

ONLINE BRANDS: FRÅN NORDISKA NISCHVARUMÄRKEN TILL INTERNATIONELLA TILLVÄXTPLATTFORMAR

Vi inleder bevakning på Online Brands Nordic, en snabbväxande e-handelskoncern som förvärvar, äger och utvecklar lönsamma och varumärkesstarka e-handelsbolag med potential till internationell expansion. Koncernen omfattar tio dotterbolag verksamma inom bland annat heminredning, mode, outdoor och beauty tech, där försäljningen i huvudsak sker via egen e-handel kompletterad av utvalda återförsäljarkanaler.

Språngbräda för accelererad tillväxt

Online Brands skapar värde genom utveckling och organisk tillväxt i befintliga dotterbolag, samt genom förvärv av bolag inom attraktiva nischsegment som kan vidareutvecklas med koncernens interna kompetens inom digitalisering, varumärkesbyggande och internationell expansion. Sedan den nuvarande strukturen etablerades 2021 har koncernen ökat nettoomsättningen med en CAGR på 35,0 %, vilket visar på en skalbar och effektiv affärsmodell. Ett tydligt exempel på strategins framgång är Trendcarpet, koncernens äldsta förvärv, vars tillväxt och lönsamhetsutveckling visar hur Online Brands realiserar långsiktigt aktieägarvärde genom aktivt ägande och digital förädling. Vi bedömer att flertalet dotterbolag fortfarande befinner sig i en tidig expansionsfas, vilket innebär att en betydande del av den underliggande tillväxtpotentialen ännu inte är synlig i siffrorna.

Betydande potential för lönsamhetslyft

Exklusive Tanrevel har dotterbolagen ackumulerat uppvisat positivt EBIT varje år sedan 2013, med ett EBIT på cirka 40 MSEK för 2024, motsvarande en EBITA omkring 60 MSEK. Tanrevel har historiskt redovisat betydande förluster, men väntas nå ett neutralt EBITDA-resultat under 2025 före synergier. Detta visar att Online Brands har en stabil och lönsam kärna av varumärken samt att den underliggande lönsamheten är väsentligt starkare än den redovisade. Resultatet under 2025 påverkas av kostnader för integrationen av Tanrevel och Reforma samt uppstarten av Wallnest, en organisk satsning via ett nybildat koncernbolag. Sammantaget bedömer vi att Online Brands har goda förutsättningar för en tydlig resultatförbättring under de kommande åren. Utvecklingen visar den inneboende styrkan i koncernens affärsmodell och potentialen för betydande lönsamhetslyft i takt med att de nyförvärvade bolagen integreras i Online Brands modell.

Outlook

Online Brands går nu in i det säsongsmässigt starka Q4, vilket historiskt bidragit med en betydande del av helårsresultatet. Vi bedömer att 2025 i huvudsak blir ett år med fokus på att slutföra pågående integrationer och realisera synergier. Den fulla effekten väntas materialiseras under 2026, då kostnadsbasen är normaliserad och synergier börjar få genomslag, vilket skapar förutsättningar för ökad tillväxt och lönsamhet. När integrationsarbetet är slutfört frigörs

dessutom operativ kapacitet, vilket gör att Online Brands är redo att återuppta en mer aktiv förvärvsagenda. Online Brands bedömer att koncernen har kapacitet att genomföra omkring två kompletterande förvärv per år, vilket vi har tagit hänsyn till i våra estimat. Sammantaget ser vi att Online Brands rör sig mot en mer balanserad struktur med tre tydliga tillväxtben: mogna och lönsamma varumärken, integrerade förvärv samt egenutvecklade startups. Vårt motiverade värde för 2027E uppgår till 32,5 SEK per aktie, vilket motsvarar en uppsida om 91,7 %.

Läs hela analysen **här!**

För mer information, vänligen kontakta:

Albin Eriksson, analytiker (albin@kalqyl.se)

Erik Lundberg, analytiker (erik.lundberg@kalqyl.se)

Pontus Fredriksson, analytiker (pontus@kalqyl.se)

Om Kalqyl

Kalqyl är ett nytänkande analysbolag med en snabbväxande plattform och en unik räckvidd bland nordiska investerare. Med djup expertis och fokus på kvalitativt innehåll levererar vi analyser och intervjuer som engagerar och skapar värde.