



SAMMANFATTNING AV KVARTALET 1 APRIL TILL 30 JUNI 2022

- Koncernens nettoomsättning uppgick i kvartalet till 59,4 MSEK (31,8 MSEK), innebärande en tillväxt med 87% jämfört med motsvarande period föregående år.
- Bruttovinstmarginalen uppgick i kvartalet till 62% (71%).
- Kvartalets justerade EBITDA uppgick till 2,3 MSEK, motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 4%.
- Redovisad EBITDA uppgick till -1,0 MSEK (4,5 MSEK), motsvarande en EBITDA-marginal om -2% (14%) under det andra kvartalet 2022.

NYCKELTAL

	2022-04-01	2021-04-01	2022-01-01	2021-01-01	2021-01-01
Nyckeltal (MSEK)	2022-06-30	2021-06-30	2022-06-30	2021-06-30	2021-12-31
Nettoomsättning	59,4	31,8	121,3	67,1	146,4
Nettoomsättningstillväxt, %	87%	54%	81%	94%	62%
Bruttovinst	36,9	22,6	76,6	45,7	99,2
Bruttovinstmarginal, %	62%	71%	63%	68%	68%
Justerad EBITDA	2,3	4,3	4,3	10,4	20,0
Justerad EBITDA-marginal, %	4%	14%	3%	15%	14%
EBITDA	-1,0	4,5	0,1	10,4	12,6
EBITDA-marginal, %	-2%	14%	0%	15%	9%
Rörelseresultat (EBIT)	-4,3	4,5	-7,2	10,3	10,3
Rörelsemarginal, %	-7%	14%	-6%	15%	7%
Periodens resultat	-4,4	3,6	-7,7	8,1	9,3

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.

KOMMENTAR FRÅN VD:

Vi är mycket nöjda att vi också under Q2 fortsätter att växa och in en utmanande omvärld levererar en tillväxt på 7% (proforma) jämfört med samma period föregående år. Samtidigt förbättrar vi vårt justerade EBITDA-resultat jämfört med januari-mars (2,3 MSEK jämfört med 1,8 MSEK) i ett andra kvartal som med anledning av säsongfluktuationer historiskt är svagare än årets tre första månader.

I Online Brands diversifierade portfölj har våra dotterbolag trots högre kundanskaffningspriser och lägre sökvolym i både Sverige och övriga Europa fortsatt att öka försäljningen. Därmed kan vi konstatera att vår långsiktiga strategi att datadrivet jobba nära kundernas efterfrågan driver försäljning.

Det är glädjande att se att vår största vertikal, Trendcarpet som står för ca 50% av omsättningen, fortsätter att växa och ta marknadsandel med fortsatt lönsamhet. Under kvartalet växte försäljningen med 12% jämfört med samma period föregående år

Försäljningen för Q2 uppgick till 59,4 MSEK (31,8 MSEK), en nettoomsättningstillväxt med 87%. Omsättningen för samma verksamheter 2021 uppgick till 56,8 MSEK, vilket under Q2 2022 innebär en tillväxt om 7% räknat på samma verksamheter under hela perioden samtidigt som vi bibehåller en justerad rörelsemarginal i linje med årets tre första månader. Det är ett steg i rätt riktning från Q1, då april-juni normalt är en period med lägre försäljning än årets första kvartal, då några av våra viktigaste vertikaler - heminredning tillsammans med höst- och vinterkonfektion - befinner sig i lågsäsong. Det är också ett kvartal drivet av säsongseffekter, som kortsiktigt sänker bruttomarginalen, 62% jämfört med 64% för föregående kvartal. I arbetet med att förbättra rörelsekapitalet och marginalen, både för återstoden av året och över en längre tidshorisont, fortsätter fokus att ligga på effektiviseringar och kostnadskontroll inom de centrala områdena för våra onlinebaserade bolag: lager, logistik, marknadsföring och bemanning. Vi förväntar oss att se effekt under andra halvåret 2022.

Avslutningsvis kan jag konstatera att det har gått ett år sedan Online Brands gjorde det omvända förvärvet med Cama-Gruppen och jag är glad att kunna lyfta fram att vi hela tiden tar steg i rätt riktning - i synnerhet under de senaste månaderna - i arbetet med att stärka koncernen ytterligare med spetskompetens inom nyckelområden, både på dotterbolagsnivå och centralt, för att understödja försäljningsökning och synergivinster. Vi lägger en grund för att driva tillväxt och lönsamhet, såväl strategiskt långsiktigt, som i det korta perspektivet. Tillsammans med dedikerade medarbetare och trogna kunder ser jag med stor tillförsikt fram emot den fortsatta resan.

Magnus Skoglund

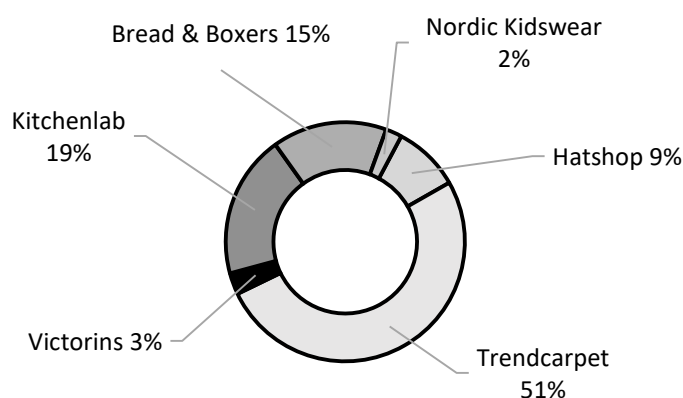
Vd, Online Brands Nordic AB

KOMMENTARER TILL KONCERNENS UTVECKLING UNDER ANDRA KVARTALET 2022

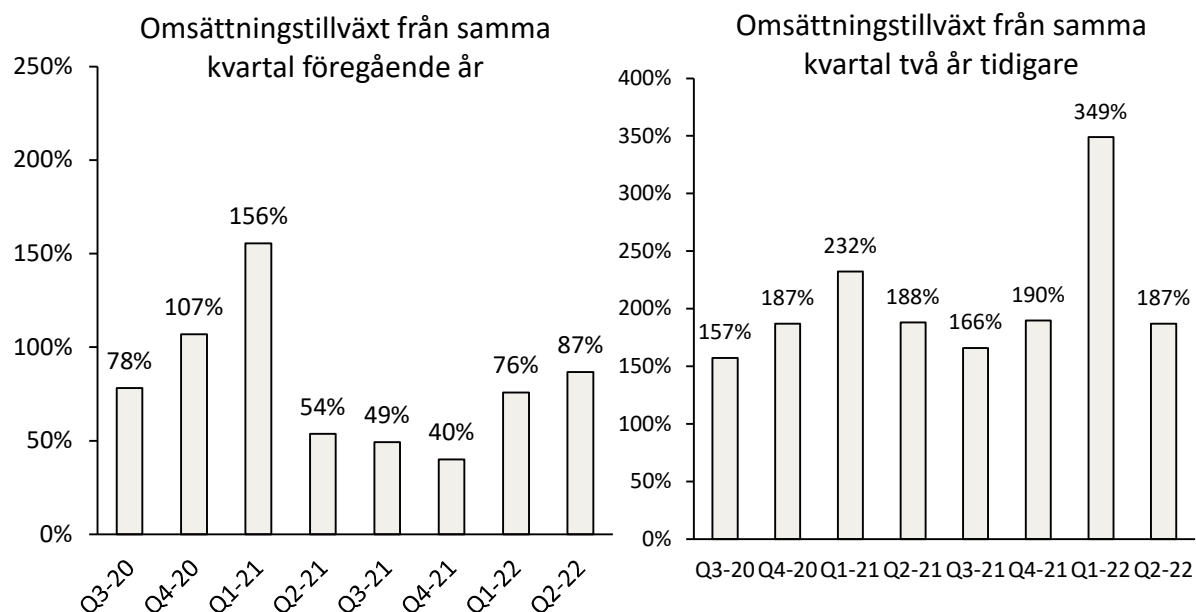
NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT UNDER Q2 2022

Koncernens nettoomsättning under det andra kvartalet 2022 uppgick till 59,4 MSEK (31,8 MSEK) varav 51% eller 30,3 MSEK var hänförligt till Trendcarpet, 9% eller 5,3 MSEK var hänförligt till Hatshop, 15% eller 9,2 MSEK var hänförligt till Bread & Boxers, 19% eller 11,5 MSEK var hänförligt till Kitchenlab, 3% eller 1,7 MSEK var hänförligt till Victorins och resterande 2% eller 1,3 MSEK var hänförligt till Nordic Kidswear.

Fördelning av omsättning under Q2 2022



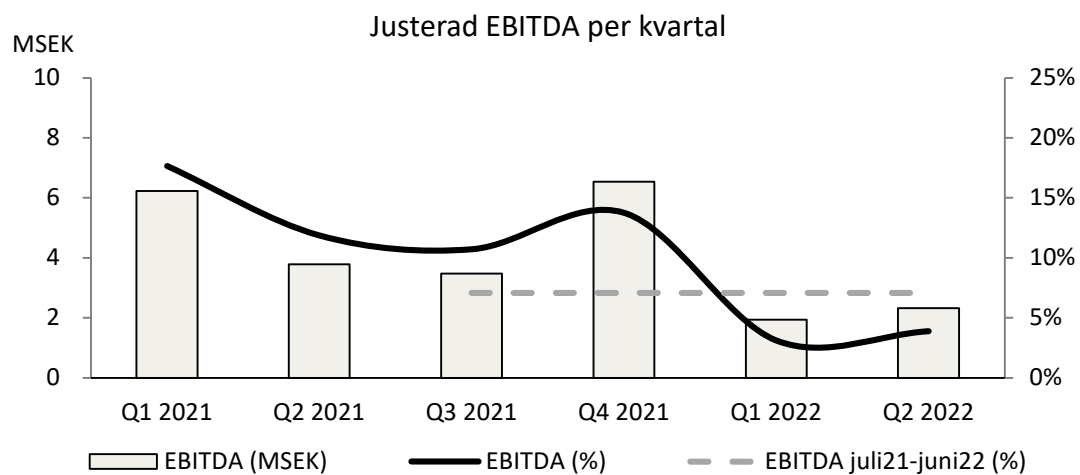
Nettoomsättningen om 59,4 MSEK i det andra kvartalet 2022 motsvarar en tillväxt med 87% från motsvarande kvartal föregående år. Beaktat den starka generella tillväxten för e-handel som noterades efter utbrottet av Covid-19 i mars 2020 anses den fortsatt höga tillväxttakten under Q2 2022 visa på en stark ihållande tillväxt där i stort sett samtliga bolag i gruppen fortsätter att växa.



Tillväxten i nettoomsättning över två år visas i höger diagram ovan. Koncernens omsättning under Q2 2022 innebär en tillväxt med hela 187% sedan Q2 2020 vilket motsvarar en kumulativ årlig tillväxttakt om 79%.

RESULTAT OCH LÖNSAMHET UNDER Q2 2022

Rörelseresultatet före avskrivningar (EBITDA) uppgick till -1,0 MSEK (4,5 MSEK) under det andra kvartalet 2022 vilket motsvarar en EBITDA-marginal om -2% (14%). Ökade frakt- och inköspriser kombinerat med en avtagande tillväxt i efterfrågan och lageruppbyggnad har påverkat EBITDA under perioden. Koncernens justerade EBITDA-marginal över de senaste fyra kvartalen, det vill säga Q3 2021 till Q2 2022, uppgår dock till 7,1%.



FINANSIELL STÄLLNING OCH LIKVIDITET 30 JUNI 2022

- Koncernens egna kapital uppgår den 30 juni 2022 till 171,5 MSEK (41,6 MSEK).
- Koncernens likvida medel uppgår den 30 juni 2022 till 6,8 MSEK (11,9 MSEK) och 25,3 MSEK av Koncernens checkräkningskrediter om totalt 31,1 MSEK var utnyttjade.
- Kortfristiga skulder uppgick den 30 juni 2022 till 78,6 MSEK (21,7 MSEK) vilket utöver checkräkningskrediten utgörs av icke räntebärande rörelseskulder.

KASSAFLÖDE OCH INVESTERINGAR UNDER Q2 2022

Kassaflödet från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital uppgick till -2,2 MSEK (4,3 MSEK). Inklusiv förändring av rörelsekapital uppgick kassaflödet från den löpande verksamheten till -10,2 MSEK (-4,4 MSEK).

Det totala kassaflödet under Q2 2022 var -5,7 MSEK (-1,1 MSEK).

ANTALET AKTIER PER 2022-06-30 OCH RESULTAT PER AKTIE I Q2 2022

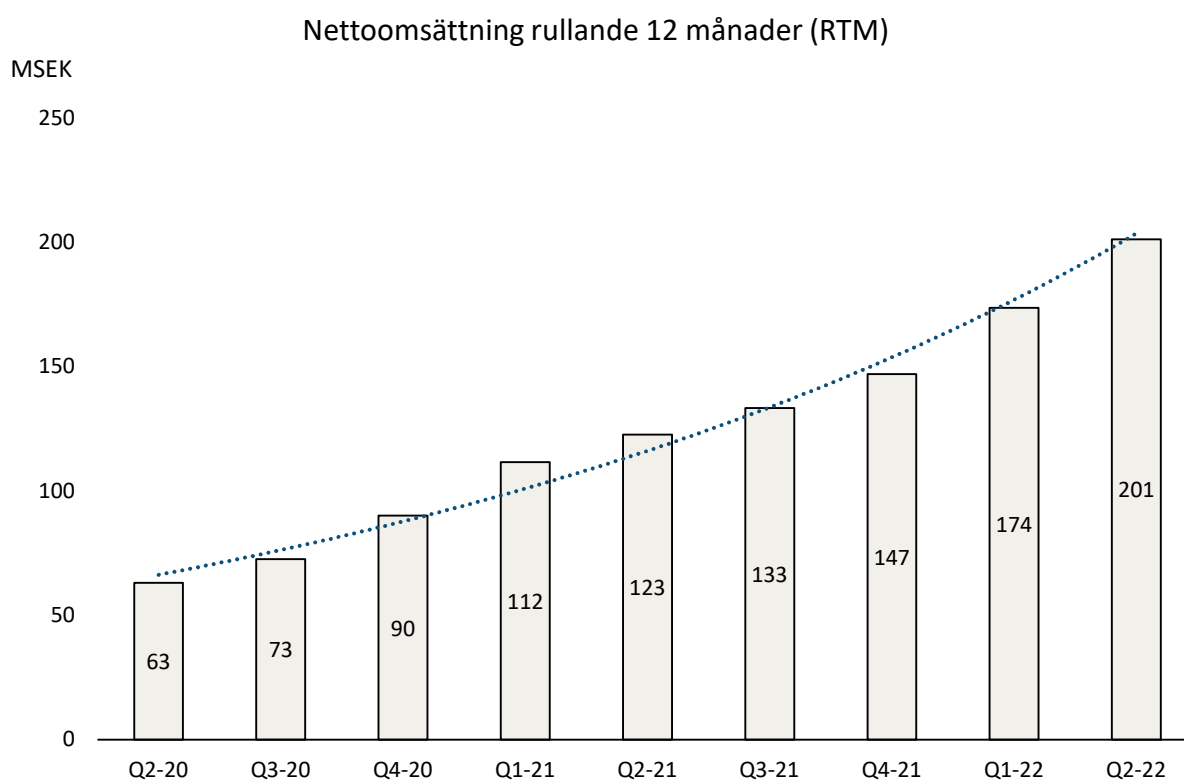
Antalet aktier vid rapportperiodens slut uppgick till 21 008 125 st. (167 627 387 st.). Resultatet per aktie uppgick till -0,21 SEK (0,02 SEK).

KOMMENTARER TILL KONCERNENS UTVECKLING UNDER SENASTE 12 MÅNADERNA

NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT UNDER RTM JUNI 2022

I diagrammet nedan visas utvecklingen av koncernens rullande 12 månaders (RTM) nettoomsättning. Under det senaste året har RTM nettoomsättning ökat från 122,7 MSEK vid utgången av juni 2021 till 201,2 MSEK vid utgången av juni 2022, en omsättningsökning med 64%.

Under de senaste två åren, från utgången av juni 2020 och fram till utgången av juni 2022, har RTM nettoomsättning ökat från 63,1 MSEK till aktuella 201,2 MSEK, en ökning med hela 219% vilket motsvarar en kumulativ årlig tillväxttakt om 76%.



ÖVRIG INFORMATION

VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER Q2 2022

- Under april 2022 slutfördes förvärvet av Nordic Kidswear AB. I samband med förvärvet emitterades 597 165 aktier vilket innebar en utspädning om totalt 2,5% av totalt antal aktier

HÄNDELSER EFTER PERIODENS UTGÅNG

- Inga väsentliga händelser har förekommit efter periodens utgång.

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-september: 18 november 2022
- Delårsrapport för perioden januari-december: 17 februari 2023

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.

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

	2022-04-01	2021-04-01	2022-01-01	2021-01-01	2021-01-01
Resultaträkning Koncernen (MSEK)	2022-06-30	2021-06-30	2022-06-30	2021-06-30	2021-12-31
Rörelsens intäkter					
Nettoomsättning	59,4	31,8	121,3	67,1	146,4
Övriga rörelseintäkter	0,1	0,0	0,5	0,0	0,0
Summa intäkter	59,5	31,8	121,8	67,1	146,5
Rörelsens kostnader					
Handelsvaror	-22,6	-9,2	-45,2	-21,4	-47,2
Övriga externa kostnader	-26,1	-15,1	-54,8	-29,9	-65,8
Personalkostnader	-8,5	-3,2	-17,6	-5,4	-13,5
Justerad EBITDA (exklusive engångskostnader)	2,3	4,3	4,3	10,4	20,0
Engångskostnader för omvänt förvärv, lagerflytt m.m.*	-3,3	0,2	-4,1	0,0	-7,4
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	-1,0	4,5	0,1	10,4	12,6
Avskrivningar materiella anläggningstillgångar	-0,1	0,0	-0,3	-0,1	-0,5
Avskrivningar immateriella anläggningstillgångar	-3,1	0,0	-7,0	0,0	-1,7
Rörelseresultat (EBIT)	-4,3	4,5	-7,2	10,3	10,3
Ränteintäkter och liknande resultatposter	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
Räntekostnader och liknande resultatposter	-0,4	0,0	-0,6	-0,1	-0,2
Resultat före skatt	-4,7	4,5	-7,8	10,3	10,2
Skatt på årets resultat	0,3	-0,9	0,2	-2,1	-0,9
Periodens resultat	-4,4	3,6	-7,7	8,1	9,3
<i>Försäljningstillväxt</i>	<i>87%</i>	<i>54%</i>	<i>81%</i>	<i>94%</i>	<i>62%</i>
<i>Bruttovinstmarginal</i>	<i>62%</i>	<i>71%</i>	<i>63%</i>	<i>68%</i>	<i>68%</i>
<i>Justerad EBITDA-marginal (exkl. engångskostnader)</i>	<i>3,9%</i>	<i>13,6%</i>	<i>3,5%</i>	<i>15,5%</i>	<i>13,6%</i>
<i>Redovisad EBITDA-marginal</i>	<i>-1,7%</i>	<i>14,1%</i>	<i>0,1%</i>	<i>15,5%</i>	<i>8,6%</i>
<i>Resultat per aktie (SEK)</i>	<i>-0,21</i>	<i>0,02</i>	<i>-0,37</i>	<i>0,05</i>	<i>0,48</i>
<i>Antal aktier vid periodens utgång**</i>	<i>21 008 125</i>	<i>167 627 387</i>	<i>21 008 125</i>	<i>167 627 387</i>	<i>19 372 736</i>
<i>Genomsnittligt antal aktier i perioden</i>	<i>20 709 766</i>	<i>136 307 556</i>	<i>20 190 431</i>	<i>103 571 631</i>	<i>29 444 306</i>

*) Utgifter för omvänt förvärv i juli 21 (6,9 Mkr), lagerflytt (2,2 Mkr) samt övriga förvärvsrelaterade kostnader (1,9 Mkr).

***) Sammanläggning av aktier med 100:1 gjordes i december 2021.

BALANSRÄKNING KONCERNEN

Balansräkning Koncernen (MSEK)	2022-06-30	2021-06-30	2021-12-31
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	158,7	0,0	35,6
Materiella anläggningstillgångar	2,3	0,7	1,7
Finansiella anläggningstillgångar	4,2	12,0	2,2
Summa Anläggningstillgångar	165,2	12,7	39,6
Omsättningstillgångar			
Varulager och förskott till leverantörer	92,6	35,8	44,3
Kundfordringar	12,8	2,1	8,7
Övriga kortfristiga fordringar	3,9	1,8	2,5
Upplupna intäkter och förutbetalda kostnader	4,3	0,7	2,7
Kassa och bank	6,8	11,9	66,2
Summa Omsättningstillgångar	120,4	52,2	124,4
Summa Tillgångar	285,6	64,9	164,0
Eget kapital och skulder			
Eget kapital			
Aktiekapital	105,4	0,1	97,2
Övrigt tillskjutet kapital	53,9	10,0	11,9
Balanserade vinstmedel och periodens resultat	12,1	31,5	19,8
Minoritetsintresse	0,0	0,0	0,0
Eget kapital	171,5	41,6	128,8
Avsättningar			
Avsättningar för uppskjuten skatt	3,3	1,6	2,3
Övriga avsättningar	0,4	0,0	0,0
Summa avsättningar	3,6	1,6	2,3
Långfristiga skulder			
Långfristiga skulder till kreditinstitut	21,0	0,0	0,0
Uppskattade framtida TKS:er	10,9	0,0	0,0
Summa långfristiga skulder	31,9	0,0	0,0
Kortfristiga skulder			
Kortfristig del av skulder till kreditinstitut	4,9	0,0	0,0
Checkräkningskredit	25,3	2,8	4,2
Leverantörsskulder	18,7	10,4	12,8
Skatteskulder	2,8	2,8	2,8
Övriga kortfristiga skulder	14,2	4,1	10,5
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	12,6	1,6	2,6
Summa kortfristiga skulder	78,6	21,7	32,9
Summa Eget kapital och skulder	285,6	64,9	164,0
<i>Ställda säkerheter</i>	<i>38,6</i>	<i>11,6</i>	<i>16,4</i>

FÖRÄNDRING EGET KAPITAL I KONCERNEN

	2022-04-01	2022-01-01	2021-01-01
Förändring av eget kapital i Koncernen (MSEK)	2022-06-30	2022-06-30	2021-12-31
Eget kapital vid periodens början	155,5	128,8	23,2
Nyemissioner	20,3	50,3	70,0
Utdelning	0,0	0,0	-12,6
Apportemission vid omvänt förvärv	0,0	0,0	38,9
Periodens resultat	-4,4	-7,7	9,3
Eget kapital vid periodens utgång	171,4	171,4	128,8

KASSAFLÖDESANALYS KONCERNEN

	2022-04-01	2022-01-01	2021-01-01
Kassaflödesanalys Koncernen (MSEK)	2022-06-30	2022-06-30	2021-12-31
Den löpande verksamheten			
Rörelseresultat	-4,3	-7,2	10,3
Ej kassaflödespåverkande poster	3,3	7,3	2,3
Betald skatt	-1,2	-3,0	-0,7
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	-2,2	-2,9	11,9
Förändringar av rörelsekapital	-8,0	-17,1	-20,0
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-10,2	-20,0	-8,1
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-18,9	-94,8	9,2
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	23,4	44,4	60,1
Periodens kassaflöde	-5,7	-70,4	61,2
Likvida medel vid periodens början	9,0	66,2	2,5
Periodens kassaflöde	-5,7	-70,4	61,2
Likvida medel tillförda vid företagsförvärv	3,5	10,9	2,5
Likvida medel vid periodens slut	6,8	6,8	66,2

PROFORMA RESULTAT FÖR NUVARANDE ONLINE BRANDS-KONCERN

RESULTATRÄKNING - PROFORMA (MSEK)	2022-04-01 2022-06-30	2022-01-01 2022-06-30	2021-07-01 2022-06-30
Nuvarande Online Brands-koncernen	3 mån	6 mån	12 mån
Nettoomsättning	60,6	130,5	285,1
Övriga rörelseintäkter	0,1	0,5	0,6
Summa intäkter	60,8	131,0	285,7
Handelsvaror	-23,1	-49,7	-115,0
Övriga externa kostnader	-26,5	-57,6	-109,6
Personalkostnader	-9,2	-20,3	-38,3
EBITDA (exkl. engångsposter)	2,0	3,4	22,9
<i>Engångsintäkter/-kostnader</i>	0,0	-4,3	-11,6
EBITDA	2,0	-0,9	11,3
<i>Omsättningstillväxt</i>	6,8%	9,5%	17,9%
<i>Bruttovinstmarginal</i>	62,0%	61,9%	59,7%
<i>EBITDA-marginal (justerad)</i>	3,3%	2,6%	8,0%