



2025

ÅRSREDOVISNING

New Nordic Healthbrands AB (publ) Org. Nr. 556698-0453



FRÅN FRÖ TILL HJÄRTA

BERÄTTELSEN OM EN VÄXTBASERAD VISION

ALLT BÖRJADE
MED EN ENKEL
ÖVERTYGELSE:
ATT NATUREN BÄR
PÅ KRAFTEN ATT
HELA, STÄRKA
OCH BALANSERA
OSS – OM VI BARA
LYSSNAR.

År 1990 tog vi vårt första steg ut i världen, i jakt på de rätta örterna. Med ryggsäcken fylld av nyfikenhet och respekt för naturens intelligens reste vi från kontinent till kontinent. Vi mötte människor med uråldrig kunskap, vi lärde oss om växters verkan och samspel – och vi förädlade det till

något nytt: moderna kosttillskott som tar vara på naturens potential.

Det var början på New Nordic, men det var aldrig bara ett företag. Det var en vision om att skapa hälsa, skönhet och välmående på naturens villkor.

Idag, över tre decennier senare, står vi på en stabil grund av kunskap, innovation och passion. Vårt team av växtexperter, forskare och kreativa själar utvecklar produkter som förenar det bästa av vetenskap och växtbaserade traditioner. Vi växer tillsammans med människor över hela världen som delar vår tro på naturliga alternativ – och vår önskan om ett liv i balans.

Vi kallar det naturlig magi.

Det är känslan när kroppen svarar på en örtformel, när huden strålar av naturliga ingredienser, när det

inre och det yttre samspelar. Det är hjärtat i vårt Beauty In & Out™-koncept – och i varje produkt vi skapar.

Vi gör det inte bara för skönhet och hälsa, vi gör det för omsorg. Omsorg om miljön, om framtida generationer, om varje människa som väljer att lita på oss.

Därför bygger vi hela vår verksamhet på hållbara principer – från odling och produktion till förpackning och distribution.

New Nordic finns idag i 44 länder, men vår själ bor fortfarande där den alltid gjort - i naturens värld, där varje frö bär på ett löfte.

Ett löfte om liv, energi och förnyelse.

**DET ÄR VÅRT UPPDRAG.
OCH VÅR GLÄDJE.
FRÅN FRÖ TILL HJÄRTA**





VÅRT SYFTE

Vi ger människor skönhet och vitalitet

I mer än 30 år har New Nordic utvecklats och tillverkat ett brett utbud av kosttillskott och skönhetsprodukter. New Nordics mångåriga örtexpertis och passion för kvalitet ligger till grund för alla produkter.

Det karakteristiska silverträdmärket är din garanti för rena skandinaviska produkter med vetenskapliga bevis som fungerar i harmoni med din kropp.

Vi är stolta över att visa dig vägen till mer vitalitet, välbefinnande och ett vackert utseende.

PÅLITLIG KVALITET SEDAN 1990



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

The Big Picture

Internationell försäljning	6
2025 i Korthet	7
Historisk Utveckling	8
Utvalda finansiella data	9
VD kommentar	10
Viktiga händelser 2025 Strukturella förändringar	11

Vår verksamhet

Starkt varumärke	13
Herbal Expertise	14
Beauty In & Out	15
New Nordic strategi	17
New Nordics sätt att arbeta	18
Ny produktutveckling	19
Forskning inom ingredienser	20
Distributionskanaler	21
Riskhantering	22
Viktiga risker och åtgärder för riskhantering	27

Aktieägare

Aktieägarinformation	30
Ägarstruktur för aktieägare	31

Bolagsstyrning

Styrelse	33
Bolagsstyrning	34
Intern kontroll	34
Organisation och ledning	35

Års- och koncernredovisning

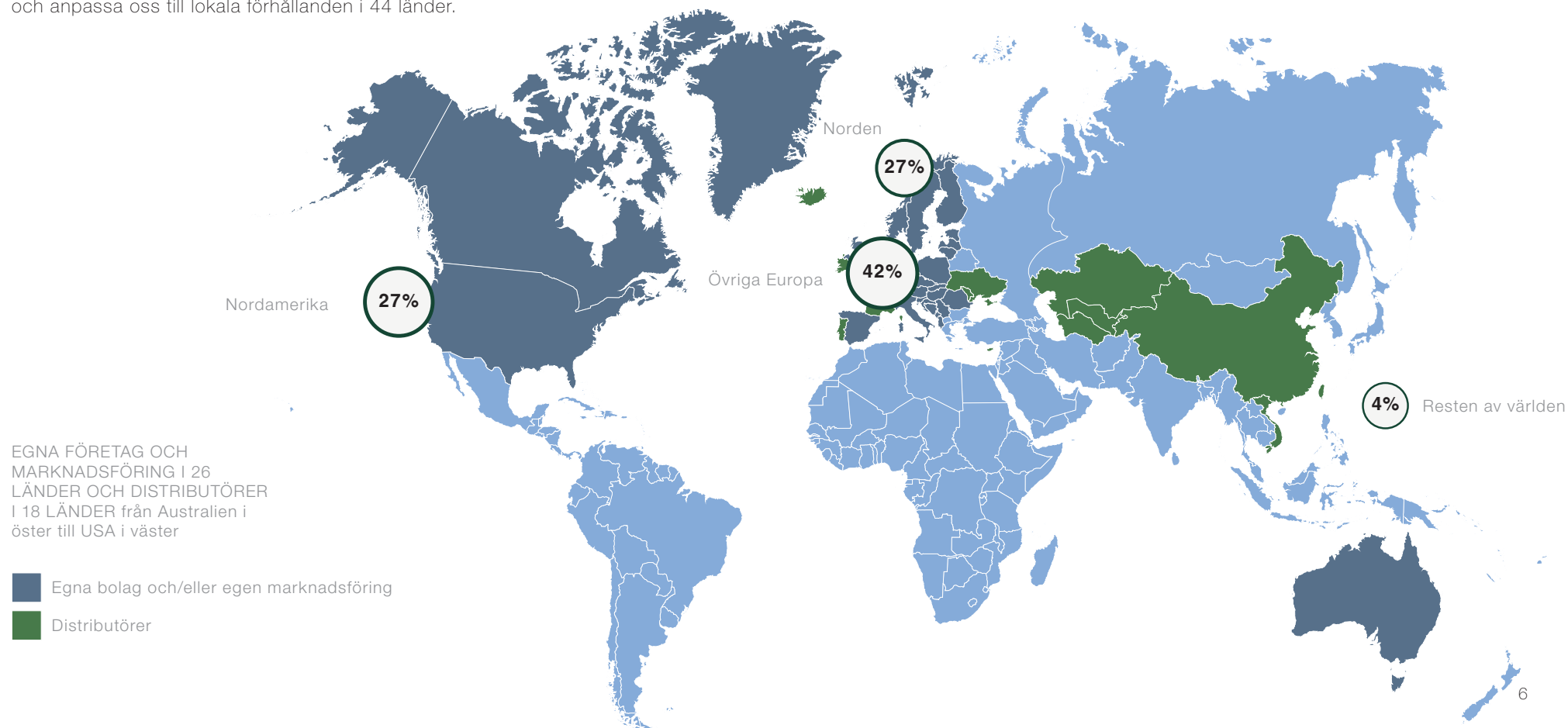
FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE	37
Finansiell översikt	38
KONCERNENS FINANSIELLA RAPPORTER	41
Koncernens resultaträkning	42
Koncernens balansräkning	43
Rapport över förändring i koncernens eget kapital	44
Koncernenskassaflödesanalys	45
MODERBOLAGETS ÅRSREDOVISNING	46
Moderbolagets resultaträkning	47
Moderbolagets balansräkning	48
Rapport över förändring i moderbolagets egna kapital	49
Moderbolagets kassaflödesanalys	50
Redovisnings- och värderingsprinciper	51
NOTER*	54

THE BIG PICTURE



INTERNATIONELL FÖRSÄLJNING

Vår affärsmodell är skalbar, resurseffektiv och decentraliserad, vilket gör det möjligt för oss att snabbt lansera nya produkter och anpassa oss till lokala förhållanden i 44 länder.



2025 I KORTHET

576

MSEK INTÄKTER

4,7%

INTÄKTSTILLVÄXT

370

MSEK BRUTTOVINST

64,3%

BRUTTOMARGINAL

15

MSEK EBIT

2,6%

EBIT MARGINAL

1,32

SEK RESULTAT PER AKTIE

2,56

UPPGÅNG I EPR*

71

MEDELANTAL ANSTÄLLDA

8,1

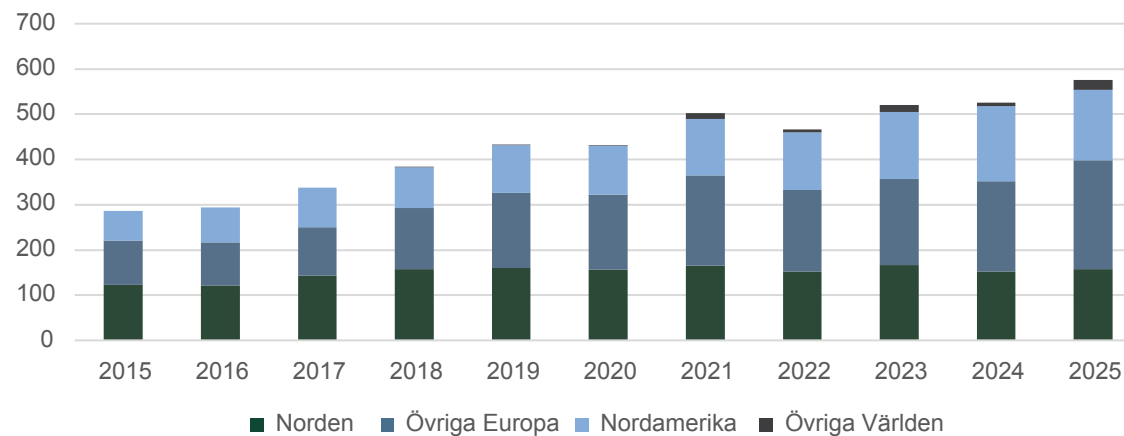
MSEK FÖRSÄLJNING PER ANSTÄLLD

*Earnings per share

HISTORISK UTVECKLING

FÖRSÄLJNING PER REGION

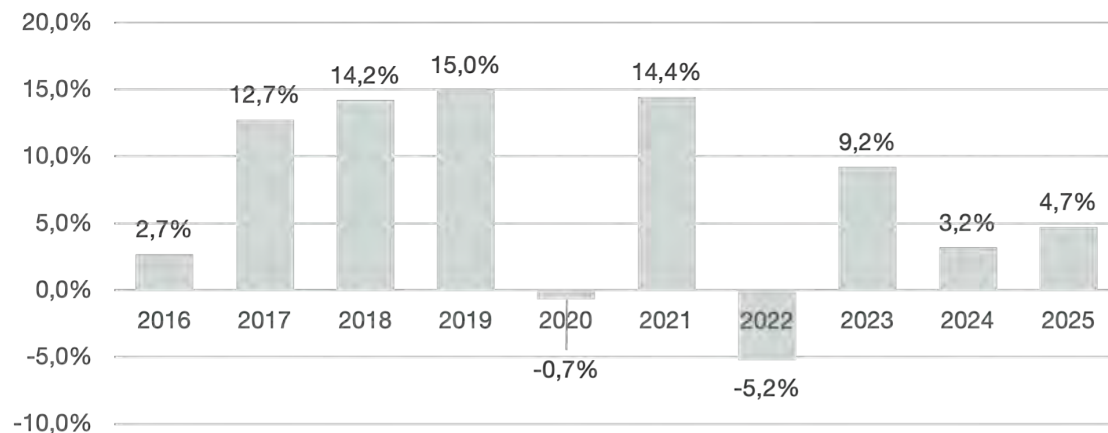
10 ÅR MSEK



New Nordic Försäljning Mkr 2015 – 2025

FÖRSÄLJNINGSTILLVÄXT

10 ÅR MSEK



10-årig CAGR: 7,25 procent

5-årig CAGR: 5,93 procent

UTVALDA *finansiella data*

(kSEK)	2025	2024	2023	2022	2021
Aktien					
Antal aktier vid periodens slut*	6 195 200	6 195 200	6 195 200	6 195 200	6 195 200
Egna aktier vid periodens slut*	0	0	0	0	0
Marknadspris 31 december, SEK	23,20	15,00	16,65	29,0	88,40
Resultat per aktie*	1,32	-1,24	-1,00	-0,46	3,44
Eget kapital per aktie*	16,70	16,29	17,11	18,17	19,42
Utdelning per aktie, SEK/**	0,25	0,00	0,00	0,00	1,25
Verksamhetens storlek					
Antal anställda vid periodens slut	78	72	73	71	72
Börsvärde 31 december	143 729	92 928	103 150	179 661	547 656
Verksamheten					
Nettoomsättning	576 364	550 307	533 849	487 501	514 845
EBITDA	17 613	-1 821	-1 272	-3 104	29 482
Rörelseresultat	15 149	-4 445	-3 165	-4 748	28 548
Resultat efter finansiella poster	12 512	-6 764	-5 915	-5 166	27 956
Årets resultat	8 195	-7 699	-6 194	-2 823	21 303
Marginaler					
Bruttomarginal, %	64,3%	64,5	65,2	65,3	68,0
EBITDA marginal, %	3,1%	-0,3	-0,2	-0,6	5,7
Rörelsemarginal, %	2,6%	-0,8	-0,6	-1,0	5,5
Vinstmarginal efter skatt, %	1,4%	-1,4	-1,2	-0,6	4,1

*Det finns inga utspädnings effekter.

**Styrelsen föreslår att utdelningen för räkenskapsåret 2025 fastställs till 0,25 (0,00) kronor per aktie.

Bruttomarginal: Bruttoresultatet i procent av nettoomsättningen. **EBITDA marginal:** Rörelseresultat före av- och nedskrivningar i procent av nettoomsättningen. **Rörelsemarginal:** Rörelseresultat efter av- och nedskrivningar i procent av nettoomsättningen. **Vinstmarginal:** Resultat efter finansiella poster i procent av nettoomsättningen. **Soliditet:** Eget kapital i procent av balansomslutningen. **Avkastning på sysselsatt kapital:** Resultatet efter finansnetto plus finansiella kostnader dividerat med sysselsatt kapital. Avkastning på eget kapital: Resultat efter skatt i procent av eget kapital vid periodens slut. **Skuldsättningsgrad:** Summan av skulder dividerat med eget kapital. **Räntetäckningsgrad:** Rörelseresultat dividerat med räntekostnader.

(kSEK)	2025	2024	2023	2022	2021
Tillväxt					
Nettoomsättningstillväxt, %	4,7	3,1	9,5	-5,3	14,4
Tillväxt i resultat per aktie, %	206,7	-24,3	-119,4	-113,4	19,9
Balansräkningen					
Balansomslutning	246 150	249 104	249 060	251 673	238 351
Eget Kapital	103 465	100 914	106 030	112 572	120 316
Aktiekapital	6 195	6 195	6 195	6 195	6 195
Effektivitet					
Avkastning på sysselsatt kapital, %	7,2	-6,9	-6,6	-4,1	19,6
Avkastning på eget kapital, %	7,9	-7,6	-5,8	-2,5	17,7
Omsättning per medarbetare	7 389	7 643	7 415	7 065	7 801
Bruttoresultat per medarbetare	4 749	4 926	4 837	4 616	5 304
Resultat per medarbetare	105	-107	-86	-40	296
Finansiell ställning					
Skuldsättningsgrad, ggr	1,38	1,47	1,35	1,24	0,98
Räntetäckningsgrad, ggr	5,66	-1,45	-1,09	-4,4	48,1
Soliditet %	42,0	40,5	42,6	44,7	50,5
Kassaflöde					
Kassaflöde, löpande verksamhet	8 386	-5 400	26 934	-15 451	-7 870
Kassaflöde, finansiering verksamhet	-3 380	10 396	-20 506	16 589	12 071
Kassaflöde, investering verksamhet	-3 223	-3 712	-2 968	2 619	2 971

VD KOMMENTAR

STÄRKER GLOBAL TILLVÄXT GENOM INNOVATION OCH EFFEKTIVITET

New Nordic verkar på en global marknad där efterfrågan på växtbaserade kosttillskott och skönhetsprodukter fortsätter att växa. År 2025 uppnådde vi tillväxt i både intäkter och lönsamhet. Trots ett försiktigt konsumentklimat levererade vi en stark global försäljningsutveckling, driven av framgångsrika produktinnovationer. Samtidigt minskade vi vår kostnadsbas, vilket ytterligare stärkte lönsamheten.

Vår skalbara, resurseffektiva och decentraliserade affärsmodell möjliggör snabba produktlanseringar och effektiv anpassning till lokala marknadsförhållanden i 44 länder. Vi driver nu våra egna e-handelsplattformar på 23 marknader, vilket stärker kundrelationerna och utökar våra direkt-till-konsumentkapaciteter. Parallellt fortsätter vi att attrahera egenfinansierade distributörspartners för att stödja fortsatt internationell expansion.

Vår tillväxtstrategi är tydlig:

- **Optimera** prestanda i befintliga marknader
- **Expandera** selektivt till nya marknader tillsammans med distributörer
- **Investera** i snabb produktinnovation inom högväxtkategorier
- **Upprätthålla** en slimmad kostnadsstruktur och låg personalomsättning



Karl Kristian Bergman Jensen, CEO

New Nordic är väl positionerat för att fortsätta sin lönsamma tillväxt under 2026. Med ett starkt varumärke, en lojal kundbas och en beprövad innovationsförmåga ser vi stor potential att skapa långsiktigt värde för både konsumenter, partners, medarbetare och aktieägare.

Vi går vidare med fokus, motståndskraft och en tydlig ambition att stärka vår globala ledande position inom växtbaserad hälsa och skönhet.

Karl Kristian Bergman Jensen, vd

VIKTIGA HÄNDELSER 2025

strukturella förändringar

INVESTERING I DIGITAL PLATTFORM

Fortsatta investeringar i digital infrastruktur med utvecklingen av en ny, mer användarvänlig webbshopplattform. Plattformen planeras att lanseras i Storbritannien i februari 2026, följt av uttrullning till ytterligare 24 marknader under 2026, vilket stödjer skalbar direkt-till-konsumenttillväxt.

ACCELERERAD INNOVATION OCH PORTFÖLJEXPANSION

Ökad takt i produktutvecklingen, resulterade i flera framgångsrika lanseringar inom serierna Magic Magnesium™, Active Liver™ och Quality Sleep™. Dessa lanseringar stärkte kärnportföljen och bidrog till försäljningsmomentum under året.

BEREDSKAP FÖR INTERNATIONELL TILLVÄXT

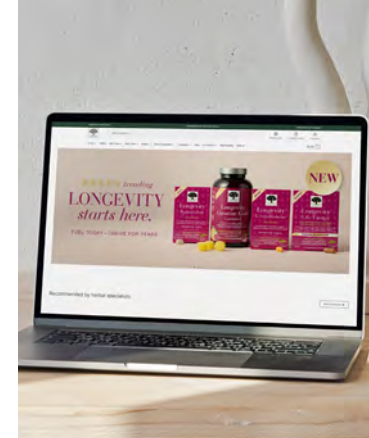
Förberedelse av nyligen lanserade produkter för internationell uttrullning, möjliggör globala lanseringar från Q1 2026 och stödjer stegvis intäkstillväxt på flera marknader.

UTVECKLING INOM HÖGVÄXTKATEGORIER

Framdrift av en stark innovationspipeline inom attraktiva tillväxtsegment, inklusive longevity-tillskott (ergotionein och kreatin), GLP-1-relaterade produkter (berberin, probiotika, kostfiber) samt utökade Hair Volume™ Mega Strength-varianter, positionerar bolaget för fortsatt organisk tillväxt.

STÄRKT PIPELINE INOM KOSMETIK

Genomförande av riktade utvecklingsprogram inom hårvård och hudvård, vilket stärker kosmetikportföljen och skapar en grund för lanseringar under 2026 och 2027.



EXPORT- OCH MARKNADSEXPANSIONSINITIATIV

Intensifierade insatser för att attrahera distributörer på utvalda internationella marknader förväntas stödja marknadsinträden i Mexiko, Sydkorea, Chile och Turkiet under 2026, vilket ytterligare diversifierar intäktströmmarna.

EGNA EXTRAKT — NY INTÄKTSSTRÖM

Fortsatt utveckling av egna botaniska extrakt, vilket lägger grunden för ett nytt B2B-affärsområde. Förberedelser slutfördes för lanseringen av New Nordic Extracts, utvecklat och marknadsfört av New Nordic AG (Schweiz), med initialt fokus på äppelextraktet Annurcasol®, Fermannurca® och Red Core®. Förhandlingar med externa kunder avseende extraktförsäljning, med första leveranser förväntade under 2026, stödjer marginalexpansion och kommersialisering av egenutvecklad kompetens.



VÅR VERKSAMHET



STARKT VARUMÄRKE

ETT STARKT VARUMÄRKE MED STORA TILLVÄXTMÖJLIGHETER

Vår affärsmodell är utformad så att vi kan fokusera på de två mest värdeskapande områdena: innovation och marknadsföring.

Som företag och varumärke har vi många konkurrensfördelar, redan strukturerade i en plattform som enkelt kan skalas upp – även utan behov av ytterligare kapital för att ta vara på de möjligheter som ligger framför oss. Vi har en enastående råvarukompetens, en mycket effektiv organisation för produktutveckling, en flexibel och snabbt anpassningsbar verksamhet samt tillverkningslösningar med egna strikta kvalitetsprocesser. Därtill har vi en internationell struktur med ett starkt globalt nätverk och personliga kontakter med grossister och återförsäljare världen över. Vi har allt på plats för expansion. Dessutom har

vi en mycket effektiv struktur och organisation med egenutvecklade styrverktyg, exakt anpassade efter våra behov.

New Nordic är ett företag som drivs enligt moderna ledningsprinciper, med en familjär arbetsmiljö som stimulerar kreativitet och kvalitet. Vi värdesätter vår kompetens och vårt arv högt. Enkelhet är centralt i vårt arbetssätt där omfattande planering och byråkratisk rapportering undviks. Genom att kontinuerligt fråga oss varför vi gör det vi gör, hittar vi ofta nya och bättre sätt att arbeta. En omsättning på 8,1 (7,6) miljoner SEK per anställd under 2025 är ett bevis på vår effektivitet.



ÖRTBAS NATURLIGT | URSPRUNG | SKANDINAVISK

ÖRTEXPERTIS

är grunden för tre verksamheter

LÖSER SPECIFIKA HÄLSO- OCH SKÖNHETSPROBLEM



VÄXTBASERAD
HUDVÅRD



VÄXTBASERAD
HÅRVÅRD



VÄXTBASERADE
KOSTTILLSKOTT

Vårt produktsortiment riktar sig mot många olika behov inom hälsa och skönhet. Produkterna kan se olika ut, men de bär alla det karakteristiska New Nordic Silverträdmärket. För att uppfylla nationella lagkrav har vi mer än 165 olika produktformuleringar. Dessa förpackas för olika språk, vilket gör att det totala antalet SKU:er uppgår till omkring 800.

Vi kategoriserar våra produkter i tre kategorier:

Beauty In & Out hudvård, Beauty In & Out hårvård och Vitalitetstillskott.



New Nordics varumärke skapas inte snabbt genom en slagkraftig reklamslogan. Det byggs upp över flera år genom att erbjuda konsumenter meningsfullt innehåll. En produkt är något som tillverkas i en fabrik, ett varumärke är något som köps av en konsument. En konkurrent kan kopiera våra fina produkter – vårt varumärke är unikt. En produkt kan snabbt bli föråldrad, ett framgångsrikt varumärke är tidlöst.

Värdet i New Nordics varumärke lever djupt i konsumenternas medvetande. Det framgångsrika internationella varumärket New Nordic tillgodoser personliga och grundläggande behov som är djupt förankrade i konsumenternas känsloliv och har hög kompetens inom prissättning och distribution i förhållande till konkurrenter.

BEAUTY IN & OUT

På New Nordic brinner vi djupt för naturens helande kraft. Med 35 års erfarenhet av växtbaserade ingredienser ligger vår expertis i att skapa växtbaserade kosttillskott och skönhetsprodukter baserat på omfattande vetenskaplig forskning.



Denna kunskap gör det möjligt för oss att innovera och skapa effektiva och rena produkter som samverkar med din kropp och omfamnar konceptet holistisk skönhet.

Beauty In & Out är kraften i holistisk skönhet. Så fungerar våra växtbaserade kosttillskott och hudvårdsprodukter tillsammans för att förstärka din naturliga skönhet inifrån och ut. Vår holistiska syn på en ny skönhetsrutin tar hänsyn till hela kroppens ekosystem – både invändigt och utvändigt.

BEAUTY IN – FOKUS PÅ ORSAKEN

Våra skönhetstillskott verkar inifrån och ut i samklang med kroppens naturliga processer. De når och när huden på cellnivå – något som enbart kosmetika inte kan uppnå – och säkerställer att din skönhet börjar på djupet.

BEAUTY OUT – FOKUS PÅ SYNLIGA TECKEN

Våra nya hud- och hårvårdsprodukter ger en omedelbar kosmetisk effekt och får huden att se yngre och mer strålande ut. Produkterna samverkar med våra inre skönhetstillskott för att ge optimala resultat och förstärka vår naturliga skönhet inifrån och ut.

ETT STARKT VARUMÄRKE I EN ATTRAKTIV KATEGORI

New Nordic är ett unikt internationellt varumärke inom örtbaserade kosttillskott och kosmetik. Företaget har en tydlig position som leverantör av effektiva, naturliga kosttillskott med ursprung i Skandinavien. Kosttillskottsbranschen har historiskt sett vuxit snabbare än BNP och är fortfarande mycket fragmenterad samt främst lokal eller regional.

ETT FOKUSERAT OCH UNIKT FÖRETAG

New Nordic är ett av få företag där kosttillskott står i fokus och utgör nästan hela omsättningen. De flesta stora konkurrenter är antingen livsmedels- eller läkemedelsbolag eller ägs av riskkapitalbolag. Endast ett fåtal företag, såsom New Nordic, har kosttillskott som sin huvudsakliga verksamhet.

EN "ASSET-LIGHT" INTERNATIONELL AFFÄRSMODELL

Vår affärsmodell med relativt få och små tillgångar gynnas av ett unikt, internationellt integrerat distributions- och marknadsföringsnätverk. Denna internationella affärsplattform ger en oöverträffad tillgång till en mycket stor global kundgrupp.

ETT ROBUST OCH HÅLLBART FÖRETAG

Hållbarhet ligger naturligt i vår verksamhets DNA. Vi strävar efter att integrera hållbarhet på ett äkta och genomgripande sätt och kommer att sätta ambitiösa hållbarhetsmål.

UNIK TILLVÄXT- MÖJLIGHET

Det finns många outnyttjade tillväxtmöjligheter inom vår befintliga affärsmodell över olika geografier, kosttillskotts-kategorier och försäljningskanaler. Kärnan i vår tillväxtstrategi är att skapa starka lokala och regionalt etablerade företag med stark lokal organisation, starka storsäljare och hög lönsamhet.

FÖRBÄTTRAD VINST PER AKTIE

EPS-tillväxt är grundläggande för investerare. Vi kommer att fortsätta vår organiska försäljningstillväxt, driven av innovation och marknadsföring, samt göra fler marknader mycket lönsamma, vilket kommer att bidra till företagets totala lönsamhet.

DRIVET AV INNOVATION

New Nordic har ett rykte om sig att vara innovativt. Vi har etablerat en snabb, flexibel och effektiv process för forskning och utveckling av nya produkter, drivna av ett mycket talangfullt team.

NEW NORDIC *strategi*

Utveckla örtbaserade kosttillskott och kosmetika för att tillfredsställa särskilda hälso- och skönhetsbehov och marknadsföra dessa under karakteristiska varumärken till ett växande antal konsumenter över hela världen. Allt med omtanke för människor och natur.

VÅR PLAN

Vi har en plan för hur vi ska leverera starka resultat i framtiden. Planen omfattar:

- Driva internationell tillväxt
- Bygga marknadsledarskap
- Öka lönsamheten

Planen beskriver vidare hur vi ska knyta vårt varumärke närmare konsumenterna och skapa lojalitet. Den bygger på följande steg:

1. Erbjud de mest effektiva produkterna och den bästa produktupplevelsen till rätt pris
2. Fortsätta med ett starkt fokus på marknadsföring
3. Fördjupa samarbetet med nationella och internationella återförsäljare, både online och offline

VÅR FINANSIELLA STRATEGI

Vår finansiella strategi är enkel.

1. Bibehålla hög bruttomarginal

New Nordic strävar efter att försvara vår höga bruttomarginal genom produktinnovationer, förbättrad sourcing och ökad skalfördel, vilket minskar kostnaden för sålda varor.

Samtidigt säkerställer vi att höja priserna utan att äventyra vårt pris-värde-erbjudande.

2. Minska omkostnader

Skalfördelar och fokus på att förenkla processer kommer att minska våra omkostnader. Dessa hålls stabila trots ökande försäljning, vilket sänker omkostnadsandelen. Medarbetare uppmuntras också att bidra till kostnadsbesparingar där det är möjligt.



3. Marknadsinvesteringar

Vi kommer att fortsätta investera en oförändrad andel av försäljningen i reklam och andra marknadsaktiviteter. Det mest effektiva för både bolaget och dess handelspartners är att, i största möjligaste mån, rikta investeringar mot direkt konsumentkommunikation och endast en mindre del mot handelsmarknadsföring. Detta ökar varumärkeskännetecken, driver kategoritillväxt och ökar trafiken i butik.

4. Rörelseresultat

Genom att arbeta enligt dessa principer ökar rörelseresultatet och skapar resurser för fortsatt investering i verksamhetens tillväxt.

NEW NORDICS SÄTT *att bedriva verksamhet*



PRODUKT- ERBJUDANDE

- Erbjud **effektiva, naturliga lösningar** för hälsa och skönhetsbehov
- Bibehålla ett **kreativt momentum** i vår innovation (och utveckla för lokala behov i USA och Asien)
- Identifiera **nya behov** som vi kan tillgodose

ETT VARUMÄRKE

- **Ett varumärke** globalt
- Stärka NEW NORDICs visuella identitet som ett skandinaviskt **“health and beauty house”**

RETAIL EXCELLENCE

- **Fokus** på apotek, hälsobutiker och onlinebutiker
- Digital kommunikation och försäljning **direkt** till konsument
- Uppnå status som en **lokal aktör** på marknaden

MARKNADS- FÖRINGSMÄSTARE

- Bemästra **trovärdig** kommunikation i alla medier
- Testimonials och **storytelling** kring “scientific breakthrough”
- Varje produkt marknadsförs **individuellt som en problemlösare**

GLOBAL VERKSAMHET

- Söka tillväxtmöjligheter genom expansion till **nya marknader**
- Fördjupa **närvaron** och realisera potentialen på de marknader där vi redan är väl etablerade

NY PRODUKTUTVECKLING

NEW NORDICS AFFÄRSSTRATEGI BYGGER PÅ VÅR UNIKA FÖRMÅGA ATT UTVECKLA EGNA INNOVATIVA FORMULERINGAR, FÖR ATT ERBJUDA KUNDER NYA PRODUKTER OCH LÖSNINGAR MED ÖVERLÄGSEN EFFEKT OCH ANVÄNDARVÄNLIGHET I STARKT VARUMÄRKESBYGGD FÖRPACKNING.

Vår egen forskning och utveckling av innovativa nya produkter är en nyckel drivare för långsiktig och lönsam tillväxt. Vi strävar efter att bygga upp och bibehålla en överlägsen kunskap och expertis inom växtbaserade ingredienser. Vi fokuserar på insiktsdriven innovation som skapar mervärde genom nya produkter. New Nordic strävar efter att varje varumärke alltid ska erbjuda de mest effektiva och användarvänliga produktformuleringarna och presentationerna inom sitt hälsokategoriområde, med förutsättningen att pris-värde-förhållandet tilltalar en bred målgrupp.

Inspirationen till nya produktidéer kommer i huvudsak från två håll. Det första är nya upptäckter av växtbaserade och biologiska ämnen som kan gynna människors hälsa. Det andra är konsumentinsikter som identifierar nya behov, önskemål och trender som ligger till grund för funktion och användningsområde i utvecklingsarbetet. New Nordics internationella närvaro och dagliga möten med många olika kulturer ger unika insikter i framväxande trender och möjligheter. I kombination med en uppdaterad förståelse för de senaste upptäckterna kring naturliga ingrediensers hälsofördelar ger detta oss en unik förmåga att agera snabbt i vårt produktutvecklingsarbete.



FORSKNING INOM *ingredienser*

Vi har under många år arbetat med att forska kring och utveckla våra egna ingredienser. En av våra mest unika ingredienser är vårt vilda probiotika – vetenskapligt utvecklat med en rik mångfald av levande bakterier som lever i naturlig symbios i rå honung, rå bipollen och rå honungsdagg från den franska alpina nationalparken Mercantour, insamlad av New Nordic. Under 2024 har vår forskning kring nya och unika ingredienser fokuserat på en särskild fermentering av annurcaäpplet, som har en betydligt högre halt aktiva ämnen än det redan mycket potenta annurcaäppleextraktet. Detta nya extrakt har börjat användas i New Nordics kosttillskott under 2025 och kommer att fortsätta användas i våra kommande innovationer under 2026.

Under 2025 har vi också tagit ytterligare steg för att driva innovation och säkerställa kvaliteten i våra ingredienser. Detta omfattar flera av våra nyckelingredienser som används i våra produkter.



VI VILL:

- Garantera ännu bättre spårbarhet för våra konsumenter
- Prioritera europeiskt ursprung på ingredienser för att minska vårt klimatavtryck
- Säkerställa högsta kvalitet för våra konsumenter
- Komma så nära våra producenter som möjligt och etablera långsiktiga, förtroendebaserade samarbeten med garanterade priser som respekterar deras arbete

Vårt annurcaäppleextrakt kännetecknas av ett mycket högt innehåll av polyfenoler (Pb2, floridzin m.fl.) jämfört med andra äpplen.

ANNURCAÄPPLE

- En gammal sort från södra Italien, kallad "äpplenas drottning"
- Skyddad geografisk beteckning: "Melannurca Campana"
- Känd för sin unika eftermognadsprocess på marken ("rodningsprocess"), vilket är unikt i världen



PROJEKT: FRANSK MARITIM TALLBARK

Vi hämtar vår franska maritima tallbark från Landes, Gascogne-skogen i Frankrike. Bark transporteras endast några hundra kilometer till vår egenutvecklade extraktionsprocess, vilket ger högsta möjliga utbyte och koncentration av OPC:er och procyanidiner.



DISTRIBUTIONSKANALER

DEN FYSISKA BUTIKSUPPLEVELSEN

Även om e-handeln står för en växande andel av försäljningen och redan idag utgör mer än en tredjedel i vissa marknader, är fysiska återförsäljare fortfarande mycket viktiga för New Nordic. Särskilt apotek, varuhus, travel retail och hälsobutiker erbjuder social interaktion och är mer lokala och lättillgängliga. Dessutom möjliggör de en högre grad av personlig service och skapar en starkare emotionell koppling till produkten.

Samtidigt behöver konsumenterna en anledning att besöka butiken, och den fysiska handelsmiljön måste anpassas genom att erbjuda en interaktiv, visuell och dynamisk upplevelse som attraherar konsumenterna. New Nordic utbildar återförsäljare inom örter, produkternas funktion och deras unika säljargument.

New Nordics Herbal School och New Nordics Universe e-learningplattform är centrala delar i denna utbildning. New Nordic erbjuder även högkvalitativt butiksmaterial för att göra butiken mer inspirerande samt kampanjer och aktiviteter som skapar "buzz" i butik.

E-HANDELS-REVOLUTIONEN

Drivna av digital teknik har konsumenterna idag större tillgång till information och fler valmöjligheter än någonsin, vilket förändrar köpbeteenden och förväntningar. Konsumenterna ser varumärken, inte kanaler, och efterfrågar en sömlös, bekväm och personlig köpupplevelse som kombinerar online och offline efter behov. Till skillnad från fysisk handel, där konsumenterna ofta förlitar sig på en enskild medarbetares råd, erbjuder många e-handelsaktörer kundrecensioner som stöd i beslutsprocessen.

Även om fysiska butiker fortsatt är en viktig grundpelare för försäljning av kosttillskott, hudvård och hårvård, växer e-handeln snabbt i betydelse. New Nordic strävar efter att erbjuda utmärkt information och värde till våra konsumenterna i alla kanaler. Vi tar en aktiv roll i att tillhandahålla digitala bilder, information och kampanjer till e-handelsaktörer, samt i att kommunicera direkt med konsumenterna via våra egna sociala medier. Digitala kanaler gör mer än att generera ytterligare affärer – de stärker även New Nordics varumärke och vår förmåga att skapa relationer med konsumenterna.

DIREKT TILL KONSUMENT

Under 2024 lanserade New Nordic www.vitagold.no som en direkt-till-konsumentkanal. Detta är första steget i en plan att bygga upp en DTC-verksamhet parallellt med vår traditionella distribution.



RISKHANTERING

NEW NORDIC ÄR ETT FÖRETAG SOM VERKAR INTERNATIONELLT I EN STÄNDIGT FÖRÄNDERLIG VÄRLD, PÅ MYCKET DYNAMISKA MARKNADER INOM HÄLSA OCH SKÖNHET MED HÖG TILLVÄXT.

För att säkerställa en hållbar utveckling och uppnå uppsatta mål strävar New Nordic efter att förutse och hantera de risker som bolaget exponeras för inom sina olika verksamhetsområden. Riskhantering består av att identifiera, bedöma och kontrollera risker som kan påverka bolagets operativa verksamhet.

New Nordics interna kontrollrutiner, planering och rapportering är de grundläggande verktygen för intern riskhantering. Den interna kontrollen och riskhanteringen hanteras löpande av verkställande ledning och ledningsgrupp.

Det finns även andra risk- och möjlighetsfaktorer som uppstår i den föränderliga omvärld där New Nordic verkar. De externa riskfaktorerna hanteras också löpande. Sådana risker kan uppstå plötsligt, eller utvecklas gradvis utan att någon märker det.

Exempel på externa förändringar är förändringar i konsumentbeteende, såsom en ökad preferens för veganska produkter och hållbara

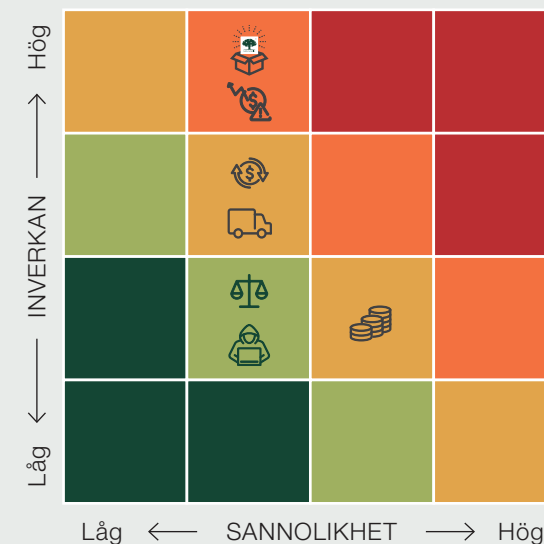
varumärken. Förändringar i importtullar, regelverk, marknadsföringslagar etc. är ytterligare exempel. Dessa allt mer dynamiska riskfaktorer blir en allt större del av det dagliga arbetet.

Målet med riskhantering är att identifiera, bedöma, prioritera och hantera risker tillsammans med berörda parter samt att hålla riskanalysen uppdaterad. Syftet är att främja en optimal användning av resurser för att minimera och kontrollera effekterna av negativa händelser samt maximera möjligheterna.

HUR NEW NORDIC HANTERAR RISKER

För att identifiera risker och hantera dem samt begränsa konsekvenserna har New Nordic skapat rutiner och fördelat ansvar. Risker kopplade till verksamhetens tillväxt och utvecklingsåtgärder, risker som hotar bolagets befintliga verksamhet samt anpassningen av affärsmodellen till

Riskhantering matrix



Varumärke och produkter



Makroekonomiska förhållanden



Råvaru- och tillverkningspriser och valutakurser



Störningar i försörjningskedjan



Cyberattacker och nedbrytning av det



Regelverk



Skatter och avgifter

omvärldsförändringar har identifierats och prioriterats. Kontrollmetoder har införts för att minimera riskernas potentiella påverkan och ansvar har tydligt definierats.

Vissa risker analyseras och följs upp dagligen och ingår i regelbunden rapportering. Andra risker granskas och utvärderas årligen och sammanställs på koncernnivå för att ge en övergripande bild av koncernens huvudsakliga risker – och därmed synliggöra de planer som finns för att minska och hantera dessa risker.

Interna risker, som uppstår inom New Nordics organisation, är kontrollerbara och bör reduceras eller undvikas. Sådana risker är exempelvis obehöriga eller olämpliga handlingar från medarbetare och chefer samt risker kopplade till att inte följa fastställda rutiner. New Nordic strävar efter att minska dessa risker genom att utföra det dagliga arbetet i enlighet med bolagets finansiella policy och rutiner.

PERSONAL MED EN AKTIV ROLL I RISKHANTERING

Styrelsen har det yttersta ansvaret för riskhanteringen. Den säkerställer att effektiva system för riskhantering finns på plats i organisationen. Tillsammans med verkställande ledning, bestående av vd och CFO, ansvarar de även för riskhantering i samband med förvärv och nya affärsinitiativ.

I det dagliga arbetet ansvarar verkställande ledning för att säkerställa att alla bolag inom New Nordic har tillgång till de verktyg och metoder som krävs för att identifiera och utvärdera risker.

Verkställande ledning ansvarar för att genomföra åtgärdsplaner som syftar till att hantera de större risker som identifierats av ledningen. De definierar

och implementerar även utvärderingsmetoder och processer för att hantera vissa större eller mer omfattande risker samt främjar effektiva metoder för att förebygga förluster och ger råd kring riskhantering, överföring och finansiering.

Ledningsgruppen, som består av funktions-, lands- och områdeschefer, ansvarar för de risker som respektive verksamhet står inför. Områdes- och landschefer är närmast de marknader där riskerna uppstår. Det är viktigt att de är medvetna om nya risker och rapporterar samt diskuterar dessa med ledningsgruppen.

RISKUTVÄRDERINGSPROCESS

Risker kopplade till nya affärer och förvärv analyseras vid behov av ledningsgruppen och styrelsen innan beslut fattas. Risker kopplade till den befintliga verksamheten bedöms löpande under året av ledningsgruppen, inklusive i månadsrapporter, samt genom en mer grundläggande årlig riskanalys och riskhantering.

Analysen uppdateras med avseende på de viktigaste operativa riskerna – både på kort och lång sikt – samt risker inom den finansiella rapporteringen. Detta sker genom en koncernövergripande riskanalys baserad på sannolikheten för och effekten av varje risk.

Risker för affärsmodellen till följd av förändringar i omvärlden hanteras omedelbart om en betydande risk bedöms vara under uppbyggnad och diskuteras årligen i samband med ledningens sommarmöte samt vid styrelsens möte i oktober.

NÄR EN RISK BLIR VERKLIGHET

Om interna och externa risker, såsom de som beskrivs ovan, realiseras kommer detta att återspeglas i bolagets resultat och/eller i de förutsättningar som ledningen och organisationen arbetar utifrån i det dagliga arbetet. Sammanfattningsvis kan de viktigaste frågorna som New Nordic behöver vara uppmärksam på prioriteras enligt följande:

Varumärkets attraktivitet

New Nordics varumärke eller produkter är inte längre attraktiva, eller mindre attraktiva än konkurrenternas, för konsumenterna.

Marknadsföringens effektivitet

New Nordic förlorar sin höga effektivitet i marknadsföringen och sin förmåga att övertyga kunder att köpa bolagets produkter på ett kostnadseffektivt sätt.

Minskning av bruttomarginalen

New Nordics lönsamhet i form av bruttomarginal minskar till följd av lägre nettoförsäljningspris på grund av för höga rabatter, ökade kostnader eller utveckling av alltför kostsamma produkter.

Ineffektiv och kostsam administration

Personal-, administrations- och övriga kostnader ökar som andel av försäljningen, vilket leder till att New Nordic blir mindre lönsamt.

Svagt kassaflöde

New Nordic får brist på likvida medel till följd av exempelvis för långa kredittider, för korta leverantörskrediter, för stora lager,

investeringar i förvärv eller andra illikvida tillgångar, eller för höga utbetalningar.

Hög skuldsättning

New Nordic tar på sig för hög skuldsättning i samband med investeringar i tillgångar.

OM NEW NORDIC SOM VARUMÄRKE

New Nordic är ett internationellt hälso- och skönhetsvarumärke med djupa rötter i skandinaviska värderingar som integritet, kvalitet och naturlighet. Varumärket har byggts upp under mer än 30 år och kan, om det förvaltas väl, bestå i generationer.

Varumärket har inte skapats snabbt genom slagkraftiga reklamslogans, utan har byggts över tid genom att erbjuda konsumenterna meningsfullt innehåll. Bolaget fortsätter att stärka varumärket genom innovation, kvalitet, värderingar och hur medarbetare agerar och kommunicerar i sitt dagliga arbete.

Varumärket lever djupt i konsumenternas medvetande och är en av bolagets viktigaste tillgångar – men också en av dess största risker.

GEOPOLITISKA RISKER — KONFLIKT I IRAN OCH KRIG I EUROPA

En eskalering av militära konflikter som involverar Iran utgör en betydande geopolitisk risk med potentiella globala ekonomiska konsekvenser. Risken för störningar i oljeförsörjningsleder i Mellanöstern,

särskilt genom Hormuzsundet, kan leda till kraftiga ökningar av de globala oljepriserna. Ihållande ökningar av energikostnader kan bidra till högre inflation, ökade transport- och produktionskostnader samt svagare ekonomisk tillväxt, vilket kan öka risken för recession på flera viktiga marknader.

Därtill fortsätter kriget i Ukraina att påverka global handel, energimarknader och leveranskedjor. Europeiska ekonomier är särskilt exponerade för dessa utvecklingar till följd av sitt beroende av importerad energi och sin känslighet för inflationstryck.

Dessa geopolitiska utvecklingar kan påverka bolaget negativt genom högre insats- och logistikkostnader, störningar i leveranskedjan, förändringar i konsumentefterfrågan samt ökad makroekonomisk osäkerhet. Bolaget förväntar sig att dessa risker kvarstår så länge konflikterna pågår.

PRODUKTKVALITET OCH SÄKERHET

Konsumentssäkerhet är en absolut prioritet för New Nordic. Säkerhetsanalysen är kärnan i utvecklingen av nya produkter och en förutsättning innan en produkt lanseras på marknaden.

Principerna för New Nordics kvalitets- och säkerhetspolicy är:

- Tillgodose kundernas behov
- Efterleva säkerhetskrav och lagstiftning
- Säkerställa produktkvalitet och överensstämmelse genom hela leveranskedjan

ANSVARSFULL PRODUKTKOMMUNIKATION

New Nordic erbjuder konsumenter innovativa produkter vars framgång bygger på deras kvalitet och prestanda. Produktfördelarna lyfts fram i New Nordics kommunikation. Trots att stor omsorg läggs vid att säkerställa att påståenden är korrekta och rättvisa finns det alltid en risk att de kan ifrågasättas av myndigheter, organisationer eller konsumenter.

GEOGRAFISK NÄRVARO OCH EKONOMISK OCH POLITISK OMVÄRLD

New Nordic har dotterbolag i 21 länder och majoriteten av försäljningen genereras utanför Skandinavien. Den globala tillväxten inom kosmetikmarknaden har lett till att New Nordic har utvecklat sin verksamhet i länder inom "New Markets"-zonen, som utgör en växande del av bolagets affär.

Utöver valutarisker kan politiska eller ekonomiska störningar i länder där New Nordic genererar en betydande del av sin försäljning påverka verksamheten.

INNOVATION OCH KONSUMENTFÖRVÄNTNINGAR

Utvecklingen av innovativa produkter och deras anpassning till marknads krav är en kontinuerlig prioritet för New Nordic. Om bolaget inte lyckas förutse eller tolka förändringar i konsumenternas

förväntningar – särskilt vad gäller miljöfrågor och nya trender, inklusive digitala lösningar och uppkopplade verktyg – kan försäljningen påverkas negativt.

INFORMATIONSSYSTEM

Den dagliga hanteringen av verksamheten, såsom inköp, produktionsplanering och distribution, fakturering, rapportering och konsolidering samt intern datautväxling och åtkomst, är beroende av att den tekniska infrastrukturen och IT-applikationerna fungerar korrekt.

Som en del av den digitala transformationen och den fortlöpande utvecklingen av informationsteknik och dess tillämpningar – som även driver ökad hastighet och mobilitet – är New Nordics verksamhet, kompetens och relationer med intressenter beroende av att kunna fungera i en allt mer digital och virtuell miljö.

Störningar eller fel i dessa system, eller förlust av data till följd av externa eller interna orsaker (inklusive intrång eller skadliga handlingar), kan få betydande konsekvenser för verksamheten.

DATA

Den data som samlas in och behandlas av New Nordic och dess partners – i ökande volym i takt med digitalisering – kan missbrukas, gå förlorad eller försämrats.

Samtidigt skärps regelverken kring personuppgiftsskydd globalt. Särskilt den europeiska dataskyddsförordningen (GDPR),

som trädde i kraft i maj 2018, medför betydande sanktioner. Brott mot dataintegritet eller sekretess, särskilt av personuppgifter, kan få stor påverkan på bolagets rykte, konsumenternas förtroende och i förlängningen verksamheten.

IMMATERIELLA RÄTTIGHETER: PATENT

Forskning och innovation är historiska hörnstenar i New Nordics utveckling. Arbetet inom forskningsorganisationen har resulterat i ett antal patent. Förutom att skydda bolagets innovationer är syftet att säkerställa fri användning av teknik innan lansering i en mycket konkurrensutsatt miljö där antalet patent ökar.

REGULATORISKA FÖRÄNDRINGAR

Mångfalden av lokala lagar och regelverk samt deras ständiga förändring innebär en risk för bristande efterlevnad eller ökade kostnader.

New Nordic verkar under tre huvudsakliga regelverk: EU (livsmedelsmyndigheter), USA (FDA) och Kina (livsmedels- och hälsomyndigheter), med variationer däremellan. I exempelvis Australien och Kanada krävs registrering och godkännande innan kosttillskott får marknadsföras.

Regelverken uppdateras löpande och kan leda till oavsiktlig bristande efterlevnad. Vissa länder omfattas dessutom av handelssanktioner eller restriktioner.

PRODUKTION OCH LEVERANSKEDJA

Produkter måste finnas tillgängliga enligt plan för att möta marknadens krav och möjliggöra lanseringar. Marknaden kräver hög flexibilitet och snabbhet.

New Nordic är beroende av externa tillverkare. Störningar i produktion eller distribution kan påverka bolagets möjligheter att nå sina affärsmål.

INKÖP (SOURCING)

Produkterna består av råvaror och komponenter från flera leverantörer. Bolaget är beroende av att dessa levererar enligt avtal vad gäller kvalitet, kvantitet och leverans.

Felaktiga eller uteblivna leveranser kan leda till förseningar och minskad försäljning. Ingen enskild leverantör bedöms dock vara kritisk på lång sikt.

MILJÖ

Branschen har generellt en begränsad miljöriskprofil. New Nordic har inga egna produktionsanläggningar, men exponeras ändå för risker kopplade till produktion, distribution och administration, såsom brand, tekniska fel eller mänskliga misstag.

Dessa kan leda till personskador eller miljöpåverkan. Även produktdesign, exempelvis användning av plastförpackningar, kan innebära miljörisker beroende på avfallshantering.

KREDITRISK

Kreditrisk uppstår när kunder inte uppfyller sina betalningsåtaganden. Exponeringen är främst kopplad till kundfordringar.

Bolaget har många kunder med relativt små utestående belopp. Betalningsförseningar följs upp noggrant. Under 2025 uppstod en kreditförlust om cirka 600 kSEK i Sverige till följd av Lifes konkurs.

LIKVIDITETS- OCH FINANSIERINGSRISK

Likviditetsrisk avser risken att bolaget inte kan uppfylla sina betalningsförpliktelser. Risken bedöms som acceptabel då tillräckliga medel finns tillgängliga.

Finansieringsrisken bedöms som låg då bolaget inte ser behov av nytt kapital. En kreditfacilitet om 36 MSEK finns tillgänglig för flexibilitet i likviditetshanteringen.

VALUTARISK

New Nordic är exponerat för valutafluktuationer då försäljning och inköp sker i olika

valutor. Förändringar i växelkurser kan påverka resultat och finansiell ställning.

Bolaget valutasäkrar för närvarande inte denna exponering.

RISK KOPPLAD TILL IMMATERIELLA TILLGÅNGAR

Varumärken är en strategisk tillgång och kan bli föremål för nedskrivning.

SKATTERISK

Bolaget verkar globalt och omfattas av olika skatteregler. Internprissättning baseras på armlängdsprincipen.

Förändringar i skatteregler kan påverka verksamheten.



RÅVARURISK

Produktionen är beroende av råvaror vars priser varierar. Kraftiga prisökningar på råvaror eller energi kan påverka produktionskostnader och därmed bruttomarginalen.



VIKTIGA RISKER

och åtgärder för riskhantering

OMRÅDE	RISKBESKRIVNING	PÅVERKAN	ÅTGÄRDER
VARUMÄRKE OCH PRODUKTER 	<p>Det finns en risk att vi kan få svårt att upprätthålla och stärka varumärkets attraktivitet och relevans. Dessutom kan bristande förmåga att leverera konsumentcentrerade kosttillskott, kosmetik och innovation av nya produkter innebära utmaningar. I takt med att varumärket New Nordic växer kan en ökning av förfalskningar skada varumärkets och produkternas uppfattning.</p>	<p>Oförmåga att upprätthålla varumärkets relevans och erbjuda attraktiva produkter kan leda till minskad efterfrågan och därmed negativ påverkan på intäkter och lönsamhet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bygga varumärkeskännedom och attraktionskraft genom konkurrenskraftiga investeringar i media, PR, sociala medier, New Nordic Herbal School m.m. • Leverera en 360-graders varumärkesupplevelse i alla konsumentkontaktytor, både online och offline • Skapa konsumentcentrerad innovation baserad på insikter och noggrann testning • Stärka kapacitet inom dataanalys och teknologi • Väsentligt uppdatera våra webbplatser • Förstärka övervakning av varumärken och patent samt intensifiera arbetet med att upptäcka och avlägsna förfalskningar globalt
MAKROEKONOMISKA FÖRHÅLLANDEN 	<p>Det finns en risk att ogynnsamma makroekonomiska förhållanden, såsom ihållande hög inflation och stigande räntor, kan påverka konsumenternas vilja och möjlighet att köpa kosttillskott och kosmetik.</p>	<p>Som ett tillgängligt varumärke inom kosttillskott och kosmetik kan minskat konsumentförtroende och lägre disponibel inkomst påverka intäkter och lönsamhet negativt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Strikt kostnadskontroll; initiera ett riktat kostnadsreduceringsprogram • Anpassa kommersiella strategier och produktmix, exempelvis ökat fokus på produkter i lägre prissegment • Fortsatt diversifiering av intäktströmmar • Löpande uppföljning av konsumentbeteende och trender

OMRÅDE	RISKBESKRIVNING	PÅVERKAN	ÅTGÄRDER
RÅVARU- OCH TILLVERKNINGS-KOSTNADER SAMT VALUTAKURSER 	<p>Det finns en risk för ökade priser på råvaror, förpackningsmaterial och tillverkningskostnader. New Nordic genererar dessutom betydande intäkter och har kostnader i flera valutor, vilket innebär valutaexponering.</p>	<p>Ihållande höga råvarupriser kan påverka lönsamheten negativt. Ogynnsamma valutakursförändringar kan också påverka intäkter och lönsamhet negativt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ingående och utgående valutor är i dagsläget väl balanserade, men vid förändringar kommer större valutor att säkras • Löpande uppföljning av bruttomarginal och försäljningspriser • Strikt kostnadskontroll; initiera ett riktat kostnadsreduceringsprogram
STÖRNINGAR I LEVERANSKEDJAN 	<p>Det finns en risk för störningar till följd av exempelvis brand, extremväder, pandemier, politiska konflikter, väpnade konflikter mellan stater, cyberattacker, terrorism eller andra händelser som kan påverka tillverkare, råvaruleverantörer eller distributionsanläggningar.</p>	<p>New Nordic samarbetar med lantbrukare, råvaruleverantörer och tillverkare i flera länder. Störningar, skador eller avbrott kan tillfälligt påverka intäkter och lönsamhet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dubbel sourcing av leverantörer och tillverkare där det är möjligt • Löpande arbete med skadeförebyggande åtgärder och förbättringar • Planering för affärskontinuitet • Försäkringar för försäkringsbara händelser • Geografisk diversifiering och utökning av produktionskapacitet • Optimerad distributionskapacitet för både B2B och B2C
CYBERATTACKER OCH IT-AVBROTT 	<p>Det finns en risk för störningar i kritiska IT-system till följd av omfattande ransomwareattacker, driftstörningar i molntjänster eller cyberkrigföring.</p>	<p>Sådana störningar kan få betydande påverkan på verksamheten och datasäkerheten. Intrång i datasekretess eller verksamhetsavbrott kan tillfälligt påverka intäkter och lönsamhet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Koncernövergripande informationssäkerhetsprogram • Krisledning • Planer för IT-återställning vid driftstörningar • Planering för affärskontinuitet
REGELVERK 	<p>Det finns en risk att förändringar i lokala eller regionala regelverk uppstår till följd av politiska eller säkerhetsrelaterade faktorer.</p>	<p>Förändringar i regelverk för ingredienser, kosttillskott eller kosmetik kan påverka intäkter och resultat negativt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Löpande övervakning och utvärdering av olika regulatoriska scenarier • Kontinuerlig genomgång av ingredienser och påståenden • Anpassning av formuleringar eller produktpåståenden
SKATTER OCH TULLAR 	<p>Det finns en risk att förändringar i internationella skatte- och tullregler uppstår till följd av mer protektionistisk ekonomisk politik.</p>	<p>Ökade importtullar eller skatter kan påverka lönsamheten negativt genom högre kostnader för inköp från andra länder.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Strikt kostnadskontroll inom koncernen • Löpande översyn av försäljningspriser • Anpassning av produktionsstruktur eller logistik • Kontinuerlig uppföljning och analys av olika scenarier

AKTIEÄGARE



AKTIEÄGAR- INFORMATION

New Nordics aktier noterades på First North Growth Market, NASDAQ Stockholm, i januari 2007.

Börs: FN STOCKHOLM

Valuta: SEK

Kortnamn: NNH

ISIN: SE0001838038

Bloomberg-ticker: NNH:SS

ANTAL AKTIER

Totalt antal aktier: 6 195 200

Aktiekapital: 6 195 200 SEK

AKTIEUTVECKLING

Aktiekursen har ökat med mer än 50 procent från 15,00 SEK till 23,20 SEK under 2025. I jämförelse med OMX Stockholm (NASDAQ OMX STOCKHOLM ALL-SHARE SEK) har aktiekursen ökat med 35 procent under 2025.

BÖRSVÄRDE

Börsvärde 30 december 2024: 93 MSEK

Börsvärde 30 december 2025: 144 MSEK



DAGLIG AKTIEKURS FÖR NEW NORDIC HEALTHBRANDS AB
PÅ FIRST NORTH, NASDAQ STOCKHOLM

ÄGARSTRUKTUR för aktieägare

Per den 30 december 2025 uppgick antalet unika aktieägare med minst 500 aktier till 99.

De tio största aktieägarnas samlade innehav uppgick till 89,62 procent (90,7) av utestående aktier och röster i New Nordic Healthbrands AB. New Nordic Healthbrands AB anlitar även Mangold AB som likviditetsgarant.

Tabellen är hämtad från New Nordics aktiebok per den 30 december 2025. Uppgifterna i tabellen baseras på information från Euroclear Sweden AB.

Aktieägare per den 30 december 2025

Aktieägare	Aktier	Ägarandel
Fjord Capital ApS	2 318 684	37,43%
Bank Julius Baer & Co Ltd*, W8IMY (förvaltarregistrerad)	965 000	15,58%
UBS Switzerland AG*, W8IMY	930 403	15,02%
Försäkringsaktiebolaget, Avanza Pension	489 199	7,90%
Johansson, Nicklas	430 324	6,95%
Kock, Christian	215 833	3,48%
BFCM P/C CIC Sweden OPCVM LT	201 995	3,26%
Nordnet Pensionsförsäkring AB	80 588	1,30%
Adalsteinsson, Johann Erpur	79 127	1,28%
SL 34064-01, SEB Life	47 226	0,76%
Summa 10 största ägare	5 758 379	92,95%
Summa övriga	436 821	7,05%
Totalt antal aktier	6 195 200	100,00%

Marinus Blåbjerg Sørensen och familjemedlemmar är tillsammans de verkliga huvudmännen till 100 % av Fjord Capital ApS.

*Vaccinium Holding ApS, Danmark, äger 1 895 403 aktier (30,6%). Karl Kristian Bergman Jensen är verklig huvudman för 62,4 % av Vaccinium Holding ApS, medan The Bergman Jensen Family Foundation, Liechtenstein, äger 37,6%.

BOLAGSSTYRNING



HUVUDKONTOR VID THE POINT HYLLIE, BOULEVARD 34, MALMÖ, SVERIGE

STYRELSE



KARL KRISTIAN
BERGMAN JENSEN

Född 1962

Styrelseledamot sedan 2006 och VD för New Nordic Healthbrands AB. Karl Kristian Bergman Jensen är grundare och huvudägare av New Nordic sedan 1990. Dessförinnan var Karl Kristian Bergman Jensen International Marketing Manager, Director och styrelseledamot i Chartex International PLC i England, numera The Female Health Company, USA. Innan dess var han International Marketing Manager på Farma Food A/S.

Karl Kristian Bergman Jensen är även styrelseordförande i Vaccinium Holdings ApS, Dansk Detail ApS, Danmark, samt Ripamonti Finanz AG, Schweiz.

För fullständigt aktieinnehav i New Nordic, se sida "Ägarstruktur för aktieägare" på sidan 31.

Styrelseledamöternas och ledningsgruppens affärsadress är New Nordic Healthbrands AB, The Point, Hyllie Boulevard 34, 215 32 Malmö.

Revisor: Deloitte AB
Auktoriserad revisor: Henrik Ekström, Hjälmarögatan 3, 211 18 Malmö.

Deloitte AB, genom Henrik Ekström, är New Nordics auktoriserade revisor sedan årsstämman 2022. Henrik Ekström är medlem i branschorganisationen för revisorer, FAR.



LENNART
SJÖLUND

Född 1949

Styrelseledamot sedan 2012. Lennart Sjölund's viktigaste sysselsättningar utöver förordnandet som styrelseledamot i New Nordic är som entreprenör i egna företag inom medicinteknik samt som styrelseledamot i Lagercrantz Group AB, Östanbäck Timmer- hus AB, Zarismo AB, Quickcool AB, Erysave AB, EL Invest AB, Kinna EL och Tele AB, Fäss- bergs EL AB och Parkallen Invest AB. Lennart Sjölund har tidigare varit VD för Jolife AB och Jostra AB samt Vice VD för Åkerlund & Rausing.

25.000 aktier i New Nordic innehas via bolag.



MARINUS BLÅBJERG
SØRENSEN

Född 1951

Styrelseledamot sedan 2006, Marinus Blåbjerg Sørensen är grundare och huvudägare i New Nordic. Innan dess var Marinus Blåbjerg Sørensen VD för Danish Natural Foods A/S. Dessförinnan var Marinus Blåbjerg Sørensen Area Manager på Farma Foods A/S, med ansvar för dels den internationella försäljningen och för produktutvecklingen av OTC-läke-medel. Marinus Blåbjerg Sørensen är även styrelseordförande och ägare i Fjord Capital A/S, Blåbjerg-Have ApS och direktör i Dansk Detail ApS Danmark.

För fullständigt aktieinnehav i New Nordic, se sida "Ägarstruktur för aktieägare" se sidan 31.



KIRSTEN
ÆGIDIUS

Född 1966

Kirsten Ægidius utsågs till styrelseledamot i New Nordic Healthbrands AB på årsstämman 2022 och till styrelsens ordförande 2025. Kirsten är VD för Mejerigaarden A/S och styrelseledamot för Anora Group A/S.

Kirsten Ægidius har en civilingenjörsexamen från Copenhagen Business School och har gedigen internationell erfarenhet från Unilever, Coca-Cola, Carlsberg, Weber BBQ och Hilding Anders AB.



CARINA
BRORMAN

Född 1958

Styrelseledamot sedan 2024. Carina Brorman är affärskonsult med fokus på strategisk ompositionering, affärsutveckling och varumärkesidentitet. Hon har haft ledande befattningar inom både privat och offentlig sektor, bland annat som vice VD på Malmö Opera, enhetschef på SVT samt Global Communications Director på Saab Group.

Carina är idag styrelseordförande i flera bolag och verkar som Senior Advisor på Transaktionshuset AB. Hon har en examen i företagsekonomi från Lunds universitet.

BOLAGSSTYRNING

Årsstämman är New Nordics högsta beslutande organ. Valberedningen tillvaratar aktieägarnas intressen och har en beredande roll inför årsstämman, bland annat avseende förslag till styrelsens sammansättning. Valberedningen leds av Karl Kristian Bergman Jensen. Hans roll som ordförande i valberedningen i kombination med rollen som vd avviker från punkt 2.4 i Svensk kod för bolagsstyrning.

Styrelsen förvaltar bolagets angelägenheter för aktieägarnas räkning. New Nordics styrelse leds av styrelseordföranden Kirsten Ægidius. Styrelsen utser vd, som ansvarar för den löpande förvaltningen av bolaget i enlighet med styrelsens instruktioner.

Revisionsutskottet övervakar bolagets finansiella rapportering och är den huvudsakliga kommunikationskanalen mellan styrelsen och bolagets revisorer. Revisionsutskottet leds av Marinus Blåbjerg Sørensen.

Varje år rapporterar revisorerna till årsstämman om sin granskning.

Bolagets förvaltning av styrelse och vd samt bolagets finansiella rapportering granskas av revisorer som utses av årsstämman.

Chefer och medarbetare vägleds av viktiga interna dokument såsom uppförandekoden, som också utgör grunden för de starka värderingar som sammanfattas i "the spirit of New Nordic".

INTERN KONTROLL

Styrelsen ansvarar för bolagets interna kontroll, vars övergripande syfte är att skydda bolagets tillgångar och därigenom aktieägarnas investering. Intern kontroll och riskhantering ingår i styrelsens och ledningens ansvar för styrning och uppföljning, med målet att säkerställa att verksamheten bedrivs på ett ändamålsenligt och effektivt sätt, att den finansiella rapporteringen är tillförlitlig samt att tillämpliga lagar och regler följs. Styrelsen har delegerat det operativa ansvaret till vd, som i sin tur har fördelat ansvaret till övriga medlemmar i den verkställande ledningen och ledningsgruppen.

Denna beskrivning av New Nordics interna kontroll och riskhantering avseende finansiell rapportering har upprättats i enlighet med 6 kap. 6 § årsredovisningslagen samt punkt 7.4 i Svensk kod för bolagsstyrning.

New Nordics interna kontroll består av följande fem komponenter: kontrollmiljö, riskbedömning, kontrollaktiviteter, information och kommunikation samt uppföljning.

ORGANISATION OCH LEDNING

New Nordic har en platt organisationsstruktur. Bolaget är organiserat i en liten, professionell och informell internationell struktur där beslutsvägarna är korta och där alla bidrar till att skapa resultat.

New Nordic fokuserar på ett enda varumärke – New Nordic – som kännetecknas av det karakteristiska Silvertråd-märket. Organisationen är enkel och saknar matrisstruktur. Huvudkontoret finns i Malmö, ett centralt operativt kontor i Roskilde samt nationella försäljnings- och marknadsföringskontor. Därutöver driver New Nordic lager för råvaror och färdiga produkter i Hamburg och Landskrona. Bolaget fokuserar på de två mest värdeskapande och varumärkesbyggande disciplinerna: innovation och marknadsföring.

Övriga funktioner outsourcas i största möjliga utsträckning.

Det registrerade sätet i Malmö är koncernens huvudkontor och centrum för finansiell konsolidering, rapportering och kontroll samt för produktinnovation och marknadsföring. Kontoret i Roskilde, Danmark, är centrum för inköp, kvalitetskontroll och regulatoriska frågor.

VD, som utses av styrelsen, ansvarar för den dagliga ledningen av New Nordic-koncernen och utser medlemmarna i den verkställande ledningen, som består av vd, CFO och en COO (under tillsättning). Utöver den verkställande ledningen består ledningsgruppen av General Manager QA/RA, Head of Innovation, Head of Procurement, tio Country Managers och tre Area Managers, vilka samtliga rapporterar till VD. Av

de 19 personerna i ledningsgruppen är 9 kvinnor och 10 män.

CFO och hans avdelning ansvarar för att omsätta New Nordics mål till styrning av land- och områdeschefer. CFO ansvarar även för implementering, uppföljning och stöd i den finansiella delen av bolagets initiativ och tillväxt samt för att tydliggöra bolagets prioriteringar. CFO ansvarar också för insiderförteckningar och rapportering till Finansinspektionen. CFO arbetar nära VD i finansiella frågor, inklusive kontroll av internationella dotterbolag, fastställande av finansiella mål och prioriteringar samt investerarrelationer, och bistår VD i rapporteringen till styrelsen.

COO, som är under tillsättning, kommer att arbeta nära vd med särskilt ansvar för den dagliga driften av kontoret i Roskilde, operativa inköp och logistik, onlineförsäljning samt IT-utveckling. COO kommer även att stödja vd i frågor som rör produktutveckling, lanseringar av nya produkter, prissättningsstrategi, försäljning och lönsamhet, marknadsföring, hållbarhet, expansion

samt utveckling av den internationella försäljningsorganisationen och distributionsnätverket.

New Nordic uppmuntrar ett nära dagligt samarbete inom den verkställande ledningen, dvs. VD, CFO och COO. Den verkställande ledningen har minst ett formellt möte per månad.

Ledningsgruppen arbetar också nära tillsammans för att "eliminera det geografiska avståndet" och fungera som en sammanhållen grupp över gränser och kulturer. Internationella chefer träffas vid behov. Samtliga chefer möts minst två gånger per år vid ett Operational Planning Meeting i Malmö eller Köpenhamn samt en gång per år vid det årliga International Management Meeting. Country- och Area Managers träffas dessutom en till två gånger per år vid regionala marknadsmöten samt en gång per år vid ett internationellt marknadsmöte. Delar av ledningsgruppen möter även internationella distributörer en gång per år vid International New Nordic Meeting (distributörmöte).

2025

ÅRS- OCH KONCERNREDOVISNING

New Nordic Healthbrands AB (publ)
Org. nr. 556698-0453

FÖRVALTNINGS- BERÄTTELSE



FINANSIELL ÖVERSIKT

Styrelsen och verkställande direktören för New Nordic Healthbrands AB (publ) avger härmed årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 2025.

New Nordic Healthbrands AB är ett publikt aktiebolag med säte i Malmö, Sverige. Huvudkontorets besöksadress är The Point, Hyllie Boulevard 34, 215 32 Malmö. Bolagets aktie är noterad på First North Growth Market, NASDAQ Stockholm.

VERKSAMHETEN

New Nordic bedriver verksamhet inom kosttillskott, växtbaserade läkemedel och kosmetiska produkter såsom hud- och hårvård. Försäljningen sker internationellt, antingen genom egna 26 nationella försäljnings- och marknadsföringsbolag och filialer eller genom etablerade distributörer. New Nordics produkter distribueras huvudsakligen via apotek,

hälsobutiker samt via bolagets egna webbshop i 44 länder världen över. Koncernstrukturen framgår av not 16.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER RÄKENSKAPSÅRET

Under ett år där konsumenter globalt i allmänhet förblev försiktiga fanns det fortsatt en hög

efterfrågan på våra produkter, och vi lyckades öka försäljningen.

Omsättningen ökade med 4,7 procent till 576 MSEK. Försäljningen minskade, i absoluta tal, i alla geografiska områden utom Europa, där vi hade en svag start under första halvåret, främst på grund av att vår viktigaste återförsäljare minskade sina lager. Vi startade inte försäljning i nya länder under året. Den geografiska omsättningen fördelades med 27 procent i Norden, 42 procent i övriga Europa, 27 procent i Nordamerika och 4 procent i Asien/Australien.

Bruttomarginalen uppgick till 64,3 procent under 2025 jämfört med 64,5 procent under 2024. Den mindre minskningen berodde på ökade tillverkningskostnader och förändrad produktmix. Under året har kostnaderna ökat, och New Nordic har även höjt priserna. Marknadsföringskostnaderna minskade med 4,4 procent till 209,5 MSEK. Antalet anställda ökade med sex personer till 78. Personalkostnaderna ökade med 8,9 procent till 79,0 MSEK. Övriga externa kostnader, inklusive marknadsföring, minskade med 3,6 procent till 273,8 MSEK. Den svenska

kronan har under 2025 förstärkts gentemot koncernens övriga viktiga valutor såsom EUR, GBP och USD.

EBITDA-marginalen var positiv och uppgick till 3,1 procent (-0,3). Bolaget har ett lågt bokfört värde på materiella och immateriella tillgångar samt relativt små skulder, vilket medför låga avskrivningar och räntekostnader. Rörelseresultatet uppgick till 15,1 (-4,4) MSEK. Resultatet efter skatt uppgick till 8,2 (-7,7) MSEK. Avkastningen på eget kapital var positiv. Resultat per aktie efter skatt uppgick till 1,32 (-1,24) SEK. Omsättningen i moderbolaget ökade till 254,6 (214,2) MSEK. Moderbolagets resultat efter skatt uppgick till 3,4 (-13,9) MSEK. Moderbolagets eget kapital uppgick till 53,4 (50,0) MSEK vid årets slut.

ÄGARFÖRHÅLLANDEN

Antalet aktier i New Nordic Healthbrands AB (publ) uppgick till 6 195 200 vid årets slut. Bolaget innehar inga egna aktier. Bolagsordningen innehåller inga begränsningar av aktiernas överlåtbarhet.

Ägare med mer än 10 procent av aktiekapitalet per den 31 december 2025:

- Fjord Capital ApS, Danmark, 37,43 %. Marinus Blåbjerg Sørensen och familjemedlemmar äger tillsammans 100 % av Fjord Capital ApS.
- Vaccinium Holding ApS, Danmark, 25,4 %. Karl Kristian Bergman Jensen äger 62,4 % av Vaccinium Holding ApS, medan Bergman Jensen Family Foundation, Liechtenstein, äger 37,6 %.

FÖRSÄLJNING OCH MARKNADSFÖRING

Vid årets slut hade New Nordic egna försäljningsbolag i Australien, Kanada, Kina, Danmark, Finland, Frankrike, Tyskland, Nederländerna, Hongkong, Italien, Litauen, Norge, Polen, Portugal, Rumänien, Slovakien, Spanien, Sverige, Schweiz, Storbritannien och USA. Försäljning i Estland, Lettland och Kazakstan sker via UAB New Nordic i Litauen. Därutöver kontrollerar och finansierar New Nordic marknadsföring i Österrike, Belgien, Färöarna, Georgien, Grönland,

Liechtenstein och Luxemburg. Bolaget har även distributörer i Armenien, Irland, Island, Jordanien, Libanon, Taiwan och Vietnam.

MARKNADSFÖRING

New Nordic marknadsför sitt varumärke främst mot slutkonsumenter men även mot yrkesverksamma inom hälsa och skönhet. I marknadsföringen används alla relevanta medier i kombination (annonsering i dagspress och veckopress, tv, radio, utomhusreklam, butiksmaterial samt digital annonsering i sociala medier).

FINANSIELL STÄLLNING

Vid årets slut hade New Nordic likvida medel om 16,5 MSEK och en soliditet på 42 procent. Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 8,4 MSEK och årets kassaflöde till 1,8 MSEK. Kassaflödet drivs av positiv utveckling gällande förändringar av varulager, samt ett förbättrat rörelseresultat

ORGANISATION

Vid årets slut hade bolaget 78 anställda inklusive ledning (72), varav 22 var män (19) och 56 kvinnor (53). Inom koncernen finns 22 (22) olika nationaliteter representerade.

FORSKNING OCH UTVECKLING

New Nordics forskning och utveckling omfattar litteraturstudier, råvaruforskning, biotillgänglighetsstudier, analyser, kliniska studier, marknadsundersökningar, design- och förpackningsutveckling samt registrering av produkter på nya marknader. Under året investerade koncernen mindre än 1 procent av omsättningen i forskning och produktutveckling.

Flerårsöversikt nyckeltal

Koncernen	2025	2024	2023	2022	2021
Nettoomsättning	576 364	550 307	533 849	487 501	514 845
Resultat efter finansiella poster	12 512	-6 764	-5 915	-5 166	27 956
Balansomslutning	246 150	249 104	249 060	251 673	238 351
Soliditet	42,0%	40,5%	42,6%	44,7%	50,5%
Antalet anställda vid periodens slut	78	72	73	71	72
Moderbolaget	2025	2024	2023	2022	2021
Nettoomsättning	254 609	214 476	197 279	155 011	212 091
Resultat efter finansiella poster	2 553	-15 147	-13 309	-15 416	14 355
Balansomslutning	148 588	148 259	153 504	161 122	156 972
Soliditet	36,0%	33,7%	41,6%	47,2%	60,6%
Antalet anställda vid periodens slut	6	5	4	4	4

UTSIKTER FÖR 2026

Fortsatt försiktighet i konsumenternas efterfrågan bland New Nordics kunder förväntas påverka efterfrågan negativt under 2026, drivet av fortsatt osäkerhet relaterad till kriget i Ukraina och i Iran. Bolaget arbetar aktivt med att hantera situationen, och verksamheten utvärderas och anpassas löpande vid behov.

Även om dessa extraordinära omständigheter kan ha en negativ påverkan på intäkter och resultat under 2026, förväntar sig New Nordic att uppvisa tillväxt i nettoomsättningen samt ett positivt resultat för året.

Bolaget har fastställt tydliga prioriteringar inom produktkategorier och marknader för att stödja tillväxt under 2026. Tillväxten förväntas ske organiskt. Inga förvärv planeras för närvarande, men sådana möjligheter kan komma att utvärderas om de bedöms vara strategiskt motiverade.

Därutöver planeras lanseringar av produkter inom nya hälso- och skönhetskategorier under året.

Förslag till resultatdisposition

Moderbolaget	(kSEK)
Till årsstämman förfogande står följande medel:	
Överkursfond	49 848
Balanserat resultat	-11 091
Årets resultat	3 440
Summa	42 197
Styrelsen föreslår följande:	
till aktieägare utdelas 0,25 SEK per aktie (0)	1 549
i ny räkning balanseras	40 648
Summa	42 197

Denna årsrapport har godkänts av styrelsen den 1 april 2026. Årsredovisningen ska överlämnas till årsstämman i Malmö den 29 april 2026.

När det gäller moderföretagets och koncernens resultat och finansiella ställning, hänvisas du till följande resultat och balansräkningar, kassaflödesanalyser och upplysningar. Alla belopp uttrycks i tusentals svenska kronor om inte annat anges.

KONCERNENS FINANSIELLA RAPPORTER

KONCERNENS RESULTATRÄKNING

KONCERNENS BALANSRÄKNING

RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I
KONCERNENS EGET KAPITAL

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS



KONCERNENS RESULTATRÄKNING

(kSEK)	Not	2025	2024
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	1	576 364	550 307
		576 364	550 307
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-205 948	-195 614
Övriga externa kostnader	2,4	-273 805	-283 943
Personalkostnader	3	-78 998	-72 571
Avskrivningar av materiella- och immateriella anläggningstillgångar		-2 465	-2 624
		-561 215	-554 752
Rörelseresultat		15 149	-4 445
Resultat från finansiella investeringar			
Ränteintäkter & liknande resultatposter	5	46	447
Räntekostnader & liknande resultatposter	6	-2 683	-2 766
		-2 637	-2 319
Resultat efter finansiella poster		12 512	-6 764
Skatt på årets resultat	7	-4 317	-936
Årets resultat		8 195	-7 699
Hänförligt till moderföretagets aktieägare		8 195	-7 699
Resultat per aktie*	8	1,32	-1,24
Antal aktier		6 195 200	6 195 200

*Ingen utspädningseffekt

KONCERNENS BALANSRÄKNING

Tillgångar

(kSEK)	Not	2025	2024
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Balanserade utvecklingsutgifter	9	5 440	3 577
Licenser	9	1 220	1 720
Övriga immateriella tillgångar	9	60	64
		6 720	5 361
Materiella anläggningstillgångar			
Maskiner & inventarier	10	4 050	4 403
		4 050	4 403
Finansiella anläggningstillgångar			
Uppskjuten skattefordran	11	10 898	12 126
Övriga långfristiga fordringar		485	866
		11 383	12 993
Summa anläggningstillgångar		22 153	22 756
Omsättningstillgångar			
Varulager m.m			
Råvaror och förnödenheter		34 593	37 209
Färdiga varor och handelsvaror		69 786	69 530
		104 380	106 739
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		90 703	87 534
Övriga fordringar		6 647	7 446
Förutbetalda kostnader & upplupna intäkter	12	5 722	9 381
		103 073	104 361
Kassa och bank		16 545	15 247
Summa omsättningstillgångar		223 997	226 348
SUMMA TILLGÅNGAR		246 150	249 104

Eget kapital och skulder

(kSEK)	Not	2025	2024
Eget kapital			
Aktiekapital	13	6 195	6 195
Överkursfond		49 848	49 848
Annat eget kapital inkl. årets resultat		47 422	44 871
Eget kapital hänf. Till moderbolagets aktieägare		103 465	100 914
Avsättningar			
Uppskjuten skatteskuld	11	73	8
		73	8
Långfristiga skulder			
Övriga skulder		2 323	2 154
		2 323	2 154
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit	14	33 517	37 065
Leverantörsskulder		81 633	89 799
Aktuella skatteskulder		1 871	2 099
Förskott från kund		108	388
Övriga skulder		7 593	6 192
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	15	15 567	10 484
		140 290	146 027
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		246 150	249 104

RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGET KAPITAL

(kSEK)	Aktiekapital	Omräkningsreserv	Överkursfond	Balanserade vinstmedel inkl årets resultat	Totalt eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare
Ingående balans eget kapital 1 jan 2024	6 195	2 993	49 848	46 994	106 030
Årets resultat	0	0	0	-7 699	-7 699
Omräkningsreserv	0	2 583	0	0	2 583
Summa periodens resultat	0	2 583	0	-7 699	-5 116
Summa transaktioner med ägare	0	0	0	0	0
Utgående balans eget kapital 31 dec 2024	6 195	5 576	49 848	39 295	100 914
Ingående balans eget kapital 1 jan 2025	6 195	5 576	49 848	39 295	100 914
Årets resultat	0	0	0	8 195	8 195
Omräkningsreserv	0	-5 644	0	0	-5 644
Summa periodens resultat	0	-5 644	0	8 195	2 551
Summa transaktioner med ägare	0	0	0	0	0
Utgående balans eget kapital 31 dec 2025	6 195	-68	49 848	47 490	103 465

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS

Den löpande verksamheten

(kSEK)	Not	2025	2024
Rörelseresultat		15 149	-4 445
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet			
Avskrivningar och nedskrivningar		2 465	2 624
Övriga justeringar		-42	-21
Erhållen ränta		21	25
Erlagd ränta		-2 132	-2 473
Betald inkomstskatt		-2 198	-4 125
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		13 263	-8 415
Förändringar i rörelsekapital			
Förändring av varulager		8 734	-2 014
Förändring av fordringar		2 307	9 177
Förändring av kortfristiga skulder		-15 918	-4 148
Kassaflöde från den löpande verksamheten		8 386	-5 400

Investeringsverksamheten

Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	9	-2 658	-3 213
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	10	-813	-1 219
Förändring andra långfristiga fordringar		248	720
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-3 223	-3 712

Finansieringsverksamheten

Förändring övriga långfristiga skulder		168	-29
Betalda/upptagna kortfristiga lån		-3 548	10 425
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-3 380	10 396
Årets kassaflöde		1 783	1 284
Likvida medel vid årets början		15 247	13 813
Omräkningsdifferens likvida medel		-485	150
LIKVIDA MEDEL VID PERIODENS SLUT		16 545	15 247

MODERBOLAGETS ÅRSREDOVISNING

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING

RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I
MODERBOLAGETS EGNA KAPITAL

MODERBOLAGETS
KASSAFLÖDESANALYS



MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

(kSEK)	Not	2025	2024
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	1	254 589	214 230
Övriga rörelseintäkter		20	246
		254 609	214 476
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-194 164	-179 071
Övriga externa kostnader	2, 4	-48 960	-50 243
Personalkostnader	3	-8 888	-8 796
Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar		-1 729	-1 375
Summa rörelsens kostnader		-253 741	-239 485
Rörelseresultat		868	-25 009
Resultat från finansiella investeringar			
Resultat från andelar i koncernföretag		3 279	12 153
Ränteintäkter och liknande resultatposter	5	24	50
Räntekostnader och liknande resultatposter	6	-1 618	-2 341
Resultat från finansiella poster		1 685	9 862
Resultat efter finansiella poster		2 553	-15 147
Bokslutsdispositioner			
Mottaget koncernbidrag		887	1 248
		887	1 248
Skatt på årets resultat	7	0	0
ÅRETS RESULTAT		3 440	-13 899

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING

Tillgångar

(kSEK)	Not	2025	2024
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten	9	5 441	3 577
Licensavtal	9	1 220	1 720
		6 661	5 297
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier	10	2 296	2 432
Förbättringsutgifter på annans fastighet	10	103	120
		2 399	2 552
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	16	30 781	30 781
Fordringar hos koncernföretag		1 102	1 333
Andra långfristiga fordringar		232	655
		32 115	32 769
Summa anläggningstillgångar		41 175	40 618
Omsättningstillgångar			
Varulager			
Råvaror och förnödenheter		34 580	37 195
Färdiga varor och handelsvaror		16 946	20 529
		51 526	57 724
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		4 259	5 463
Fordringar hos koncernföretag		48 524	40 665
Aktuella skattefordringar		243	468
Övriga fordringar		2 032	1 693
Förutbetalda kostnader & upplupna intäkter	12	825	1 624
		55 883	49 913
Kassa och bank		4	4
Summa omsättningstillgångar		107 413	107 641
SUMMA TILLGÅNGAR		148 588	148 259

Eget kapital och skulder

(kSEK)	Not	2025	2024
Eget kapital			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital	13	6 195	6 195
Fond för utvecklingsutgifter		5 058	3 194
		11 253	9 389
Fritt eget kapital			
Överkursfond		49 848	49 848
Balanserat resultat		-11 091	4 672
Årets resultat		3 440	-13 899
		42 197	40 621
Summa eget kapital		53 450	50 010
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit	14	32 042	35 539
Leverantörsskulder		42 865	44 783
Skulder till koncernföretag		17 226	14 933
Förskott från kund		108	388
Övriga skulder		103	75
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	15	2 794	2 531
		95 138	98 249
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		148 588	148 259

RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I MODERBOLAGETS EGNA KAPITAL

2024 (kSEK)	Aktiekapital	Fond för utvecklingsutgifter	Överkursfond	Balanserat resultat	Årets resultat	Totalt eget kapital
Ingående eget kapital 1 jan, 2024	6 195	2 334	49 848	17 727	-12 195	63 909
Föregående års resultat	0	0	0	-12 195	12 195	0
Överföring till fond för utvecklingsutgifter	0	860	0	-860	0	0
Årets resultat	0	0	0	0	-13 899	-13 899
Utgående eget kapital 31 dec, 2024	6 195	3 194	49 848	4 672	-13 899	50 010
2025 (kSEK)						
Ingående eget kapital 1 jan, 2025	6 195	3 194	49 848	4 672	-13 899	50 010
Föregående års resultat	0	0	0	-13 899	13 899	0
Överföring till fond för utvecklingsutgifter	0	1 864	0	-1 864	0	0
Årets resultat	0	0	0	0	3 440	3 440
Utgående eget kapital 31 dec, 2025	6 195	5 058	49 848	-11 091	3 440	53 450

MODERBOLAGETS KASSAFLÖDESANALYS

(kSEK)	Not	2025	2024
Den löpande verksamheten			
Rörelseresultat		868	-25 009
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet:			
Avskrivningar och nedskrivningar		1 729	1 375
		2 597	-23 634
Erhållen ränta		24	50
Erlagd ränta		-1 618	-2 341
Betald inkomstskatt		225	-218
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital			
		1 228	-26 143
Förändringar i rörelsekapital:			
Förändring av varulager		6 198	2 948
Förändring av kortfristiga fordringar		-6 195	3 925
Förändring av kortfristiga skulder		386	-2 220
Kassaflöde från den löpande verksamheten			
		1 617	-21 490
Investeringsverksamheten			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	9	-2 663	-3 201
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	10	-277	-730
Kassaflöde från investeringsverksamheten			
		-2 940	-3 931
Finansieringsverksamheten			
Utdelning från dotterbolag		3 279	12 153
Mottagna koncernbidrag		887	1 248
Förändring långfristiga fordringar		654	1 146
Förändring av checkräkningskredit		-3 497	10 874
Kassaflöde från finansieringsverksamheten			
		1 323	25 421
Årets kassaflöde			
		0	0
Likvida medel vid periodens början			
		4	4
Likvida medel vid periodens slut			
		4	4

REDOVISNINGSG- OCH *värderingsprinciper*

ALLMÄNT

De redovisningsprinciper som tillämpas i års- och koncernredovisningen överensstämmer med årsredovisningslagen (1995:1554) samt BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3).

KONCERNENS OMFATTNING

Koncernredovisningen omfattar moderbolaget samt dotterbolag i vilka moderbolaget direkt eller indirekt innehar mer än 50 procent av rösterna eller på annat sätt har ett bestämmande inflytande.

Koncernredovisningen har upprättats enligt förvärvsmetoden. Detta innebär att ett dotterbolags tillgångar och skulder redovisas till marknadsvärde vid förvärvstidpunkten.

Koncernens eget kapital inkluderar moderbolagets eget kapital samt den del av dotterbolagets eget kapital som uppkommit efter förvärvet.

OMRÄKNING AV UTLÄNDSKA DOTTERBOLAG

Omräkning av utländska dotterbolags finansiella rapporter sker enligt dagskursmetoden. Detta innebär att tillgångar och skulder omräknas till balansdagens kurs och att resultaträkningen omräknas till genomsnittskurs under räkenskapsåret. Eventuella omräkningsdifferenser redovisas direkt i koncernens eget kapital.

INTÄKTER

New Nordics intäkter består huvudsakligen av försäljning av

produkter. Intäkter redovisas till verkligt värde av erhållen eller förväntad ersättning. Intäktsredovisning sker när de väsentliga riskerna och förmånerna som är förknippade med varorna har övergått till köparen.

Ränteintäkter: Redovisas i den period de avser.

Utdelningar: Redovisas när aktieägarens rätt att erhålla betalning har fastställts.

SEGMENTRAPPORTERING

New Nordic bedriver all sin verksamhet inom ett affärssegment – försäljning av kosttillskott, växtbaserade läkemedel och relaterade produkter för personlig vård. Detta utgör koncernens primära segment. Sekundär segmentindelning sker geografiskt. Se not 1.

KLASSIFICERING

Långfristiga skulder och avsättningar avser i sin helhet belopp som förväntas regleras senare än tolv månader efter balansdagen. Omsättningstillgångar och kortfristiga skulder avser i huvudsak belopp som förväntas

realiseras eller regleras inom tolv månader från balansdagen.

FORDRINGAR OCH SKULDER

Fordringar redovisas till det lägsta av nominellt värde och det belopp som beräknas inflyta. Skulder redovisas till nominellt värde, om inget annat anges.

VARULAGER

Koncernens varulager har redovisats efter eliminering av internvinster. Varulagret värderas enligt lägsta värdets princip och först in, först ut-metoden (FIFO). Detta innebär att lagret tas upp till det lägsta av anskaffningsvärde enligt FIFO och verkligt värde.

FORDRINGAR OCH SKULDER I UTLÄNDSK VALUTA

Fordringar och skulder i utländsk valuta omräknas till balansdagens kurs. Valutakursvinster och -förluster på rörelsefordringar och rörelseskulder redovisas i rörelseresultatet. Vinst och förluster hänförliga till finansiella poster redovisas som finansiella poster.

ANLÄGGNINGS- TILLGÅNGAR

Materiella och immateriella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde med avdrag för ackumulerade avskrivningar.

ANSKAFFNINGSVÄRDE OCH VERKLIGT VÄRDE

Utgifter för produktutveckling, vilka inkluderar litteraturstudier, råvaruforskning, biotillgänglighetsstudier, analyser, kliniska studier, marknadsundersökningar, design- och förpackningsutveckling, konsumentundersökningar samt utveckling av marknadsföringskoncept, kostnadsförs när de uppstår.

Utvecklingsutgifter som är hänförliga till ett enskilt projekt redovisas som en tillgång när kriterierna för aktivering enligt K3 18.12 bedöms vara uppfyllda.

Det redovisade värdet av aktiverade utvecklingsutgifter som redovisas som tillgång i balansräkningen prövas årligen för eventuellt nedskrivningsbehov om tillgången ännu inte tagits i bruk, samt när händelser eller förändringar i omständigheter

indikerar att det redovisade värdet inte är återvinningsbart.

Avskrivning sker systematiskt över tillgångens bedömda nyttjandeperiod och påbörjas när tillgången tas i kommersiellt bruk.

Aktiverade utvecklingsutgifter skrivs av över den period då försäljning relaterad till projektet förväntas ske. Varumärken skrivs av över tio år.

AVSKRIVNINGSSATSER

Varumärken	10 år
Aktiverade utvecklingsutgifter	5 år
Licenser	5 år
Inventarier och fordon	3-8 år

Avskrivning påbörjas när tillgången tas i kommersiellt bruk.

SKATT INKLUSIVE UPPSKJUTEN SKATT

Skatter redovisas i resultaträkningen, utom när den underliggande transaktionen redovisas direkt i eget kapital, varvid skatten också redovisas i eget kapital. Aktuell skatt avser skatt som ska betalas eller erhållas för innevarande år. I denna ingår även justeringar av aktuell skatt hänförlig till tidigare perioder.

Uppskjuten skatt redovisas enligt balansräkningsmetoden, vilket innebär att uppskjuten skatteskuld eller uppskjuten skattefordran beräknas för samtliga identifierade temporära skillnader mellan tillgångars och skulders skattemässiga värden och deras redovisade värden, med undantag för vad som anges nedan.

Temporära skillnader som hänförs till obeskattade reserver inkluderar uppskjuten skatteskuld i de obeskattade reserverna. I koncernredovisningen delas obeskattade reserver upp i uppskjuten skatteskuld och eget kapital.

Uppskjutna skattefordringar redovisas för samtliga avdragsgilla temporära skillnader och utnyttjade underskottsavdrag i den utsträckning det är sannolikt att framtida skattemässiga överskott kommer att finnas mot vilka dessa kan utnyttjas.

Uppskjutna skattefordringar prövas vid varje balansdag. Om det inte med tillräcklig säkerhet kan fastställas att underskotten kan utnyttjas mot framtida vinster inom överskådlig tid, redovisas de inte.

Uppskjutna skattefordringar och skatteskulder värderas till de skattesatser som förväntas gälla när

tillgången realiserar eller skulden regleras, baserat på skattesatser (och skattelagstiftning) som är beslutade eller aviserade per balansdagen.

LEASING

Leasingavtal där i allt väsentligt samtliga risker och fördelar förknippade med ägandet kvarstår hos leasegivaren klassificeras som operationella leasingavtal. Leasingavgifter för operationella leasingavtal kostnadsförs linjärt över leasingperioden.

Finansiella leasingavtal avseende tjänstebilar med mera aktiveras inte utan kostnadsförs linjärt över leasingperioden eftersom de uppgår till försumbara belopp.

ERSÄTTNINGAR TILL ANSTÄLLDA

Ersättningar till anställda redovisas som löner och andra ersättningar. Dessa kostnadsförs i takt med att den anställde tillhandahåller tjänster åt koncernen. Full avsättning görs för upplupen semester, bonus, sociala avgifter och andra åtaganden.

PENSIONER

Pensionsbetalningar sker enligt olika pensionsplaner i enlighet med gällande regler i respektive land. I Sverige omfattas de anställda av ITP-planen. Bolaget tillämpar lättnadsregeln i K3-regelverket kapitel 28.22, vilket innebär att pensionsplaner redovisas som avgiftsbestämd plan.

KONCERNBIDRAG

Koncernbidrag redovisas i eget kapital, netto efter skatt hänförlig till koncernbidraget.

LIKVIDA MEDEL

Likvida medel består av kassa samt disponibla tillgodohavanden hos banker.

FINANSIELLA TILLGÅNGAR OCH SKULDER

Finansiella tillgångar och skulder i balansräkningen omfattar likvida medel, fordringar samt, på skuldsidan, leverantörsskulder och upplåning. Finansiella tillgångar och skulder redovisas initialt till anskaffningsvärde, vilket motsvarar verkligt värde inklusive transaktionskostnader för samtliga

finansiella instrument, med undantag för sådana som klassificeras till verkligt värde via resultaträkningen.

En finansiell tillgång eller skuld redovisas i balansräkningen när bolaget blir part i instrumentets avtalsmässiga villkor. Kundfordringar redovisas när faktura har utfärdats. Skulder redovisas när motparten har fullgjort sin prestation och det föreligger en avtalsenlig skyldighet att betala, även om faktura ännu inte mottagits.

Kundfordringar redovisas initialt till anskaffningsvärde och därefter till upplupet anskaffningsvärde med avdrag för nedskrivning. Nedskrivningar av kundfordringar redovisas i resultaträkningen. Leverantörsskulder redovisas när faktura har mottagits.

En finansiell tillgång tas bort från balansräkningen när rättigheterna realiserar, upphör eller när bolaget förlorar kontrollen över dem. En finansiell skuld tas bort från balansräkningen när den avtalsenliga förpliktelsen fullgörs eller på annat sätt upphör.

Koncernen har inte använt några derivatinstrument för säkringsändamål.

NEDSKRIVNING

När det finns indikationer på att en tillgång har minskat väsentligt i värde görs en prövning av det redovisade värdet mot det högsta av nettoförsäljningsvärdet och nyttjandevärdet. Om detta värde understiger det redovisade värdet görs en nedskrivning.

Återföring sker om det inte längre finns skäl för nedskrivning. Nedskrivningar och återföringar redovisas i resultaträkningen.

BEDÖMNINGAR OCH UPPSKATTNINGAR

Följande av styrelsens bedömningar kan ha en väsentlig påverkan på redovisade belopp i årsredovisningen:

Vid värdering av uppskjutna skattefordringar görs bedömningar baserade på femårsprognoser och budgetar, enligt bästa möjliga uppskattning vid varje given tidpunkt, av framtida skattemässiga överskott i respektive bolag och därmed möjligheten att utnyttja underskottsavdrag. En längre tidshorisont än fem år bedöms inte som tillförlitlig.

Varulagret består av råvaror, förpackningsmaterial och färdiga varor. Nästan alla färdiga varor finns i lager i respektive land där de säljs. Råvaror, förpackningsmaterial och färdiga varor bedöms månadsvis som en del av produktionsplaneringen och utvärderas regelbundet av ledningen.

Kundfordringar bedöms löpande och merparten av kunderna är kreditförsäkrade i enlighet med bolagets policy. Någon avsättning för kreditförluster görs normalt inte, eftersom kunderna bedöms vara kreditvärdiga och historiskt har visat god betalningsförmåga. Vid osäkerhet kring kreditvärdighet eller betalningsvilja kräver bolaget förskotts betalning.

NOTER*

*ALLA BELOPP AVSER KSEK
OM INGET ANNAT ANGES



NOT 1

Intäkter och koncerninterna inköp och försäljningar

Koncernen bedriver all sin verksamhet inom ett affärsområde, försäljning av produkter i form av kosttillskott, skönhetsprodukter och relaterade produkter. Försäljningen sker inom fyra geografiska områden.

Geografiska områden	Nettoomsättning 2025	Nettoomsättning 2024
Norden	157 002	157 727
Europa	241 227	202 469
Nordamerika	155 967	163 374
Övriga Världen	22 168	26 737
SUMMA	576 364	550 307

Moderbolaget har under året sålt produkter för 27 041 kSEK (29 609 kSEK) till externa kunder och 227 568 kSEK (184 867 kSEK) till interna kunder. Av moderbolagets inköp avser 19% (22%) inköp från andra koncernföretag.

NOT 2

Upplysning om revisors arvode

Arvode och kostnadsersättning

	Koncernen 2025	Koncernen 2024	Moderbolag 2025	Moderbolag 2024
Deloitte				
Revisionsuppdrag	477	454	397	376
Revision utöver revisionsuppdrag	0	0	0	0
Skatterådgivning	0	0	0	0
Övriga tjänster	0	0	0	0
Ernst & Young	48	49	0	0
RSM Richter Chamberland	594	533	0	0
Övriga revisorer*	554	448	0	0
Totalt	1 673	1 484	397	376

*Övriga revisorer avser främst Albjerg.

Med revisionsuppdrag avses revisorns ersättning för den lagstadgade revisionen. Arvodet innefattar granskningen av årsredovisningen och bokföringen, styrelsens och den verkställande direktörens förvaltning samt arvode för revisionsrådgivning som lämnats i samband med revisionsuppdraget. Revision utöver revisionsuppdraget avser övriga kvalitetssäkringstjänster.

NOT 3

Personal

Medelantalet anställda

	2025 Antal anställda	2025 Varav män	2025 Varav män	2024 Antal anställda	2024 Varav män
Moderbolaget i Sverige	6	4	67 %	6	83%
Dotterföretag					
Sverige	5	0	0 %	5	0%
Danmark	26	5	20 %	24	17%
Norge	4	0	0 %	4	25%
Finland	0	0	0 %	1	0%
Baltikum	10	2	20 %	9	22%
Tyskland	4	2	50 %	2	50%
Polen	2	1	56 %	2	50%
Rumänien	0	0	0 %	1	0%
Storbritannien	0	0	0 %	4	0%
Kanada och USA	8	4	50 %	7	43%
Italien	2	1	50 %	2	50%
Holland	2	0	0 %	2	0%
Schweiz	1	1	100 %	1	100%
Australien	1	0	0 %	2	0%
Totalt dotterföretag	65	16	24 %	66	21%
Koncernen totalt	71	20	28 %	72	26%

Könsfördelning bland ledande befattningshavare

	Koncernen 2025	Koncernen 2024	Moderbolag 2025	Moderbolag 2024
Fördelning mellan kvinnor och män i företagens styrelser				
Kvinnor	26 %	26%	40 %	40%
Män	74 %	74%	60 %	60%
Fördelning mellan kvinnor och män i företagsledningen				
Kvinnor	28 %	28%	0 %	0%
Män	73 %	73%	100 %	100%

NOT 3

Personalkostnader

Löner och andra ersättningar

	2025	2025	2024	2024
	Löner och andra	Sociala	Löner och andra	Sociala
	ersättningar	kostnader	ersättningar	kostnader
Moderbolaget	5 761	2 467	5 685	2 309
(varav pensionskostnad)		1 199		1 042
Dotterföretag	58 463	9 115	52 219	8 325
(varav pensionskostnad)		5 321		5 091
Koncernen totalt	64 224	11 582	57 904	10 634
(varav pensionskostnad)		6 520		6 133

NOT 3

Personalkostnader (forts.)

Löner och förmåner (exkl. pensionskostnader) per land

	2025			2024		
	Ledning	Övriga anställda	Totalt	Ledning	Övriga anställda	Totalt
SVERIGE						
Moderbolag	2 867	2 894	5 761	2 906	2 780	5 685
Dotterbolag	0	3 158	3 158	0	2 860	2 860
SVERIGE TOTALT	2 867	6 052	8 919	2 906	5 640	8 545
Dotterföretag utomlands						
DANMARK	1 653	24 075	25 727	1 478	22 730	24 208
NORGE	0	2 507	2 507	0	2 305	2 305
FINLAND	0	1 000	1 000	0	1 018	1 018
BALTIKUM	0	4 842	4 842	0	4 779	4 779
TYSKLAND	0	3 125	3 125	0	3 288	3 288
STORBRIANNIEN	0	3 883	3 883	0	2 005	2 005
SCHWEIZ	0	1 612	1 612	0	216	216
POLEN	0	1 681	1 681	0	1 465	1 465
KANADA	0	6 324	6 324	0	5 541	5 541
ITALIEN	0	1 865	1 865	0	1 899	1 899
HOLLAND	0	1 652	1 652	0	1 417	1 471
AUSTRALIEN	0	810	810	0	951	951
RUMÄNIEN	0	277	277	0	268	268
DOTTERBOLAG UTOMLANDS TOTALT	1 653	53 653	55 305	1 478	47 881	49 359
Total löner och ersättningar	4 520	59 704	64 224	4 384	53 521	57 904

NOT 3

Löner och ersättningar ledande befattningshavare

Koncernen 2025	Lön	Styrelsearvode	Pensionskostnad	Totalt
Styrelsens ordförande	0	195	0	195
Styrelseledamöter	0	390	0	390
Verkställande direktör	2 282	0	0	2 282
Koncernen totalt	2 282	585	0	2 867

Koncernen 2024	Lön	Styrelsearvode	Pensionskostnad	Totalt
Styrelsens ordförande	0	195	0	195
Styrelseledamöter	0	390	0	390
Verkställande direktör	2 321	0	0	2 321
Koncernen totalt	2 321	585	0	2 906

Moderbolaget 2025	Lön	Styrelsearvode	Pensionskostnad	Totalt
Styrelsens ordförande	0	195	0	195
Styrelseledamöter	0	390	0	390
Verkställande direktör	2 282	0	0	2 282
Koncernen totalt	2 282	585	0	2 867

Moderbolaget 2024	Lön	Styrelsearvode	Pensionskostnad	Totalt
Styrelsens ordförande	0	195	0	195
Styrelseledamöter	0	390	0	390
Verkställande direktör	2 321	0	0	2 321
Koncernen totalt	2 321	585	0	2 906

Koncernens ledande befattningshavare, tillika VD och styrelse, utgörs av totalt 5 st (5 st) personer. Styrelsearvode har under året utgått med 585 kSEK (585 kSEK) fördelat på 195 kSEK (195 kSEK) till styrelsens ordförande och 130 kSEK (130 kSEK) till övriga tre ledamöter. Lön till VD i moderbolaget har fakturerats av ett av VD helägt bolag. Inga (inga) tantiem har utgått till VD eller styrelseledamöter. Med VD har avtal träffats om uppsägningstid på sex månader från bolagets sida och tre månader från VD:s sida.

NOT 4

Finansiell och operationell leasing

	Koncernen 2025	Koncernen 2024	Moderbolaget 2025	Moderbolaget 2024
Kostnadsförda leasingavgifter avseende operationella leasingavtal.	7 320	7 803	1 766	1 910
Framtida minimileaseavgifter avseende ej uppsägningsbara operationella leasingavtal				
Ska betalas inom 1 år	5 747	6 101	1 394	1 762
Ska betalas inom 1-5 år	11 874	15 011	1 782	3 565
Ska betalas senare än 5 år	112	140	0	0
	17 733	21 252	3 176	5 327

Koncernens samt moderbolagets leasingavtal avser främst lokalhyresavtal samt leasing av bilar.

NOT 5

Ränteutäkter och liknande resultatposter

	Koncernen 2025	Koncernen 2024	Moderbolaget 2025	Moderbolaget 2024
Ränteutäkter	21	25	4	6
Ränteutäkter, dotterföretag	0	0	20	44
Övrigt	25	422	0	0
TOTALT	46	447	24	50

NOT 6

Räntekostnader och liknande resultatposter

	Koncernen 2025	Koncernen 2024	Moderbolaget 2025	Moderbolaget 2024
Räntekostnader	-2 132	-2 711	-1 618	-2 341
Övrigt	-551	-55	0	0
TOTALT	-2 683	-2 766	-1 618	-2 341

NOT 7

Skatt på årets resultat

	Koncernen 2025	Koncernen 2024	Moderbolaget 2025	Moderbolaget 2024
Aktuell skattekostnad	-2 954	-3 500	0	0
Uppskjuten skatt	-1 362	2 566	0	0
Redovisad skattekostnad	-4 317	-936	0	0

Skillnaden mellan koncernens skattekostnad och skattekostnad baserad på gällande skattesats består av följande komponenter:

	Koncernen 2025	Koncernen 2024	Moderbolaget 2025	Moderbolaget 2024
Redovisat resultat före skatt	12 512	-6 764	3 440	-13 899
Skatt enligt gällande skattesats 20,6 % (20,6 %)	-2 577	1 393	-709	2 863
Skatteeffekter avseende:				
ej avdragsgilla kostnader	-874	-977	-405	-302
ej skattepliktiga intäkter	115	302	676	2 504
Förändring temporära skillnader	518	-762	0	0
Förändring underskottsavdrag	-776	-66	438	-5 065
Justering för skattesatser i utländska dotterföretag	-311	-14	0	0
Övrigt	-412	-812	0	0
Redovisad skattekostnad	-4 317	-936	0	0

Den gällande skattesatsen i koncernen varierar mellan 3%-32% och i moderbolaget 20,6%. Det återfinns ej några väsentliga ej aktiverade underskott i något av koncernens bolag.

NOT 8

Resultat per aktie

Styrelsen föreslår en aktieutdelning med 0,25 kr per aktie (0 kr) för 2025, motsvarande 1 548 800 kr (0 kr). Aktiekapitalet uppgår till 6 195 200 aktier à nominellt 1 SEK.

Resultat och utdelning per aktie

	2025	2024
Koncernen		
Resultat som använts vid beräkning av resultat per aktie	8 195	-7 699
Antal aktier i medeltal, tusental	6 195	6 195
Resultat per aktie*	1,32	-1,24
Moderbolaget		
Resultat som använts vid beräkning av resultat per aktie	3 440	-13 899
Antal aktier i medeltal, tusental	6 195	6 195
Resultat per aktie*	0,56	-2,24

* Det finns inga utspädningseffekter.

NOT 9

Immateriella anläggningstillgångar

Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten

	Koncernen 2025	Koncernen 2024	Moderbolaget 2025	Moderbolaget 2024
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	6 952	5 425	5 027	3 537
Omräkningsdifferens	-64	37	0	0
Årets inköp	2 663	1 490	2 663	1 490
Försäljningar/utrangeringar	0	0	0	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	9 551	6 952	7 690	5 027
Ingående ackumulerade avskrivningar	-3 375	-2 358	-1 450	-819
Omräkningsdifferens	63	-26	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	0	0	0
Årets avskrivningar	-799	-991	-799	-631
Utgående ackumulerade avskrivningar	-4 111	-3 375	-2 249	-1 450
Utgående planenligt restvärde	5 440	3 577	5 441	3 577

NOT 9

Immateriella anläggningstillgångar (forts.)

Licenser

	Koncernen 2025	Koncernen 2024	Moderbolaget 2025	Moderbolaget 2024
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	2 775	1 052	2 560	849
Omräkningsdifferens	-20	12	0	0
Årets inköp	0	1 711	0	1 711
Försäljningar/utrangeringar	0	0	0	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	2 755	2 775	2 560	2 560
Ingående ackumulerade avskrivningar	-1 055	-681	-840	-478
Omräkningsdifferens	20	-12	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	0	0	0
Årets avskrivningar	-500	-362	-500	-362
Utgående ackumulerade avskrivningar	-1 535	-1 055	-1 340	-840
Utgående planenligt restvärde	1 220	1 720	1 220	1 720

NOT 9

Immateriella anläggningstillgångar (forts.)

Övriga immateriella anläggningstillgångar

	Koncernen 2025	Koncernen 2024
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	237	235
Omräkningsdifferens	-25	4
Årets inköp	0	64
Försäljningar/utrangeringar	0	-66
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	212	237
Ingående ackumulerade avskrivningar	-173	-107
Omräkningsdifferens	21	-1
Försäljningar/utrangeringar	0	0
Årets avskrivningar	0	-65
Utgående ackumulerade avskrivningar	-152	-173
Utgående planenligt restvärde	60	64

NOT 10

Materiella anläggningstillgångar

	Koncernen 2025	Koncernen 2024	Moderbolaget 2025	Moderbolaget 2024
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	10 744	9 462	3 230	2 500
Omräkningsdifferens	-520	192	0	0
Årets inköp	1 247	1 164	277	730
Försäljningar/utrangeringar	-993	-74	0	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	10 478	10 744	3 507	3 230
Ingående ackumulerade avskrivningar	-6 341	-5 073	-678	-297
Omräkningsdifferens	386	-136	0	0
Försäljningar/utrangeringar	693	74	0	0
Årets avskrivningar	-1 166	-1 206	-430	-381
Utgående ackumulerade avskrivningar	-6 428	-6 341	-1 108	-678
Utgående planenligt restvärde	4 050	4 403	2 399	2 552

NOT 11

Uppskjuten skatt

	Koncernen 2025	Koncernen 2024	Moderbolaget 2025	Moderbolaget 2024
Uppskjuten skattefordran avseende:				
underskottsavdrag	10 566	11 781	0	0
skattepliktiga temporära skillnader	332	345	0	0
Summa	10 898	12 126	0	0
Uppskjuten skatteskuld avseende:				
skattepliktiga temporära skillnader	73	8	0	0
Summa	73	8	0	0

Uppskjutna skattefordringar redovisas i den utsträckning det bedöms sannolikt att tillräckliga skattepliktiga överskott kommer att finnas tillgängliga i framtiden. Uppskjutna skattefordringar i Sverige uppgår till 10 562 kSEK (11 770 kSEK), varav bokfört 10 562 kSEK (11 770 kSEK). Av koncernens totala uppskjutna skattefordringar avser 10 562 kSEK (11 770 kSEK) moderbolaget och 4 kSEK (11 kSEK) dotterbolag. Utöver de redovisade uppskjutna skattefordringar har koncernen inga ej redovisade uppskjutna skattefordringar avseende skattemässiga förlustavdrag och förlustavdragen har inga förfallotider.

Uppskjutna skattefordringar hänförligt till temporära skillnader avser nästan uteslutande internvinster i koncernens varulager.

NOT 12

Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

	Koncernen 2025	Koncernen 2024	Moderbolaget 2025	Moderbolaget 2024
Förutbetalda hyror	1 301	1 296	495	489
Förutbetalda försäkringar	64	35	0	0
Förutbetalda försäljnings- och marknadskostnader	313	1 773	0	345
Övrigt	4 044	6 277	330	790
Totalt	5 722	9 381	825	1 624

NOT 13

Antal aktier

	Kvotvärde 2025	Kvotvärde 2024	Antal 2025	Antal 2024
A-aktier	1	1	6 195 200	6 195 200
			6 195 200	6 195 200

NOT 14

Checkräkningskredit

	Koncernen 2025	Koncernen 2024	Moderbolaget 2025	Moderbolaget 2024
Beviljat belopp	36 210	46 193	36 210	46 193
Utnyttjat belopp	33 517	37 065	32 042	35 539

NOT 15

Upplupna kostnader och förutbetalda kostnader

	Koncernen 2025	Koncernen 2024	Moderbolaget 2025	Moderbolaget 2024
Semesterskuld och upplupna löner	3 970	3 086	1 017	806
Sociala avgifter	1 463	1 527	711	829
Upplupna försäljnings- och marknadskostnader	6 459	3 258	0	0
Övriga poster	3 675	2 613	1 066	896
Summa	15 567	10 484	2 794	2 531

NOT 16

Andelar i koncernföretag

	Moderbolag 2025	Moderbolag 2024
Ingående ackumulerade anskaffningsvärde	30 781	30 835
Nedskrivningar av aktier i dotterbolag (Kunkeei ApS)	0	-54
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	30 781	30 781

	Org. No.		Säte	Kapitalandel	Bokfört värde	
New Nordic AB	56546-0150		Malmö	Sverige	100%	18 202
New Nordic Manufacturing ApS	14728708		Roskilde	Danmark	100%	7 000
New Nordic Healthcare ApS	15679735		Roskilde	Danmark	100%	300
New Nordic AS	982754437		Moss	Norge	100%	2 800
New Nordic OY	218826046		Espoo	Finland	100%	2
UAB New Nordic	300065428		Kaunas	Litauen	100%	2
New Nordic Deutschland GmbH	HAB 97256		Hamburg	Tyskland	100%	2
New Nordic AG	CHE323998168		Zug	Schweiz	100%	0
New Nordic Healthbrands Polska Sp. z o.o.	0000517243		Warszawa	Polen	100%	67
New Nordic Limited	3142365	West Farleigh, Kent		England	100%	2
New Nordic Inc. (Kanada)	653483-0	Montreal		Kanada	100%	1
New Nordic Inc. (USA)	26-3122812	New Castle, Delaware		USA	100%	0
New Nordic Ltd (Hong Kong)	2455046	Hong Kong		Hong Kong	100%	12
New Nordic S.R.O	53494369	Trnava		Slovakien	100%	51
New Nordic Porugal Lda	516486594	Lissabon		Portugal	100%	51
New Nordic S.R.L.	MI-1838101	Milano		Italien	100%	91
New Nordic S.L.	B64523384	Madrid		Spanien	100%	0
New Nordic B.V.	817613705	Leiden		Holland	100%	167
New Nordic SARL	500489794	Paris		Frankrike	100%	92
New Nordic Iberia S.L.U	B67402651	Barcelona		Spanien	100%	52
New Nordic Healthcare S.R.L	42246893	Bukarest		Rumänien	100%	1
New Nordic Shanghai Ltd Co.	91310000MA1FRGJT15	Shanghai		Kina	100%	1 886
New Nordic PTY Ltd (Australien)	ACN 125 151 091	Sydney		Australien	100%	0
Summa						30 781

NOT 17

Ställda säkerheter

	Koncernen 2025	Koncernen 2024	Moderbolaget 2025	Moderbolaget 2024
Säkerhet ställda för annat:				
-företagsinteckningar	58 226	54 199	28 968	23 096
Summa	58 226	54 199	28 968	23 096

NOT 18

Eventualförpliktelser

	Koncernen 2025	Koncernen 2024	Moderbolaget 2025	Moderbolaget 2024
Borgensförbindelse till förmån för:				
-dotterbolag checkkredit	0	0	36 210	46 193
Summa	0	0	36 210	46 193

NOT 19

Disposition av vinst

Förslag till resultatdisposition

	2025	2024
Styrelsen föreslår att till förfogande stående medel		
Överkursfond	49 848	49 848
Balanserat resultat	-11 091	4 672
Årets resultat	3 440	-13 899
	42 197	40 621
Disponeras så att		
till aktieägare utdelas 0,25 SEK per aktie (0)	1 549	0
i ny räkning överföres	40 648	40 621
	42 197	40 621

NOT 20

Väsentliga händelser efter räkenskapsårets utgång

Inga väsentliga händelser har inträffat, som inte beskrivs i någon annan del av denna årsredovisning, sedan årsskiftet och fram till dess att denna årsredovisning signerats.

NOT 21

Transaktioner med närstående


Nordic Healthcare ApS i Danmark sålde under 2025 för totalt 6 013 kSEK (4 651 kSEK) till Dansk Detail ApS, som ägs av Marinus Blåbjerg Sørensen och Karl Kristian Bergman Jensen. Produkterna säljs på samma villkor och priser som de säljs till likasinnade kunder. Dansk Detail ApS driver fyra hälsbutiker (Helsehuset Strædet, Helsehuset Helsingør, Helsehuset Frederiksberg och Køge Helsekost) och en nätbutik under namnet www.helsegrossisten.dk. Förutom vanligt prisavtal finns det inga särskilda marknadsföringsavtal eller liknande mellan företagen.

Koncernintern försäljning har uppgått till 274 397 kSEK (236 454 kSEK) under året och har skett på armlängds avstånd då det är gjort i enlighet med koncernens Transfer Pricing policy.

Moderbolaget har fakturerats 2 282 kSEK (2 316 kSEK) av det av VD helägda bolaget Ripamonti Finanz AG som inte ingår i New Nordic koncernen och avser konsulttjänster och arvudet sker på marknadsmässiga villkor.

ÅRSREDOVISNING OCH KONCERNREDOVISNING FÖR NEW NORDIC HEALTHBRANDS AB (PUBL)

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att koncernredovisningen respektive årsredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens vägledning 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3) respektive god redovisningssed och ger en rättvisande bild av koncernens och moderbolagets ställning och resultat. Förvaltningsberättelsen för koncernen respektive moderbolaget ger en rättvisande översikt över koncernens och moderbolagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget och de bolag som ingår i koncernen står inför.



Lennart Sjölund
Styrelseledamot

Datering enligt digital signering



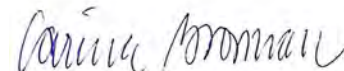
Marinus Blåbjerg Sørensen
Styrelseledamot

Datering enligt digital signering



Kirsten Ægidius
Styrelsens ordförande

Datering enligt digital signering



Carina Broman
Styrelseledamot

Datering enligt digital signering



Karl Kristian Bergman Jensen
Verkställande direktör

Datering enligt digital signering

Årsredovisningen och koncernredovisningen har, som framgår ovan, godkänts för utfärdande av styrelsen den 1 april 2026. Koncernens resultaträkning, balansräkning samt moderbolagets resultaträkning och balansräkning blir föremål för fastställelse på årsstämman den 29 april 2026.

Vår revisionsberättelse har angivits Malmö den 8 april 2026

Deloitte AB



Henrik Ekström
Auktoriserad revisor

Datering enligt digital signering

