

KVARTALSRAPPORT Q1 2025



2025-01-01 – 2025-03-31

FORTSATT STARK TILLVÄXT

SAMMANFATTNING AV DET FÖRSTA KVARTALET, 1 JANUARI TILL 31 MARS 2025

- Nettoomsättning uppgick i kvartalet till 96,8 MSEK (81,3), motsvarande en ökning om 19,1%
- Proforma, inklusive det nyligen förvärvade Reforma, uppgick nettoomsättning till 103,7 MSEK
- Omsättning i egen e-handel uppgick till 85,0 MSEK (66,6 MSEK), en ökning med ca 28%
- Den organiska tillväxten var 11,8 % relativt jämförbar period föregående år
- Bruttovinstmarginalen uppgick i kvartalet till 61,3% (60,7%)
- Justerat EBITDA uppgick till 4,9 MSEK (4,8 MSEK), justeringen härrör primärt förändring av tillägssköpeskilling, motsvarande en EBITDA-marginal om 5,1% (5,9%)
- EBITDA exklusive förändring av tillägssköpeskilling uppgick till 1,4 MSEK (4,8 MSEK),
- Kvartalets totala resultat uppgick till -2,7 MSEK (-1,6 MSEK)
- Resultat per aktie för kvartalet uppgår till -0,12 SEK (-0,07 SEK)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till -17,2 MSEK (0,4 MSEK)
- Nettoskuldsättning vid periodens slut var 23,0 MSEK (27,2)

NYCKELTAL

(msek)	Jan-mars 2025	Jan-mars 2024	Jan-dec 2024
Nettoomsättning	96,8	81,3	365,2
Nettoomsättningstillväxt, %	19,1%	5,7%	21,3%
Bruttovinst	59,3	49,3	224,0
Bruttovinstmarginal, %	61,3%	60,7%	61,3%
Justerat EBITDA	4,9	4,8	34,1
Justerad EBITDA-marginal	5,1%	5,9%	9,3%
EBITDA	4,3	4,8	22,1
EBITDA-marginal ink nedskr TKS, %	4,5%	5,9%	6,1%
EBITDA-marginal exkl nedskr skuld TKS, %	1,4%	5,9%	6,1%
Rörelseresultat (EBIT)	-0,6	-0,1	2,6
Rörelsemarginal, %	-0,6%	-0,1%	0,7%
Periodens resultat	-2,7	-1,6	-8,5

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 15 maj 2025 ca kl.8,30

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 15 maj 2025.

KOMMENTAR FRÅN VD

Årets första kvartal visade en fortsatt mycket stark försäljningstillväxt. Nettoomsättning uppgick i kvartalet till 96,8 MSEK (81,3), motsvarande en ökning om 19,1% och omsättning i egen e-handel uppgick till 85,0 MSEK (66,6 MSEK), en ökning med 27,6%. Under kvartalet har extra marknadsinvesteringar gjorts vilket gett bra effekt på tillväxten men också kortsiktigt påverkar EBITDA. Justerat EBITDA uppgick till 4,9 MSEK (4,8 MSEK).

Justerat EBITDA uppgick till 4,9 MSEK (4,8 MSEK). Liksom föregående kvartal kommer den största tillväxten från gruppens två största bolag Trendcarpet (23,5%) och Kitchenlab (30%), där e-handeln är den dominerande försäljningskanalen. Getcamping, som förvärvades i det fjärde kvartalet, redovisar en stabil omsättningsökning på 13%. För gruppens två Brands-bolag - Nordic Kidswear och Bread & Boxers - minskade den totala försäljningen under Q1 på grund av en tillbakagång i grossistförsäljningen. Det förklaras av större b2b-orderar av engångskaraktär föregående år och en grossistmarknad som fortsatt präglas av osäkerhet och utmaningar.

Justerat EBITDA uppgick till 4,9 MSEK (4,8 MSEK), justeringen härrör primärt förändring av tillägssköpeskilling. EBITDA exklusive förändring av tillägssköpeskilling uppgick till 1,4 MSEK (4,8 MSEK).

Bruttomarginalen ökade under kvartalet från 60,7% till 61,3% jämfört med Q1 2024. Strategiska producentbyten under andra halvan av 2024 kommer få genomslag under 2025, med förbättrade inköpsvillkor, en förändring som inte bara stärker vår bruttomarginal utan även skapar förutsättningar för ökad skalbarhet och lönsamhet framåt. Även en fortsatt migrering från försäljning av externa till interna varumärken kommer att ha en positiv påverkan på bruttomarginalen. Fraktkostnaderna minskade under Q1 (15,3% jämfört med 16% av omsättningen) tack vare förbättrade och konsoliderade avtal i gruppen. Marknadsföringsgraden ökade till 21% (18,1%) under kvartalet, drivet primärt av investeringar i ny marknadsföring i bolagets största bolag Trendcarpet, något som kommer falla tillbaka till normala nivåer under Q2 och Q3. Personalkostnad i relation till omsättningen ökade med två procentenheter jämfört med föregående år, vilket förklaras av planerliga organisatoriska investeringar i portföljbolagen med starkast tillväxt för att möta 2024 års kraftiga försäljningsutveckling och skapa förutsättningar för framtida tillväxt.

Vår tillväxtstrategi bygger på en kombination av organisk utveckling och strategiska förvärv. Online Brands verkar inom flera starka nischsegment och vi ser fortsatt stor potential att expandera vårt erbjudande – både genom att bredda vårt sortiment och genom att nå ut till nya geografiska marknader. Som ett till stora delar renodlat e-handelsbolag har vi en strukturell fördel gentemot traditionell detaljhandel, med en mer flexibel kostnadsstruktur som möjliggör högre skalbarhet och effektivitet i vår verksamhet. I linje med denna strategi genomförde vi efter periodens utgång ett förvärv av heminredningsbolaget Reforma – ett bolag med 100 % e-handelsförsäljning och en tydlig inriktning på egna varumärken. Reforma kompletterar vår portfölj väl och vi ser betydande synergier med vårt befintliga inredningsbolag Trendcarpet, både inom inköp, logistik och marknadsföring. Med förvärvet av Reforma inräknat i Q1 omsatte koncernen 103,7 Mkr under Q1. Förvärvet stärker vår position inom det snabbväxande segmentet för designad heminredning online.

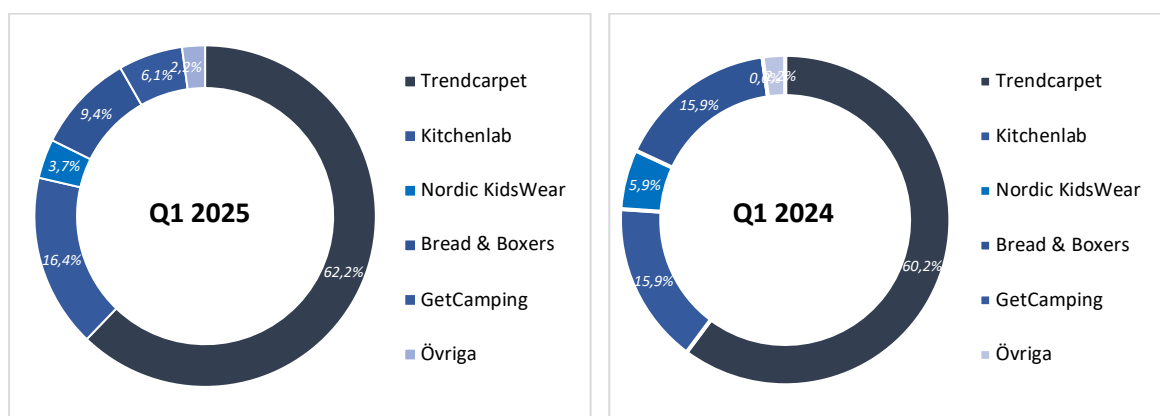
Magnus Skoglund
VD, Online Brands Nordic AB

UTVECKLING FÖRSTA KVARTALET

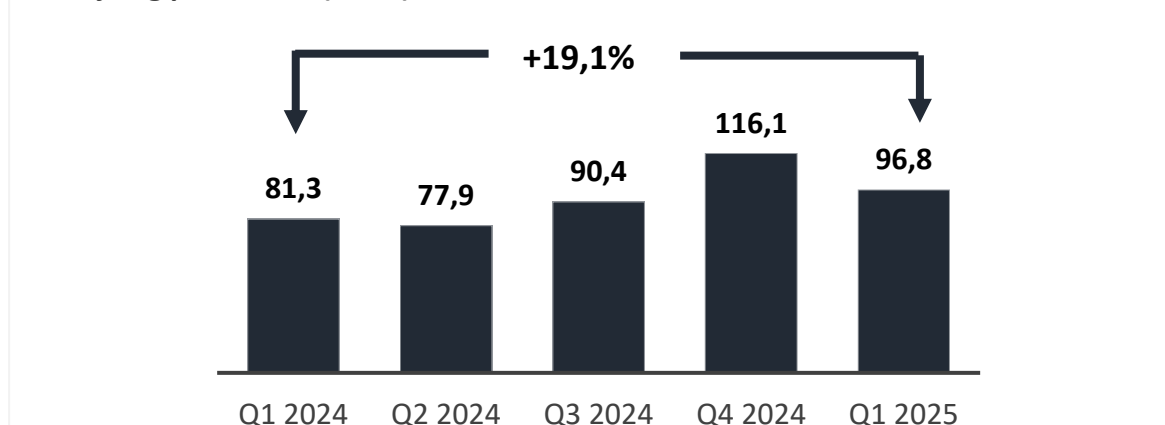
NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT

Koncernens nettoomsättning under det första kvartalet 2025 uppgick till 96,8 MSEK (81,3 MSEK), av detta var 62,2% eller 60,2 MSEK hänförligt till Trendcarpet, 16,4% eller 15,9 MSEK hänförligt till Kitchenlab, 9,4% eller 9,1 MSEK till Bread & Boxers, 3,7% eller 3,6 MSEK hänförligt till Nordic Kidswear, 6,1% eller 5,9 MSEK till GetCamping. Övriga dotterbolag inom koncernen utgör gemensamt 2,2% eller 2,1 MSEK.

Fördelning av omsättning (Q1 2025 vs Q1 2024)



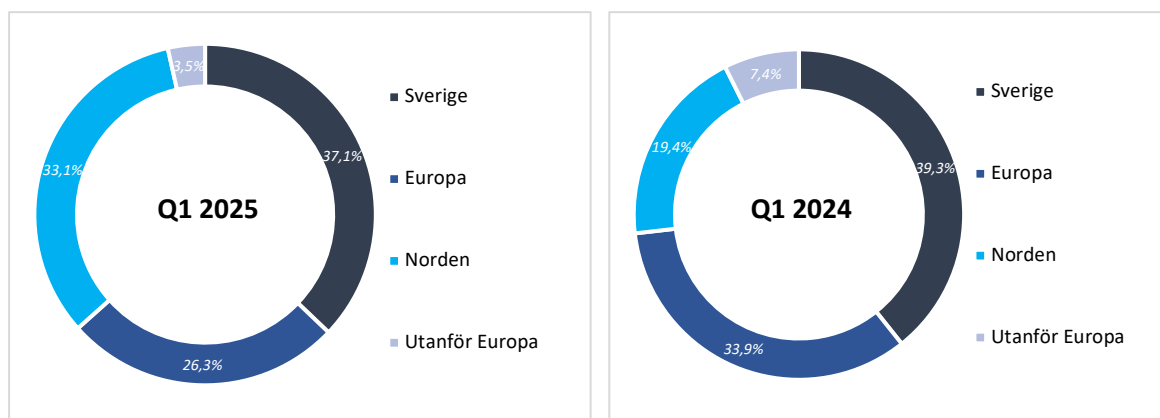
Försäljning per kvartal (msek)



Under Q1 2025 har koncernen upplevt en stark tillväxt med 19,1%. Q1 2025 omsatte bolaget 96,8 MSEK mot 81,1 MSEK Q1 2024. Utvecklingen är fortsatt driven av en kombination av ökad kundtillströmning, förbättrad marknadsföring, förvärv av ytterligare verksamhet och ett mer träffsäkert produktutbud. Online Brands har under det senaste året även förvärvat ytterligare bolag renodlade mot e-handel vilket bidrar till ökningen. Tillväxten bekräftar koncernens starka marknadsposition och fortsatta satsning på tillväxt inom de segment Online Brands-koncernen är verksam.

NETTOOMSÄTTNING FÖRDELAT PÅ GEOGRAFI OCH DISTRIBUTIONSKANAL

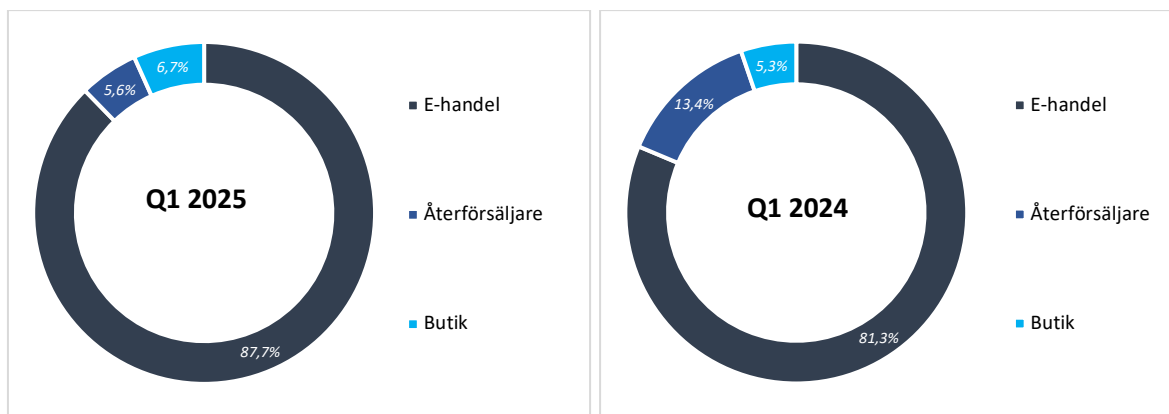
Koncernen uppvisar en fortsatt väldiversifierad försäljning både geografiskt och per distributionskanal.



Koncernen arbetar fokuserat med att expandera internationellt. Europa, exklusive de nordiska länderna, utgör cirka 26 % av försäljningen, medan övriga Norden (exklusive Sverige) står för 33,1 %. Sverige behåller positionen som den största enskilda marknaden med 37,1 %.

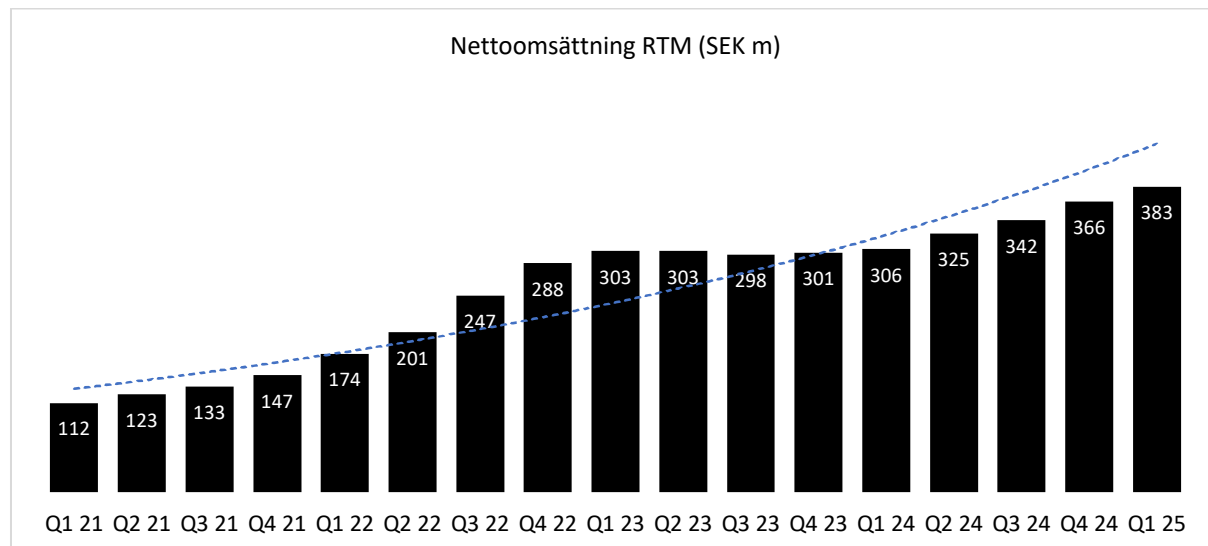
Omsättning fördelat på kanaler (Q1 2025 vs Q1 2024)

Koncernen satsar alltmer på sin egen e-handelsförsäljning vilket bidrar till förbättrad lönsamhet och ett starkare kassaflöde. Under Q1 2025 uppgick omsättningen från den egna e-handeln till 85,0 MSEK, en tillväxt på cirka 29 % jämfört med motsvarande period 2024.



NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT MÄTT SOM RULLANDE 12 MÅNADER

I diagrammet nedan visas utvecklingen av koncernens rullande 12 månaders nettoomsättning (RTM). Under det senaste fyra åren har RTM nettoomsättning ökat från 112 MSEK vid utgången av Q1 2021 till ca 383,3 MSEK vid utgången av Q1 2025, en omsättningsökning med 242%.



BRUTTOVINST

Bruttovinsten (omsättning - varukostnader) för koncernen under det första kvartalet uppgick till 59,3 MSEK (49,3 MSEK).

OPERATIONELLA KOSTNADER

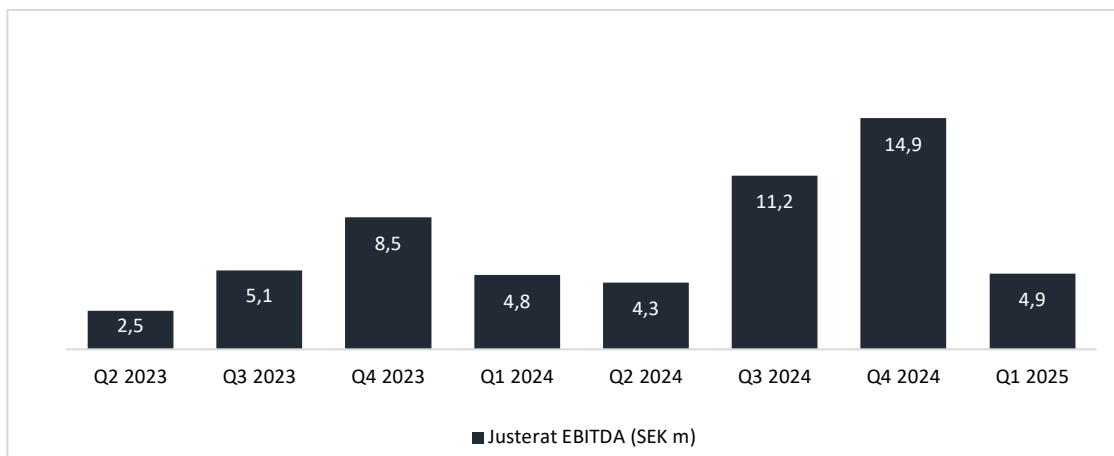
Avseende koncernens operationella kostnader så som driftskostnader, personalkostnader, lager och marknadsföring arbetar vi kontinuerligt för att uppnå syneriger i syfte att effektivisera och sänka dessa inom koncernen. Inom företagsadmin och redovisning bedömer i att det fortfarande finns relativt stora 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 (4,8 MSEK) under det första kvartalet 2025 vilket motsvarar en EBITDA-marginal om 4,5% (5,9%).

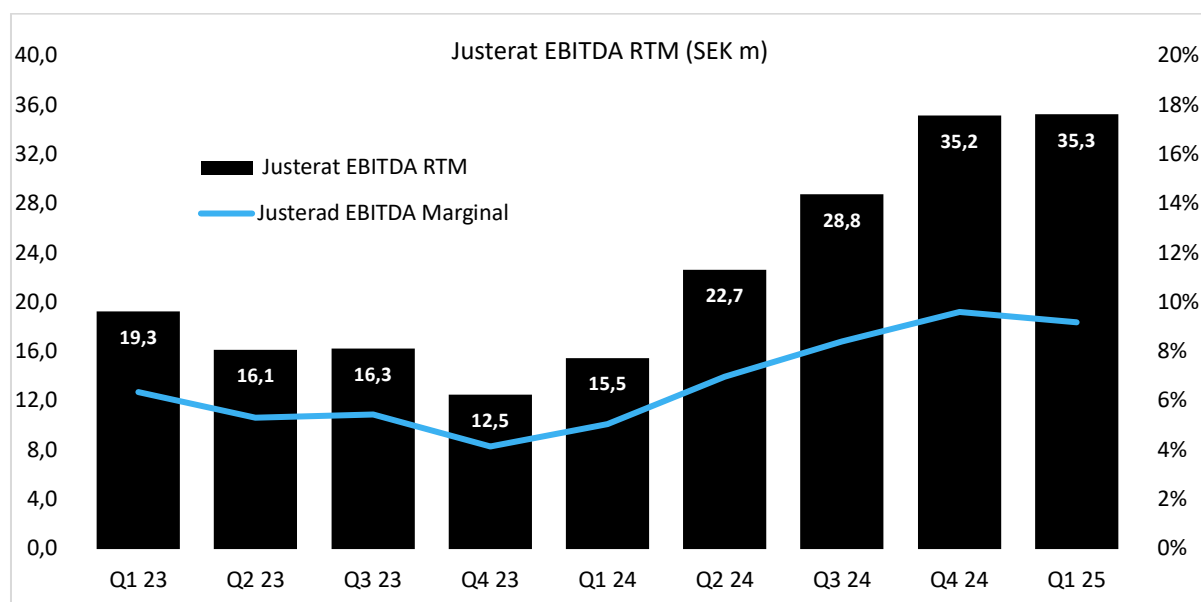
REDOVISAT JUSTERAT EBITDA PER KVARTAL (Q2 2023 – Q1 2025)

Diagrammet nedan visar utvecklingen av EBITDA per kvartal, under den senaste tvåårsperioden justerat för tilläggsköpeskillingar, EBITDA i förhållande till koncernens försäljning.



JUSTERAT EBITDA MÄTT SOM RULLANDE 12 MÅNADER

I diagrammet nedan visas utvecklingen av koncernens rullande 12 månaders (RTM) justerat EBITDA. Under det senaste två åren har RTM justerat EBITDA ökat från 19,3 MSEK vid utgången av Q1 2023 till ca 35,3 MSEK vid utgången av Q1 2025, en ökning med ca 83%.



FINANSIELL STÄLLNING OCH LIKVIDITET

- Koncernens egna kapital uppgår den 31 mars 2025 till 172,5 MSEK (175,2 MSEK)
- Koncernens likvida medel uppgår den 31 mars 2025 till 9,8 MSEK (7,6 MSEK) samt 2,1 MSEK tillgängligt av koncernens checkräkningskredit om totalt 24,5 MSEK.
- Räntebärande skulder som inkluderar bl.a. banklån och checkräkningskredit uppgår per den 31 mars 2025 till 32,8 MSEK (24,7 MSEK)
- Nettoskuldsättning vid rapportperiodens slut var 23,0 MSEK (27,2)

KASSAFLÖDE OCH INVESTERINGAR

Kassaflödet från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital uppgick under kvartalet till 0,6 MSEK (3,3 MSEK). Inklusive förändring av rörelsekapital uppgick kassaflödet från den löpande verksamheten till -17,2 MSEK (0,4 MSEK).

Det totala kassaflödet under Q1 2025 var -6,8 MSEK (-4,6 MSEK).

ANTALET AKTIER PER 25-03-31 OCH RESULTAT PER AKTIE

Antalet aktier vid rapportperiodens slut uppgick till 23 167 110 st (22 569 841 st). Resultat per aktie för Q1 uppgick till -0,12 SEK (-0,07 SEK).

Genomsnittligt antal aktier under perioden uppgick till 23 167 110 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 stämmotfällen för räkenskapsåret 2025

- 22 MAJ 2025 - Årsstämma 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.
- **Reforma AB** är ett växande företag inom försäljning av möbler och heminredning med en begynnande internationell distributionssatsning och en egen växande e-handel.
- **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)	2025-01-01- 2025-03-31	2024-01-01- 2024-03-31	2024-01-01- 2024-12-31
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	96,8	81,3	365,2
Övriga rörelseintäkter	3,9	0,8	2,7
Summa intäkter	100,7	82,1	367,9
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror	-37,5	-32,0	-141,3
Övriga externa kostnader	-46,1	-35,7	-151,5
Personalkostnader	-12,2	-9,6	-41,0
Justerat rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	4,9	4,8	34,1
Engångskostnader	-0,6	-	-12,0
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	4,3	4,8	22,1
Avskrivningar materiella anläggningstillgångar	-0,2	-0,2	-0,7
Avskrivningar av goodwill	-4,7	-4,7	-18,8
Rörelseresultat efter avskrivningar och engångsposter (EBIT)	-0,6	-0,1	2,6
Finansiella poster			
Räntekostnader och valutakursdifferenser	-2,1	-1,5	-6,5
Resultat före skatt	-2,7	-1,6	-3,90
Skatt på periodens resultat	-	-	-4,6
Periodens resultat	-2,7	-1,6	-8,5

BALANSRÄKNING KONCERNEN

(msek)	2025-03-31	2024-03-31	2024-12-31
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	129,6	141,8	134,1
Materiella anläggningstillgångar	3,2	1,8	1,5
Finansiella anläggningstillgångar	1,7	1,3	1,7
Summa Anläggningstillgångar	134,5	144,9	137,3
Omsättningstillgångar			
Vaulager och förskott till leverantörer	123,3	93,1	107,9
Kundfordringar	13,2	14,1	8
Övriga kortfristiga fordringar	1,1	9,2	2,5
Upplupna intäkter och förutbetalda kostnader	7	4,8	6,4
Kassa och bank*	9,8	7,6	16,6
Summa omsättningstillgångar	154,4	128,8	141,4
Summa tillgångar	288,9	273,7	278,7
Eget kapital och skulder			
Eget kapital			
Aktiekapital	116,2	113,2	116,2
Övrigt tillskjutet kapital	76,9	72,9	73,0
Balanserade vinstmedel och periodens resultat	-20,7	-10,9	-14,0
Summa Eget kapital	172,5	175,2	175,2
Avsättningar			
Avsättningar för uppskjuten skatt	2,7	2,7	2,7
Summa avsättningar	2,7	2,7	2,7
Långfristiga skulder			
Långfristiga skulder till kreditinstitut	5,5	12,7	8,1
Uppskattade värde tilläggsköpeskillingar	-	4,3	-
Summa långfristiga skulder	5,5	17	8,1
Kortfristiga skulder			
Kortfristig del av skulder till kreditinstitut	8,2	4,9	6,0
Leverantörsskulder	34,2	31,5	27,0
Checkräkningskredit*	22,4	8,8	7,0
Skuld tilläggsköpeskillingar	12,1	-	15,1
Skatteskulder	2,9	0,2	1,1
Övriga kortfristiga skulder	21,1	25,2	28,6
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	7,3	8,2	7,9
Summa kortfristiga skulder	108,2	78,8	92,7
Summa Eget kapital och skulder	288,9	273,7	278,7

Koncernen har en beviljad checkräkningskredit om totalt 24,5 MSEK vilken är utnyttjad med 22,4 MSEK per utgången av Q1 2025.

FÖRÄNDRING EGET KAPITAL I KONCERNEN

	2025-01-01	2024-01-01	2024-01-01
(msek)	2025-03-31	2024-03-31	2024-12-31
Eget kapital vid årets början	175,2	176,8	176,7
Nyemissioner	-	-	7,0
Periodens resultat	-2,7	-1,6	-8,5
Eget kapital vid periodens slut	172,5	175,2	175,2

KASSAFLÖDESANALYS KONCERNEN

	2025-01-01	2024-01-01	2024-01-01
(msek)	2025-03-31	2024-03-31	2024-12-31
Rörelseresultat	-0,6	-0,1	2,8
Ej kassaflödespåverkande poster	2,0	4,5	29,1
Betalda räntor	-0,8	-1,1	-4,9
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	0,6	3,3	27,0
Förändringar av rörelsekapital	-17,8	-2,9	1,1
Kassaflöde från löpande verksamheten	-17,2	0,4	28,1
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-1,8	-0,2	-3,2
<i>Finansieringsverksamheten</i>			
Förändring lån	-2,5	8,7	-5,2
Förändring Check	14,7	-13,5	-15,3
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	12,2	-4,8	-20,5
Periodens kassaflöde	-6,8	-4,6	4,4
Likvida medel vid periodens början	16,6	12,2	12,2
Likvida medel vid periodens slut	9,8	7,6	16,6