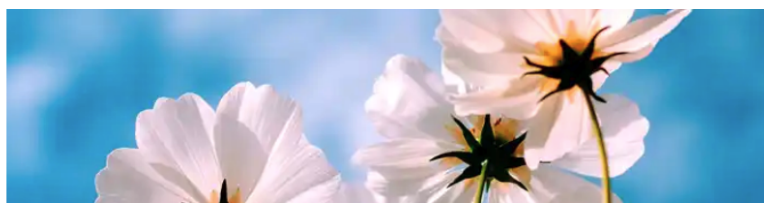


Alla
FRÖER



KVARTALSRAPPORT

2024-04-01 – 2024-06-30

REKORDOMSÄTTNING MED 32% ORGANISK TILLVÄXT

SAMMANFATTNING AV ANDRA KVARTALET, 1 APRIL TILL 30 JUNI 2024

- Koncernens nettoomsättning uppgick i kvartalet till 77,9 MSEK (59,2), motsvarande en ökning om 31,9%
- Koncernens omsättning i egen e-handel uppgick till 61,5 MSEK (46,7 MSEK), en ökning med ca 31,2%
- Den organiska tillväxten var 31,9% relativt jämförbar period föregående år
- Bruttovinstmarginalen uppgick i kvartalet till 62,6% (56,2%)
- Kvartalets EBITDA uppgick till 4,3 MSEK (2,5 MSEK), motsvarande en EBITDA-marginal om 5,5% (4,2%)
- Kvartalets totala resultat uppgick till -1,6 MSEK (-5,2 MSEK)
- Resultat per aktie för kvartalet uppgår till -0,07 SEK (-0,23 SEK)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick 3,0 MSEK (4,5 MSEK)
- Nettoskuldsättning vid periodens slut var MSEK 34,8 (28,4)

NYCKELTAL

(msek)	Apr-juni 2024	Apr-juni 2023	Jan-juni 2024	Jan-juni 2023	Jan-dec 2023
Nettoomsättning	77,9	59,2	159,2	136,1	301,1
Nettoomsättningstillväxt, %	31,9%	0,0%	17,0%	12,0%	4,9%
Bruttovinst	48,9	33,3	99,2	82,8	197,2
Bruttovinstmarginal, %	62,6%	56,2%	61,9%	61,0%	63%
EBITDA	4,3	2,5	9,0	3,7	12,5
EBITDA-marginal, %	5,5%	4,2%	5,6%	2,1%	5,3%
Rörelseresultat (EBIT)	-0,7	-3,2	-0,8	-6,3	-5,7
Rörelsemarginal, %	-0,9%	-5,4%	-0,4%	-4,6%	-1,0%
Periodens resultat	-1,6	-5,2	-3,2	-9,0	-10,5

KOMMENTAR FRÅN VD

Det andra kvartalet visade på en stark organisk tillväxt om hela 32% till 78,1 MSEK (59,2 MSEK) samtidigt som vi ökar bruttomarginalen från 56% till 62,6%.

I tillägg till försäljningstillväxten och den ökade bruttomarginalen levererar vi även ett lika starkt resultatlyft under kvartalet där EBITDA blev 4,3 MSEK (2,5 MSEK). Rensat för en positiv effekt av tilläggsköpeskillingar inkluderat i föregående års jämförelseperiod (om 9,2 MSEK) blir ökningen i EBITDA för Q2 2024 164% jämfört med samma period föregående år.

Vi fortsätter att flytta fram våra positioner ytterligare och kraftigt öka våra marknadsandelar under kvartalet. Tillväxten på 32% ska ställas i perspektiv till en fortsatt utmanande marknad, med avvaktande efterfrågan från konsumenterna. Trots utmaningarna är detta det fjärde kvartalet i rad där vi växer organiskt. Det som är allra mest glädjande är att alla portföljbolag växer kraftigt och bidrar till koncernens försäljningsökning efter de förbättringar vi arbetat med senaste 18 månaderna.

Bread and Boxers växer med över 50% under Q2, drivet av ett långsiktigt strategiskt arbete i såväl egen e-handel som genom försäljning via återförsäljare.

Trendcarpet, Hatshop och KitchenLab växer alla med mer än 25%, drivet av vårt långsiktiga arbete med kostnadseffektiv tillväxt genom geografisk expansion, sortimentbreddning och under Q2 framgångsrik utveckling av våra gruppgemensamma funktioner inom prestationsbaserad marknadsföring.

Vi har under Q2 fortsatt med att effektivisera och automatisera arbetet inom lager, kundtjänst, inköp och marknadsföring. Vi ser tydligast resultat av detta i förbättringen av bruttomarginalen och i personalkostnaden som andel av omsättningen. Bruttomarginalen var som nämnts under Q2 62,6% (56,2%), drivet av försäljning av unika produkter med högre grundmarginal, samt en effektivare marknadsföring som lett till en lägre grad av rabatterad omsättning. Personalkostnaden uppgick till 10,1 MSEK (11,0 MSEK), 12,9% av omsättningen (18,9%), som ett resultat av nämnda effektiviserings- och automatiseringsarbete.

Mycket arbete har gjorts under första halvåret men mycket mer återstår och när vi nu blickar in i andra halvårets högsäsong gör vi det med självförtroende och hunger. Oavsett marknadsförutsättningar vill vi fortsätta på den inslagna vägen med lönsam tillväxt och ökade marknadsandelar. Förhoppningen att förvärva fler bolag till koncernen som vi kan utveckla och förbättra kvarstår, och med en minskande nettoskuld samtidigt som lönsamheten ökar ser vi förbättrade möjligheter.

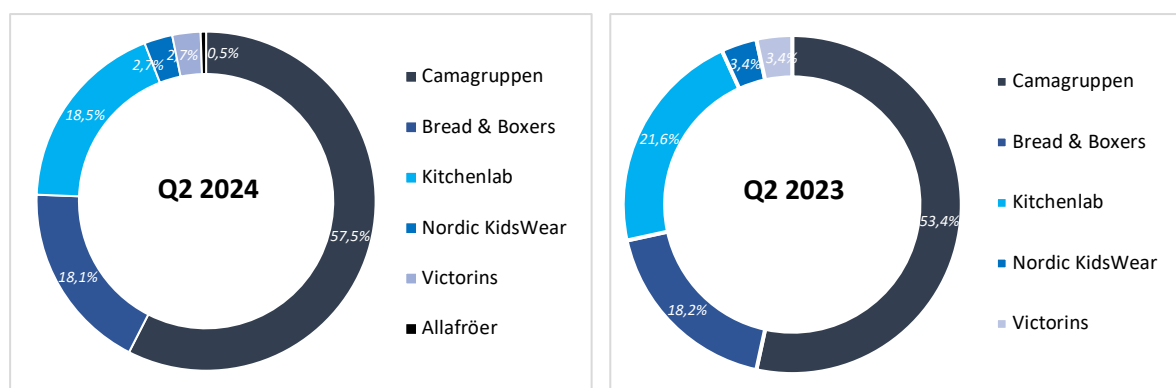
Magnus Skoglund
VD, Online Brands Nordic AB

UTVECKLING ANDRA KVARTALET

NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT

Koncernens nettoomsättning under det andra kvartalet 2024 uppgick till 77,9 MSEK (59,2 MSEK) av detta var 57,5% eller 44,8 MSEK hänförligt till Camagruppen (Trendcarpet och Hatshop), 18,1% eller 14,1 MSEK till Bread & Boxers, 18,5% eller 14,4 MSEK hänförligt till KitchenLab, 2,7% eller 2,1 MSEK till Nordic Kidswear (Isbjörn) 2,8% eller 2,1 MSEK till Victorins. Försäljningen i det senaste förvärvet i företagsgruppen, Allafröer, utgör ca 0,4% eller 0,3 MSEK.

Fördelning av omsättning (Q2 2024 vs Q2 2023)



Inom koncernens största och resultatmässigt viktigaste dotterbolag, Camagruppen, genomfördes under 2023 ett omfattande arbete avseende flytt, personal och byte av lagersystem, vilka hade en negativ påverkan på försäljning och lönsamhet under perioden. Dessa driftstörningar har vi nu i stor utsträckning kommit till rätta med och bolaget är åter på rätt väg och står stabilt avseende både försäljning och lönsamhet.

Utvecklingen inom försäljningen och det allmänna konjunkturläget ser ut att vara fortsatt relativt god bland koncernens erbjudna produkter och varumärken. Online Brands har upplevt ett bra andra kvartal 2024 jämfört med jämförbara bolag inom liknande branscher och ser med tillförsikt fram emot ett starkt andra halvår 2024

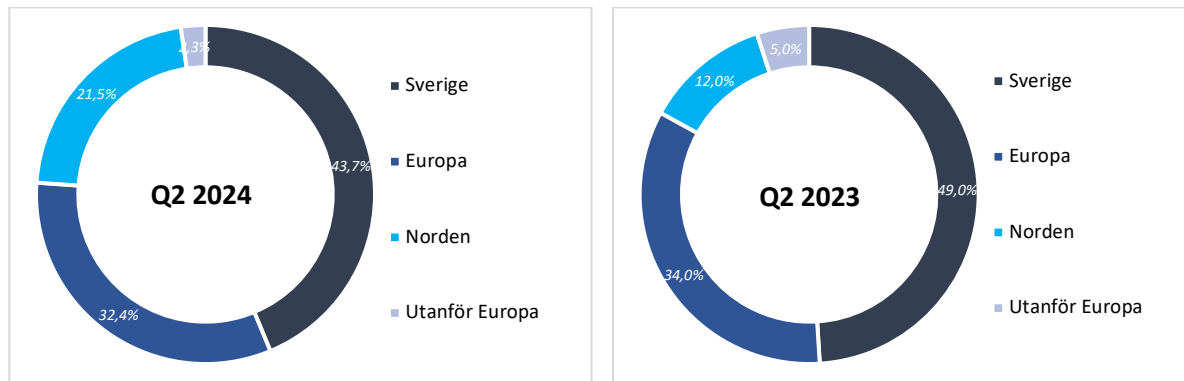
NETTOOMSÄTTNING FÖRDELAT PÅ GEOGRAFI OCH DISTRIBUTIONSKANAL

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

Koncernens försäljning ökar utanför Sverige och vi ser under Q2 att Europa och övriga Norden utgör en högre andel av koncernens försäljning än tidigare. Europa (utanför Norden) är en viktig tillväxtmarknad och står för en andel om ca 32,4% följt av övriga Norden med 23,5%. Sverige står för 43,7% och regionen utanför Europa drygt 2,3%. Vi fortsätter att investera för att öka försäljningen utanför Sverige. Detta har successivt visat sig vara en framgångsrik

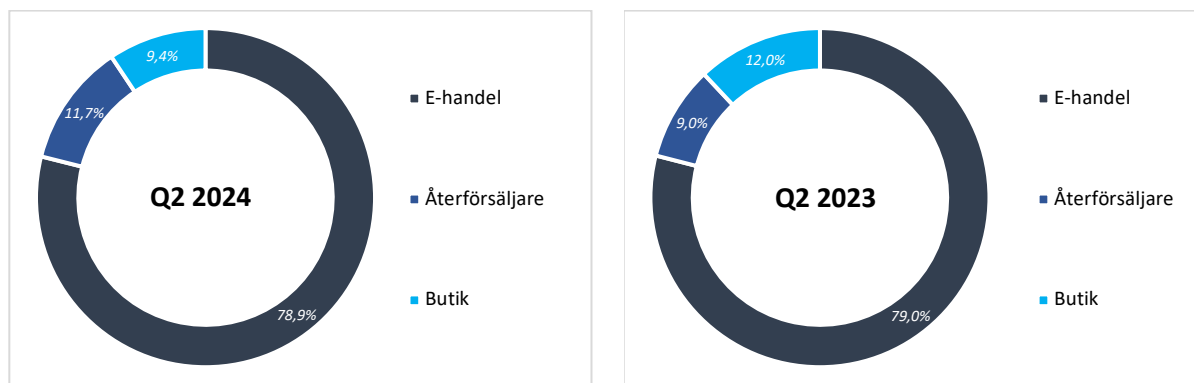
strategi då vi ser att koncernen arbetar sig in på den internationella marknaden i allt större utsträckning.

Sverige är fortsatt under kvartalet OBAB-koncernens viktigaste geografiska marknad, men vi ser att försäljningen inom flertalet av de olika bolagen inom koncernen växer starkt inom övriga Europa. Europamarknaden är omfattande och det är främst där vi ser den huvudsakliga tillväxten i framtiden.



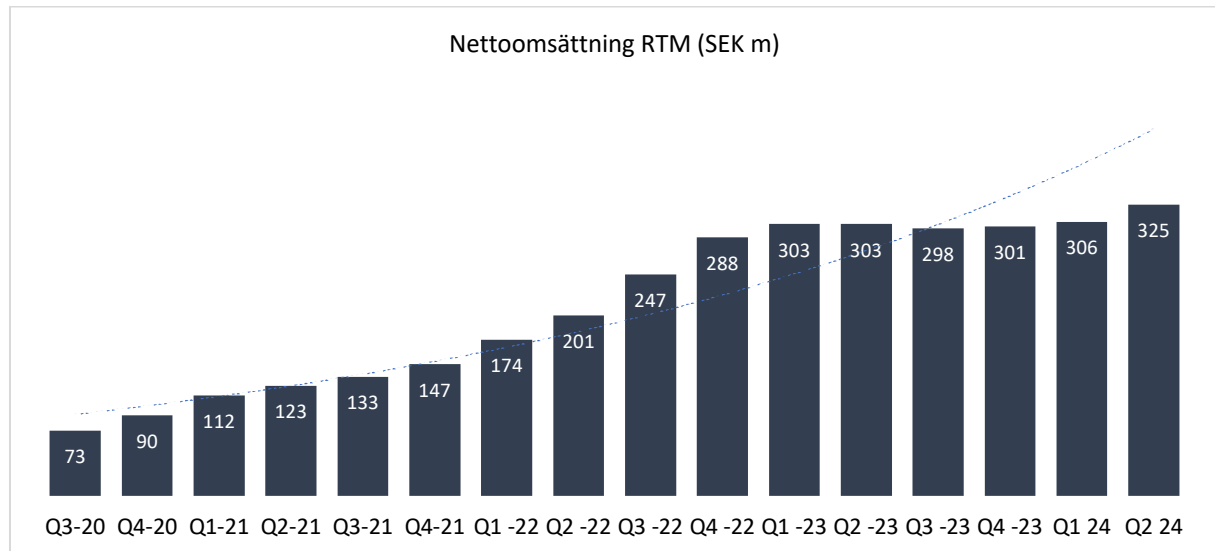
Omsättning fördelat på kanaler (Q2 2024 vs Q2 2023)

Koncernen har ett ökat fokus på egen försäljning, främst genom e-handel. I takt med att den egna e-handeln ökar så får vi även en bättre kontroll på vår logistik, och vi ser att både lönsamheten och kassaflödet förbättras. Koncernens omsättning i egen e-handel uppgick under Q2 2024 till 61,5 MSEK, en ökning om ca 31,2% jämfört med samma period 2023.



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 73 MSEK vid utgången av Q3 2020 till ca 325 MSEK vid utgången av Q2 2024, en omsättningsökning med ca 245%.



BRUTTOVINST

Bruttovinsten (omsättning - varukostnader) för koncernen under det andra kvartalet uppgick till 48,9 MSEK (43,1 MSEK).

OPERATIONELLA KOSTNADER

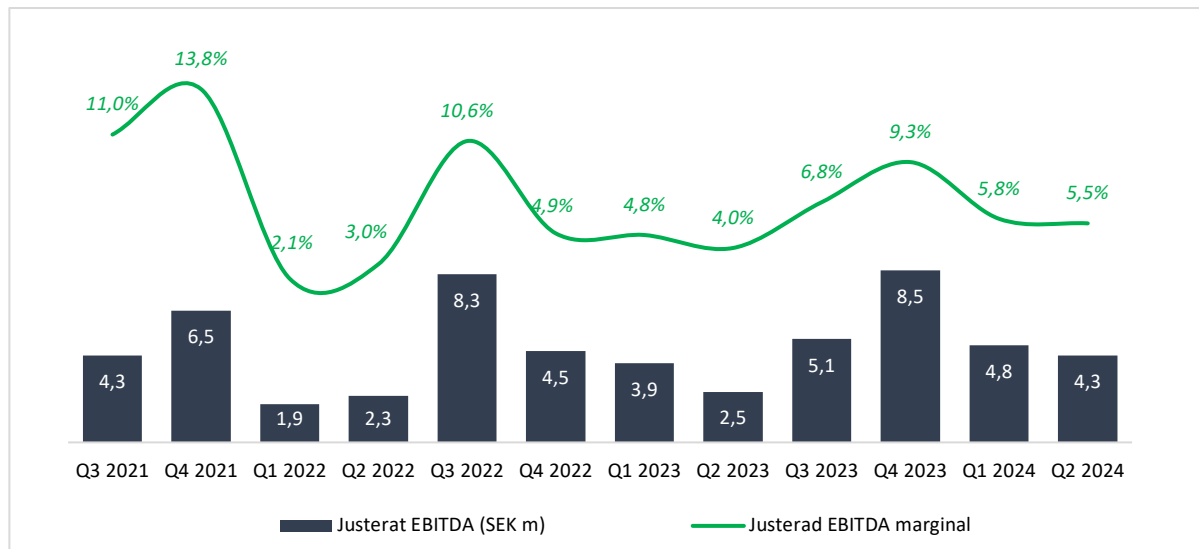
Koncernens operationella kostnader så som driftskostnader, personalkostnader, lager och marknadsföring arbetas kontinuerligt med att sänka inom koncernen. Inom företagsadmin och redovisning bedöms det att det finns relativt stora besparingsmöjligheter när koncernen lyckas integrera de förvärvade dotterbolagen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

RESULTAT OCH LÖNSAMHET

Redovisade rörelseresultatet före avskrivningar (EBITDA) uppgick till 4,3 MSEK (2,5 MSEK) under det andra kvartalet 2024 vilket motsvarar en EBITDA-marginal om 5,5% (4,2%). Föregående års EBITDA omfattade en positiv effekt om 9,2 MSEK relaterade till nedskrivningar av tilläggsköpeskillningar, justerat för denna effekt blir tillväxten under Q2 2024 164% i relation till samma kvartal 2023.

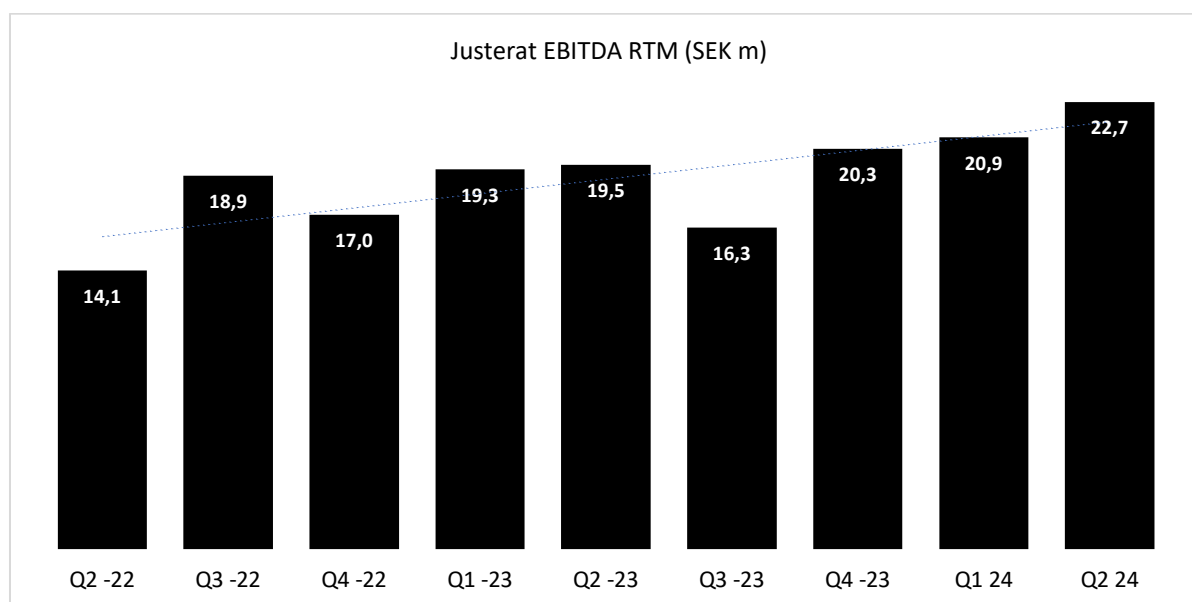
REDOVISAT JUSTERAT EBITDA PER KVARTAL (Q3 2021 – Q2 2024)

Diagrammet nedan visas utvecklingen av EBITDA per kvartal, under den senaste treårsperioden (justerat för engångseffekter relaterade till bl.a. personalneddragningar, lagerflytt, byte av diverse lagarsystem etc.), samt EBITDA i förhållande till koncernens försäljning.



JUSTERAT EBITDA MÄTT SOM RULLANDE 12 MÅNADER

I diagrammet nedan visas utvecklingen av koncernens rullande 12 månaders (RTM) EBITDA. Under det senaste två åren har RTM EBITDA ökat från 14,1 MSEK vid utgången av Q2 2022 till ca 22,7 MSEK vid utgången av Q2 2024, en ökning med ca 61,0%.



FINANSIELL STÄLLNING OCH LIKVIDITET

- Koncernens egna kapital uppgår den 30 juni 2024 till 173,5 MSEK (175,2 MSEK)
- Koncernens likvida medel uppgår den 30 juni 2024 till 10,6 MSEK (16,8 MSEK) och 19,7 MSEK av koncernens checkräkningskredit om totalt 24,5 MSEK var utnyttjade
- Räntebärande skulder som inkluderar bl.a. banklån och checkräkningskredit uppgår per den 30 juni 2024 till 45,4 MSEK (45,2 MSEK)
- Nettoskuldsättning vid rapportperiodens slut var 34,8 MSEK (28,4)

KASSAFLÖDE OCH INVESTERINGAR

Kassaflödet från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital uppgick under kvartalet till 0,8 MSEK (-9,6 MSEK). Inklusiv förändring av rörelsekapital uppgick kassaflödet från den löpande verksamheten till 3,0 MSEK (-6,1 MSEK).

Det totala kassaflödet under Q2 2024 var 3,0 MSEK (4,5 MSEK).

ANTALET AKTIER PER 2024-06-30 OCH RESULTAT PER AKTIE

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

Genomsnittligt antal aktier under perioden uppgick till 22 569 841 st (21 637 750 st).

ÖVRIG INFORMATION

Händelser efter periodens utgång

- Inga väsentliga händelser efter periodens utgång

Närståendetransaktioner

- Inga närståendetransaktioner har förekommit under rapportperioden

Utsikter för helåret 2024

- Bolaget lämnar inga försäljnings- eller resultatprognoser

Kommande rapporttillfällen för räkenskapsåret 2024

- Delårsrapport för perioden januari – september 2024: 14 november 2024
- Delårsrapport för perioden januari – december 2024: 20 februari 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 2023.

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.
- **Ideladan AB**, bedriver försäljning av fröer och odlingstillbehör under hemsidan **allafröer.se**

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

Thomas Häggkvist, CFO
thomas.haggkvist@onlinebrands.se

POSTADRESS

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

FINANSIELL INFORMATION

RESULTATRÄKNING KONCERNEN

(msek)	2024-04-01 2024-06-30	2023-04-01 2023-06-30	2024-01-01 2024-06-30	2023-01-01 2023-06-30	2023-01-01 2023-12-31
Rörelsens intäkter					
Nettoomsättning	77,9	59,2	159,2	136,1	301,1
Övriga rörelseintäkter	0,2	9,8	1,0	12,2	14,5
Summa intäkter	78,1	69,0	160,2	148,3	315,6
Rörelsens kostnader					
Handelsvaror	-29,2	-25,9	-60,9	-53,3	-119,3
Övriga externa kostnader	-34,5	-30,1	-70,6	-67,4	-137,7
Personalkostnader	-10,1	-11,0	-19,6	-23,9	-44,9
Justerat EBITDA	4,3	2,0	9,0	3,7	12,5
Engångskostnader	-	0,5	-	3,0	-
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	4,3	2,5	9,0	6,7	12,5
Avskrivningar materiella anläggningstillgångar	-0,3	-0,4	-0,3	-0,7	-
Avskrivningar immateriella anläggningstillgångar	-4,7	-4,5	-9,4	-9,0	-18,2
Rörelseresultat (EBIT)	-0,7	-2,9	-0,8	-6,0	-5,7
Finansiella poster					
Ränteutgifter och liknande resultatposter	-	-	-	-	0,8
Räntekostnader och valutakursdifferenser	-0,9	-2,3	-2,4	-3,0	-5,8
Resultat före skatt	-1,6	-5,2	-3,2	-9,0	-10,7
Skatt på periodens resultat	0	0	0	0	0,2
Periodens resultat	-1,6	-5,2	-3,2	-9,0	-10,5

BALANSRÄKNING KONCERNEN

(msek)	2024-06-30	2023-06-30	2023-12-31
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	137,1	154,0	146,4
Materiella anläggningstillgångar	1,6	2,3	1,9
Finansiella anläggningstillgångar	1,3	1,9	2,4
Summa Anläggningstillgångar	140,0	158,2	150,7
Omsättningstillgångar			
Vaulager och förskott till leverantörer	102,0	93,0	89,7
Kundfordringar	13,4	8,6	14,4
Övriga kortfristiga fordringar	0,9	7,2	3,2
Upplupna intäkter och förutbetalda kostnader	4,9	5,2	4,5
Kassa och bank*	10,6	16,8	12,3
Summa omsättningstillgångar	131,8	130,8	124,1
Summa tillgångar	271,8	289,0	274,8
Eget kapital och skulder			
Eget kapital			
Aktiekapital	113,2	113,2	113,2
Övrigt tillskjutet kapital	72,9	69,0	72,9
Balanserade vinstmedel och periodens resultat	-12,6	-7,0	-9,3
Summa Eget kapital	173,5	175,2	176,8
Avsättningar			
Avsättningar för uppskjuten skatt	2,7	3,0	2,7
Övriga avsättningar	-	8,1	4,4
Summa avsättningar	2,7	11,1	7,1
Långfristiga skulder			
Checkräkningskredit	19,7	22,2	22,3
Långfristiga skulder till kreditinstitut	10,7	16,1	11,6
Övriga skulder	4,3	-	1,3
Summa långfristiga skulder	34,8	38,3	35,2
Kortfristiga skulder			
Kortfristig del av skulder till kreditinstitut	4,9	4,9	5,5
Leverantörsskulder	23,5	27,7	24,8
Skatteskulder	0,2	-0,9	0,2
Övriga kortfristiga skulder	24,8	20,2	18,6
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	7,3	12,5	6,6
Summa kortfristiga skulder	60,7	64,4	55,7
Summa Eget kapital och skulder	271,8	289,0	274,8

*Koncernen har en beviljad checkräkningskredit om totalt 24,5 MSEK vilken är utnyttjad med 19,7 MSEK per utgången av Q2 2024.

FÖRÄNDRING EGET KAPITAL I KONCERNEN

	2024-04-01	2023-04-01	2024-01-01	2023-01-01	2023-01-01
(msek)	2024-06-30	2023-06-30	2024-06-30	2023-06-30	2023-12-31
Eget kapital vid årets början	175,1	157,0	176,8	160,8	160,8
Nyemissioner	-	23,4	-	23,4	23,4
Övrig justering	-	-	-	-	3,1
Periodens resultat	-1,6	-5,2	-3,3	-9,0	-10,5
Eget kapital vid periodens slut	173,5	175,2	173,5	175,2	176,8

KASSAFLÖDESANALYS KONCERNEN

	2024-04-01	2023-04-01	2024-01-01	2023-01-01	2023-01-01
(msek)	2024-06-30	2023-06-30	2024-06-30	2023-06-30	2023-12-31
Den löpande verksamheten					
Rörelseresultat	-0,7	-2,9	-0,8	-6,0	-5,7
Ej kassaflödespåverkande poster	2,3	-4,4	8,0	-1,6	6,5
Betalda räntor	-0,8	-2,3	-1,6	-3,0	-5,0
Betald skatt	-	-	-	-	-1,4
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	0,8	-9,6	5,6	-10,6	-5,6
Förändringar av rörelsekapital	2,2	3,5	-7,3	-	-5,7
Kassaflöde från löpande verksamheten	3,0	-6,1	-1,7	-10,6	-11,3
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-	-1,1	-	-1,1	-1,6
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-	11,7	-	13,2	9,9
Periodens kassaflöde	3,0	4,5	-1,7	1,5	-3,0
Likvida medel vid periodens början	7,6	12,3	12,3	15,3	15,3
Likvida medel vid periodens slut	10,6	16,8	10,6	16,8	12,3