



Pressmeddelande 2026-08-27

Delårsrapport | april - juni 2026

Euroflorist 2.0 Obligation AB (publ) orgnr. 559333 - 6174

I korthet – april till juni

- Nettoomsättningen för kvartalet uppgick till 175,8 mSEK (164,9 mSEK), en ökning med 10,9 mSEK eller 6,6 % jämfört med motsvarande period föregående år.
- Valuta har påverkat nettoomsättningen positivt med 0,5 % motsvarande 0,8 mSEK i perioden.
- Justerad EBITDA uppgick till 9,5 mSEK (8,8 mSEK), en ökning med 0,7 mSEK jämfört med motsvarande period föregående år. I kvartalet har kostnader motsvarande 0,4 mSEK (2,4 mSEK) redovisats som jämförelsestörande.
- EBITDA-marginal, justerad, uppgick till 5,4 % (5,3 %), en förbättring med 0,1 procentenheter jämfört med motsvarande period föregående år.
- EBITDA uppgick till 9,0 mSEK (6,4 mSEK), en ökning om 2,6 mSEK jämfört med motsvarande period föregående år.
- EBITDA-marginal, uppgick till 5,1 % (3,9 %), en förbättring med 1,2 procentenheter jämfört med motsvarande period föregående år.
- Valuta har påverkat både justerat EBITDA och EBITDA positivt med ca 4,6 % motsvarande 0,3 mSEK i perioden.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -79,7 mSEK (-44,6 mSEK), en förändring med 35,1 mSEK jämfört med motsvarande period föregående år.
- E-Frisch GmbH och DBHF Ltd bidrog tillsammans med 13,6 mSEK (0 mSEK) till koncernens nettoomsättning samt -0,2 mSEK (0 mSEK) till koncernens EBITDA.

I korthet – januari till juni

- Nettoomsättningen för det första halvåret uppgick till 444,1 mSEK (460,1 mSEK), en minskning med 16 mSEK eller 3,5 % jämfört med motsvarande period föregående år.
- Valuta har påverkat nettoomsättningen negativt med 3,6 % motsvarande 16,7 mSEK under det första halvåret.
- Justerad EBITDA uppgick till 40,5 mSEK (38,9 mSEK), en ökning med 1,6 mSEK jämfört med motsvarande period föregående år. Under första halvåret har kostnader motsvarande 1,0 mSEK (2,9 mSEK) redovisats som jämförelsestörande.
- EBITDA-marginal, justerad, uppgick till 9,1 % (8,4 %), en förbättring med 0,7 procentenheter jämfört med motsvarande period föregående år.
- EBITDA uppgick till 39,5 mSEK (36,0 mSEK), en ökning om 3,5 mSEK jämfört med motsvarande period föregående år.
- EBITDA-marginal, uppgick till 8,9 % (7,8 %), en förbättring med 1,1 procentenheter jämfört med motsvarande period föregående år.
- Valuta har påverkat både justerat EBITDA och EBITDA negativt med ca 4,9 % motsvarande 1,8 mSEK i perioden.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -25,8 mSEK (-31,6 mSEK), en förändring med 5,8 mSEK jämfört med motsvarande period föregående år.
- E-Frisch GmbH och DBHF Ltd bidrog tillsammans med 29,1 mSEK (0 mSEK) till koncernens nettoomsättning samt 0,3 mSEK (0 mSEK) till koncernens EBITDA.

Det finns alltid en anledning att ge blommor.

Euroflorist är en ledande europeisk e-handelsplattform för blommor och kompletterande produkter.

Vi tycker att blommor är det bästa sättet att uttrycka känslor och att ingen anledning är för stor eller liten för att ge blommor till sig själv, eller någon annan. Vi finns i tio länder i Europa och levererar över hela världen.



VD | Har ordet

Under det andra kvartalet har nettoomsättningen ökat jämfört med samma kvartal föregående år, drivet dels av lyckade migreringar av E-Frisch och DBHF till vår gemensamma plattform, dels av ökad försäljning av tilläggsprodukter vilket ökat intäkten per order markant. Vi fortsätter med strategin att fokusera på lönsamhet och lönsamhet per order, där vi för kvartalet ser en ökning jämfört med motsvarande kvartal föregående år. Kvartalet uppvisar en lägre OPEX jämfört med andra kvartalet 2025, även inkluderat E-Frisch och DBHF. EBITDA fortsätter öka organiskt, och kvartalets resultat är det bästa för kvartal två sen Corona-året 2021. Kassaflödet från den löpande verksamheten var under det andra kvartalet sämre än föregående år. Det beror framför allt på förändringen i storleken av leverantörsskulder, medan vi ser en positiv förändring i rörelseresultatet både i kvartalet och i halvåret jämfört med 2025.

Vi ser ett fortsatt tufft klimat i några av våra viktigaste marknader, vilket fortsätter sätta tryck på vår direkta marknadsföringskostnad. Den organiska volymen i kvartalet sjunker jämfört med samma kvartal föregående år, vilket är drivet av vårt fokus på lönsamhet per order. Detta för att optimera lönsamheten totalt och för att bibehålla en långsiktigt hälsosam affär. I kvartalet ser vi också en signifikant högre organisk volym i den för oss viktiga marknaden Tyskland, och även en högre lönsamhet per order. Vi fortsätter differentiera kundanskaffningen i alla våra länder, dels genom att fokusera på trafik från AI-verktyg, dels genom vårt nya CRM-system. Vi har också initierat nya partnerskap för att etablera nya säljkanaler, och under kvartalet blev vi ny partner till Hitta.se i Sverige, vilket beräknas ge en betydande volymtillväxt i Sverige. Sammantaget leder detta till en fortsatt hälsosam lönsamhet och EBITDA.

Vi har under kvartalet fullt ut integrerat de båda förvärven E-Frisch och DBHF i koncernens processer och system. Vi hade också en lyckad Mors Dag i många av våra marknader, vilka satte punkt för vårens högtider. Vi har under kvartalet börjat erbjuda kunder på eFlorist att köpa DBHF:s gåvo-set, vilket varit väldigt positivt från ett kundperspektiv. Vi har även implementerat en permanent lösning för de tekniska problem vi upplevde under Alla Hjärtans Dag. Samtidigt har vi fortsatt vårt arbete med att utveckla AI-agenter för att ytterligare effektivisera processer och dagliga arbete.

Under tredje kvartalet kommer vi fortsätta differentiera vår kundanskaffning samt realisera de identifierade synergierna i de båda förvärven. Vi kommer också under kvartalet utveckla nya partnerskap samt optimera kundresan för att underlätta för våra kunder. Vi kommer fortsätta fokusera på det vi kan påverka och arbeta med förbättringar av bolaget, samt fortsätta att utvärdera nya förvärv. Vår ambition är att fortsätta utveckla bolaget, investera och ta marknadsandelar. Det absolut viktigaste för oss är att bygga för framtiden.

Magnus Silfverberg

VD | Koncernchef

Malmö, 27:e augusti 2026

Det finns alltid en anledning att ge blommor.

Euroflorist är en ledande europeisk e-handelsplattform för blommor och kompletterande produkter.

Vi tycker att blommor är det bästa sättet att uttrycka känslor och att ingen anledning är stor eller liten för att ge blommor till sig själv, eller någon annan. Vi finns i tio länder i Europa och levererar över hela världen.