

VUXEN GROUP: RAPPORTKOMMENTAR Q4'25/26

Nettoomsättningen uppgick till 55,8 MSEK (45,3) i det fjärde kvartalet (februari-april) i Vuxen Groups brutna räkenskapsår 2025/26, motsvarande en tillväxt om 23,1 % jämfört med samma kvartal föregående år. För helåret ökade nettoomsättningen till 245,7 MSEK (214,9), motsvarande en tillväxt om 14,3 %. Bruttomarginalen uppgick till 60,1 % (56,5) i kvartalet och 60,5 % (58,2) för helåret, vilket innebär att marginalen höll sig över 60 % för tredje kvartalet i rad. EBITDA ökade till 6,1 MSEK (1,5), motsvarande en EBITDA-marginal om 10,9 % (3,3). För helåret uppgick EBITDA till 23,1 MSEK (12,1), motsvarande en EBITDA-marginal om 9,4 % (5,6). Kvartalet visar att den starka utvecklingen under kampanjhösten inte var tillfällig, utan att Vuxen Group nu börjar få ett tydligare genomslag från en större kundbas, förbättrad kostnadskontroll och den strategiska renodlingen mot sexuell hälsa.

Starkt avslut på räkenskapsåret bekräftar försäljningsmomentum

Vuxen Group avslutade räkenskapsåret med den högsta tillväxttakten under året, trots att fjärde kvartalet saknar samma tydliga försäljningsdrivare som Singles Day, Black Week och julhandeln. Det är ett styrketecken och indikerar att bolaget lyckats behålla en del av de kunder som tillkom under årets mest intensiva kampanjperiod. Enligt bolaget har den breddade kundbasen fortsatt att handla under våren, vilket stärker bilden av att tillväxten inte enbart drevs av tillfälliga kampanjer. Kärnsegmentet sexuell hälsa, som står för cirka 90 % av omsättningen, fortsätter att vara den tydliga tillväxtmotorn och uppvisar enligt bolaget både högre tillväxt och lönsamhet än övriga segment. Det gör renodlingen mot sexuell hälsa till den viktigaste drivkraften bakom den förbättrade utvecklingen.

Marginalerna stärks av renodling och god kostnadskontroll

Bruttomarginalen uppgick till 60,1 % i kvartalet och låg därmed kvar på en hög nivå efter det starka tredje kvartalet. För helåret stärktes bruttomarginalen till 60,5 % (58,2), vilket bekräftar att marginalförbättringen inte är isolerad till ett enskilt kvartal. En mer fördelaktig valutakurs, en växande andel egna varumärken och en mer lönsam försäljningsmix inom sexuell hälsa har sannolikt bidragit positivt. Även kostnadsutvecklingen var starkare än i föregående kvartal. Övriga externa kostnader ökade långsammare än omsättningen och sjönk till 42,2 % (44,5) av nettoomsättningen, medan personalkostnaderna var i princip oförändrade trots högre försäljning. Det visar att de strukturella förbättringarna inom marknadsföring, logistik och drift nu får ett tydligare genomslag i resultatet. För att ytterligare stärka lönsamheten framåt blir det fortsatt centralt att Vuxen Group kan växa utan att övriga externa kostnader ökar i samma takt som omsättningen.

Outlook

Vuxen Group har nu levererat ett starkt avslut på räkenskapsåret 2025/26, där både tillväxten och lönsamheten förbättrades tydligt. Den strategiska renodlingen mot sexuell hälsa, i kombination med en växande andel egna varumärken, bättre kostnadskontroll och en mer skalbar

Kalqyl

logistikplattform, skapar förutsättningar för fortsatt marginalförbättring. Bolaget går dessutom in i 2026/27 med en stark finansiell ställning, där likvida medel uppgick till 37,3 MSEK vid periodens slut och nettokassan till cirka 30,2 MSEK. Det ger utrymme att fortsätta investera i organisk tillväxt, geografisk expansion och potentiella selektiva förvärv. Den geografiska expansionen utgör fortsatt en viktig tillväxt drivare framåt. Vuxen Groups Direct-to-Consumer-modell, egna logistik och etablerade e-handelsplattform möjliggör expansion på europeiska marknader utan betydande investeringar i fysisk infrastruktur. Tyskland och övriga EU framstår fortsatt som särskilt intressanta tillväxtområden, där även begränsade marknadsandelar kan få ett tydligt genomslag på koncernens tillväxt. På våra estimat för 2026/27E räknar vi med en nettoomsättning om 275,3 MSEK och EBITDA om 30,3 MSEK, motsvarande en EBITDA-marginal om 11,0 %. Eftersom Vuxen Group redovisar enligt K3 och därmed skriver av goodwill löpande bedömer vi att EBITDA är det mest relevanta värderingsmättet. Vid en multipel om 12x EBITDA, inklusive estimerad kassauppbyggnad, ser vi en potentiell uppsida om 83,6 %. Vid multiplar om 8x respektive 10x uppgår motsvarande uppsida till cirka 30 % respektive 57 %. Utfallet i kvartalet stärker vår syn på bolagets förmåga att kombinera tillväxt med förbättrad lönsamhet, vilket är centralt för värdeskapandet framåt.

Läs hela analysen [här!](#)

För mer information, vänligen kontakta:

Mattias Folkesson, vd (mattias.folkesson@fairvalue.se)

Albin Eriksson, analytiker (albin@kalqyl.se)

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

Gustav Gabinus, analytiker (gustav@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.