



KVARTALSRAPPORT

2023-04-01 – 2023-06-30



SAMMANFATTNING

SAMMANFATTNING AV KVARTALET 1 APRIL TILL 30 JUNI 2023

- Koncernens nettoomsättning uppgick i kvartalet till 59,2 MSEK (59,4 MSEK)
- Bruttovinstmarginalen uppgick i kvartalet till 56% (62%)
- Kvartalets justerade EBITDA uppgick till 2,5 MSEK (2,3 MSEK), motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 4% (4%)
- Redovisad EBITDA uppgick till 2,0 MSEK (-1,0 MSEK), motsvarande en EBITDA-marginal om 3% (-2%) under det andra kvartalet 2023
- Periodens resultat uppgick till -5,2 MSEK (-4,3 MSEK)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick -6,1 MSEK (-2,2 MSEK)
- Vinst per aktie -0,23 SEK (-0,21 SEK)

Nyckeltal (MSEK)	Apr-Jun 2023	Apr-Jun 2022	Jan-Jun 2023	Jan-Jun 2022	Jan-Dec 2022
Nettoomsättning	59,2	59,4	136,1	121,3	286,4
Nettoomsättningstillväxt, %	0%	87%	12%	81%	96%
Bruttovinst	33,3	36,8	82,8	76,6	168,8
Bruttovinstmarginal, %	56%	62%	61%	63%	59%
Justerad EBITDA	2,5	2,3	6,7	3,7	15,2
Justerad EBITDA-marginal, %	4%	4%	5%	3%	5%
EBITDA	2,0	-1,0	3,7	0,1	3,7
EBITDA-marginal, %	3%	-2%	2%	0%	1%
Rörelseresultat (EBIT)	-3,2	-4,3	-6,3	-7,2	-13,4
Rörelsemarginal, %	neg	neg	neg	neg	neg
Periodens resultat	-5,2	-4,4	-9,0	-7,7	-16,1

KOMMENTAR FRÅN VD

Andra kvartalet präglades av många segrar i den egna e-handeln och med en stark försäljningsökning i flera av våra vertikaler. Samtidigt hade koncernens största bolag Trendcarpet övergående försäljningspåverkande utmaningar under kvartalets två första månader. Trots det nådde gruppen en nettoomsättning under andra kvartalet i linje med föregående år, 59,2 MSEK (59,4 MSEK) med ett justerat EBITDA på 2,5 MSEK (2,3 MSEK).

Det finns flera höjdpunkter att lyfta i gruppens e-handel under kvartalet. Vi ser att de strategiska initiativ i e-handeln som vi arbetat med under året ger resultat. Plattformsbytet och den därefter utrullade globala expansionen i KitchenLab - som står för 20% av koncernens omsättning - blev klar i slutet av andra kvartalet och redan månad två ser vi att försäljningen från lanseringen i Europa uppgår till 30% av den totala e-handelsomsättningen. Det är glädjande att se att vår modell bevisas, med geografisk expansion som ett viktigt ben i tillväxtresan framåt för våra bolag.

Den andra tillväxtmotorn, att datadrivet arbeta med sortimentsutvecklingen i våra bolag, fortsätter att visa sig vara rätt väg. Hatshop fortsätter under andra kvartalet att ta marknadsandelar i nya kategorier, framför allt inom kepsar, som är den största varugruppen inom huvudbonader. Hatshop växte under andra kvartalet med 18%.

I det nyförvärvade trädgårdsföretaget Allafröer.se har samma strategi implementerats inom internationalisering och sortiment. Ambitionen är att rusta oss med en sortimentsbredd för den europeiska marknaden inför högsäsongen som inleds under fjärde kvartalet. Allafröer har en försäljningstillväxt på över 130% under kvartalet.

Även i Bread & Boxers och Isbjörn växer vi e-handeln med 13% i en för dessa två vertikaler utmanande makromiljö.

Samtidigt har kvartalet präglats av temporära utmaningar i koncernens största bolag Trendcarpet, som inneburit ett hack i kurvan i försäljningen. Utmaningar i producentledet har inneburit längre perioder av ogynnsamma lagernivåer av produkter som står för en betydande del av försäljningen. I tillägg har utvecklingsarbete med hemsida och plattform inneburit perioder av långa laddningstider på sidan med tapp i konverteringsgraden under kvartalet som följd. Det är glädjande att konstatera att vi i utgången av kvartalet kom ur situationen och att försäljningen återhämtade sig.

Bruttomarginalen uppgick under andra kvartalet till 56% (62%) för gruppen. Skillnaden mot föregående år härleds till stor del av en lagernedskrivning i CaMa Gruppen, som en avslutande fas i den lagerflytt och byte av lagersystem som pågått under året. Rensat för detta ligger bruttomarginalen i linje med föregående år.

Övriga kostnader ökar i kvartalet jämfört med föregående år primärt drivet av att implementeringstiden för nytt lagersystem har tagit längre tid än beräknat och avslutades först i slutet av andra kvartalet. Även den planliga investeringen i totalt 14 nya utländska sidor för KitchenLab och Nordic Kidswear genomfördes under andra kvartalet, där vi redan hann se positiv försäljningseffekt under kvartalet, men kommer att se ännu större utväxling under andra halvåret. Vi ser samtidigt att det omställnings- och effektiviseringsprogram som lanserats tidigare i år ger resultat, med en sänkning av kostnaden för personal med 17% jämfört med föregående kvartal.

Det ska sägas att vi inte är nöjda med det andra kvartalet i sin helhet. Mycket arbete har gjorts, men vi kan bättre. Gläntar vi på dörren till tredje kvartalet ser vi att den positiva utvecklingen i försäljningen från slutet av andra kvartalet följer med in i början av det tredje. Med investeringar tagna under första halvåret inom strategiska områden känner jag en stark tilltro till att vi är väl positionerade på intäkts- och kostnadssidan inför en spännande höst och vinter - högsäsongen för våra dotterbolag.

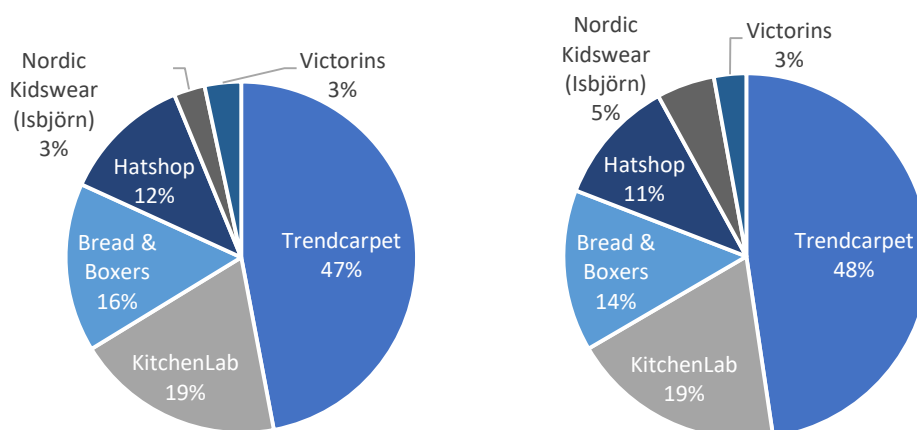
Magnus Skoglund
VD, Online Brands Nordic AB

UTVECKLING ANDRA KVARTALET

NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT

Koncernens nettoomsättning under det andra kvartalet 2023 uppgick till 59,2 MSEK (59,4 MSEK) varav 47% eller 27,9 MSEK var hänförligt till Trendcarpet, 19% eller 11,4 MSEK var hänförligt till KitchenLab, 16% eller 9,2 MSEK till Bread & Boxers, 12% eller 7,1 MSEK till Hatshop, 3% eller 2,0 MSEK till Victorins och resterande 2% eller 1,7 till Nordic Kidswear (Isbjörn)

Fördelning av omsättning (Q2 2023 vs Q2 2022)



Nettoomsättningen om 59,2 MSEK i det andra kvartalet 2023 är i linje med motsvarande kvartal föregående år. Trendcarpet har historiskt sett haft ett betydligt starkare andra halvår jämfört med det första medan Bread & Boxers och Isbjörn arbetar med vår/sommar- och höst/vinterkollektioner vilka vanligtvis faktureras till återförsäljare under det första respektive tredje kvartalet. Flertalet initiativ har lanserats för att jämna ut de säsongsmässiga variationerna. Bland annat genom ökad e-handel för att sälja direkt till konsument under säsong, utveckling av sortiment i Isbjörn och Trendcarpet samt förvärvet av Ideladan AB som driver allafröer.se som slutfördes under andra kvartalet och kommer konsolideras in från och med tredje kvartalet 2023.

Vi ser under kvartalet att tillväxten framför allt sker i den egna e-handelskanalen där den totala försäljningen växer med 2% mot föregående år. Antalet transaktioner ökar med 7% och trafik med 20% mot föregående år.

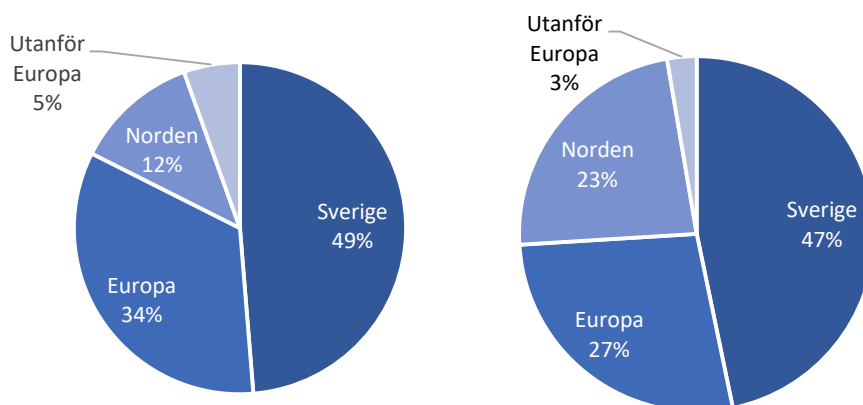
Samtidigt är det fortsatt en svagare efterfrågan bland återförsäljare framför allt i Sverige. Den svagare efterfrågan bland återförsäljare bedöms som tillfällig, och i takt med att makromiljön stabiliseras bör efterfrågan mot återförsäljare ta fart igen. Initiativ i Bread & Boxers och Isbjörn har också tagits under kvartalet för att bredda den internationella försäljningen. Bland annat har flertalet nya agentavtal slutits och genombrott i dialoger med stora potentiella kunder vilka om de lyckas kan bidra till framtida försäljning positivt.

NETTOOMSÄTTNING FÖRDELAT PÅ GEOGRAFI OCH DISTRIBUTIONSKANAL

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

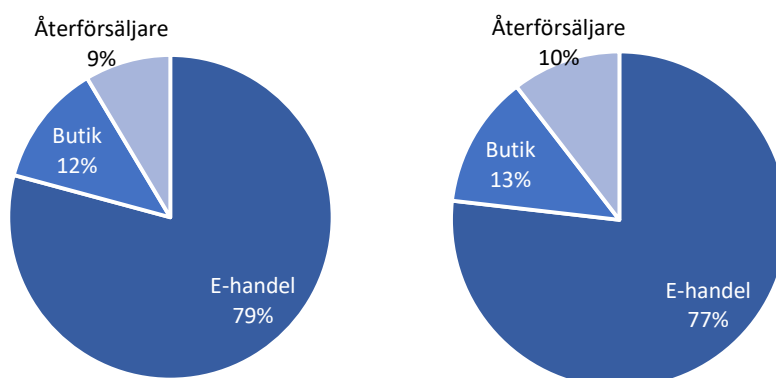
För andra kvartalet 2023 är Sverige den viktigaste marknaden för koncernen omsättningsmässigt med 49% följt av övriga Europa med 34%, övriga Norden med 12% och utanför Europa med 5%. Fortsatta investeringar görs för att öka försäljningen utanför Sverige vars andel kommer att gå ner över tid i takt med att initiativen implementeras.

Omsättning fördelat på länder (Q2 2023 vs Q2 2022)



Avseende distributionskanal för koncernen som helhet så kommer 79% från egen e-handel vilket är en ökning med 2 procentenheter jämfört med föregående år. Ökningen är primärt driven av de ökande satsningar som har gjorts i samtliga dotterbolag samtidigt som distributionen via egna butiker och återförsäljare sjunker med 1 procentenhet var. Distributionen via återförsäljare bedöms stiga över tid i takt med att makromiljön stabiliseras medan de egna butikerna kommer minska relativt de två andra distributionskanalerna.

Omsättning fördelat på kanaler (Q2 2023 vs Q2 2022)



BRUTTOVINST

Bruttovinsten för koncernen sjunker under andra kvartalet till 33,3 MSEK (36,8 MSEK).

Bruttomarginalen sjunker till 56% för kvartalet jämfört med föregående period förra året då bruttomarginalen var 62%. Största anledningen till den lägre bruttomarginalen beror på en lagerjustering under kvartalet i samband med att det nya lagersystemet implementerades i Trendcarpet.

OPERATIONELLA KOSTNADER

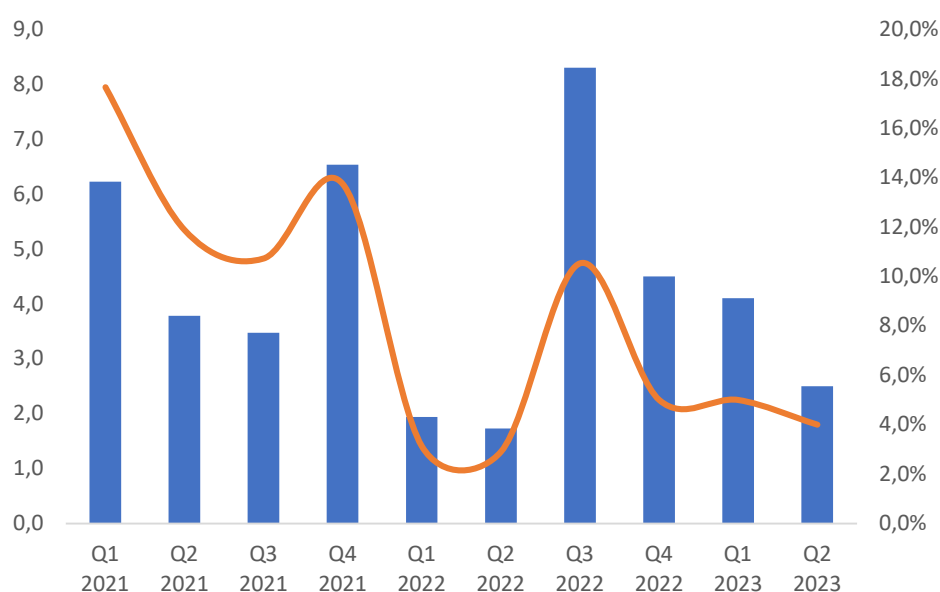
Koncernens operationella kostnader så som driftskostnader, personalkostnader och övriga externa kostnader stiger under kvartalet från 34,6 MSEK till 41,2 MSEK primärt hänförligt till högre driftskostnader från de investeringar i tillväxtfjärande initiativ som lanserades under fjärde kvartalet så som förbättrat lager- och CRM system i CaMa Gruppen, ny teknisk plattform i KitchenLab samt huvudkontorsfunktioner som etablerats. Fortsatta initiativ finns på plats för förbättrad kostnadseffektivitet och försäljningsaktiviteter över tid. Kostnader relaterat till transport, lager samt marknadsföring är oförändrade jämfört med föregående år

RESULTAT OCH LÖNSAMHET

Redovisade justerade rörelseresultatet före avskrivningar (EBITDA) uppgick till 2,5 MSEK (1,7 MSEK) under det andra kvartalet 2023 vilket motsvarar en justerad EBITDA-marginal om 4% (4%).

Justeringarna består av personalkostnader som är del av ett beslutat effektiviseringsprogram och som bedöms upphöra under andra kvartalet 2023. Vidare har en uppdaterad bedömning gjorts av förväntade framtida tilläggsköpeskillningar vilket har påverkat resultatet positivt.

Redovisat Justerat EBITDA per kvartal (Q1 2021 – Q2 2023)



FINANSIELL STÄLLNING OCH LIKVIDITET

- Koncernens egna kapital uppgår den 30 Juni 2023 till 175,2 MSEK (171,4 MSEK).
- Koncernens likvida medel uppgår den 30 Juni 2023 till 16,8 MSEK (6,8 MSEK) och 22,2 MSEK av Koncernens checkräkningskrediter om totalt 36,0 MSEK var utnyttjade.
- Räntebärande skulder som inkluderar banklån och checkräkningskredit uppgår den 30 Juni 2023 till 43,2 MSEK (51,2 MSEK).

KASSAFLÖDE OCH INVESTERINGAR

Kassaflödet från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital uppgick till -7,3 MSEK (-2,2 MSEK). Inklusiv förändring av rörelsekapital uppgick kassaflödet från den löpande verksamheten till -6,1 MSEK (-10,2 MSEK).

Det totala kassaflödet under Q2 2023 var 4,5 MSEK (-5,7 MSEK).

ANTALET AKTIER PER 2023-06-30 OCH RESULTAT PER AKTIE

Antalet aktier vid rapportperiodens slut uppgick till 22 569 841 st. (21 008 125 st.) Resultatet per aktie uppgick till -0,23 SEK (-0,21 SEK).

Genomsnittligt antal aktier under perioden uppgick till 21 637 750 st. (21 008 125 st.)

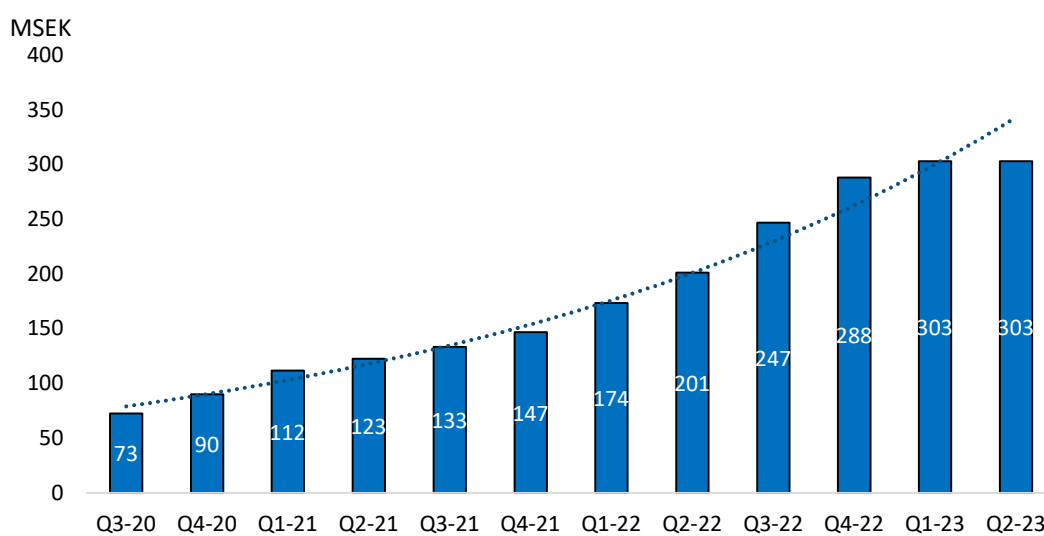
KOMMENTARER TILL KONCERNENS UTVECKLING UNDER SENASTE 12 MÅNADERNA

NETTOOMSÄTTNING OCH TILLVÄXT MÄTT SOM RULLANDE 12 MÅNADER

I diagrammet nedan visas utvecklingen av koncernens rullande 12 månaders (RTM) nettoomsättning. Under det senaste året har RTM nettoomsättning ökat från 201 MSEK vid utgången av Juni 2022 till 303 MSEK vid utgången av Juni 2023, en omsättningsökning med 51%.

Under de senaste två åren, från utgången av Juni 2021 och fram till utgången av Juni 2023, har RTM nettoomsättning ökat från 123 MSEK till aktuella 303 MSEK, en ökning med hela 146%.

Nettoomsättning rullande 12 månader



ÖVRIG INFORMATION

VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER Q2 2023

- En riktad nyemission till befintliga ägare genomfördes under kvartalet och tillförde koncernen totalt 23,4 MSEK
- Förvärvet av Ideladan AB slutfördes under Maj

HÄNDELSER EFTER PERIODENS UTGÅNG

- Inga händelser efter periodens utgång

NÄRSTÅENDETRANSAKTIONER

- Inga närståendetransaktioner har förekommit under rapportperioden

UTSIKTER FÖR HELÅRET 2023

- Bolaget lämnar inga försäljnings- eller resultatprognoser

KOMMANDE RAPPORTTILLFÄLLEN FÖR RÄKENSKAPSÅRET 2023

- Delårsrapport för perioden januari – september: 16 november 2023
- Delårsrapport för perioden januari – december: 22 februari 2024

REDOVISNINGSPRINCIPER

Denna delårsrapport har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd. Från och med räkenskapsåret 2014 upprättas koncernredovisning och årsredovisning med tillämpning av BFNAR 2012:1 (K3). Denna delårsrapport har inte varit föremål för granskning av koncernens revisor.

MER OM ONLINE BRANDS NORDIC

Online Brands-koncernen är noterat på Nasdaq First North Growth Market och har som övergripande mål att skapa aktieägarvärde genom att driva och utveckla e-handel inom nuvarande och närliggande segment genom såväl organisk tillväxt inom befintliga verksamheter som förvärv.

Koncernen består idag av moderbolaget Online Brands Nordic AB (publ) samt dotterbolagen:

- **CaMa Gruppen AB** med bas i Göteborg driver online-butiken Trendcarpet, en av Europas ledande återförsäljare av mattor med verksamhet i 15 olika länder och främst riktad mot privatmarknaden. I CaMa Gruppen bedrivs även en internationell e-handel för hattar under varumärket Hatshop.
- **KitchenLab AB** är ett snabbväxande omnichannel-företag som säljer köksredskap främst via e-handel men även via de befintliga butikerna i Stockholm och Malmö.
- **Bread & Boxers AB** är ett snabbväxande e-handelsföretag känt för sina välsittande underkläder och T-shirts för både dam och herr.
- **Juvelerare John Victorin i Varberg AB** har sedan år 1907 varit Varbergs mest framstående smyckeshandlare och butiken i centrala Varberg är en institution.
- **Nordic Kidswear AB** designar och säljer hållbara outdoor- och skidkläder för barn och ungdom under premium-varumärket Isbjörn of Sweden via egen e-handel och strategiskt utvalda återförsäljare.
- **Ideladan AB**, bedriver försäljning av fröer och odlingstillbehör under hemsidan allafröer.se

Aktien handlas på Nasdaq First North Growth Market under tickerkod OBAB. Bolagets Certified Adviser är Mangold Fondkommission AB, tel: 08 – 503 01 550, e-post: info@mangold.se.

KONTAKTINFORMATION

Magnus Skoglund, VD
magnus.skoglund@onlinebrands.se

Martin Carlsson, CFO
martin.carlsson@onlinebrands.se

POSTADRESS

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

FINANSIELL INFORMATION

RESULTATRÄKNING KONCERNEN

	2023-04-01	2022-04-01	2023-01-01	2022-01-01	2022-01-01
	2023-06-30	2022-06-30	2023-06-30	2022-06-30	2022-12-31
Rörelsens intäkter					
Nettoomsättning	59,2	59,4	136,1	121,3	286,9
Övriga rörelseintäkter	9,8	0,1	12,2	0,5	4,0
Summa intäkter	69,0	59,5	148,3	121,8	290,9
Rörelsens kostnader					
Handelsvaror	-25,9	-22,6	-53,3	-45,2	-119,2
Övriga externa kostnader	-30,1	-29,4	-67,4	-58,9	-117,1
Personalkostnader	-11,0	-8,5	-23,9	-17,6	-41,0
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	2,0	-1,0	3,7	0,1	13,6
Engångskostnader	0,5	3,3	3,0	4,1	-11,5
Justerad EBITDA (exklusive engångskostnader)	2,5	2,3	6,7	4,2	2,1
Avskrivningar materiella anläggningstillgångar	-0,4	-0,1	-0,7	-0,3	-0,7
Avskrivningar immateriella anläggningstillgångar	-4,5	-3,1	-9,0	-7,0	-16,7
Nedskrivningar av kortfristiga fordringar					
Rörelseresultat (EBIT)	-2,9	-4,2	-6,0	-7,2	-15,3
Ränteintäkter och liknande resultatposter	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Räntekostnader och liknande resultatposter	-2,3	-0,4	-3,0	-0,6	-2,2
Resultat före skatt	-5,2	-4,6	-9,0	-7,8	-17,5
Lämnade koncernbidrag					
Skatt på årets resultat	0,0	0,3	0,0	0,2	-0,8
Periodens resultat	-5,2	-4,3	-9,0	-7,6	-18,3

BALANSRÄKNING KONCERNEN

	2023-06-30	2023-03-31	2022-12-31	2021-12-31
Tillgångar				
Anläggningstillgångar				
Immateriella anläggningstillgångar	154,0	157,6	159,9	35,6
Materiella anläggningstillgångar	2,3	2,5	2,4	1,7
Finansiella anläggningstillgångar	1,9	1,9	2,7	2,2
Summa Anläggningstillgångar	158,2	162,0	165,0	39,6
Omsättningstillgångar				
Varulager och förskott till leverantörer	93,0	94,4	94,3	44,3
Kundfordringar	8,6	15,9	13,0	8,7
Övriga kortfristiga fordringar	7,2	1,8	2,8	2,5
Upplupna intäkter och förutbetalda kostnader	5,2	5,4	3,8	2,7
Kortfristiga placeringar	0,0	0,0	0,0	-
Kassa och bank	16,8	12,1	15,2	66,2
Summa Omsättningstillgångar	130,8	129,6	129,1	124,4
Summa Tillgångar	289,0	291,6	294,1	164,0
Eget kapital och skulder				
Eget kapital				
Aktiekapital	113,2	105,4	105,4	97,2
Övrigt tillskjutet kapital	69,0	53,4	53,4	11,9
Balanserade vinstmedel och periodens resultat	-7,0	0,6	2,0	19,8
Minoritetsintresse	0,0	0,0	0,0	0
Eget kapital	175,2	159,4	160,8	128,8
Avsättningar				
Avsättningar för uppskjuten skatt	3,0	3,0	3,0	2,3
Övriga avsättningar	0,0	0,3	0,3	-
Summa avsättningar	3,0	3,3	3,3	2,3
Långfristiga skulder				
Långfristiga skulder till kreditinstitut	16,1	17,3	18,4	-
Uppskattade framtida TKS:er	8,1	17,3	19,3	-
Summa långfristiga skulder	24,2	34,6	37,7	-
Kortfristiga skulder				
Kortfristig del av skulder till kreditinstitut	4,9	4,9	5,5	-
Checkräkningskredit	22,2	30,5	28,4	4,2
Leverantörsskulder	27,7	25,9	24,2	12,8
Skatteskulder	-0,9	0,3	0,5	2,8
Övriga kortfristiga skulder	20,2	19,2	19,6	10,5
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	12,5	13,5	14,1	2,6
Summa kortfristiga skulder	86,6	94,3	92,3	32,9
Summa Eget kapital och skulder	289,0	291,6	294,1	164,0
<i>Ställda säkerheter</i>	<i>32,1</i>	<i>32,1</i>	<i>32,1</i>	<i>16,4</i>

FÖRÄNDRING EGET KAPITAL I KONCERNEN

	2023-04-01	2022-04-01	2023-01-01	2022-01-01	2022-01-01
	2023-06-30	2022-06-30	2023-06-30	2022-06-30	2022-12-31
Eget kapital vid periodens början	157,0	155,5	160,8	128,8	128,8
Nyemissioner	23,4	20,3	23,4	50,3	50,3
Utdelning					
Apportemission vid omvänt förvärv					0
Periodens resultat	-5,2	-4,3	-9,0	-7,7	-18,3
Eget kapital vid periodens utgång	175,2	171,4	175,2	171,4	160,8

KASSAFLÖDESANALYS KONCERNEN

	2023-04-01	2022-04-01	2023-01-01	2022-01-01	2022-01-01
	2023-06-30	2022-06-30	2023-06-30	2022-06-30	2022-12-31
Den löpande verksamheten					
Rörelseresultat	-2,9	-4,3	-6,0	-7,2	-17,4
Ej kassaflödespåverkande poster	-4,4	3,3	-1,6	7,3	17,4
Betald skatt	0,0	-1,2	0,0	-3,0	-3,1
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-7,3	-2,2	-7,6	-2,9	-3,1
före förändring av rörelsekapital					
Förändringar av rörelsekapital	1,2	-8,0	-3,0	-17,1	-9,5
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-6,1	-10,2	-10,6	-20,0	-12,6
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-1,1	-18,9	-1,1	-94,8	-89,8
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	11,7	23,4	13,2	44,4	40,5
Periodens kassaflöde	4,5	-5,7	1,5	-70,4	-61,9
Likvida medel vid periodens början	12,3	9,0	15,3	66,2	66,2
Periodens kassaflöde	4,5	-5,7	1,5	-70,4	-61,9
Likvida medel tillförda vid företagsförvärv	0,0	3,5	0,0	10,9	10,9
Likvida medel vid periodens slut	16,8	6,8	16,8	6,8	15,2