

A woman with long dark hair, wearing a black sleeveless, backless, floor-length dress, stands in front of a red brick wall. To her right is a dark window with a grid pattern. The floor is made of light-colored stone tiles. The overall lighting is warm and directional, coming from the left.

Kvartalsrapport Q1 2025

1 JANUARI TILL 31 MARS

NELLY

Nelly Group delårsrapport första kvartalet 2025

Q1 2025 - Kvartalet i korthet

- Nettoomsättningen uppgick till 247,8 (222,2) miljoner kronor, vilket motsvarade en ökning om 11,5% (-5,1%)
- Bruttoresultatet uppgick till 127,8 (109,1) miljoner kronor vilket motsvarade en bruttomarginal om 51,6% (49,1%)
- Rörelseresultatet uppgick till 19,9 (1,4) miljoner kronor, vilket motsvarade en rörelsemarginal om 8,0% (0,6%)
- Resultatet efter skatt uppgick till 16,3 (-1,9) miljoner kronor och resultatet per aktie uppgick till 0,54 (-0,06) kronor
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -13,0 (-4,6) miljoner kronor
- Likvida medel uppgick per den 31 mars till 172,6 (96,0) och kreditfaciliteterna förblev outnyttjade

Viktiga händelser under kvartalet

- Inga väsentliga händelser har rapporterats under kvartalet

Viktiga händelser efter kvartalets slut

- Inga väsentliga händelser har rapporterats efter kvartalets slut

”Det första kvartalet har historiskt varit Nellys mest utmanande kvartal, präglad av rea-aktivitet och färre naturliga tillfällen för våra kunder att uppdatera sin garderob. Det gångna kvartalet visar dock att vi med ett träffsäkert sortiment och effektiv marknadsföring kan leverera både tillväxt och god lönsamhet även under dessa premisser”

Helena Karlinder-Östlundh, VD Nelly Group AB



VDs kommentar

Ett starkt första kvartal

Nelly levererade ett starkt resultat under årets första kvartal. Nettoomsättningen ökade med 11,5% (-5,1%) och uppgick till 247,8 (222,2) miljoner kronor. Bruttomarginalen stärktes till 51,6% (49,1%), vilket bidrog till ett rörelseresultat på 19,9 (1,4) miljoner kronor och en rörelsemarginal på 8,0% (0,6%).

Rätt sortiment och effektiv marknadsföring

Det första kvartalet har historiskt varit Nellys mest utmanande, präglad av rea-aktivitet och färre naturliga tillfällen för våra kunder att uppdatera sin garderob. Det gångna kvartalet visar dock att vi, med ett träffsäkert sortiment och effektiv marknadsföring, kan leverera både tillväxt och god lönsamhet även under dessa förutsättningar. För andra kvartalet i rad uppnåddes en positiv utveckling i antalet aktiva kunder samtidigt som orderingången ökade jämfört med samma kvartal föregående år.

Försäljningsandelen av Nellys egna varumärken fortsatte öka till 50,1% (39,9%) och returgraden minskade ytterligare till 24,8% (33,4%). Det sistnämnda är resultatet av vårt långsiktiga och intensiva arbete med en tvärfunktionell returstrategi, samtidigt som öppningen av vår fysiska butik har bidragit positivt till att ytterligare minska returgraden.

Alla dessa nyckeltal speglar den attraktionskraft vårt sortiment nu uppnått, särskilt inom viktiga kategorier som jeans, toppar och sneakers, där samtliga växte starkt jämfört med samma kvartal föregående år. En avgörande faktor bakom tillväxten var att vi i år dessutom säkrade ett bättre lagerdjup tidigt under vår- och sommarsäsongen, till skillnad från 2024 då flera bästsäljare periodvis var slutsålda.

Utöver ett välbalanserat sortiment uppnådde vi under årets första månader en högre effektivitet i vår marknadsföring. Den totala trafiken ökade med 13,4% mot föregående år i kombination med bibehållen konverteringsgrad. Den organiska trafiken utvecklades positivt, drivet både av högre organiskt sök och av våra sociala kanaler. Marknadsföringskostnaderna ökade något som andel av nettoomsättningen till 9,9% (9,6%) men lönsamheten per order förbättrades och vi åstadkom fortsatt en positiv trend i nykundsrekryteringen. Under kommande kvartal ligger fokus på att ytterligare stärka kundupplevelsen i samtliga kanaler för att öka konverteringsgraden och växa varje kundkorg.

Fortsatta satsningar för tillväxt och effektivitet

Under resten av 2025 planerar vi att leverera flera spännande initiativ som kommer bidra till en fortsatt positiv utveckling av affären. Nya samarbeten med starka globala varumärken som Puma och Scholl lanserades under första kvartalet och vi arbetar framåt intensivt med att vidareutveckla och lyfta hela vår externa varumärkesportfölj. Flagskeppsbutiken på Drottninggatan stärkte också sin position ytterligare under första kvartalet jämfört med föregående år, vilket bekräftar efterfrågan på fysiska mötesplatser och upplevelser inom Nellys målgrupp. Vi ser fortsatt stor potential att bygga vidare på vårt butikskoncept som ett viktigt komplement till e-handeln.

Parallellt med dessa kundinriktade initiativ påbörjar vi flytten av returhanteringen från en extern aktör utomlands till vårt eget lager i Borås – ett viktigt steg för att öka kontrollen och minska ledtiderna. Sist men inte minst fullföljer vi även de IT-systembyten som tidigare kommunicerats som högt prioriterade under stora delar av 2025.

Jag vill avsluta med att som alltid uttrycka min djupa tacksamhet både till alla härliga kunder, nya som trogna, och till mina briljanta kollegor i Nelly-teamet. Det är en ynnest att varje dag få vara omgiven av så skickliga och engagerade medarbetare som genuint brinner för vår kund.



H. Karlinder-Östlund

Helena Karlinder-Östlund, VD Nelly Group AB

Nyckeltal och alternativa nyckeltal

	Q1 25	Q1 24	2024
Nettoomsättningstillväxt	11,5%	-5,1%	3,2%
Bruttomarginal	51,6%	49,1%	53,1%
Lagerhanterings- och distributionskostnader som andel av nettoomsättningen	12,2%	14,6%	13,1%
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen	9,9%	9,6%	10,7%
Rörelsemarginal	8,0%	0,6%	8,5%
Returgrad	24,8%	33,4%	29,9%
Lager som andel av nettoomsättning R12	18,1%	16,6%	15,8%
Försäljningsandel egna varumärken	50,1%	39,9%	44,2%
Antal aktiva kunder i Norden R12 (000)*	928	943	926
Antal besök i Norden (000)*	21 553	19 008	88 125
Antal ordrar i Norden (000)*	399	369	1 751
Genomsnittlig kundkorg i Norden*	752	810	789
Konverteringsgrad i Norden*	1,9%	1,9%	2,0%
Antal anställda	145	150	151
Andel kvinnliga anställda	63%	62%	62%

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 0,9 miljoner aktiva kunder i Norden som årligen placerar 1,8 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.



Första kvartalet i korthet

Omsättningsutveckling

Nettoomsättningen för första kvartalet 2025 uppgick till 247,8 (222,2) miljoner kronor vilket motsvarade en ökning om 11,5% (-5,1%). Förändringen förklaras huvudsakligen av minskade returer, där returgraden uppgick till 24,8% (33,4%). Den förbättrade returgraden kan i huvudsak kopplas till det strategiska arbete som under 2024 och 2025 genomförts på sortiments- och kundnivå. Försäljning i fysisk butik bidrog även det positivt till nettoomsättningen sett mot första kvartalet föregående år. Försäljningsandelen av egna varumärken ökade till 50,1% (39,9%) under det första kvartalet 2025. I lokala valutor ökade nettoomsättningen i det första kvartalet med 12,4%.

Förbättrad bruttomarginal

Bruttomarginalen ökade under första kvartalet 2025 till 51,6% (49,1%). Ökad försäljningsandel av egna varumärken och minskade utplock till outlet bidrog positivt till bruttomarginalen jämfört med första kvartalet föregående år. Valutakurs-effekter hade sammantaget en negativ påverkan på bruttomarginalen sett mot samma kvartal föregående år.

Minskade kostnader för lagerhantering och distribution

Lagerhanterings- och distributionskostnader uppgick till 30,3 (32,4) miljoner kronor under årets första kvartal. De minskade kostnaderna för lager och distribution var drivet av operationella processförbättringar på lagret, optimering inom distributionsområdet och förbättrad returgrad. Mätt som andel av nettoomsättningen uppgick kostnaden till 12,2% (14,6%).

Ökade marknadsföringskostnader

Marknadsföringskostnaderna uppgick till 24,4 (21,3) miljoner kronor under det första kvartalet 2025. Kostnaden i kvartalet är främst hänförlig till betald annonsering. Mätt som andel av nettoomsättningen uppgick marknadsföringskostnaderna till 9,9% (9,6%) i första kvartalet.

Administrations- och övriga rörelsekostnader

Nelly Groups administrations- och övriga rörelsekostnader uppgick under det första kvartalet till 53,1 (54,1) miljoner kronor. Minskningen jämfört med första kvartalet 2024 förklarades främst av minskade personal- och konsultkostnader. Antalet anställda uppgick till 145 (150) under det första kvartalet 2025.

Förbättrat rörelseresultat

Rörelseresultatet för det första kvartalet uppgick till 19,9 (1,4) miljoner kronor med ett starkare bruttore-sultat, minskade kostnader för lager och distribution, samt lägre administrations- och övriga rörelsekostnader som drivare till rörelseresultatförbättringen. Marknadsföringskostnader ökade samtidigt i kvartalet.

Finansnetto

Finansnettot uppgick till -3,7 (-3,6) miljoner kronor under det första kvartalet 2025. Kostnaden för kvartalet är primärt hänförlig till avskrivningar av leasingsskuld.

Resultat efter skatt

Resultatet efter skatt för det första kvartalet 2025 uppgick till 16,3 (-1,9) miljoner kronor. Det förbättrade resultatet efter skatt för det första kvartalet är hänförligt till ett starkare rörelseresultat, primärt drivet av ett starkare bruttore-sultat.

Ökat lagervärde

Lagervärdet per 31 mars 2025 uppgick till 202,8 (174,5) miljoner. Det ökade lagervärdet är kopplat till ett strategiskt beslut att tidigarelägga inköp för att undvika att stå tomma på satsningsprodukter under vår- och sommarsäsongen. Lager som andel av nettoomsättningen rullande 12 månader, uppgick till 18,1% (16,6%).

Kassaflöde och likvida medel

Kassaflödet från rörelsen uppgick till -13,0 (-4,6) miljoner kronor under det första kvartalet 2025. Förändringen sett mot samma kvartal föregående år beror främst på ökad lageruppbyggnad medan ett starkare resultat bidrog positivt till kassaflödet från rörelsen.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -3,5 (-9,6) miljoner kronor under det första kvartalet 2025. Investeringarna är primärt hänförliga till IT- och teknikrelaterade investeringar. Sammantaget minskade investeringarna under kvartalet sett mot samma kvartal föregående år.

Kassaflödet om -7,7 (-11,0) miljoner kronor från finansieringsverksamheten i det första kvartalet kan härledas till amortering av leasingsskuld.

Likvida medel uppgick 31 mars 2025 till 172,6 (96,0) miljoner kronor. Vid kvartalets slut uppgick uppskov med arbetsgivaravgifter och skattebetalningar till 95,3 (108,7) miljoner kronor.

Totala tillgångar per balansdagen uppgick till 846,5 (800,8) miljoner kronor drivet av starkare kassa och ökat lagervärde. Det egna kapitalet per 31 mars 2025 uppgick till 253,4 (176,6) miljoner kronor, vilket motsvarade en soliditet om 29,9% (22,1%).

Moderbolaget

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

Administrationskostnaderna uppgick till 2,3 (2,0) miljoner kronor för perioden januari till mars 2025.

Moderbolagets resultat före skatt för perioden januari till mars 2025 uppgick till -2,3 (-2,2) miljoner kronor.

Moderbolagets likvida medel uppgick till 7,9 miljoner kronor den 31 mars 2025, att jämföra med 6,1 miljoner kronor samma kvartal föregående år.

Övrig information

Aktien

Per den 31 mars 2025 hade Nelly Group 30 494 832 emitterade aktier, varav 30 026 125 stamaktier och 468 707 C-aktier. Aktiekapitalet är 30 494 832 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 31 mars 2025 uppgick till 1 026 miljoner kronor.

Organisation

Genomsnittligt antal anställda under kvartalet uppgick till 145 (150), varav 63% (62%) 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	3,7%
eQ Asset Management Oy	2,1%
Klas Bengtsson	1,8%
Nelly Group AB***	1,7%
Alexander Eskilsson	1,6%
Nordnet Pensionsförsäkring	1,5%
Handelsbanken Fonder	0,6%
Övriga ägare	26,7%
Total	100%

* Baserat på Monitors ägarsammansättning för mars 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.

Årsstämma 2025

Årstämman kommer att hållas den 23 maj 2025. Ytterligare information finns på [Nelly Groups webbplats](#).

Revisorsgranskning

Denna kvartalsrapport 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.

Helena Karlinder-Östlundh
VD

Webbsändning av delårsrapporten

Presentation av det första kvartalet sker 24 april 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. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande 24 april 2025 klockan 08:00.

Resultaträkning för koncernen i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q1 25	Q1 24	R12	2024
Nettoomsättning	247,8	222,2	1 119,8	1 094,3
Kostnad sålda varor	-119,9	-113,1	-519,8	-512,9
Bruttoresultat	127,8	109,1	600,1	581,4
Bruttomarginal	51,6%	49,1%	53,6%	53,1%
Lagerhanterings- och distributionskostnader	-30,3	-32,4	-140,9	-142,9
Marknadsföringskostnader	-24,4	-21,3	-120,1	-117,0
Administrations- och övriga rörelsekostnader	-53,1	-54,1	-227,5	-228,4
Rörelseresultat	19,9	1,4	111,6	93,1
Rörelsemarginal	8,0%	0,6%	10,0%	8,5%
Finansnetto	-3,7	-3,6	-10,8	-10,8
Resultat före skatt	16,2	-2,2	100,8	82,3
Skatt	0,1	0,3	0,9	1,1
Resultat efter skatt	16,3	-1,9	101,7	83,4
Hänförligt till				
Moderbolagets aktieägare	16,3	-1,9	101,7	83,4
Utestående aktier vid periodens slut (miljoner)	30,0	30,0	30,0	30,0
Genomsnittligt antal utestående aktier (miljoner)	30,0	30,0	30,0	30,0
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning (miljoner)	30,0	30,0	30,0	30,0
Resultat per aktie före/efter utspädning (Kronor)	0,54	-0,06	3,39	2,78

Koncernens totalresultat

(Miljoner kronor)	Q1 25	Q1 24	R12	2024
Poster som återförts eller kan återföras till periodens resultat				
Periodens omräkningsdifferenser	-	-	-	-
Periodens totalresultat	16,3	-1,9	101,7	83,4
Summa totalresultat hänförligt till				
Moderbolagets ägare	16,3	-1,9	101,7	83,4
Periodens totalresultat	16,3	-1,9	101,7	83,4
Utestående aktier vid periodens slut (miljoner)	30,0	30,0	30,0	30,0
Genomsnittligt antal utestående aktier (miljoner)	30,0	30,0	30,0	30,0
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning (miljoner)	30,0	30,0	30,0	30,0

Koncernens finansiella ställning i sammandrag

(Miljoner kronor)	2025-03-31	2024-03-31	2024-12-31
Anläggningstillgångar			
Goodwill	39,7	39,7	39,7
Övriga immateriella anläggningstillgångar	37,9	34,6	38,3
Materiella anläggningstillgångar	11,7	15,9	12,6
Nyttjanderättstillgångar	230,1	257,9	238,4
Uppskjuten skattefordran (Se not 4)	76,3	75,4	76,2
Depositioner (Se not 5)	37,0	41,2	38,0
Summa anläggningstillgångar	432,7	464,8	443,3
Omsättningstillgångar			
Varulager	202,8	174,5	172,6
Kortfristiga ej räntebärande fordringar	38,4	65,6	55,0
Likvida medel (Se not 5)	172,6	96,0	196,9
Summa omsättningstillgångar	413,8	336,1	424,6
Summa tillgångar	846,5	800,8	867,8
Eget kapital			
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	253,4	176,6	237,1
Summa eget kapital	253,4	176,6	237,1
Långfristiga skulder			
Ej räntebärande			
Avsättningar	0,0	0,0	0,0
Övriga skulder	42,9	-	42,9
Räntebärande			
Leasingskulder	217,7	177,8	224,6
Summa långfristiga skulder	260,6	177,8	267,5
Kortfristiga skulder			
Räntebärande			
Leasingskulder	34,9	98,3	35,8
Ej räntebärande			
Leverantörsskulder	111,8	105,1	85,4
Övriga skulder	59,1	105,8	81,0
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	126,8	137,2	161,1
Summa kortfristiga skulder	332,5	446,5	363,3
Summa eget kapital och skulder	846,5	800,8	867,8

Rapport över förändringar i eget kapital i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q1 25	Q1 24	2024
Ingående balans	237,1	178,6	178,6
Periodens totalresultat	16,3	-1,9	83,4
Effekter av långsiktiga incitamentsprogram	0,0	-0,1	0,0
Utdelning	-	-	-24,9
Utgående balans	253,4	176,6	237,1

Rapport över kassaflöden i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q1 25	Q1 24	2024
Kassaflöde löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet	29,4	11,7	140,0
Förändringar i rörelsekapitalet	-42,4	-16,3	14,5
Kassaflöde från rörelsen	-13,0	-4,6	154,5
Investeringar i anläggningstillgångar	-3,5	-9,6	-22,4
Kassaflöde till/från investeringsverksamheten	-3,5	-9,6	-22,4
Amortering av leasingskuld	-7,7	-7,8	-31,5
Förändringar i finansiella tillgångar	-	-3,2	-
Utdelning	-	-	-24,9
Kassaflöde till/från finansieringsverksamheten	-7,7	-11,0	-56,4
Periodens förändring av likvida medel	-24,2	-25,2	75,8
Likvida medel vid periodens början	196,9	121,1	121,1
Omräkningsdifferens likvida medel	-	-	-
Likvida medel vid periodens slut	172,6	96,0	196,9

Avskrivningar av anläggningstillgångar

(Miljoner kronor)	Q1 25	Q1 24	2024
Avskrivningar av materiella anläggningstillgångar	-1,1	-1,2	-4,9
Avskrivningar av immateriella anläggningstillgångar	-3,8	-2,2	-10,9
Avskrivningar (ej inkluderat IFRS 16)	-4,9	-3,4	-15,8
Avskrivningar av nyttjanderättstillgångar	-8,3	-9,3	-36,7
Avskrivningar (Inkluderat IFRS 16)	-13,2	-12,7	-52,5

Nettoomsättning per geografiskt område

(Miljoner kronor)	Q1 25	Q1 24	2024
Sverige	126,5	112,6	559,0
Norden, inklusive Sverige	239,8	219,2	1 077,7
Övriga världen	7,9	3,0	16,6
Alla regioner	247,8	222,2	1 094,3



Resultaträkning för moderbolaget i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q1 25	Q1 24	2024
Nettoomsättning	-	-	1,8
Bruttoresultat	-	-	1,8
Administrationskostnader	-2,3	-2,0	-10,1
Rörelseresultat	-2,3	-2,0	-8,3
FINANSIELLA INTÄKTER OCH KOSTNADER			
Finansnetto	-0,1	-0,2	-0,6
Resultat efter finansiella poster	-2,3	-2,2	-8,9
BOKSLUTSDISPOSITIONER			
Mottagna koncernbidrag	-	-	102,0
Resultat före skatt	-2,3	-2,2	93,1
Skatt	-	-	-
Periodens resultat*	-2,3	-2,2	93,1

* Periodens resultat = Moderbolagets totalresultat



Moderbolagets finansiella ställning i sammandrag

(Miljoner kronor)	2025-03-31	2024-03-31	2024-12-31
Anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	247,1	247,1	247,1
Uppskjuten skattefordran	71,7	71,7	71,7
Summa anläggningstillgångar	318,8	318,8	318,8
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga ej räntebärande fordringar	2,4	2,5	1,7
Fordringar från dotterbolag	38,6	-	38,8
Summa kortfristiga fordringar	41,0	2,5	40,5
Kassa och bank	7,9	6,1	10,5
Summa likvida medel	7,9	6,1	10,5
Summa omsättningstillgångar	48,9	8,6	51,1
Summa tillgångar	367,7	327,4	369,8
Eget kapital			
Bundet eget kapital	31,3	31,3	31,3
Fritt eget kapital	324,9	256,8	327,3
Summa eget kapital	356,2	288,1	358,6
Långfristiga skulder			
Ej räntebärande			
Avsättningar	0,0	0,0	0,0
Övriga skulder	8,5	-	8,5
Summa långfristiga skulder	8,5	0,0	8,5
Kortfristiga skulder			
Skulder till koncernföretag	-	27,0	-
Ej räntebärande skulder	3,0	12,2	2,8
Summa kortfristiga skulder	3,0	39,3	2,8
Summa skulder	11,5	39,3	11,3
Summa eget kapital och skulder	367,7	327,4	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, fraktavgifter, 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 708,9 (720,7) 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 görs för att bättre spegla bolagets faktiska ekonomiska förutsättningar.





Finansiell kalender

Årsredovisningen kommer
publiceras den 30 april 2025

Årsstämma kommer
att hållas den 23 maj 2025

Delårsrapporten för andra kvartalet 2025
presenteras 15 juli 2025

Delårsrapporten för tredje kvartalet 2025
presenteras 23 oktober 2025



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