



# KVARTALSRAPPORT

2023-01-01 – 2023-03-31



# SAMMANFATTNING

## SAMMANFATTNING AV KVARTALET 1 JANUARI TILL 31 MARS 2023

- Koncernens nettoomsättning uppgick till 76,9 MSEK (61,9 MSEK), en tillväxt med 24% jämfört med motsvarande period föregående år
- Den organiska tillväxten var 10% relativt mot jämförbar period föregående år
- Bruttomarginalen uppgick i kvartalet till 64% (63%)
- Justerade EBITDA uppgick till 4,2 MSEK (1,9 MSEK), motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 5% (3%)
- Justerat EBITA uppgick till 3,9 MSEK (1,8 MSEK) motsvarande en justerad EBITA-marginal om 5% (3%)
- Periodens resultat uppgick till -3,7 MSEK (-3,4 MSEK)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick -4,5 MSEK (-9,8 MSEK)
- Vinst per aktie -0,18 SEK (-0,16 SEK)

## NYCKELTAL

(MSEK)	2023-01-01	2022-01-01	2022-01-01	2021-01-01
	2023-03-31	2022-03-31	2022-12-31	2021-12-31
Nettoomsättning	76,9	61,9	286,4	146,4
Nettoomsättningstillväxt, %	24%	76%	96%	62%
Bruttovinst	49,5	39,7	168,8	99,2
Bruttovinstmarginal, %	64%	63%	59%	68%
Justerad EBITDA	4,2	1,9	15,2	20,0
Justerad EBITDA-marginal, %	5%	3%	5%	14%
Justerat EBITA	3,9	1,8	14,5	19,5
Justerat EBITA-marginal %	5%	3%	5%	13%
EBITDA	1,7	-1,1	3,7	12,6
EBITDA-marginal, %	neg	neg	1%	9%
Rörelseresultat (EBIT)	-0,8	-3,0	-15,3	10,3
Rörelsemarginal, %	neg	neg	neg	neg
Periodens resultat	-3,7	-3,4	-18,3	9,3

## KOMMENTAR FRÅN VD

När vi sammanfattar Q1 kan vi konstatera att Online Brands fortsätter att visa en stark organisk tillväxt om 10%. Omsättningen uppgick till 77,3 MSEK under kvartalet (69,8 MSEK proforma). Att vi fortsätter att öka försäljningen och ta marknadsandelar i en utmanande omvärld bevisar vår starka affärsmodell och teamets dedikerade arbete under kvartalet.

Bruttomarginalen i Q1 blev 64% (63%), vilket är en ökning jämfört med föregående år. Samtidigt som valuta och frakter för vissa bolag i koncernen fortsatt haft en ogynnsam effekt på bruttomarginalen ser vi att trenden i gruppen är positiv. E-handelsförsäljningen fortsätter att ta andelar av den totala försäljningen, vilket har en positiv påverkan på gruppens totala bruttomarginal och därmed gynnar lönsamhetsutvecklingen i stort. E-handeln växte under kvartalet med 12% och e-handels totala andel av försäljningen för kvartalet var 77% (76%). Tillväxten drivs primärt av försäljningen i Europa, där omsättningen ökar med 24% under kvartalet och där vår största vertikal Trendcarpet växte med 9% under kvartalet.

Medan e-handeln utvecklas starkt för gruppen ser vi en fortsatt svag och minskad efterfrågan jämfört med föregående år hos gruppens bolag som säljer mot återförsäljare, där fortsatt höga lager och en generellt lägre efterfrågan i marknaden påverkar kundernas behov negativt också i Q1.

Samtidigt som omsättningen ökar under Q1 förbättrar vi också resultatet jämfört med föregående år, 4,2 MSEK i justerat EBITDA (1,9 MSEK). Vi ser att det effektiviseringsprogram vi initierade under Q4 2022 ger resultat och vi har fortsatt högt kostandsfokus. Arbetet med att konsolidera gemensamma funktioner inom ekonomi, logistik och digital marknadsföring i Online Brands har börjat att ge resultat och personalkostnaderna har minskat från 13,4 MSEK till 12,8 MSEK under Q1 jämfört med föregående kvartal varav 2,4 MSEK är tillfälliga. Samtidigt sjunker personalkostnaderna som andel av omsättningen från 15,8% till 13,4% under Q1 jämfört med föregående kvartal. Vi kan också konstatera att de investeringar som togs i slutet av 2022 i lager-/logistikenheten hos gruppens största vertikal Trendcarpet, genererar en utveckling i linje med planen för Q1, med ökad effektivitet i orderhantering och leveranssäkerhet. Vi ser sammantaget att full resultateffekt av strukturåtgärderna kommer att nås under andra halvåret 2023.

Samtidigt som vi fokuserar på att sänka driftkostnaderna investerar vi planenligt i initiativ som kommer att innebära ökad försäljning över tid. Bland annat har vi under kvartalet haft framgångsrik framdrift med att implementera nya CRM-system i Trendcarpet, Hatshop och Bread & Boxers, samtidigt som vi har förberett KitchenLabs och Isbjörns egna e-handel för geografisk expansion som kommer gå live under Q2 2023

Avslutningsvis är jag glad att kunna konstatera att vi efter utgången av Q1 förvärvade e-handelsbolaget Allafröer.se, en onlinespecialist på försäljning av blom- och grönsaksfröer, lökar och växter. Det är en vertikal som passar väldigt väl in i vår affärsmodell, med ett mycket skalbart utbud av fröer, där vi kan möta våra initierade kunders efterfrågan på sortimentsbredd. I tillägg är möjligheterna synnerligen goda att snabbt kunna skala upp aktiviteten i den digitala marknadsföringen och i den internationella närvaron redan under 2023.

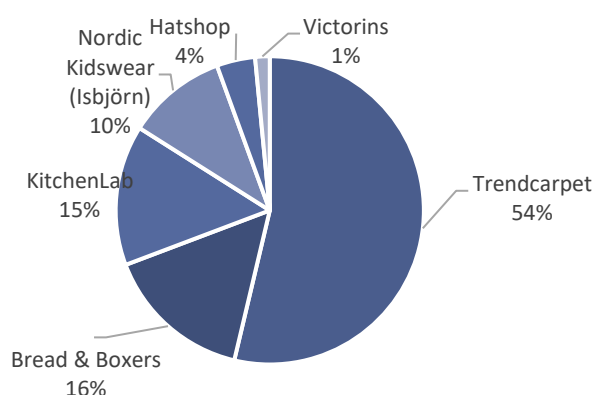
Magnus Skoglund  
VD, Online Brands Nordic AB

# UTVECKLING FÖRSTA KVARTALET

## NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT

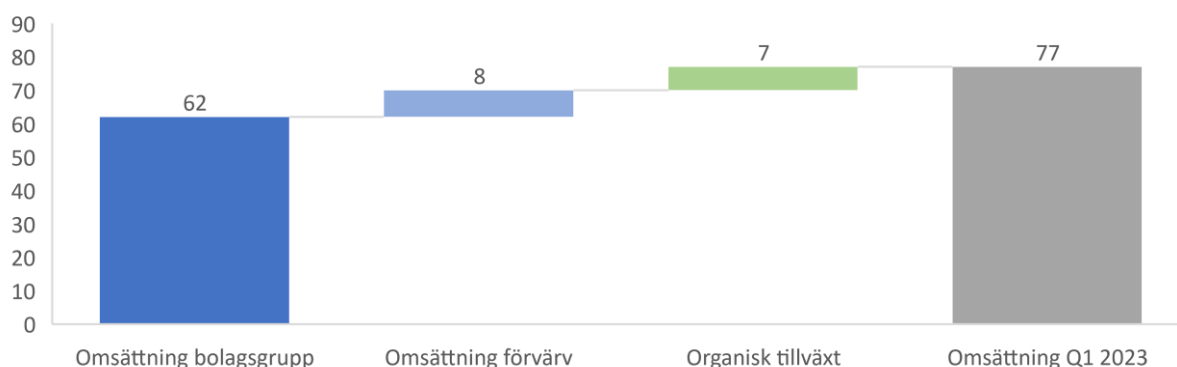
Koncernens nettoomsättning under det första kvartalet 2023 uppgick till 76,9 MSEK (61,9 MSEK) varav 54% eller 41,3 MSEK var hänförligt till Trendcarpet, 16% eller 11,9 MSEK var hänförligt till Bread&Boxers, 12% eller 10,8 MSEK till Nordic Kidswear (Isbjörn), 4% eller 3,1 MSEK till Hatshop och resterande 2% eller 1,5 MSEK var hänförligt till Victorins.

Fördelning av omsättning (Q1 2023)



Nettoomsättningen om 76,9 MSEK i det första kvartalet 2023 motsvarar en tillväxt med ca. 24% från motsvarande kvartal föregående år. I perioden för första kvartalet för föregående år inkluderas Bread & Boxers och KitchenLab i sin helhet medan förvärvet av Nordic Kidswear slutfördes först i början av andra kvartalet 2022. Trots ett fortsatt utmanande makroklimat med högre räntor som minskar disponibel inkomst för hushållen runt om i Europa fortsätter bolagsgruppen att påvisa tillväxt. Vi ser att tillväxten framförallt sker i den egna e-handelskanalen medan det finns fortsatt svagare efterfrågan bland återförsäljare. Den svagare efterfrågan bland återförsäljare bedöms som tillfällig och i takt med att makromiljön stabiliseras bör efterfrågan mot återförsäljare ta fart igen. Den organiska tillväxten för koncernen summeras till ca. 10% jämfört med samma period föregående år medan ca. 8m MSEK kommer från nya förvärv.

### Omsättning motsvarande kvartal föregående år (MSEK)

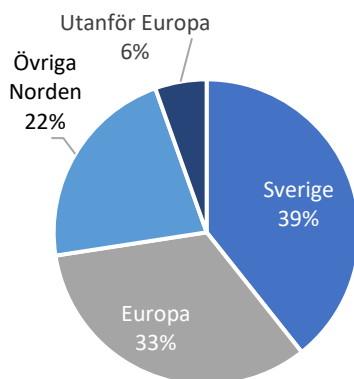


### NETTOOMSÄTTNING FÖRDELAT PÅ GEOGRAFI OCH DISTRIBUTIONSKANAL

Koncernen uppvisar en fortsatt väldiversifierad försäljning både geografiskt och per distributionskanal.

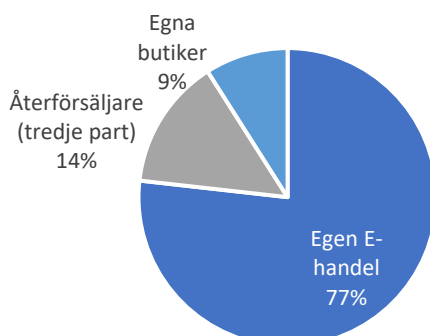
För första kvartalet 2023 är Sverige den viktigaste marknaden för koncernen omsättningsmässigt med ca. 39% följt av Europa (ex Norden) med ca. 33% följt av Norden (ex Sverige) med ca. 22% och utanför Europa ca. 6%.

### Omsättning fördelat på länder (Q1 2023)



Avseende distributionskanal för koncernen som helhet så kommer ca 77% från egen e-handel, ca 14% från distribution via återförsäljare och ca 9% från egna fysiska butiker mätt för helåret 2022.

### Omsättning fördelat på kanaler (Q1 2023)



## BRUTTOVINST

Bruttovinsten för koncernen stiger under fjärde kvartalet till 49,9 MSEK (39,7 MSEK) vilket är en tillväxt om ca. 25% från motsvarande kvartal föregående år. Största drivaren är primärt att det tillkommit dotterbolag till koncernen jämfört med de som fanns i gruppen föregående år samt att andel egen e-handel har ökat relativt andra distributionskanaler.

Bruttomarginalen stärks till 64% för kvartalet jämfört med föregående period förra året då bruttomarginalen var 63%.

## OPERATIONELLA KOSTNADER

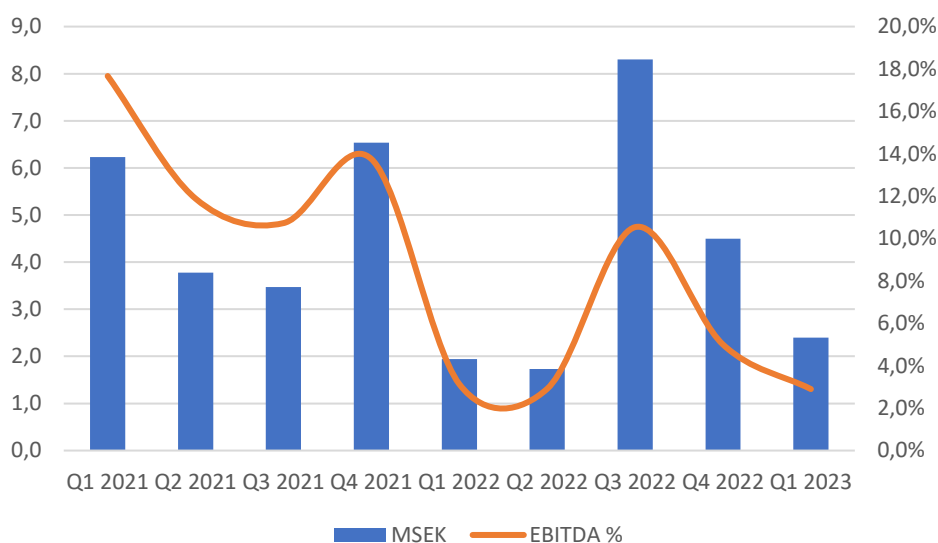
Operationella kostnader så som driftskostnader, personalkostnader och övriga externa kostnader stiger under kvartalet från 38,4 MSEK till 47,7 MSEK primärt hänförligt till att dotterbolag adderats till bolagsgruppen, ökade marknadsföringskostnader och huvudkontorsfunktioner etablerats. Vidare har investeringar gjorts planerligt i åtgärder som sänker driftskostnader över tid samt i initiativ till ökad försäljning så som i nytt CRM-system i Trendcarpet och Bread & Boxers samt översättning och plattformstöd för geografisk expansion för KitchenLab och Isbjörn.

Jämfört med så som bolagsgruppen såg ut samma kvartal föregående år, stiger underliggande nivå för operationella kostnader från 38,4 MSEK till 42,6 MSEK.

## RESULTAT OCH LÖNSAMHET

Det justerade rörelseresultatet före avskrivningar (justerad EBITDA) uppgick till 4,2 MSEK (1,9 MSEK) under det första kvartalet 2023 vilket motsvarar en justerad EBITDA-marginal om 5% (3%). Det redovisade rörelseresultatet före avskrivningar (EBITDA) uppgick till 1,7 MSEK (1,1 MSEK). Det justerade resultatet före avskrivningar av immateriella avskrivningar som uppkommit genom rörelseförvärv (justerad EBITA) uppgick till 3,9 MSEK (1,7 MSEK). Justeringarna består av personalkostnader som är del av ett beslutat effektiviseringsprogram och som kommer att upphöra under andra kvartalet 2023. Vidare har även beräknad framtida tilläggsköpeskilling justerats ned med 2,0 MSEK vilket har påverkat resultatet positivt.

### Redovisat Justerat EBITDA per kvartal (Q1 2021 – Q1 2023)



### FINANSIELL STÄLLNING OCH LIKVIDITET

- Koncernens egna kapital uppgår den 31 Mars 2023 till 157,4 MSEK (155,5 MSEK).
- Koncernens likvida medel uppgår den 31 Mars 2023 till 12,1 MSEK (9,0 MSEK) och 30,5 MSEK av Koncernens checkräkningskrediter om totalt 36,6 MSEK var utnyttjade.
- Räntebärande skulder som inkluderar banklån och checkräkningskredit uppgår den 31 Mars 2023 till 52,7 MSEK (30,8 MSEK).
- Efter kvartalets slut annonserades att bolaget gör en nyemission om 23,5 MSEK vilket stärker bolagets finansiella ställning och möjliggör ytterligare investeringar och förvärv

### KASSAFLÖDE OCH INVESTERINGAR

Kassaflödet från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital uppgick till 3,4 MSEK (-0,6 MSEK). Inklusiv förändring av rörelsekapital uppgick kassaflödet från den löpande verksamheten till -2,5 MSEK (-9,8 MSEK). Bolaget har historiskt sett haft ett säsongsmässigt starkare andra halvår kassaflödesmässigt jämfört med det första halvåret.

Det totala kassaflödet under Q1 2023 var -3,0 MSEK (-80,5 MSEK).

### ANTALET AKTIER PER 2023-03-31 OCH RESULTAT PER AKTIE

Antalet aktier vid rapportperiodens slut uppgick till 21 008 125 st. Resultatet per aktie uppgick till -0,18 SEK.

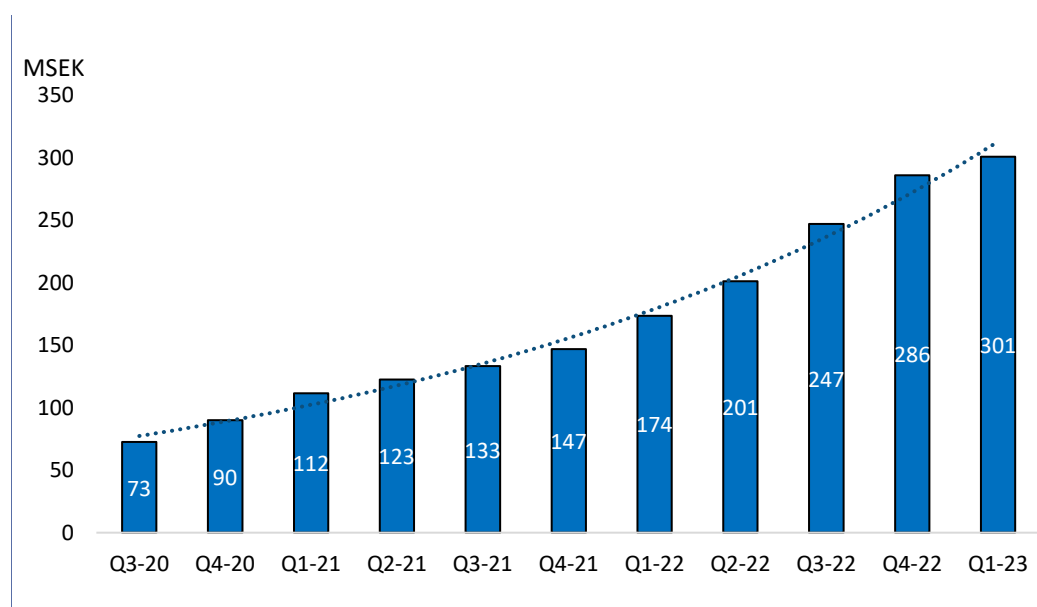
## KOMMENTARER TILL KONCERNENS UTVECKLING UNDER SENASTE 12 MÅNADERNA

### NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT MÄTT SOM RULLANDE 12 MÅNADER

I diagrammet nedan visas utvecklingen av koncernens rullande 12 månaders (RTM) nettoomsättning. Under det senaste året har RTM nettoomsättning ökat från 174 MSEK vid utgången av December 2021 till 301 MSEK vid utgången av Mars 2023, en omsättningsökning med 72%.

Under de senaste två åren, från utgången av Mars 2021 och fram till utgången av December 2022, har RTM nettoomsättning ökat från 112 MSEK till aktuella 301 MSEK, en ökning med hela 268%.

Nettoomsättning rullande 12 månader





## ÖVRIG INFORMATION

### VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER Q1 2023

- Under Q1 2023 annonserades förvärvet av Ideladan AB som driver e-handeln allafröer.se. Bolaget är verksamt inom försäljning av förer, växter och olika odlingstillbehör som antingen distribueras via eget lager eller via tredje part. I samband med förvärvet ansluter bolagets grundare Martin Wennström till Online Brands koncernen och kommer att fortsätta driva allafröer.se.

### HÄNDELSER EFTER PERIODENS UTGÅNG

- Den 17 April annonserades att bolaget planerar att genomföra en riktad nyemission om 23,5 MSEK. Emissionen förväntas slutföras i två omgångar varav den första under första halvan av maj 2023 och den andra efter beslut på bolagets årsstämma som förväntas äga rum den 23 maj 2023.
- Förvärvet av Ideladan AB slutfördes 5 maj.

### NÄRSTÅENDETRANSAKTIONER

- Inga närståendetransaktioner har förekommit under rapportperioden.

### UTSIKTER FÖR HELÅRET 2023

- Bolaget lämnar inga försäljnings- eller resultatprognoser.

### KOMMANDE RAPPORTTILLFÄLLEN FÖR RÄKENSKAPSÅRET 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.

## MER OM ONLINE BRANDS NORDIC

Online Brands Nordic AB 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) som driver flertalet vertikaler inom e-handel:

- **Trendcarpet** en av Europas ledande återförsäljare av mattor med verksamhet i 15 olika länder och främst riktad mot privatmarknaden.
- **Hatshop** en internationell e-handel för hattar, kepsar och andra huvudbonader.
- **KitchenLab** som säljer köksredskap främst via e-handel men även via de befintliga butikerna i Stockholm och Malmö.
- **Bread & Boxers** som säljer välsittande basplagg, underkläder och T-shirts för både dam och herr via egen e-handel och återförsäljare.
- **Nordic Kidswear** designar och säljer hållbara outdoor- och skidkläder för barn och ungdom under premium-varumärket Isbjörn of Sweden genom strategiskt utvalda återförsäljare samt egen e-handel och marknadsplatser.
- **Juvelerare John Victorin i Varberg AB** ("Victorins") har sedan år 1907 varit Varbergs mest framstående smyckeshandlare och butiken i centrala Varberg är en institution.
- **Allafroer.se** säljer fröer, lökar och odlingstillbehör via egen 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

Martin Carlsson, CFO  
martin.carlsson@onlinebrands.se

### POSTADRESS

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

# FINANSIELL INFORMATION

## RESULTATRÄKNING KONCERNEN

	2023-01-01	2022-01-01	2022-01-01	2021-01-01
Resultaträkning Koncernen (MSEK)	2023-03-31	2022-03-31	2022-12-31	2021-12-31
<b>Rörelsens intäkter</b>				
Nettoomsättning	76,9	61,9	286,9	146,4
Övriga rörelseintäkter	2,4	0,3	4,0	0,0
<b>Summa intäkter</b>	<b>79,3</b>	<b>62,2</b>	<b>290,9</b>	<b>146,4</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>				
Handelsvaror	-27,4	-22,5	-119,2	-47,3
Övriga externa kostnader	-37,3	-28,7	-117,1	-65,8
Personalkostnader	-10,4	-9,1	-41,0	-13,5
<b>Justerad EBITDA (exklusive engångskostnader)</b>	<b>4,2</b>	<b>1,9</b>	<b>13,6</b>	<b>19,8</b>
<b>Justerat EBITA (exklusive engångskostnader)</b>	<b>3,9</b>	<b>-2,2</b>	<b>-3,8</b>	<b>-17,6</b>
Engångskostnader	-2,4	-0,8	-11,5	-7,4
<b>Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)</b>	<b>1,8</b>	<b>1,1</b>	<b>2,1</b>	<b>12,4</b>
Avskrivningar materiella anläggningstillgångar	-0,3	-0,2	-0,7	-0,5
Avskrivningar immateriella anläggningstillgångar	-4,5	-3,9	-16,7	-1,7
Nedskrivningar av kortfristiga fordringar				
<b>Rörelseresultat (EBIT)</b>	<b>-3,0</b>	<b>-3,0</b>	<b>-15,3</b>	<b>10,2</b>
Ränteintäkter och liknande resultatposter	0,0	0,0	0,0	0,0
Räntekostnader och liknande resultatposter	-0,7	-0,2	-2,2	0,0
<b>Resultat före skatt</b>	<b>-3,7</b>	<b>-3,2</b>	<b>-17,5</b>	<b>10,2</b>
Lämnade koncernbidrag				
Skatt på årets resultat	0,0	-0,2	-0,8	-0,9
<b>Periodens resultat</b>	<b>-3,7</b>	<b>-3,4</b>	<b>-18,3</b>	<b>9,3</b>

## BALANSRÄKNING KONCERNEN

Balansräkning Koncernen (MSEK)	2023-03-31	2022-12-31	2021-12-31	2022-03-31
<b>Tillgångar</b>				
<i><b>Anläggningstillgångar</b></i>				
Immateriella anläggningstillgångar	157,6	159,9	35,6	149,2
Materiella anläggningstillgångar	2,5	2,4	1,7	2,3
Finansiella anläggningstillgångar	1,9	2,7	2,2	2,5
<b>Summa Anläggningstillgångar</b>	<b>162,0</b>	<b>165,0</b>	<b>39,6</b>	<b>154,1</b>
<i><b>Omsättningstillgångar</b></i>				
Varulager och förskott till leverantörer	94,4	94,3	44,3	68,8
Kundfordringar	15,9	13,0	8,7	11,6
Övriga kortfristiga fordringar	1,8	2,8	2,5	3,7
Upplupna intäkter och förutbetalda kostnader	5,4	3,8	2,7	3,9
Kortfristiga placeringar	0,0	0,0	-	
Kassa och bank	12,1	15,2	66,2	9,0
<b>Summa Omsättningstillgångar</b>	<b>129,6</b>	<b>129,1</b>	<b>124,4</b>	<b>97,1</b>
<b>Summa Tillgångar</b>	<b>291,6</b>	<b>294,1</b>	<b>164,0</b>	<b>251,2</b>
<b>Eget kapital och skulder</b>				
<i><b>Eget kapital</b></i>				
Aktiekapital	105,4	105,4	97,2	102,4
Övrigt tillskjutet kapital	53,4	53,4	11,9	36,6
Balanserade vinstmedel och periodens resultat	0,6	2,0	19,8	16,5
Minoritetsintresse	0,0	0,0	0	
<b>Eget kapital</b>	<b>159,4</b>	<b>160,8</b>	<b>128,8</b>	<b>155,5</b>
<i><b>Avsättningar</b></i>				
Avsättningar för uppskjuten skatt	3,0	3,0	2,3	3,4
Övriga avsättningar	0,3	0,3	-	0,4
<b>Summa avsättningar</b>	<b>3,3</b>	<b>3,3</b>	<b>2,3</b>	<b>3,8</b>
<i><b>Långfristiga skulder</b></i>				
Långfristiga skulder till kreditinstitut	17,3	18,4	-	12,5
Uppskattade framtida TKSer	17,3	19,3	-	30,0
<b>Summa långfristiga skulder</b>	<b>34,6</b>	<b>37,7</b>	<b>-</b>	<b>42,5</b>
<i><b>Kortfristiga skulder</b></i>				
Kortfristig del av skulder till kreditinstitut	4,9	5,5	-	12,8
Checkräkningskredit	30,5	28,4	4,2	12,8
Leverantörsskulder	25,9	24,2	12,8	18,4
Skatteskulder	0,3	0,5	2,8	1,3
Övriga kortfristiga skulder	19,2	19,6	10,5	12,3
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	13,5	14,1	2,6	4,5
<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>94,3</b>	<b>92,3</b>	<b>32,9</b>	<b>49,3</b>
<b>Summa Eget kapital och skulder</b>	<b>291,6</b>	<b>294,1</b>	<b>164,0</b>	<b>251,2</b>
<i>Ställda säkerheter</i>	32,1	32,1	16,4	16,4

## FÖRÄNDRING EGET KAPITAL I KONCERNEN

	2023-01-01	2022-01-01	2021-01-01	2022-01-01
Förändring av eget kapital i Koncernen (MSEK)	2023-03-31	2022-12-31	2021-12-31	2022-03-31
Eget kapital vid periodens början	160,8	128,8	23,2	128,8
Nyemissioner		50,3	70	30
Utdelning			-12,6	
Apportemission vid omvänt förvärv		0	38,9	
Periodens resultat	-1,4	-18,3	9,3	-3,3
<b>Eget kapital vid periodens utgång</b>	<b>159,4</b>	<b>160,8</b>	<b>128,8</b>	<b>155,5</b>

## KASSAFLÖDESANALYS KONCERNEN

	2023-01-01	2022-01-01	2022-01-01	2021-01-01
Kassaflödesanalys Koncernen (MSEK)	2023-03-31	2022-03-31	2022-12-31	2021-12-31
<b>Den löpande verksamheten</b>				
Rörelseresultat	-1,4	-3,0	-17,4	10,2
Ej kassaflödespåverkande poster	4,8	4,1	17,4	2,3
Betald skatt	0,0	-1,7	-3,1	-0,7
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital</b>	<b>3,4</b>	<b>-0,6</b>	<b>-3,1</b>	<b>11,8</b>
Förändringar av rörelsekapital	-5,9	-9,2	-9,5	-20,2
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>-2,5</b>	<b>-9,8</b>	<b>-12,6</b>	<b>-8,4</b>
Kassaflöde från investeringsverksamheten	0,0	-70,7	-89,8	8
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-0,5	0	40,5	61,6
<b>Periodens kassaflöde</b>	<b>-3,0</b>	<b>-80,5</b>	<b>-61,9</b>	<b>61,2</b>
<b>Likvida medel vid periodens början</b>	<b>15,3</b>	<b>66,2</b>	<b>66,2</b>	<b>2,5</b>
Periodens kassaflöde	-3,0	-80,5	-61,9	61,2
Likvida medel tillförda vid företagsförvärv	0,0	10,7	10,9	2,5
<b>Likvida medel vid periodens slut</b>	<b>12,3</b>	<b>9,0</b>	<b>15,2</b>	<b>66,2</b>

## RESULTATRÄKNING – PROFORMA

RESULTATRÄKNING - PROFORMA (MSEK)	2023-01-01	2022-01-01	2022-01-01	2021-01-01
Nuvarande Online Brands-koncernen	2023-03-31	2022-03-31	2022-12-31	2021-12-31
<i>CaMa-Gruppen (Trendcarpet &amp; Hatshop)</i>	44,4	40,9	159,1	143,3
<i>Victorins</i>	1,2	1,1	5,8	5,7
<i>Kitchenlab</i>	11,3	9,9	48,8	52,2
<i>Bread &amp; Boxers</i>	12,0	10,1	44,7	38,9
<i>Nordic KidsWear (Isbjörn)</i>	8,0	8,0	36,9	33,7
<b>Nettoomsättning</b>	<b>76,9</b>	<b>69,9</b>	<b>295,3</b>	<b>273,8</b>
Övriga rörelseintäkter	2,4	0,3	5,3	0,3
<b>Summa intäkter</b>	<b>79,3</b>	<b>70,2</b>	<b>300,6</b>	<b>274,1</b>
Handelsvaror	-27,4	-26,6	-122,6	-115,4
Övriga externa kostnader	-37,3	-31,1	-120,0	-98,0
Personalkostnader	-10,4	-11,2	-43,7	-35,0
<b>Justerad EBITDA</b>	<b>4,2</b>	<b>1,4</b>	<b>14,3</b>	<b>25,7</b>