-06-30	2024-01-01 2024-12-31
Rörelsens intäkter					
Nettoomsättning	98,1	77,9	194,9	159,2	365,2
Övriga rörelseintäkter	0,5	0,2	1,5	1,0	2,7
Summa intäkter	98,6	78,1	196,4	160,2	367,9
Rörelsens kostnader					
Handelsvaror	-46,8	-29,2	-84,3	-60,9	-141,3
Övriga externa kostnader	-39,9	-34,5	-86,0	-70,6	-151,5
Personalkostnader	-12,7	-10,1	-24,9	-19,6	-41,0
Justerat EBITDA	-0,9	4,3	1,2	9,0	34,2
Tilläggsköpskilling	-2,9	-	-	-	-10,7
Engångskostnader	-0,9	-	-1,6	-	-1,3
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	-4,7	4,3	-0,4	9,0	22,1
Avskrivningar materiella anläggningstillgångar	-0,2	-0,3	-0,4	-0,3	-0,7
Avskrivningar immateriella anläggningstillgångar	-4,8	-4,7	-9,5	-9,4	-18,8
Rörelseresultat (EBIT)	-9,7	-0,7	-10,3	-0,8	2,6
Finansiella poster					
Ränteintäkter och liknande resultatposter	-	-	-	-	-
Räntekostnader och valutakursdifferenser	-1,1	-0,9	-3,2	-2,4	-6,5
Resultat före skatt	-10,8	-1,6	-13,5	-3,2	-3,9
Skatt på periodens resultat	-	-	-	-	-4,6
Periodens resultat	-10,8	-1,6	-13,5	-3,2	-8,5

BALANSRÄKNING KONCERNEN

(msek)	2025-06-30	2024-06-30	2024-12-31
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	132,7	137,1	134,1
Materiella anläggningstillgångar	4,4	1,6	1,5
Finansiella anläggningstillgångar	1,7	1,3	1,7
Summa Anläggningstillgångar	138,8	140,0	137,3
Omsättningstillgångar			
Varulager och förskott till leverantörer	137,4	102,0	107,9
Kundfordringar	13,8	13,4	8
Övriga kortfristiga fordringar	2,4	0,9	2,5
Upplupna intäkter och förutbetalda kostnader	7,9	4,9	6,4
Kassa och bank*	8,3	10,6	16,6
Summa omsättningstillgångar	169,9	131,8	141,4
Summa tillgångar	308,7	271,8	278,7
Eget kapital och skulder			
Eget kapital			
Aktiekapital	117,4	113,2	116,2
Övrigt tillskjutet kapital	78,9	72,9	73,0
Balanserade vinstmedel och periodens resultat	-31,4	-12,6	-14,0
Summa Eget kapital	164,8	173,5	175,2
Avsättningar			
Avsättningar för uppskjuten skatt	3,3	2,7	2,7
Summa avsättningar	3,3	2,7	2,7
Långfristiga skulder			
Långfristiga skulder till kreditinstitut	6,7	10,7	8,1
Uppskattade värde tilläggsköpeskillingar	-	4,3	-
Summa långfristiga skulder	6,7	15,0	8,1
Kortfristiga skulder			
Kortfristig del av skulder till kreditinstitut	20,4	4,9	6,0
Leverantörsskulder	35,7	23,5	27,0
Checkräkningskredit*	24,6	19,7	7,0
Skuld tilläggsköpeskillingar	15,1	-	15,1
Skatteskulder	5,7	0,2	1,1
Övriga kortfristiga skulder	23,4	24,8	28,6
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	8,9	7,3	7,9
Summa kortfristiga skulder	133,9	80,4	92,7
Summa Eget kapital och skulder	308,7	271,8	278,7

*Koncernen har en beviljad checkräkningskredit om totalt 24,5 MSEK vilken är utnyttjad med 24,5 MSEK per utgången av Q2 2025.

FÖRÄNDRING EGET KAPITAL I KONCERNEN

	2025-04-01	2024-04-01	2025-01-01	2024-01-01	2024-01-01
(msek)	2025-06-30	2024-06-30	2025-06-30	2024-06-30	2024-12-31
Eget kapital vid årets början	172,5	175,1	175,2	176,7	176,7
Nyemissioner	3,1	-	3,1	-	7,0
Övrig justering	-	-	-	-	-
Periodens resultat	-10,8	-1,6	-13,5	-3,3	-8,5
Eget kapital vid periodens slut	164,8	173,5	164,8	173,5	175,2

KASSAFLÖDESANALYS KONCERNEN

	2025-04-01	2024-04-01	2025-01-01	2024-01-01	2024-01-01
(msek)	2025-06-30	2024-06-30	2025-06-30	2024-06-30	2024-12-31
Den löpande verksamheten					
Rörelseresultat	-9,7	-0,7	-10,3	-0,8	2,8
Ej kassaflödespåverkande poster	7,5	2,3	8,3	8,0	29,1
Betalda räntor	-1,3	-0,8	-2,1	-1,6	-4,9
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	-3,5	0,8	4,1	5,6	27,0
Förändringar av rörelsekapital	-5,5	2,2	-23,5	-7,3	1,1
Kassaflöde från löpande verksamheten	-9,0	3,0	-27,4	-1,7	28,1
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-4,2	-	-6,0	-	-3,2
Förändring lån	8,7	-	7,5	-	-5,2
Förändring Check	2,9	-	17,6	-	-15,3
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	11,6	-	25,1	-	-20,5
Periodens kassaflöde	-1,6	3,0	-8,3	-1,7	4,4
Likvida medel vid periodens början	9,8	7,6	16,6	12,3	12,2
Likvida medel vid periodens slut	8,3	10,6	8,3	10,6	16,6