

A woman with long dark hair, wearing a white short-sleeved crop top and black wide-leg trousers, stands on a stone ledge overlooking a swimming pool. The pool is surrounded by lush greenery and outdoor furniture. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day.

Delårsrapport Q2 2025

1 JANUARI TILL 30 JUNI

NELLY

Nelly Group delårsrapport andra kvartalet 2025

Q2 2025 - Kvartalet i korthet

- Nettoomsättningen uppgick till 361,7 (314,1) miljoner kronor, vilket motsvarade en ökning om 15,1% (8,8%)
- Bruttoresultatet uppgick till 196,9 (171,9) miljoner kronor vilket motsvarade en bruttomarginal om 54,5% (54,7%)
- Rörelseresultatet uppgick till 55,4 (30,5) miljoner kronor, vilket motsvarade en rörelsemarginal om 15,3% (9,7%)
- Resultatet efter skatt uppgick till 52,4 (26,7) miljoner kronor och resultatet per aktie uppgick till 1,75 (0,89) kronor
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 104,1 (105,8) miljoner kronor
- Likvida medel uppgick per den 30 juni till 259,6 (189,9) och kreditfaciliteterna förblev outnyttjade

H1 2025 - Första halvåret i korthet

- Nettoomsättningen uppgick till 609,4 (536,3) miljoner kronor, vilket motsvarade en ökning om 13,6% (2,6%)
- Bruttoresultatet uppgick till 324,8 (281,1) miljoner kronor vilket motsvarade en bruttomarginal om 53,3% (52,4%)
- Rörelseresultatet uppgick till 75,3 (31,9) miljoner kronor, vilket motsvarade en rörelsemarginal om 12,4% (5,9%)
- Resultatet efter skatt uppgick till 68,8 (24,8) miljoner kronor och resultatet per aktie uppgick till 2,29 (0,83) kronor
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 90,9 (101,2) miljoner kronor

Viktiga händelser under kvartalet

- Inga väsentliga händelser har rapporterats under kvartalet

Viktiga händelser efter kvartalets slut

- Inga väsentliga händelser har rapporterats efter kvartalets slut



VDs kommentar

Ökad tillväxt och stärkt lönsamhet under andra kvartalet

Under det andra kvartalet uppvisade Nelly både starkare tillväxt och förbättrad lönsamhet jämfört med motsvarande kvartal föregående år. Nettoomsättningen ökade med 15,1% (8,8%) och uppgick till 361,7 (314,1) miljoner kronor. Rörelseresultatet stärktes till 55,4 (30,5) miljoner kronor, vilket motsvarade en rörelsemarginal på 15,3% (9,7%). Den positiva utvecklingen återspeglades även i halvårsresultatet där nettoomsättningen växte med 13,6% (2,6%) och rörelseresultatet ökade till 75,3 (31,9) miljoner kronor.

Växande kundbas genom rätt sortiment och marknadsföring

Den gynnsamma utveckling vi sett i kundbasen under de senaste kvartalen bibehålls. Onlinetrafiken ökade med 8,5% mot föregående år och antalet ordrar växte med 14,3%. En fortsatt stark nykundsrekrytering i kombination med förbättrad återköpsfrekvens resulterade i att antalet aktiva kunder växte för tredje kvartalet i rad. Detta bekräftar att kunderbjudandet är attraktivt och att en mer effektiv marknadsföring gett resultat.

Vår- och sommarsortimentet 2025 har presterat väl med förbättringar på flera områden, särskilt under andra kvartalet. Prioriterade kategorier som jeans, toppar och stickat stod för en betydande del av tillväxten, och returgraden minskade återigen jämfört med föregående år till 28,4% (31,3%) till följd av den tvärfunktionella returstrategi vi fortsatt implementerar. Försäljningsandelen av Nellys egna varumärken ökade till 54,8% (43,8%), samtidigt som vi drev stark tillväxt på många externa varumärken. Det är värt att belysa att sambandet som historiskt funnits mellan ökad försäljning av egna varumärken och en stärkt bruttomarginal inte var lika tydligt under andra kvartalet. Detta berodde främst på ett medvetet beslut att behålla en attraktiv och dynamisk prissättning gentemot kunderna trots högre produktionskostnader framför allt i Turkiet och en höjd kvalitetsnivå på flera av våra bästsäljare. Bruttomarginalen minskade därför något under andra kvartalet till 54,5% (54,7%).

Ett starkt sortiment och en växande kundbas möjliggjorde även ytterligare förbättringar i vår kundkommunikation under andra kvartalet. Marknadsföringskostnaderna som andel av nettoomsättningen minskade till 10,0% (13,0%) och lönsamheten per order förbättrades jämfört med föregående år.

Vi satsade ännu mer på de sociala kanalerna för att stärka Nellys varumärke och bygga långsiktig kundlojalitet. En större andel av den totala annonsbudgeten tilldelades dessa kanaler och vi skapade mer organiskt innehåll för att kontinuerligt driva engagemang och trafik.

Fortsatt fokus på att skapa en differentierad kundupplevelse

Den positiva kundrespons vi fått är glädjande och ger oss tillförsikt att vi ska fortsätta skapa ett ännu mer differentierat och attraktivt erbjudande. Trots den starka tillväxt som redan uppnåtts inom Nellys egna varumärken finns fortfarande stor potential att ta position på fler kategorier och därmed även utöka snittkundkorgen. Samtidigt fortlöper förädlingen av den externa varumärkesportföljen och framåt lanseras flera nya samarbeten med välkända internationella aktörer. Utöver dessa initiativ tillkännagav vi i slutet av andra kvartalet att butikskonceptet som varit så framgångsrikt i Stockholm, under hösten utvidgas till Danmark med en flaggskeppsbutik på Strøget, Köpenhamns mest trafikerade shoppinggata. Det är en spännande höst som väntar oss.

Som alltid vill jag avsluta med ett varmt tack – till alla fantastiska kunder, både nya och återkommande, och så klart till hela Nelly-teamet. Jag slutar aldrig imponeras av den kreativitet, talang och hängivenhet jag dagligen omges av, och jag är stolt över allt vi har åstadkommit tillsammans.



H. Karlinder-Östlund

Helena Karlinder-Östlund, VD Nelly Group AB

Nyckeltal och alternativa nyckeltal

	Q2 25	Q2 24	H1 25	H1 24
Nettoomsättningstillväxt	15,1%	8,8%	13,6%	2,6%
Bruttomarginal	54,5%	54,7%	53,3%	52,4%
Lagerhanterings- och distributionskostnader som andel av nettoomsättningen	11,8%	13,4%	12,0%	13,9%
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen	10,0%	13,0%	10,0%	11,6%
Rörelsemarginal	15,3%	9,7%	12,4%	5,9%
Returgrad	28,4%	31,3%	26,9%	32,1%
Lager som andel av nettoomsättning R12	14,7%	14,5%	14,7%	14,5%
Försäljningsandel egna varumärken	54,8%	43,8%	52,9%	42,2%
Antal aktiva kunder i Norden R12 (000)*	968	926	968	926
Antal besök i Norden (000)*	26 925	24 826	48 478	43 834
Antal ordrar i Norden (000)*	574	502	973	871
Genomsnittlig kundkorg i Norden*	754	809	753	809
Konverteringsgrad i Norden*	2,1%	2,0%	2,0%	2,0%
Antal anställda	157	151	151	151
Andel kvinnliga anställda	64%	60%	64%	61%

Alternativa nyckeltal kan skilja mellan olika företag och måtten beskrivs i tabellen för alternativa nyckeltal på sidan 16

* KPI:erna rör koncernens e-handel direkt till konsument



Om Nelly

Varumärket Nelly

Nelly är en av Nordens mest älskade modedestinationer för unga kvinnor. Nelly grundades 2004 i Sveriges textil- och e-handelshjärta Borås som pionjärer inom influencer marketing och digital försäljning direkt till kund. Idag har vi en engagerad kundbas främst bestående av unga kvinnor i Norden. Med 1,4 miljoner följare av våra sociala medier inspirerar vi dagligen vårt community med trender och looks från våra egna varumärken och noga utvalda kompletterande varumärken från en internationell portfölj.

Herrsortiment har varit en del av erbjudandet sedan 2008. Under 2014 bröts herravdelningen ut och den renodlade sajten NLYMan lanserades, en modedestination för yngre män som erbjuder kläder, skor och accessoarer från dom mest populära varumärkena, för alla tillfällen.

En effektiv verksamhet möjliggör kundupplevelsen

Vår målgrupp är uppvuxen med digitala medier och e-handel är en självklarhet. Vi har en miljon aktiva kunder i Norden som årligen placerar 1,9 miljoner ordrar via vår sajt eller vår app. De väljer Nelly på grund av vårt trendmedvetna och attraktiva utbud till bra priser.

Vår mode- och kundfokuserade organisation analyserar och engagerar dagligen våra målgrupper från vårt nav i Borås. Här har vi investerat i ett automatiserat lager med hög kapacitet som har minskat våra leverans- och distributionskostnader, förbättrat leveransupplevelsen och minskat våra miljömässiga avtryck.

Vi firar den unga Nellykvinnan

Nelly är inte endast ett modevarumärke. Nelly.com är inte bara en modedestination. Vi är en integrerad del av den unga kvinnans vardag där hon kontinuerligt söker inspiration för helhets-looken, både till vardags och när det är fest.



Andra kvartalet och första halvåret i korthet

Omsättningsutveckling

Nettoomsättningen för andra kvartalet 2025 uppgick till 361,7 (314,1) miljoner kronor vilket motsvarade en ökning om 15,1% (8,8%). Förändringen förklaras primärt av en kombination av ökad onlineförsäljning före returer, lägre returgrad, samt ökad försäljning i fysisk butik. Returgraden för kvartalet uppgick till 28,4% (31,3%). Försäljningsandelen av egna varumärken ökade till 54,8% (43,8%) under det andra kvartalet 2025. I lokala valutor ökade nettoomsättningen i det andra kvartalet med 18,2%.

Nettoomsättningen för första halvåret 2025 uppgick till 609,4 (536,3) miljoner kronor vilket motsvarade en ökning om 13,6% (2,6%). Förändringen förklaras som för kvartalet av ökad onlineförsäljning innan returer, lägre returgrad, samt ökad försäljning i fysisk butik. I lokala valutor ökade nettoomsättningen under det första halvåret med 15,8%.

Bruttomarginalsutveckling

Bruttomarginalen minskade något under andra kvartalet 2025 till 54,5% (54,7%). Ökad kampanjaktivitet ut mot kund under kvartalet bidrog negativt till bruttomarginalen. Ökad försäljning av egna varumärken bidrog positivt till bruttomarginalen men kompenserade inte fullt för den högre kampanjaktiviteten. Valutakurseffekter hade sammantaget en negativ påverkan på bruttomarginalen sett mot samma kvartal föregående år. Bruttomarginalen påverkades primärt negativt av svagare NOK och DKK men även positivt av svagare USD och EUR.

Bruttomarginalen ökade under första halvåret 2025 till 53,3% (52,4%). Som för kvartalet bidrog ökad försäljningsandel av egna varumärken positivt till bruttomarginalen jämfört med samma period föregående år. Valutakurseffekter hade samtidigt en negativ påverkan på bruttomarginalen sett mot samma period föregående år med samma drivare som för kvartalet.

Lagerhanterings- och distributionsutveckling

Lagerhanterings- och distributionskostnader uppgick till 42,7 (42,1) miljoner kronor under årets andra kvartal. Mätt som andel av nettoomsättningen uppgick kostnaden till 11,8% (13,4%). Förbättringen mätt som andel av nettoomsättningen kan härledas till processförbättringar både kopplat till lagerhantering och distribution samt lägre returgrad.

Lagerhanterings- och distributionskostnader uppgick till 73,0 (74,4) miljoner kronor under första halvåret 2025. Mätt som andel av nettoomsättningen uppgick kostnaden till 12,0% (13,9%). Som för kvartalet kan förbättringen mätt som andel av nettoomsättningen härledas till processförbättringar kopplat till både lagerhantering och distribution samt lägre returgrad.

Lägre marknadsföringskostnader

Marknadsföringskostnaderna uppgick till 36,2 (40,9) miljoner kronor under det andra kvartalet 2025. Kostnaden i kvartalet är främst hänförlig till betald annonsering. Mätt som andel av nettoomsättningen uppgick marknadsföringskostnaderna till 10,0% (13,0%) i andra kvartalet.

Marknadsföringskostnaderna uppgick till 60,7 (62,2) miljoner kronor under det första halvåret 2025 och var som för kvartalet primärt hänförlig till betald annonsering. Mätt som andel av nettoomsättningen uppgick marknadsföringskostnaderna under det första halvåret till 10,0% (11,6%).

Administrations- och övriga rörelsekostnader

Nelly Groups administrations- och övriga rörelsekostnader uppgick under det andra kvartalet till 62,6 (58,5) miljoner kronor. Ökningen jämfört med andra kvartalet 2024 förklarades främst av ökade personalkostnader med det på årsstämman beslutade incitamentsprogrammet som drivare. Antalet anställda uppgick till 157 (151) under det andra kvartalet 2025.

Administrations- och övriga rörelsekostnader uppgick under det första halvåret till 115,7 (112,6) miljoner kronor med samma drivare till förändringen som för kvartalet.

Förbättrat rörelseresultat

Rörelseresultatet för det andra kvartalet uppgick till 55,4 (30,5) miljoner kronor med ett starkare bruttoreultat och minskade kostnader för marknadsföring som drivare till förbättringen.

Rörelseresultatet för det första halvåret uppgick till 75,3 (31,9) miljoner kronor med ett starkare bruttoreultat och minskade kostnader för lager och distribution samt lägre marknadsföringskostnader som drivare till rörelseresultatförbättringen.

Finansnetto

Finansnettot uppgick till -3,0 (-4,0) miljoner kronor under det andra kvartalet 2025. Kostnaden för kvartalet är primärt hänförlig till ränta avseende leasingskuld och skatteanstånd.

Finansnettot uppgick till -6,7 (-7,7) miljoner kronor under första halvåret 2025. Kostnaden för första halvåret är främst hänförlig till ränta avseende leasingskuld och skatteanstånd.

Resultat efter skatt

Resultatet efter skatt för det andra kvartalet 2025 uppgick till 52,4 (26,7) miljoner kronor. Det förbättrade resultatet efter skatt för det andra kvartalet är hänförligt till ett starkare rörelseresultat, primärt drivet av ett starkare bruttoresultat.

Resultatet efter skatt för det första halvåret 2025 uppgick till 68,8 (24,8) miljoner kronor med ett starkare rörelseresultat som drivare.

Ökat lagervärde

Lagervärdet per 30 juni 2025 uppgick till 172,0 (155,8) miljoner. Lager som andel av nettoomsättningen rullande 12 månader, uppgick till 14,7% (14,5%).

Kassaflöde och likvida medel

Kassaflödet från rörelsen uppgick till 104,1 (105,8) miljoner kronor under det andra kvartalet 2025. Förändringen sett mot samma kvartal föregående år beror främst på förändringar i övriga rörelsefordringar. Kvartalet belastades av återbetalning av skatteanstånd om 25,7 Mkr. Ett starkare resultat bidrog samtidigt positivt till kassaflödet från rörelsen.

Kassaflödet från rörelsen uppgick till 90,9 (101,2) miljoner kronor under det första halvåret 2025.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -9,2 (-7,2) miljoner kronor under det andra kvartalet 2025. Investeringarna är primärt hänförliga till IT- och teknikrelaterade investeringar.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -12,7 (-16,8) miljoner kronor under det första halvåret 2025, primärt hänförligt till IT och teknikrelaterade investeringar.

Kassaflödet om -7,9 (-4,7) miljoner kronor från finansieringsverksamheten i det andra kvartalet kan härledas till amortering av leasingskuld.

Kassaflödet om -15,6 (-15,7) miljoner kronor från finansieringsverksamheten under det första halvåret kan som för kvartalet härledas till amortering av leasingskuld.

Likvida medel uppgick 30 juni 2025 till 259,6 (189,9) miljoner kronor. Vid kvartalets slut uppgick uppskov med arbetsgivaravgifter och skattebetalningar till 69,5 (105,6) miljoner kronor.

Totala tillgångar per balansdagen uppgick till 913,8 (854,5) miljoner kronor drivet av starkare kassa och ökat lagervärde. Det egna kapitalet per 30 juni 2025 uppgick till 306,2 (203,3) miljoner kronor, vilket motsvarade en soliditet om 33,5% (23,8%).

Moderbolaget

Moderbolaget Nelly Group AB (publ) rapporterade en omsättning under perioden januari till juni 2025 på 0,0 (0,0) miljoner kronor.

Administrationskostnaderna uppgick till 5,4 (5,2) miljoner kronor för perioden januari till juni 2025.

Moderbolagets resultat före skatt för perioden januari till juni 2025 uppgick till -5,6 (-5,5) miljoner kronor.

Moderbolagets likvida medel uppgick till 3,1 miljoner kronor den 30 juni 2025, att jämföra med 4,8 miljoner kronor 30 juni föregående år.

Övrig information

Aktien

Per den 30 juni 2025 hade Nelly Group 30 542 782 emitterade aktier, varav 30 074 075 stamaktier och 468 707 C-aktier. Aktiekapitalet är 30 542 782 SEK och varje aktie hade ett kvotvärde på 1,00 SEK. C-aktierna samt 42 747 B-aktier innehas av Nelly Group AB och är därmed inte utestående. Dessa aktier får inte vara representerade vid bolagsstämman. B-aktierna har återlämnats av tidigare deltagare i Ägarprogram 2020.

Börsvärdet på balansdagen den 30 juni 2025 uppgick till 1 298 miljoner kronor.

Organisation

Genomsnittligt antal anställda under kvartalet uppgick till 157 (151), varav 64% (60%) kvinnor.

Tio största ägare vid periodens slut*

Ägare Källa: Monitor av Modular Finance AB	Kapital %
Rite Ventures	34,0%
Stefan Palm**	16,7%
Mandatum Life Insurance Company	9,6%
Avanza Pension	3,8%
Klas Bengtsson	2,2%
Nordnet Pensionsförsäkring	2,1%
Nelly Group AB***	1,7%
eQ Asset Management Oy	1,5%
Alexander Eskilsson	1,3%
Handelsbanken Fonder	1,3%
Övriga ägare	25,9%
Total	100%

* Baserat på Monitors ägarsammanställning för juni 2025

** Äger aktier via bolag ettfemsju själ AB

***Se ovan text under rubrik "Aktien"

Närstående transaktioner

Nelly har under kvartalet inga närstående transaktioner att rapportera.

Revisorsgranskning

Denna delårsrapport har inte granskats av Nelly Groups revisorer.

Risk

Flera faktorer kan påverka Nelly Groups verksamhet när det gäller risk. Många av dessa risker kan hanteras av interna kontroller, men andra är påverkade av externa faktorer.

För mer information om risk, se senast publicerad årsredovisning för 2024 sida 47-48.

Styrelsens försäkran

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att delårsrapporten ger en rättvisande översikt av moderbolagets och koncernens verksamhet, ställning och resultat samt beskriver de väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget och de företag som ingår i koncernen står inför.

Borås, 15 juli 2025

Ebba Ljungerud
Styrelsens ordförande

Mikaela Willman
Styrelseledamot

Stefan Palm
Styrelseledamot

Josephine Bernadotte
Styrelseledamot

Lennart Sparud
Styrelseledamot

Lars Axelsson
Styrelseledamot

Helena Karlinder-Östlundh
Verkställande direktör

Webbsändning av delårsrapporten

Presentation av det andra kvartalet sker 15 juli kl 9:00 och analytiker, investerare och media är inbjudna till [webbsändningen](#). Presentationen kommer att hållas på engelska av Helena Karlinder-Östlundh, VD och Niklas Lingblom CFO. Webbsändningen kommer att göras tillgänglig på [Nelly Groups webbplats](#).

Framtidsriktad information

Rapporten kan innehålla framtidsriktad information. Information i denna rapport som inte är historiska fakta bör ses som framtidsriktad information. Den framtidsriktade informationen speglar Nellykoncernens nuvarande uppskattningar avseende framtida händelser och faktiska resultat kan skilja sig från dessa uppskattningar. Förutom i den utsträckning som krävs enligt lag, åtar Nelly Group sig inte någon skyldighet att uppdatera eller revidera framtidsutsikter.

För ytterligare information, vänligen kontakta

Niklas Lingblom, CFO
+46 70 002 22 41
ir@nelly.com
www.nellygroup.com

Denna information är sådan information som Nelly Group AB (publ) är skyldig att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande 15 juli 2025 klockan 08:00.

Resultaträkning för koncernen i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q2 25	Q2 24	H1 25	H1 24	R12	2024
Nettoomsättning	361,7	314,1	609,4	536,3	1 167,4	1 094,3
Kostnad sålda varor	-164,7	-142,2	-284,7	-255,2	-542,3	-512,9
Bruttoresultat	196,9	171,9	324,8	281,1	625,1	581,4
Bruttomarginal	54,5%	54,7%	53,3%	52,4%	53,5%	53,1%
Lagerhanterings- och distributionskostnader	-42,7	-42,1	-73,0	-74,4	-141,6	-142,9
Marknadsföringskostnader	-36,2	-40,9	-60,7	-62,2	-115,5	-117,0
Administrations- och övriga rörelsekostnader	-62,6	-58,5	-115,7	-112,6	-231,5	-228,4
Rörelseresultat	55,4	30,5	75,3	31,9	136,6	93,1
Rörelsemarginal	15,3%	9,7%	12,4%	5,9%	11,7%	8,5%
Finansnetto	-3,0	-4,0	-6,7	-7,7	-9,8	-10,8
Resultat före skatt	52,4	26,4	68,6	24,2	126,8	82,3
Skatt	0,1	0,3	0,2	0,6	0,6	1,1
Resultat efter skatt	52,4	26,7	68,8	24,8	127,4	83,4
Hänförligt till						
Moderbolagets aktieägare	52,4	26,7	68,8	24,8	127,4	83,4
Utestående aktier vid periodens slut (miljoner)	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Genomsnittligt antal utestående aktier (miljoner)	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning (miljoner)	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Resultat per aktie före/efter utspädning (Kronor)	1,75	0,89	2,29	0,83	4,25	2,78

Koncernens totalresultat

(Miljoner kronor)	Q2 25	Q2 24	H1 25	H1 24	R12	2024
Poster som återförts eller kan återföras till periodens resultat						
Periodens omräkningsdifferenser	-	-	-	-	-	-
Periodens totalresultat	52,4	26,7	68,8	24,8	127,4	83,4
Summa totalresultat hänförligt till						
Moderbolagets ägare	52,4	26,7	68,8	24,8	127,4	83,4
Periodens totalresultat	52,4	26,7	68,8	24,8	127,4	83,4
Utestående aktier vid periodens slut (miljoner)	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Genomsnittligt antal utestående aktier (miljoner)	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning (miljoner)	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0

Koncernens finansiella ställning i sammandrag

(Miljoner kronor)	2025-06-30	2024-06-30	2024-12-31
Anläggningstillgångar			
Goodwill	39,7	39,7	39,7
Övriga immateriella anläggningstillgångar	41,7	39,6	38,3
Materiella anläggningstillgångar	12,1	14,6	12,6
Nyttjanderättstillgångar	221,9	248,9	238,4
Uppskjuten skattefordran (Se not 4)	76,4	75,7	76,2
Depositioner (Se not 5)	37,0	38,0	38,0
Summa anläggningstillgångar	428,8	456,5	443,3
Omsättningstillgångar			
Varulager	172,0	155,8	172,6
Kortfristiga ej räntebärande fordringar	53,4	52,2	58,8
Likvida medel (Se not 5)	259,6	189,9	196,9
Summa omsättningstillgångar	485,0	398,0	428,4
Summa tillgångar	913,8	854,5	871,6
Eget kapital			
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	306,2	203,3	237,1
Summa eget kapital	306,2	203,3	237,1
Långfristiga skulder			
Ej räntebärande			
Avsättningar	0,0	0,0	0,0
Övriga skulder	37,6	69,6	42,9
Räntebärande			
Leasingskulder	210,8	172,2	224,6
Summa långfristiga skulder	248,4	241,8	267,5
Kortfristiga skulder			
Räntebärande			
Leasingskulder	33,8	96,2	35,8
Ej räntebärande			
Leverantörsskulder	119,3	123,7	85,4
Övriga skulder	71,2	63,5	84,8
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	135,0	126,0	161,1
Summa kortfristiga skulder	359,2	409,3	367,1
Summa eget kapital och skulder	913,8	854,5	871,6

Rapport över förändringar i eget kapital i sammandrag

(Miljoner kronor)	H1 25	H1 24	2024
Ingående balans	237,1	178,6	178,6
Periodens totalresultat	68,8	24,8	83,4
Aktierelaterade ersättningar	0,3	-	-
Utdelning	-	-	-24,9
Utgående balans	306,2	203,3	237,1

Rapport över kassaflöden i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q2 25	Q2 24	H1 25	H1 24	2024
Kassaflöde löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet	64,9	38,4	94,3	50,1	140,0
Förändringar i rörelsekapitalet	39,3	67,4	-3,4	51,2	14,5
Kassaflöde från rörelsen	104,1	105,8	90,9	101,2	154,5
Investeringar i anläggningstillgångar	-9,2	-7,2	-12,7	-16,8	-22,4
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-9,2	-7,2	-12,7	-16,8	-22,4
Riktad nyemission	0,0	-	0,0	-	-
Amortering av leasingskuld	-7,9	-7,9	-15,6	-15,7	-31,5
Förändringar i finansiella tillgångar	-	3,2	-	-	-
Utdelning	-	-	-	-	-24,9
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-7,9	-4,7	-15,6	-15,7	-56,4
Periodens förändring av likvida medel	87,1	93,9	62,6	68,8	75,8
Likvida medel vid periodens början	172,6	96,0	196,9	121,1	121,1
Omräkningsdifferens likvida medel	-	-	-	-	-
Likvida medel vid periodens slut	259,6	189,9	259,6	189,9	196,9

Avskrivningar av anläggningstillgångar

(Miljoner kronor)	Q2 25	Q2 24	H1 25	H1 24
Avskrivningar av materiella anläggningstillgångar	-1,2	-1,3	-2,3	-2,5
Avskrivningar av immateriella anläggningstillgångar	-3,8	-2,2	-7,5	-4,4
Avskrivningar (ej inkluderat IFRS 16)	-4,9	-3,5	-9,8	-6,9
Avskrivningar av nyttjanderättstillgångar	-8,3	-9,3	-16,6	-18,6
Avskrivningar (Inkluderat IFRS 16)	-13,2	-12,8	-26,4	-25,5

Nettoomsättning per geografiskt område

(Miljoner kronor)	Q2 25	Q2 24	H1 25	H1 24
Sverige	191,4	163,6	317,9	276,2
Norden, inklusive Sverige	352,4	310,9	592,3	530,2
Övriga världen	9,2	3,1	17,1	6,1
Alla regioner	361,7	314,1	609,4	536,3



Resultaträkning för moderbolaget i sammandrag

(Miljoner kronor)	H1 25	H1 24	2024
Nettoomsättning	-	-	1,8
Bruttoresultat	-	-	1,8
Administrationskostnader	-5,4	-5,2	-10,1
Rörelseresultat	-5,4	-5,2	-8,3
FINANSIELLA INTÄKTER OCH KOSTNADER			
Finansnetto	-0,2	-0,3	-0,6
Resultat efter finansiella poster	-5,6	-5,5	-8,9
BOKSLUTSDISPOSITIONER			
Mottagna koncernbidrag	-	-	102,0
Resultat före skatt	-5,6	-5,5	93,1
Skatt	-	-	-
Periodens resultat*	-5,6	-5,5	93,1

* Periodens resultat = Moderbolagets totalresultat



Moderbolagets finansiella ställning i sammandrag

(Miljoner kronor)	2025-06-30	2024-06-30	2024-12-31
Anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	247,2	247,1	247,1
Uppskjuten skattefordran	71,7	71,7	71,7
Summa anläggningstillgångar	318,9	318,8	318,8
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga ej räntebärande fordringar	3,3	3,4	1,7
Fordringar från dotterbolag	38,0	-	38,8
Summa kortfristiga fordringar	41,3	3,4	40,5
Kassa och bank	3,1	4,8	10,5
Summa likvida medel	3,1	4,8	10,5
Summa omsättningstillgångar	44,4	8,3	51,1
Summa tillgångar	363,3	327,0	369,8
Eget kapital			
Bundet eget kapital	31,3	31,3	31,3
Fritt eget kapital	321,9	253,6	327,3
Summa eget kapital	353,2	284,9	358,6
Långfristiga skulder			
Ej räntebärande			
Avsättningar	0,0	0,0	0,0
Övriga skulder	3,0	7,0	4,0
Summa långfristiga skulder	3,0	7,0	4,0
Kortfristiga skulder			
Skulder till koncernföretag	-	29,1	-
Ej räntebärande skulder	7,1	6,0	7,3
Summa kortfristiga skulder	7,1	35,2	7,3
Summa skulder	10,1	42,2	11,3
Summa eget kapital och skulder	363,3	327,0	369,8

Definitioner av nyckeltal och alternativa nyckeltal

Bruttomarginal - ett mått på hur väl vi köper in och säljer varor i relation till nettoomsättningen

Bruttoresultatet dividerat med nettoomsättningen. Bruttomarginal är samma mått som Nelly Group tidigare beskrev som produktmarginal. Mer information om vad som ingår i nettoomsättningen och kostnad sålda varor som används som bas för beräkningen, finns i definitionstabellen på sid 17

Returgrad - ett mått på hur stor andel av försäljningen till kund som returneras

Försäljningsvärdet av returnerade varor dividerat med total försäljning före retur

Lager som andel av nettoomsättningen R12 - ett mått på hur väl vi planerar och köper in våra varor

Utgående lagervärde för perioden dividerat med nettoomsättningen (rullande tolv månader)

Försäljningsandel egna varumärken - andelen försäljning som kan härledas till Nelly Groups egna varumärken

Beräknas genom att dividera försäljningssumman av egna varumärken innan retur med den totala B2C och B2B försäljningen innan retur

Antal aktiva kunder i Norden R12 (000) - ett mått på hur väl Nelly Group attraherar nya och behåller befintliga kunder

Antalet nordiska unika kunder som har e-handlat hos koncernen under den senaste tolv månadersperioden

Antal besök i Norden (000) - ett mått på hur väl Nelly genererar trafik till hemsidan

Antalet unika besökare med nordiskt IP nummer som besöker nelly.com eller nlyman.com under en given period

Antal order i Norden (000) - ett mått på hur många order som Nelly genererar under en given period

Antalet order som nordiska kunder har lagt på nelly.com eller nlyman.com under en given period

Genomsnittlig kundkorg i Norden - värdet av den genomsnittliga kundkorgen mätt i kronor

Antalet artiklar multiplicerat med det genomsnittliga artikelvärdet för order som är beställda på nelly.com eller nlyman.com i Norden under en given period

Konverteringsgrad i Norden - ett mått på hur många av de besökande kunderna som lägger en order

Antalet nordiska kundorder dividerat med antalet nordiska besök på nelly.com eller nlyman.com

Antal anställda - ett mått på antal anställda i koncernen

Beräknat genom att ställa periodens schemalagda tid mot periodens arbetade timmar tillsammans med betald semester och övrig korttidsfrånvaro

Andel kvinnliga anställda - ett mått på andelen kvinnor i relation till totala antalet anställda

Andelen kvinnor delat med totala antalet anställda, beräknat utifrån samma grund som antal anställda i beräkningen ovan

Resultaträkningsdefinitioner

Nettoomsättning - intäkter från B2C kunder och B2B kunder, såväl som övriga intäkter

Inkluderar försäljning efter returer, provisioner, fakturaavgifter, fraktagifter, returavgifter och övriga intäkter

Kostnad sålda varor - kostnader hänförliga till inköpta varor

Inkluderar produktkostnad, inkommande frakt, tull och övrig kostnad hänförlig till att få varan in på lagerhyllan

Lagerhanterings och distributionskostnader - kostnader för att få varan från lagerhyllan till kund

Lagerhållnings- och hanteringskostnader inklusive löner, samt fraktkostnader till kund

Marknadsföringskostnader - kostnader för att bygga varumärket och generera trafik till hemsidan

Kostnader för prestationsbaserad marknadsföring så som sökordsoptimering såväl som kostnader hänförligt till varumärkesbyggande aktiviteter

Administrations - och övriga rörelsekostnader - övriga kostnader för att driva företaget

Inkluderar lönekostnader, IT kostnader, studiokostnader, konsultkostnader, avskrivningar och övriga rörelsekostnader

Finansnetto - nettot av finansiella intäkter och kostnader

Inkluderar kostnader för ränta, valutavinster/-förluster av finansiell karaktär och övriga finansiella intäkter och kostnader



Noter

Not 1 – Redovisningsprinciper

Rapporten är upprättad i enlighet med IAS 34 Delårsrapportering och Årsredovisningslagen. Redovisningsprinciperna är oförändrade jämfört med föregående rapport för samma period.

Moderbolaget Nelly Group AB (publ) upprättar finansiella rapporter enligt Årsredovisningslagen och Rådet för hållbarhets- och finansiell rapporterings rekommendation RFR 2 "Redovisning för juridisk person".

För fullständig information om de redovisnings och värderingsprinciper som tillämpas av koncernen hänvisas till senast fastställda årsredovisning.

Not 2 – Verkligt värde på finansiella instrument

Verkligt värde på finansiella tillgångar och skulder skiljer sig inte från redovisat värde.

Not 3 – Segmentsrapportering

Nelly redovisar endast segmentet "Nelly".

Not 4 – Uppskjuten skattefordran

71,7 (71,7) miljoner kronor av koncernens totala uppskjutna skattefordringar är ett resultat av historiska förluster. Företagsledningen har gjort antaganden om bolagets framtida försäljning, kostnader och lönsamhet och baserat på detta gjort bedömningar av det framtida utnyttjandet av förlustavdragen.

Enligt den senaste publicerade årsredovisningen hade koncernen redovisade underskottsavdrag om 615,2 (708,9) miljoner kronor. För mer information, se not 7 i senast publicerad årsredovisning.

Not 5 – Depositioner

30,0 miljoner kronor har under 2024 omklassificerats från likvida medel till depositioner och avser spärrmedel för hyresgaranti kopplat till bolagets lagerfastighet. Omklassificeringen har genomförts för att bättre spegla bolagets faktiska ekonomiska förutsättningar.





Finansiell kalender

Delårsrapporten för tredje kvartalet 2025
presenteras 23 oktober 2025

Delårsrapporten för fjärde kvartalet 2025
presenteras 10 februari 2026

Delårsrapporten för första kvartalet 2026
presenteras 28 april 2026



POSTADRESS

Nelly Group AB (publ)
Box 690
501 13, Borås
Org.nr 556035-6940
Styrelsens säte: Borås

BESÖKSADRESS

Nelly Group AB
Lundbygatan 1
506 30 Borås

HEMSIDOR

nelly.com
nlyman.com
nellygroup.com