



# Halvårsrapport 2022

1 JANUARI TILL 30 JUNI

# NELLY

# Nelly Group halvårsrapport 2022

## Q2 2022 - Kvartalet i korthet

- Nettoomsättningen minskade till 339,4 (396,7) miljoner kronor, vilket motsvarade en minskning om 14,5% (1,4%)
- Bruttomarginalen ökade till 47,6% (46,0%). Bruttoresultatet uppgick till 161,4 (182,3) miljoner kronor
- Rörelseresultatet uppgick till -18,5 (7,0) miljoner kronor, vilket motsvarade en rörelsemarginal på -5,5% (1,8%). Rörelseresultatet exklusive avsättningar relaterade till kommunicerade organisationsförändringar uppgick till -8,0 miljoner kronor.
- Resultatet efter skatt uppgick till -19,4 (7,5) miljoner kronor och resultatet per aktie uppgick till -1,07 (0,42) kronor

## H1 2022 - Första halvåret i korthet

- Nettoomsättningen minskade till 627,5 (708,5) miljoner kronor, vilket motsvarade en minskning om 11,4% (2,1%)
- Bruttomarginalen ökade till 46,0% (45,0%). Bruttoresultatet uppgick till 288,9 (318,7) miljoner kronor
- Rörelseresultatet uppgick till -42,4 (-8,0) miljoner kronor, vilket motsvarade en rörelsemarginal på -6,8% (-1,1%). Rörelseresultatet exklusive avsättningar relaterade till kommunicerade organisationsförändringar uppgick till -31,9 miljoner kronor.
- Resultatet efter skatt uppgick till -47,9 (-10,0) miljoner kronor och resultatet per aktie uppgick till -2,66 (-0,55) kronor

*"Vi har under första halvåret 2022 sett en svag finansiell utveckling för Nelly och en nedgång i den totala kundtrafiken, vilket tydliggör att vi inte tillräckligt ofta har levererat det vår kund vill ha på ett sätt som samtidigt genererar en långsiktigt stabil lönsamhet. Under kvartalet har vi drivit en omfattande transformation på alla delar av vår verksamhet, ett arbete som fortsätter under kommande kvartal."*

*Helena Karlinder-Östlundh, tillförordnad VD Nelly Group AB*



# VD kommenterar första halvåret

## Nelly ska åter bli lönsamt

Vår fortsatta och nu intensifierade omställningsresa mot lönsamhet innebär att vi renodlar vår kundupplevelse och samtidigt förenklar hela vår verksamhet.

Vi har under första halvåret 2022 sett en svag finansiell utveckling för Nelly och en nedgång i den totala kundtrafiken, vilket tydliggör att vi inte tillräckligt ofta har levererat det vår kund vill ha på ett sätt som samtidigt genererar en långsiktigt stabil lönsamhet. Under kvartalet har vi drivit en omfattande transformation på alla delar av vår verksamhet, ett arbete som fortsätter under kommande kvartal.

## Hög omställningshastighet

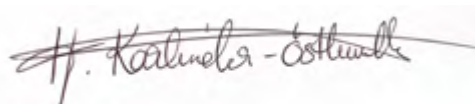
Under juni månad har ett antal nya ledare utsetts på Nelly, bland annat Chief Assortment Officer, Chief Technology Officer och undertecknad som tillträdde i rollen som tillförordnad VD. Nelly Group tillkännagav även att Ludvig Anderberg har utsetts till ny VD och han återvänder till bolaget 22 augusti efter att ha lämnat bolaget 2018. I samband med dessa förändringar har många kompetenta medarbetare inom bolaget fått utökat ansvar och mandat. Samtliga tillsättningar har handplockats internt för att skapa ett starkt ledningsteam med djupa modekunskaper, stor förståelse för vår kund och bevisad affärsnära handlingskraft. Tillsammans är vi nu mitt uppe i arbetet med att förenkla våra tvärfunktionella kärnprocesser för att styra mot lönsamhet och samtidigt renodla Nellys kundupplevelse.

Vår sortimentsstrategi har omarbetats för att under hösten och våren optimera mot ett mer träffsäkert och överskådligt utbud för vår kund. Vi kommer i ännu högre utsträckning att satsa på våra egna varumärken med starka marginaler, och mer selektivt investera i externa varumärken och kategorier där vi ser både efterfrågan och lönsamhet. På övergripande nivå kommer vi minska bredden i vårt sortiment avsevärt och samtidigt göra det enklare för vår kund att hitta rätt bland våra produkter.

Under kommande kvartal fortsätter vi att driva vårt pågående transformationsarbete för att stärka vår verksamhet och reducera våra kostnader, både genom ökad effektivitet och förenklingar på de områden där komplexitet inte adderar värde. Detta innefattar bland annat vår

systemportfölj, där vi ser att vi har ett stort antal IT-system som samtliga behöver underhållas men där alla inte nödvändigtvis krävs framåt för att leverera en bra kundupplevelse. Här kommer vi att optimera och rationalisera. Även inom vår logistikverksamhet fortsätter vi att driva ökad effektivitet, främst genom vårt automatiserade lager som i juni levererade vår lägsta kostnad per skickad vara någonsin.

När vi går in i andra halvåret 2022, så gör vi det med ett starkt team, en tydlig plan och med våra kunder och produkter i fokus. Nelly har djupt rotade styrkor i vår kompetenta personal, i vårt ursprung som pionjärer inom digital handel direkt mot kund, och inte minst i varumärkets omfattande följarbas bland unga kvinnor i Norden. Vi bygger bolaget för att uppnå lönsamhet innan vi åter prioriterar tillväxt.



Helena Karlinder-Östlundh  
Tillförordnad VD Nelly Group AB



## Nyckeltal

	Q2 21	Q2 22	H1 21	H1 22
Nettoomsättningstillväxt	1,4%	-14,5%	2,1%	-11,4%
Bruttomarginal	46,0%	47,6%	45,0%	46,0%
Lagerhanterings- och distributionskostnader som andel av nettoförsäljning	17,1%	15,9%	17,3%	16,5%
Marknadsföringskostnader som andel av nettoförsäljning	10,1%	12,6%	10,2%	12,6%
Rörelsemarginal	1,8%	-5,5%	-1,1%	-6,8%
Returgrad	36,0%	40,6%	33,6%	38,2%
Lager som andel av nettoomsättning R12	14,4%	18,5%	14,4%	18,5%
Försäljningsandel egna varumärken	38%	39%	37%	37%
Antal aktiva kunder i Norden R12 (000)	1 125	1 099	1 125	1 099
Antal besök i Norden (000)	27 794	26 345	51 421	49 287
Antal ordrar i Norden (000)	709	613	1 263	1 133
Genomsnittlig kundkorg i Norden	763	831	739	798
Konverteringsgrad i Norden	2,5%	2,3%	2,5%	2,3%
Antal anställda	279	223	289	221
Andel kvinnliga anställda	62%	64%	62%	64%

\* Beräkningarna för alternativa nyckeltal kan skilja mellan olika företag och måtten beskrivs i tabellen för alternativa nyckeltal på sidan 18.



# Om Nelly

## Varumärket Nelly

Sedan start har Nelly varit en ledande aktör inom mode och digital försäljning direkt till kund. År 2004 var vi pionjärer på e-handelsmarknaden, idag har vi en vibrerande kundbas främst bestående av unga kvinnor i hela Norden. Vi har 1.3 miljoner följare på sociala medier och 19% av vår målgrupp besöker oss varje vecka. 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.

## En effektiv verksamhet möjliggör kundupplevelsen

Vår målgrupp är uppvuxen med digitala medier och e-handel är en självklarhet. Vi har 1,1 miljoner aktiva kunder som årligen placerar 2,5 miljoner ordrar via vår site eller vår app. De väljer Nelly på grund av vårt trendmedvetna och inkluderande utbud till bra priser.

Vår mode- och kundfokuserade organisation analyserar och engagerar dagligen våra målgrupper från vårt nav, beläget i det svenska e-handelshjärtat Borås. Här har vi investerat i ett automatiserat lager med hög kapacitet som har minskat våra leverans- och distributionskostnader, förkortat leveranstider och förbättrat våra miljömässiga avtryck. Inom kort lanserar vi även vår nya site som ytterligare förenklar och förhöjer kundupplevelsen.

## Vi firar den unga Nelly-kvinnan

Nelly är ett välkänt varumärke för den unga nordiska kvinnan som älskar mode. Vår varumärkeskännedom är flera gånger större än vår faktiska marknadsandel. Kärnkundens behov är att känna sig "fab" varje dag, vare sig det är vardag eller fest. Idag handlar vår målgrupp för sitt utseende i genomsnitt 18 gånger per år - mode, skor, accessoarer, skönhet och hårvård och intymprodukter. Vårt sortiment består av våra egna varumärken och noggrant utvalda kompletterande varumärken. Därutöver erbjuder Nelly inspiration och kunskap för att sätta hela looken. För varje dag. Vi stärker henne på livsbejakande och hållbara sätt. Vi och våra kunder lever efter principen "always celebrate the fab you!"



A photograph of three young men standing in a desert landscape under a clear blue sky. The man on the left is Black, the man in the middle has long blonde hair, and the man on the right is white. They are wearing casual clothing like hoodies and sweaters. The man in the middle has his arm around the man on the right.

## Finansiell kalender

Kvartalsrapporten för tredje kvartalet  
presenteras 25 oktober 2022

Bokslutskommunikén för 2022  
presenteras 3 februari 2023

Kvartalsrapporten för det första kvartalet  
presenteras 28 april 2023

# Andra kvartalet och första halvåret förklarar

## Minskad försäljning på en svag e-handelsmarknad

Nettoomsättningen för andra kvartalet 2022 uppgick till 339,4 (396,7) miljoner kronor. Minskningen om 14,5% förklaras huvudsakligen av lägre försäljning innan returerna i kombination med en högre returgrad. Försäljningen minskade, trots ett högre genomsnittligt ordervärde och högre organisk trafik. Den betalda trafiken minskade dock och konverteringsgraden var lägre än föregående år. De prishöjningar som Nelly genomförde i början av det andra kvartalet påverkade bruttomarginalen positivt men försäljningen negativt. Marknaden präglades av ett högt kampanjtryck och konkurrens om kundanskaffningen då kunderna i högre grad än föregående två år vände sig till fysiska butiker. Andelen av försäljningen av egna varumärken uppgick till 39% (38%) under det andra kvartalet 2022. Nettoomsättningen minskade 16% i lokala valutor.

Returgraden för det andra kvartalet 2022 uppgick till 40,6% (36,0%). Ökningen i returgrad förklarades huvudsakligen av en återgång till ett historiskt sett mer normalt returbeteende från låga nivåer under andra kvartalet 2020 och 2021 samt även genomförda prisökningar under kvartalet.

Nettoomsättningen för de första sex månaderna 2022 uppgick till 627,5 (708,5) miljoner kronor, en minskning om 11,4%. I lokala valutor minskade omsättningen 13,5% under årets första sex månader.

## Förbättrad bruttomarginal

Bruttomarginalen ökade 1,6 procentenheter under andra kvartalet 2022 till 47,6% (46,0%). Förbättringen drevs främst av mindre volymer av outlet-försäljning och högre fraktintäkter då villkor uppdaterats jämfört med föregående år samt att aktivt arbete med fraktalternativen har givit resultat. Bruttomarginalen för det första halvåret uppgick till 46,0% (45,0%).

## Lägre kostnader för lagerhantering och distribution

Lagerhanterings- och distributionskostnader uppgick till 53,9 (68,0) miljoner kronor under årets andra kvartal. Mätt som andel av nettoomsättningen uppgick kostnaden till 15,9% (17,1%).

Minskningen i andel förklarades av lägre lagerhanteringskostnader, både i absoluta tal och mätt som andel av omsättningen, vilket var en effekt av att Nelly sedan det fjärde kvartalet 2021 uteslutande levererar från det nybyggda automatiserade lagret i Borås. Det tidigare manuella lagret i Falkenberg stängdes under det tredje kvartalet 2021. Kärnprocesserna i den nya automationslösningen fungerar nu väl och intrimningsarbetet har övergått till att arbeta med kontinuerliga förbättringar. Arbetet med att realisera den målsatta kostnadsbesparingspotentialen under året löper enligt plan.

Även distributionskostnaderna minskade under kvartalet då lägre volymer hanterades. Lagerhanterings- och distributionskostnaderna för det första halvåret uppgick till 103,3 (122,2) miljoner kronor.

## Investeringar i influencer marketing och sociala medier

Marknadsföringskostnaderna uppgick till 42,9 (40,0) miljoner kronor under det andra kvartalet 2022. Huvudförklaringen till de ökade kostnaderna för marknadsföring i kvartalet är aktiviteter inom influencer marketing och sociala medier, exempelvis TikTok-eventet Nelly House. Kostnaderna för direktmarknadsföring minskade i linje med minskningen av den betalda trafiken. Under det första halvåret uppgick marknadsföringskostnaderna till 79,2 (71,9) miljoner kronor.

## Administrations- och rörelsekostnader ökade på grund av engångskostnader

Nelly Groups administrations- och övriga rörelsekostnader uppgick under det andra kvartalet till 83,1 (67,4) miljoner kronor. Förändringen jämfört med andra kvartalet 2021 förklarades främst av: (i) avsättningar relaterade till kommunicerade organisationsförändringar om 10,5 miljoner kronor, i huvudsak ersättning till avgående VD och ledningsgruppsmedlemmar under uppsägningstiden och (ii) högre leasingrelaterade avskrivningar i enlighet med IFRS 16 då det nya automatiserade lagret togs i bruk i oktober 2021.

## Rörelseresultat

Rörelseresultatet för årets andra kvartalet uppgick till -18,5 (7,0) miljoner kronor. Rörelseresultatet exklusive avsättningar relaterade till organisationsförändringar uppgick till -8,0 miljo-

ner kronor. Det lägre rörelseresultatet var främst ett resultat av försäljningsminskningen som drev det lägre bruttoresultatet samt avsättningar för kommunicerade organisationsförändringar. För det första halvåret uppgick rörelseresultatet till -42,4 (-8,0) miljoner kronor.

### Periodens resultat och resultat per aktie

Nelly Group rapporterar ett resultat för perioden 1 januari till 30 juni 2022 om -47,9 (-10,0) miljoner kronor. Resultat per aktie uppgick till -2,66 (-0,55) kronor för det första halvåret. Det lägre resultatet jämfört med 2021 är primärt hänförligt till det lägre rörelseresultatet.

### Lägre lageromsättningshastighet

Lageromsättningshastigheten under kvartalet sjönk jämfört med andra kvartalet 2021, främst som en konsekvens av den lägre försäljningen. Lagervärdet per 30 juni 2022 ökade med 23% jämfört med föregående år. Lager som andel av nettoomsättning, rullande 12 månader, uppgick till 18,5% (14,4%). Andelen äldre lager var 30 juni 2022 på högre nivåer än föregående år, dock fortsatt lägre än innan pandemin. Från och med 2022 bokförs lagervärdet inklusive värdet av förväntade framtida returerna, se not 7 för ytterligare information.

### Kassaflöde och likvida medel

Kassaflödet från rörelsen uppgick till 42,6 (15,4) miljoner kronor under årets andra kvartal. Ökningen jämfört med motsvarande period 2021 förklaras av rörelsekapitalförändringar. Under det andra kvartalet 2022 återbetalades 9,4 miljoner kronor av de Corona-relaterade uppskov med arbetsgivaravgifter och skattebetalningar som Nelly nyttjat under 2020 och 2021. Samtidigt utnyttjades ytterligare 41,8 miljoner kronor i nya uppskov. Vid kvartalets slut uppgick uppskov med arbetsgivaravgifter och skattebetalningar till 55,4 (39,6) miljoner kronor.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -3,6 (-12,9) miljoner kronor. Investeringar härrör främst IT-relaterade projekt. Föregående års investeringar dominerades av lagerprojektet.

Kassaflödet om -6,3 (-1,4) miljoner kronor från finansieringsverksamheten härrör, liksom föregående år, uteslutande från IFRS 16-relaterade amorteringar av leasing-skulder.

Likvida medel uppgick 30 juni 2022 till 83,3 (185,3) miljoner kronor och koncernens tillgängliga kreditfaciliteter var utnyttjade.

30 juni 2022 uppgick tillgångarna till 853,8 miljoner kronor, att jämföra med 925,4 miljoner kronor 31 december 2021. Den lägre balansomslutningen var huvudsakligen relaterad till lägre omsättningstillgångar. Det egna kapitalet uppgick till 157,1 miljoner kronor jämfört med 204,4 miljoner kronor vid årsskiftet vilket motsvarar en soliditet om 18,4% respektive 22,1%.

### Moderbolaget

Moderbolaget Nelly Group AB (publ) rapporterade ingen omsättning under första halvåret 2022.

Administrationskostnaderna uppgick till -6,7 (-8,4) miljoner kronor under det första halvåret 2022. Moderbolagets resultat för perioden 1 januari till 30 juni 2022 uppgick till -6,7 (-8,2) miljoner kronor. Moderbolagets likvida medel uppgick till 5,5 miljoner kronor den 30 juni 2022, att jämföra med 4,7 miljoner kronor vid årsskiftet.





## Övrig information

### Nelly Groups aktie

Per den 30 juni 2022 hade Nelly Group 18 494 973 emitterade aktier, varav 18 026 266 stamaktier och 468 707 C-aktier. Aktiekapitalet är 184 949 730 SEK och varje aktie hade ett kvotvärde på 10,00 SEK. C-aktierna innehas av Nelly Group och får inte vara representerade vid bolagsstämman.

### Revision

Denna halvårsrapport har inte varit föremål för granskning 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 [årsredovisningen för 2021](#), sidorna 47-49.

### Styrelsens försäkran

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att halvårsrapporten 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 2022*

*Mathias Pedersen  
Styrelsens ordförande*

*Josephine Salenstedt  
Styrelseledamot*

*Maj-Louise Pizzelli  
Styrelseledamot*

*Sandra Backlund  
Styrelseledamot*

*Stefan Palm  
Styrelseledamot*

*Daniel Hörnqvist  
Styrelseledamot*

*Helena Karlinder-Östlundh  
Tillförordnad verkställande direktör*

## Webbsändning av halvårsrapporten

Presentation av det andra kvartalet sker 15 juli kl 13 och analytiker, investerare och media är inbjudna till [webbsändningen](#). Presentationen kommer att hållas på engelska av John Afzelius, CFO. Webbsändningen kommer att göras tillgänglig på [Nelly Groups webbplats](#).

## Framtidsriktad information

Denna delårsrapport innehåller framtidsriktad information. Information i denna rapport som inte är historiska fakta bör ses som framtidsriktad information. Den framtidsriktade informationen speglar Nelly koncernens 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

John Afzelius, CFO  
ir@nelly.com  
+46 703 510 987  
[www.nellygroup.com](http://www.nellygroup.com)

*Denna information är sådan information som Nelly Group AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande 15 juli 2022 klockan 08:00.*



## Resultaträkning för koncernen i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q2 21	Q2 22	H1 21	H1 22	R12
<b>Nettoomsättning</b>	<b>396,7</b>	<b>339,4</b>	<b>708,5</b>	<b>627,5</b>	<b>1 347,3</b>
Kostnad sålda varor	-214,4	-178,0	-389,9	-338,6	-738,3
<b>Bruttoresultat</b>	<b>182,3</b>	<b>161,4</b>	<b>318,7</b>	<b>288,9</b>	<b>609,0</b>
<i>Bruttomarginal</i>	46,0%	47,6%	45,0%	46,0%	45,2%
Lagerhanterings- och distributionskostnader	-68,0	-53,9	-122,2	-103,3	-234,0
Marknadsföringskostnader	-40,0	-42,9	-71,9	-79,2	-165,0
Administrations- och övriga rörelsekostnader	-67,4	-83,1	-132,5	-148,8	-283,0
<b>Rörelseresultat</b>	<b>7,0</b>	<b>-18,5</b>	<b>-8,0</b>	<b>-42,4</b>	<b>-73,0</b>
<i>Rörelsemarginal</i>	1,8%	-5,5%	-1,1%	-6,8%	-5,4%
Finansnetto	0,5	-1,2	-1,9	-6,3	-12,9
<b>Resultat före skatt</b>	<b>7,5</b>	<b>-19,8</b>	<b>-9,9</b>	<b>-48,7</b>	<b>-86,0</b>
Skatt	0,0	0,4	-0,1	0,8	0,3
<b>Resultat efter skatt</b>	<b>7,5</b>	<b>-19,4</b>	<b>-10,0</b>	<b>-47,9</b>	<b>-85,7</b>
<i>Hänförligt till</i>					
Moderbolagets aktieägare	7,5	-19,4	-10,0	-47,9	-85,7
Utestående aktier vid periodens slut (miljoner)	18,0	18,0	18,0	18,0	18,0
Genomsnittligt antal stamaktier, (miljoner)	18,0	18,0	18,0	18,0	18,0
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning (miljoner)	18,0	18,0	18,0	18,0	18,0
<b>Resultat per aktie före och efter utspädning (Kronor)</b>	<b>0,42</b>	<b>-1,07</b>	<b>-0,55</b>	<b>-2,66</b>	<b>-4,76</b>

## Koncernens totalresultat

(Miljoner kronor)	Q2 21	Q2 22	H1 21	H1 22	R12
<i>Poster som återförts eller kan återföras till periodens resultat</i>					
Periodens omräkningsdifferenser	-0,6	-0,8	1,0	0,3	1,0
<b>Summa totalresultat för perioden</b>	<b>6,9</b>	<b>-20,2</b>	<b>-9,0</b>	<b>-47,6</b>	<b>-84,7</b>
<i>Summa totalresultat hänförligt till</i>					
Moderbolagets ägare	6,9	-20,2	-9,0	-47,6	-84,7
<b>Summa totalresultat för perioden</b>	<b>6,9</b>	<b>-20,2</b>	<b>-9,0</b>	<b>-47,6</b>	<b>-84,7</b>
Utestående aktier vid periodens slut (miljoner)	18,0	18,0	18,0	18,0	18,0
Genomsnittligt antal stamaktier, (miljoner)	18,0	18,0	18,0	18,0	18,0
<b>Genomsnittligt antal aktier efter utspädning (miljoner)</b>	<b>18,0</b>	<b>18,0</b>	<b>18,0</b>	<b>18,0</b>	<b>18,0</b>

## Koncernens finansiella ställning i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q2 21	Q2 22	2020	2021
<b>Anläggningstillgångar</b>				
Goodwill	39,7	39,7	39,7	39,7
Övriga immateriella anläggningstillgångar	14,9	25,2	16,9	21,1
Materiella anläggningstillgångar	22,6	13,6	7,6	15,1
Leasingtillgångar <sup>6</sup>	27,1	299,9	39,0	313,5
Uppskjuten skattefordran <sup>4</sup>	74,0	74,6	74,0	73,8
Depositioner	-	6,1	-	6,1
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>178,3</b>	<b>459,1</b>	<b>177,2</b>	<b>469,4</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>				
Varulager <sup>7</sup>	202,8	249,9	192,6	205,0
Kortfristiga ej räntebärande fordringar	65,7	61,5	81,5	53,6
Likvida medel	185,3	83,3	230,1	197,5
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>453,7</b>	<b>394,7</b>	<b>504,2</b>	<b>456,1</b>
<b>Summa tillgångar</b>	<b>632,0</b>	<b>853,8</b>	<b>681,4</b>	<b>925,4</b>
<b>Eget kapital</b>				
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	241,0	157,1	249,8	204,4
<b>Summa eget kapital</b>	<b>241,0</b>	<b>157,1</b>	<b>249,8</b>	<b>204,4</b>
<b>Långfristiga skulder</b>				
<b>Ej räntebärande</b>				
Övriga avsättningar	0,3	-	0,1	-
<b>Räntebärande</b>				
Leasingskulder	15,7	251,6	19,0	266,3
<b>Summa långfristiga skulder</b>	<b>16,0</b>	<b>251,6</b>	<b>19,1</b>	<b>266,3</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>				
<b>Räntebärande</b>				
Leasingskulder	11,8	54,9	20,5	50,1
<b>Ej räntebärande</b>				
Leverantörsskulder	119,6	127,6	143,7	144,3
Övriga skulder	66,4	80,3	69,4	90,0
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	177,2	182,3	178,8	170,3
<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>375,0</b>	<b>445,1</b>	<b>412,5</b>	<b>454,7</b>
<b>Summa eget kapital och skulder</b>	<b>632,0</b>	<b>853,8</b>	<b>681,4</b>	<b>925,4</b>

## Rapport över förändringar i eget kapital i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q2 21	Q2 22	2020	2021
<b>Ingående balans</b>	<b>234,3</b>	<b>177,3</b>	<b>888,5</b>	<b>249,8</b>
Periodens totalresultat	6,9	-20,2	505,0	-45,9
Effekter av långsiktiga incitamentsprogram	-0,2	0,0	-2,1	0,5
Riktad nyemission	-	-	203,4	-
Utdelning från andelar i dotterföretag till aktieägare	-	-	-1 345,0	-
<b>Utgående balans</b>	<b>241,0</b>	<b>157,1</b>	<b>249,8</b>	<b>204,4</b>

## Rapport över kassaflöden i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q2 21	Q2 22	H1 21	H1 22
Kassaflöde löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet	9,3	-11,3	5,9	-28,4
Förändringar i rörelsekapitalet	6,1	53,9	-23,7	-65,8
<b>Kassaflöde från rörelsen</b>	<b>15,4</b>	<b>42,6</b>	<b>-17,8</b>	<b>-94,2</b>
Avyttring av dotterbolag, netto likvidpåverkan <sup>5</sup>	0,3	-	0,3	-
Investeringar i anläggningstillgångar	-13,2	-3,6	-18,0	-7,8
<b>Kassaflöde till/från investeringsverksamheten</b>	<b>-12,9</b>	<b>-3,6</b>	<b>-17,6</b>	<b>-7,8</b>
Amortering av leasingskuld	-1,4	-6,3	-9,6	-12,4
<b>Kassaflöde till/från finansieringsverksamheten</b>	<b>-1,4</b>	<b>-6,3</b>	<b>-9,6</b>	<b>-12,4</b>
<b>Periodens förändring av likvida medel</b>	<b>1,2</b>	<b>32,8</b>	<b>-45,0</b>	<b>-114,4</b>
<b>Likvida medel vid periodens början</b>	<b>184,5</b>	<b>50,9</b>	<b>230,1</b>	<b>197,5</b>
Omräkningsdifferens likvida medel	-0,4	-0,4	0,3	0,2
<b>Likvida medel vid periodens slut</b>	<b>185,3</b>	<b>83,3</b>	<b>185,3</b>	<b>83,3</b>

## Avskrivningar av anläggningstillgångar

(Miljoner kronor)	Q2 21	Q2 22	H1 21	H1 22
Avskrivningar av materiella anläggningstillgångar	-0,4	-0,8	-0,8	-1,7
Avskrivningar av immateriella anläggningstillgångar	-2,1	-1,6	-4,2	-3,3
<b>Avskrivningar (ej inkluderat IFRS 16)</b>	<b>-2,5</b>	<b>-2,4</b>	<b>-5,0</b>	<b>-5,0</b>
Avskrivningar av nyttjanderättstillgångar	-4,5	-8,1	-9,5	-16,2
<b>Avskrivningar (Inkluderat IFRS 16)</b>	<b>-7,0</b>	<b>-10,5</b>	<b>-14,5</b>	<b>-21,2</b>

## Nettoomsättning per geografiskt område

(Miljoner kronor)	Q2 21	Q2 22	H1 21	H1 22
Sverige	192,4	163,2	332,6	298,1
<b>Norden, inklusive Sverige</b>	<b>374,5</b>	<b>327,3</b>	<b>659,5</b>	<b>600,0</b>
Övriga världen	22,2	12,0	49,0	27,5
<b>Alla regioner</b>	<b>396,7</b>	<b>339,4</b>	<b>708,5</b>	<b>627,5</b>



## Resultaträkning för moderbolaget i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q2 21	Q2 22	H1 21	H1 22	R12
<b>Nettoomsättning</b>	<b>0,2</b>	-	<b>0,2</b>	-	<b>1,4</b>
<b>Bruttoresultat</b>	<b>0,2</b>	-	<b>0,2</b>	-	<b>1,4</b>
Administrationskostnader	-2,6	-4,2	-8,4	-6,7	-11,7
<b>Rörelseresultat</b>	<b>-2,4</b>	<b>-4,2</b>	<b>-8,2</b>	<b>-6,7</b>	<b>-10,3</b>
<b>FINANSIELLA INTÄKTER OCH KOSTNADER</b>					
Finansnetto	0,0	0,0	-	0,0	-0,1
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>-2,4</b>	<b>-4,2</b>	<b>-8,2</b>	<b>-6,7</b>	<b>-10,4</b>
<b>BOKSLUTSDISPOSITIONER</b>					
Lämnade koncernbidrag	-	-	-	-	-30,0
<b>Resultat före skatt</b>	<b>-2,4</b>	<b>-4,2</b>	<b>-8,2</b>	<b>-6,7</b>	<b>-40,4</b>
Skatt	-	-	-	-	-
<b>Periodens resultat*</b>	<b>-2,4</b>	<b>-4,2</b>	<b>-8,2</b>	<b>-6,7</b>	<b>-40,4</b>

\* Periodens resultat = Moderbolagets totalresultat



## Moderbolagets finansiella ställning i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q2 21	Q2 22	2020	2021
<b>Anläggningstillgångar</b>				
Andelar i koncernföretag	253,1	253,1	253,4	253,1
Uppskjuten skattefordran	71,7	71,7	71,7	71,7
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>324,8</b>	<b>324,8</b>	<b>325,1</b>	<b>324,8</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>				
Kortfristiga ej räntebärande fordringar	4,1	3,3	5,0	2,3
<b>Summa kortfristiga fordringar</b>	<b>4,1</b>	<b>3,3</b>	<b>5,0</b>	<b>2,3</b>
Kassa och bank	10,9	5,5	31,6	4,7
<b>Summa likvida medel</b>	<b>10,9</b>	<b>5,5</b>	<b>31,6</b>	<b>4,7</b>
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>14,9</b>	<b>8,8</b>	<b>36,5</b>	<b>7,0</b>
<b>Summa tillgångar</b>	<b>339,7</b>	<b>333,6</b>	<b>361,6</b>	<b>331,7</b>
<b>Eget kapital</b>				
Bundet eget kapital	185,8	185,8	185,8	185,8
Fritt eget kapital	147,7	107,9	155,8	114,3
<b>Summa eget kapital</b>	<b>333,4</b>	<b>293,6</b>	<b>341,6</b>	<b>300,1</b>
<b>Avsättningar</b>				
Övriga avsättningar	0,0	0,0	0,1	0,0
<b>Summa avsättningar</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>				
Skulder till koncernföretag	1,0	37,7	13,6	29,5
Ej räntebärande skulder	5,2	2,3	6,4	2,1
<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>6,2</b>	<b>39,9</b>	<b>20,0</b>	<b>31,6</b>
<b>Summa skulder</b>	<b>6,3</b>	<b>39,9</b>	<b>20,1</b>	<b>31,7</b>
<b>Summa eget kapital och skulder</b>	<b>339,7</b>	<b>333,6</b>	<b>361,6</b>	<b>331,7</b>



# Nyckeltal och alternativa nyckeltal

---

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

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 18.

---

**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), se även not 7. Notera att CDON AB och Qliro ABs historiska lagervärden är exkluderade för att underlätta jämförelsen mellan perioder

---

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

Beräknas genom att dividera försäljningssumman av egna varumärken delat med den totala försäljningssumman

---

**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 handlat på Nelly 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. Antalet besökare multiplicerat med konverteringsgraden resulterar i försäljning till kund före retur

---

**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. Antalet order multiplicerat med den genomsnittliga kundkorgen resulterar i försäljningen till kund före retur

---

**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. Konverteringsgraden multiplicerat med antalet besökare resulterar i antal order till kund

---

**Antal anställda** - ett mått på antal anställda i koncernen vid en given tidpunkt

Beräknat genom att ställa schemalagd tid mot antalet 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** - *alla intäkter från kunder och samarbetspartners, såväl som alla övriga intäkter*

Inkluderar försäljning efter returer, provisioner, fakturaavgifter, frakavgifter, returavgifter, marknadsföringsintäkter, rörelserelaterade valutavinster och övriga intäkter

---

**Kostnad sålda varor** - *alla kostnader för att få varan till lagerhyllan*

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

---

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

Lagerhållnings- och hanteringskostnader samt fraktkostnader till kund

---

**Marknadsföringskostnader** - *alla 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** - *alla övriga kostnader för att driva företaget*

Inkluderar löner och sociala avgifter, IT kostnader, avskrivningar, konsultkostnader, studiokostnader och övriga rörelse kostnader

---

**Finansnetto** - *nettot av finansiella intäkter och kostnader*

Inkluderar kostnader för ränta, valuta vinster/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.

I enlighet med IFRS 16 görs bedömningar som påverkar redovisningen såsom beloppen för tillgångar och skulder.

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

### Not 2 – Verkligt värde på finansiella instrument

Verkligt värde på finansiella tillgångar och skulder bedöms inte skilja sig väsentligt från redovisat värde.

### Not 3 – Segmentsrapportering

Nelly redovisar inga segment enligt definitionen i IFRS 8. Centrala funktioner som exempelvis kostnader relaterade till hanteringen av det som tidigare var Qliro Group redovisades historiskt som ett separat segment. Då dessa funktioner är sammanslagna med Nellys övriga verksamhet och kostnaden är väsentligt lägre, redovisas segmentet inte längre separat.

Det helägda dotterbolaget Qliro AB upptogs till handel på Nasdaq Stockholm med första handelsdag 2 oktober 2020. Det helägda dotterbolaget CDON AB upptogs till handel på First North Growth Market med första handelsdag 6 november 2020.

För ytterligare information se årsredovisningen för 2020 och kvartalsrapporten för det fjärde kvartalet 2020.

### Not 4 – Uppskjuten skattefordran

Koncernens uppskjutna skattefordringar är baserade på historiska förluster. Företagsledningen har gjort antaganden om bolagets framtida intjäning och baserat på detta gjort bedömningar av det framtida utnyttjandet av förlustavdragen.

Per 31 december 2021 har koncernen redovisade underskottsavdrag om 650,9 miljoner kronor. För mer information, se [årsredovisningen för 2021](#), not 8.

### Not 5 – Avyttring av QGS

Under det andra kvartalet 2021 avyttrades det vilande dotterbolaget Qliro Group Services AB.

### Not 6 - Redovisning av hyreskontrakt för den nya lagerlokalen

Nelly tillträdde de nya hyreslokalerna i Borås 1 juli 2021. Nelly åtnjuter hyresfrihet under 2021 samt en hyresrabatt under 2022. Hyreskontraktets sammanlagda kostnader har dock fördelats över hela kontraktets löptid.

Hyreskontraktet redovisas i enlighet med IFRS 16 vilket innebär att en skuld samt en tillgång togs upp i balansräkningen vid tillträdet.

### Not 7 - Varulager inkluderar förväntade returer

Fram till och med fjärde kvartalet 2021 nettoredovisades förväntade returer som en retureserv på skuldsidan. Från och med första kvartalet 2022 bruttoredovisas förväntade returer som en tillgångspost inkluderat i varulager samt en skuldpost inkluderat i upplupna kostnader i enlighet med IFRS 15. Från och med första kvartalet 2022 redovisas även jämförelsesiffror på motsvarande sätt.





**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](https://nelly.com)  
[nlyman.com](https://nlyman.com)  
[nellygroup.com](https://nellygroup.com)