



Halvårsrapport 2023

1 JANUARI TILL 30 JUNI

NELLY

Nelly Group halvårsrapport 2023

Q2 2023 - Kvartalet i korthet

- Nettoomsättningen uppgick till 288,6 (339,4) miljoner kronor, vilket motsvarade -15,0% (-14,5%)
- Bruttoresultatet uppgick till 141,4 (161,4) miljoner kronor vilket motsvarade en bruttomarginal om 49,0% (47,6%)
- Rörelseresultatet uppgick till 7,7 (-18,5) miljoner kronor, vilket motsvarade en rörelsemarginal på 2,7% (-5,5%)
- Resultatet efter skatt uppgick till 4,5 (-19,4) miljoner kronor och resultatet per aktie uppgick till 0,17 (-1,07) kronor

H1 2023 - Första halvåret i korthet

- Nettoomsättningen uppgick till 522,8 (627,5) miljoner kronor, vilket motsvarade -16,7% (-11,4%)
- Bruttoresultatet uppgick till 237,2 (288,9) miljoner kronor vilket motsvarar en bruttomarginal om 45,4% (46,0%)
- Rörelseresultatet uppgick till -26,0 (-42,4) miljoner kronor, vilket motsvarade en rörelsemarginal på -5,0% (-6,8%)
- Resultatet efter skatt uppgick till -30,3 (-47,9) miljoner kronor och resultatet per aktie uppgick till -1,36 (-2,66) kronor

”Det omfattande transformationsarbete vi inledde förra året börjar nu ge effekt och vi ser tydliga första tecken på att vi rör oss i rätt riktning”

Helena Karlinder-Östlundh, tillförordnad VD Nelly Group AB



VDs kommentar

Tydliga första tecken i rätt riktning

Det omfattande transformationsarbete som inleddes förra året börjar nu ge effekt, med tydliga första tecken på förbättringar i rätt riktning. Under andra kvartalet ökade bruttomarginalen jämfört med föregående år till 49,0% (47,6%) och vi uppnådde ett positivt resultat efter skatt på 4,5 miljoner kronor trots att nettoomsättningen minskade med 15%.

Vi noterade under kvartalet positiva effekter av det sortimentsarbete som under det senaste året har varit en stor del av vår omställningsresa. Försäljningen av våra egna varumärken ökade till 41,2% (38,8%) av den totala försäljningen och kvartalets starkaste Nelly produkter sålde i större kvantiteter än toppsäljarna föregående år. Även omställningen mot en mer gynnsam balans mellan party- och vardagsmode i produktmixen fortsatta och vår position förbättrades inom flera kategorier, framför allt på byxor som levererade en stark säsong. Produktmixen påverkade den totala returgraden positivt under kvartalet och returerna minskade även inom nästan samtliga kategorier mot föregående år.

Redan under årets första kvartal märktes effekterna av en förbättrad kostnadskontroll inom flera områden i bolaget och denna trend fortsatte även under andra kvartalet. Vi sänkte våra löpande kostnader inom lager- och logistikverksamheten och såg framför allt tydligt minskade marknadsförings- och personalkostnader jämfört med föregående år. Vi har åstadkommit avsevärda förbättringar i våra arbetssätt och nu byggt en mer effektiv organisation som även framåt kommer fortsätta optimera kostnadsbasen.

Ytterligare förstärkning av vårt kunderbjudande

Sedan omställningen mot ett mer träffsäkert och överskådligt produktutbud påbörjades har vi i ännu större utsträckning än tidigare satsat på våra egna varumärken och minskat variantsbredden för att göra det enklare för kunden att hitta rätt. Vi har under perioder även valt att driva försäljning genom prissänkningar för att säkerställa en god genomförsäljning av lagret under transformationen. Det har skett stora förändringar redan men vi behöver även framåt fokusera på att ytterligare stärka kunderbjudandet. Visserligen bibehölls konverteringsgraden under kvartalet mot föregående år på 2,3% men snittkundkorgen minskade till 764 kronor (831

kronor), vilket betyder att både vårt utbud och våra prispunkter behöver bli ännu mer träffsäkra framåt för att skapa merförsäljning. Omställningsarbetet fortsätter även här och vi ser fram emot att kunna presentera ett starkt höst- och vintersortiment under andra halvåret.

I juni kunde vi med glädje tillkännage att en ny Nelly flagship butik öppnar på Drottninggatan i Stockholm under hösten. E-handeln är fortsatt vår huvudsakliga affär och en fysisk butik ger oss nu ytterligare möjligheter både att fördjupa relationen med våra befintliga kunder och att vinna nya kunder som ännu inte upptäckt Nelly.

Fortsatt fokus på lönsamhet i kärnaffären

Vi går nu in i andra halvåret stärkta av ett positivt kvartal men med oförminskad omställningshastighet. Verkställandet av vår transformationsplan fortsätter med ytterligare ökat fokus på förbättringar i vårt systemlandskap där vi prioriterar de delar som skapar en bättre kundupplevelse och förenklar interna arbetssätt. Jag vill ta detta tillfälle i akt att rikta ett stort tack till vårt fantastiska Nelly team som outtröttligt samarbetat för att driva omställningen så här långt och som jag vet nu kommer ta sig an andra halvåret med lika mycket kraft och målmedvetenhet.

Helena Karlinder-Östlund,
tillförordnad VD Nelly Group AB



Nyckeltal och alternativa nyckeltal

	Q2 22	Q2 23	H1 22	H1 23
Nettoomsättningstillväxt	-14,5%	-15,0%	-11,4%	-16,7%
Bruttomarginal	47,6%	49,0%	46,0%	45,4%
Lagerhanterings- och distributionskostnader som andel av nettoförsäljning	15,9%	17,0%	16,5%	17,6%
Marknadsföringskostnader som andel av nettoförsäljning	12,6%	10,2%	12,6%	10,2%
Rörelsemarginal	-5,5%	2,7%	-6,8%	-5,0%
Returgrad	40,6%	38,0%	38,2%	37,9%
Lager som andel av nettoomsättning R12	18,5%	15,2%	18,5%	15,2%
Försäljningsandel egna varumärken	38,8%	41,2%	36,7%	38,8%
Antal aktiva kunder i Norden R12 (000)	1 099	1 055	1 099	1 055
Antal besök i Norden (000)	26 345	23 231	49 287	45 492
Antal ordrar i Norden (000)	613	536	1 133	971
Genomsnittlig kundkorg i Norden	831	764	798	763
Konverteringsgrad i Norden	2,3%	2,3%	2,3%	2,1%
Antal anställda	223	165	221	167
Andel kvinnliga anställda	64%	60%	64%	61%

* Beräkningarna för alternativa nyckeltal kan skilja mellan olika företag och måtten beskrivs i tabellen för alternativa nyckeltal på sidan 17



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 vibrerande kundbas främst bestående av unga kvinnor i Norden. Med 2,3 miljoner medlemmar på Nelly.com i Norden och 1,3 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 1,1 miljoner aktiva kunder i Norden som årligen placerar 2,1 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 Nelly-kvinnan

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.

Med "Celebrate the fab you" som vår kärna är vi fast beslutna att alltid lyfta och uppmuntra kvinnor runt omkring oss att uttrycka sig själva och fira livet – oavsett tillfälle!



A woman with dark hair, wearing a black long-sleeved dress and large earrings, is posing with her arms raised in a circular frame. She is standing by a body of water with a rocky shoreline in the background under a blue sky with light clouds. The lighting is warm, suggesting late afternoon or early morning.

Finansiell kalender

Kvartalsrapporten för det tredje kvartalet
presenteras 26 oktober 2023

Bokslutskommunikén för 2023
presenteras 2 februari 2024

Andra kvartalet och första halvåret förklarar

Minskad omsättning men förbättrad returgrad

Nettoomsättningen för andra kvartalet 2023 uppgick till 288,6 (339,4) miljoner kronor vilket motsvarade -15,0%. Minskningen förklaras huvudsakligen av lägre B2C försäljning innan returer, men även minskad B2B försäljning påverkade nettoomsättningen negativt under kvartalet. Lägre returgrad, ökade fraktintäkter och inkomster från lageruthyrning bidrog samtidigt positivt till nettoomsättningen sett mot samma period 2022. Andelen av försäljningen av egna varumärken ökade till 41,2% (38,8%) under det andra kvartalet 2023 som en del av den pågående sortimentsförändringen. Nettoomsättningen i det andra kvartalet uppgick till -14,6% i lokala valutor.

Returgraden för det andra kvartalet 2023 uppgick till 38,0% (40,6%). Minskningen i returgrad förklarades huvudsakligen av en mer gynnsam såld produktmix, men också förbättringar inom kategorier.

Nettoomsättningen för första halvåret 2023 uppgick till 522,8 (627,5) miljoner kronor, en minskning om -16,7% (-11,4%) i lokala valutor minskade omsättningen -16,3%

Förbättrad bruttomarginal under andra kvartalet

Bruttomarginalen ökade under andra kvartalet 2023 till 49,0% (47,6%). Ökad försäljning av egna varumärken, högre fraktintäkter och lägre tull och fraktkostnader bidrog positivt till bruttomarginalen jämfört med andra kvartalet föregående år. Bruttomarginalen påverkades samtidigt negativt av valutaeffekter och ökad kampanjaktivitet mot kund under andra kvartalet 2023.

Bruttomarginalen minskade under det första halvåret 2023 till 45,4% (46,0%) där valutaeffekter och ökad kampanjaktivitet mot kund inte vägdes upp av bruttomarginalförbättringen under det andra kvartalet 2023.

Minskade kostnader för lagerhantering och distribution

Lagerhanterings- och distributionskostnader uppgick till 48,9 (53,9) miljoner kronor under årets andra kvartal. De minskade kostnaderna för lager och distribution var drivet av lägre hanterade volymer. Mätt som andel av nettoomsättning-

en uppgick kostnaden till 17,0% (15,9%).

Fasta kostnader, kostnader hänförliga till lageruthyrningsverksamhet och minskad B2B försäljning med lägre distributionskostnad bidrog negativt mätt som andel av nettoomsättningen.

Lagerhanterings- och distributionskostnader uppgick till 92,0 (103,3) miljoner kronor under första halvåret 2023. Kostnadsminskningen var likt andra kvartalet primärt driven av lägre hanterade volymer.

Lägre marknadsföringskostnader

Marknadsföringskostnaderna uppgick till 29,3 (42,9) miljoner kronor under det andra kvartalet 2023. Huvudförklaringen till de lägre kostnaderna för marknadsföring i det andra kvartalet är färre varumärkesbyggande aktiviteter, samt att mindre betald trafik har köpts in. Mätt som andel av nettoomsättningen uppgick kostnaden till 10,2% (12,6%) i både andra kvartalet och första halvåret 2023.

Lägre administrations- och rörelsekostnader

Nelly Groups administrations- och övriga rörelsekostnader uppgick under det andra kvartalet till 55,4 (83,1) miljoner kronor. Minskningen jämfört med andra kvartalet 2022 förklarades främst av lägre lönekostnader där det andra kvartalet 2022 belastades av avsättningar till avgående ledningsgruppsmedlemmar. Genomförda kostnadsbesparingsprogram bidrog även det starkt till lägre administrations och rörelsekostnader under kvartalet.

Administrations och övriga rörelsekostnader uppgick till 117,9 (148,8) under det första halvåret 2023 med lägre lönekostnader som primär drivare till kostnadsminskningen.

Förbättrat rörelseresultat

Rörelseresultatet för det andra kvartalet uppgick till 7,7 (-18,5) miljoner kronor.

Rörelseresultatet för det första halvåret uppgick till -26,0 (-42,4) miljoner kronor.

Resultat efter skatt

Resultatet efter skatt för det andra kvartalet 2023 uppgick till 4,5 (-19,4) miljoner kronor. Det förbättrade resultatet efter skatt för det andra

kvartalet är primärt hänförligt till ett starkare rörelseresultat. Resultatet efter skatt för det första halvåret 2023 uppgick till -30,3 (-47,9) miljoner kronor.

Minskat lagervärde

Lagervärdet per 30 juni 2023 uppgick till 182,0 (249,9) miljoner. Lager som andel av nettoomsättningen rullande 12 månader, uppgick till 15,2% (18,5%).

Kassaflöde och likvida medel

Kassaflödet från rörelsen uppgick till 76,7 (42,6) miljoner kronor under det andra kvartalet 2023. Förändringen jämfört med motsvarande period 2022 förklaras av förbättrat kassaflöde från den löpande verksamheten och lägre kapitalbindning i lager.

Kassaflödet från rörelsen uppgick till 22,6 (94,2) miljoner kronor under det första halvåret 2023. Förändringen jämfört med motsvarande period 2022 förklaras av förändringar i rörelsekapitalet och förbättrat kassaflöde från den löpande verksamheten.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -2,4 (-3,6) miljoner kronor under det andra kvartalet 2023. Beloppet om -2,4 härör främst till IT och teknikrelaterade investeringar.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -3,0 (-7,8) miljoner kronor under det första halvåret 2023. Beloppet om -3,0 härör som för kvartalet främst till IT och teknikrelaterade investeringar.

Förbättringen av kassaflödet i det andra kvartalet 2023 om 38,9 (-6,3) miljoner kronor från finansieringsverksamheten kan primärt härledas till den företrädesemission som slutfördes under det andra kvartalet 2023.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten under det första halvåret 2023 uppgick till 32,5 (-12,4) miljoner kronor med företrädesemissionen som drivare.

Likvida medel uppgick 30 juni 2023 till 150,2 (83,3) miljoner kronor. Vid kvartalets slut uppgick uppskov med arbetsgivaravgifter och skattebetalningar till 116,5 (55,4) miljoner kronor. 30 juni 2023 uppgick tillgångarna till 797,5 (853,8) miljoner kronor. Det egna kapitalet uppgick till 149,4 miljoner kronor jämfört med 157,1 miljoner kronor 30 juni föregående år vilket motsvarar en soliditet om 18,7% respektive 18,4% 30 juni föregående år.

Moderbolaget

Moderbolaget Nelly Group AB (publ) rapporterade en omsättning under det andra kvartalet 2023 på 0,0 (0,0) miljoner kronor och motsvarande för första halvåret 2023.

Administrationskostnaderna uppgick till 3,5 (4,2) miljoner kronor under det andra kvartalet 2023 och 5,6 (6,7) miljoner kronor under det första halvåret

Moderbolagets resultat före skatt för det andra kvartalet 2023 uppgick till -3,5 (-4,2) miljoner kronor och motsvarande siffra för första halvåret 2023 var -5,6 (-6,7) miljoner kronor.

Moderbolagets likvida medel uppgick till 11,4 miljoner kronor den 30 juni 2023, att jämföra med 2,3 miljoner kronor vid årsskiftet 2022 och 5,5 miljoner kronor 30 juni 2022.



Övrig information

Nelly Groups aktie

Per den 30 juni 2023 hade Nelly Group 30 483 985 emitterade aktier, varav 30 015 278 stamaktier och 468 707 C-aktier. Aktiekapitalet är 30 015 278 SEK och varje aktie hade ett kvotvärde på 1,00 SEK. C-aktierna innehas av Nelly Group AB och får inte vara representerade vid bolagsstämman. Nelly Group AB hade vid kvartalet slut 42 747 B-aktier i eget förvar efter att ha återlämnats av tidigare deltagare i Ägarprogram 2020.

Information om Nelly Groups företrädesemission som genomfördes under det första halvåret 2023 finns på [Nelly Groups webbplats](#).

Närstående transaktioner

Nelly har under kvartalet köpt konsulttjänster om 1,2 miljoner kronor från Wahsel AB som ägs av Nellys interim CFO.

Revision

Denna halvårsrapport 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 2022 sida 50-52.

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, 14 juli 2023

Ebba Ljungerud
Styrelsens ordförande

Axel Medefelt
Styrelseledamot

Stefan Palm
Styrelseledamot

Josephine Salenstedt
Styrelseledamot

Lennart Sparud
Styrelseledamot

Daniel Hörnqvist
Styrelseledamot

Helena Karlinder-Östlundh
Tillförordnad verkställande direktör

Webbsändning av halvårsrapporten

Presentation av det andra kvartalet sker 14 juli kl 9:00 och analytiker, investerare och media är inbjudna till [webbsändningen](#). Presentationen kommer att hållas på engelska av Helena Karlinder-Östlundh, tillförordnad VD och Ola Wahlström, interim 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 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

Ola Wahlström, interim CFO
ir@nelly.com
+46 70 002 22 48
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 14 juli 2023 klockan 08:00.

Resultaträkning för koncernen i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q2 22	Q2 23	H1 22	H1 23	R12
Nettoomsättning	339,4	288,6	627,5	522,8	1 194,3
Kostnad sålda varor	-178,0	-147,2	-338,6	-285,5	-679,7
Bruttoresultat	161,4	141,4	288,9	237,2	514,6
<i>Bruttomarginal</i>	47,6%	49,0%	46,0%	45,4%	43,1%
Lagerhanterings- och distributionskostnader	-53,9	-48,9	-103,3	-92,0	-193,8
Marknadsföringskostnader	-42,9	-29,3	-79,2	-53,4	-122,1
Administrations- och övriga rörelsekostnader	-83,1	-55,4	-148,8	-117,9	-238,3
Rörelseresultat	-18,5	7,7	-42,4	-26,0	-39,7
<i>Rörelsemarginal</i>	-5,5%	2,7%	-6,8%	-5,0%	-3,3%
Finansnetto	-1,2	-3,5	-6,3	-5,1	-14,2
Resultat före skatt	-19,8	4,2	-48,7	-31,0	-53,9
Skatt	0,4	0,3	0,8	0,7	-0,2
Resultat efter skatt	-19,4	4,5	-47,9	-30,3	-54,1
Hänförligt till					
Moderbolagets aktieägare	-19,4	4,5	-47,9	-30,3	-54,1
Utestående aktier vid periodens slut (miljoner)	18,0	30,0	18,0	30,0	30,0
Genomsnittligt antal utestående aktier (miljoner)	18,0	26,5	18,0	22,3	20,1
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning (miljoner)	18,0	26,5	18,0	22,3	20,1
Resultat per aktie före och efter utspädning (Kronor)	-1,07	0,17	-2,66	-1,36	-2,69

Koncernens totalresultat

(Miljoner kronor)	Q2 22	Q2 23	H1 22	H1 23	R12
Poster som återförts eller kan återföras till periodens resultat					
Periodens omräkningsdifferenser	-0,8	0,4	0,3	-1,3	1,0
Summa totalresultat för perioden	-20,2	4,9	-47,6	-31,6	-53,1
Summa totalresultat hänförligt till					
Moderbolagets ägare	-20,2	4,9	-47,6	-31,6	-53,1
Summa totalresultat för perioden	-20,2	4,9	-47,6	-31,6	-53,1
Utestående aktier vid periodens slut (miljoner)	18,0	30,0	18,0	30,0	30,0
Genomsnittligt antal utestående aktier (miljoner)	18,0	26,5	18,0	22,3	20,1
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning (miljoner)	18,0	26,5	18,0	22,3	20,1

Koncernens finansiella ställning i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q2 22	Q2 23	2021	2022
Anläggningstillgångar				
Goodwill	39,7	39,7	39,7	39,7
Övriga immateriella anläggningstillgångar	25,2	20,6	21,1	23,9
Materiella anläggningstillgångar	13,6	10,7	15,1	11,9
Leasingtillgångar	299,9	268,0	313,5	284,3
Uppskjuten skattefordran ⁴	74,6	74,5	73,8	73,8
Depositioner	6,1	8,0	6,1	6,0
Summa anläggningstillgångar	459,1	421,6	469,4	439,7
Omsättningstillgångar				
Varulager	249,9	182,0	205,0	225,6
Kortfristiga ej räntebärande fordringar	61,5	43,7	53,6	75,2
Likvida medel	83,3	150,2	197,5	96,8
Summa omsättningstillgångar	394,7	375,9	456,1	397,5
Summa tillgångar	853,8	797,5	925,4	837,2
Eget kapital				
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	157,1	149,4	204,4	133,6
Summa eget kapital	157,1	149,4	204,4	133,6
Långfristiga skulder				
Ej räntebärande				
Övriga avsättningar	0,0	0,0	0,0	0,0
Räntebärande				
Leasingskulder	251,6	208,6	266,3	232,6
Summa långfristiga skulder	251,6	208,6	266,3	232,6
Kortfristiga skulder				
Räntebärande				
Leasingskulder	54,9	72,9	50,1	62,0
Ej räntebärande				
Leverantörsskulder	127,6	85,6	144,3	143,2
Övriga skulder	80,3	120,4	90,0	112,0
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	182,3	160,5	170,3	153,8
Summa kortfristiga skulder	445,1	439,5	454,7	471,1
Summa eget kapital och skulder	853,8	797,5	925,4	837,2

Rapport över förändringar i eget kapital i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q2 22	Q2 23	2021	2022
Ingående balans	177,3	97,1	249,8	204,4
Periodens totalresultat	-20,2	4,9	-45,9	-70,9
Effekter av långsiktiga incitamentsprogram	0,0	0,0	0,5	0,1
Företrädesemission	-	47,4	-	-
Utgående balans	157,1	149,4	204,4	133,6

Rapport över kassaflöden i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q2 22	Q2 23	H1 22	H1 23
Kassaflöde löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet	-11,3	16,1	-28,4	-9,7
Förändringar i rörelsekapitalet	53,9	60,6	-65,8	32,4
Kassaflöde från rörelsen	42,6	76,7	-94,2	22,6
Investeringar i anläggningstillgångar	-3,6	-2,4	-7,8	-3,0
Kassaflöde till/från investeringsverksamheten	-3,6	-2,4	-7,8	-3,0
Företrädesemission	-	47,4	-	47,4
Amortering av leasingskuld	-6,3	-6,5	-12,4	-12,9
Förändringar i finansiella tillgångar	0,0	-2,0	0,0	-2,0
Kassaflöde till/från finansieringsverksamheten	-6,3	38,9	-12,4	32,5
Periodens förändring av likvida medel	32,8	113,3	-114,3	52,1
Likvida medel vid periodens början	50,9	35,8	197,5	96,8
Omräkningsdifferens likvida medel	-0,4	1,2	0,2	1,3
Likvida medel vid periodens slut	83,3	150,2	83,3	150,2

Avskrivningar av anläggningstillgångar

(Miljoner kronor)	Q2 22	Q2 23	H1 22	H1 23
Avskrivningar av materiella anläggningstillgångar	-0,8	-0,8	-1,7	-1,7
Avskrivningar av immateriella anläggningstillgångar	-1,6	-2,9	-3,3	-5,8
Avskrivningar (ej inkluderat IFRS 16)	-2,4	-3,8	-5,0	-7,5
Avskrivningar av nyttjanderättstillgångar	-8,1	-8,1	-16,2	-16,2
Avskrivningar (Inkluderat IFRS 16)	-10,5	-11,9	-21,2	-23,7

Nettoomsättning per geografiskt område

(Miljoner kronor)	Q2 22	Q2 23	H1 22	H1 23
Sverige	163,2	153,8	298,1	270,1
Norden, inklusive Sverige	327,3	283,4	600,0	512,1
Övriga världen	12,0	5,2	27,5	10,6
Alla regioner	339,4	288,6	627,5	522,8



Resultaträkning för moderbolaget i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q2 22	Q2 23	H1 22	H1 23	R12
Nettoomsättning	-	-	-	-	2,0
Bruttoresultat	-	-	-	-	2,0
Administrationskostnader	-4,2	-3,5	-6,7	-5,6	-11,0
Rörelseresultat	-4,2	-3,5	-6,7	-5,6	-9,0
FINANSIELLA INTÄKTER OCH KOSTNADER					
Finansnetto	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
Resultat efter finansiella poster	-4,2	-3,5	-6,7	-5,6	-8,9
BOKSLUTSDISPOSITIONER					
Lämnade koncernbidrag	-	-	-	-	-60,0
Resultat före skatt	-4,2	-3,5	-6,7	-5,6	-68,9
Skatt	-	-	-	-	-
Periodens resultat*	-4,2	-3,5	-6,7	-5,6	-68,9

* Periodens resultat = Moderbolagets totalresultat



Moderbolagets finansiella ställning i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q2 22	Q2 23	2021	2022
Anläggningstillgångar				
Andelar i koncernföretag	253,1	247,1	253,1	253,1
Uppskjuten skattefordran	71,7	71,7	71,7	71,7
Summa anläggningstillgångar	324,8	318,8	324,8	324,8
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga ej räntebärande fordringar	3,3	3,4	2,3	2,3
Summa kortfristiga fordringar	3,3	3,4	2,3	2,3
Kassa och bank	5,5	11,4	4,7	2,3
Summa likvida medel	5,5	11,4	4,7	2,3
Summa omsättningstillgångar	8,8	14,9	7,0	4,6
Summa tillgångar	333,6	333,6	331,7	329,4
Eget kapital				
Bundet eget kapital	185,8	31,3	185,8	185,8
Fritt eget kapital	107,9	242,1	114,3	44,4
Summa eget kapital	293,6	273,4	300,1	230,1
Avsättningar				
Övriga avsättningar	0,0	0,0	0,0	0,0
Summa avsättningar	0,0	0,0	0,0	0,0
Kortfristiga skulder				
Skulder till koncernföretag	37,7	48,1	29,5	98,2
Ej räntebärande skulder	2,3	12,1	2,1	1,1
Summa kortfristiga skulder	39,9	60,2	31,6	99,3
Summa skulder	39,9	60,2	31,7	99,3
Summa eget kapital och skulder	333,6	333,6	331,7	329,4

Definitioner av nyckeltal och alternativa nyckeltal

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

Bruttoresultatet dividerat med nettopsättningen. Bruttomarginal är samma mått som Nelly Group tidigare beskrev som produktmarginal. Mer information om vad som ingår i nettopsättningen 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 nettopsättningen R12 - ett mått på hur väl vi planerar och köper in våra varor

Utgående lagervärde för perioden dividerat med nettopsättningen (rullande tolv månader).

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

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

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

Beräknat genom att ställa periodens schemalagda tid mot periodens arbetade timmar illsammans 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, fraktavgifter, returavgifter och övriga intäkter

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

Inkluderar produktkostnad, inkommande frakt, tull 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 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 finansiell rapporterings rekommendation RFR 2 "Redovisning för juridisk person".

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

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.

Not 4 – Uppskjuten skattefordran

71,7 (73,2) 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.

Per 31 december 2022 hade koncernen redovisade underskottsavdrag om 720,7 miljoner kronor. För mer information, se, not 7 i årsredovisningen för 2022.



**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