

ELLOS GROUP

Pressmeddelande, Borås, 25 augusti 2026

ELLOS HOLDING AB (PUBL) HALVÅRSRAPPORT JANUARI - JUNI 2026

Halvårsrapporten för Ellos Holding AB (publ) publiceras idag.

”Starkt kassaflöde och fortsatt försäljningstillväxt”

APRIL–JUNI 2026

- Nettoomsättningen uppgick till 848,3 MSEK (800,9).
- Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till 5,0 %.
- Justerad EBITA uppgick till 41,8 MSEK (41,7) med en justerad EBITA-marginal på 4,9 procent (5,2).
- Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till -0,1 MSEK (24,1) med en rörelsemarginal på 0,0 procent (3,0).
- Periodens resultat uppgick till -37,9 MSEK (-1,0).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 90,7 MSEK (62,1).

JANUARI–JUNI 2026

- Nettoomsättningen uppgick till 1 679,7 MSEK (1 602,5).
- Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till 5,1%.
- Justerad EBITA uppgick till 75,7 MSEK (73,9) med en justerad EBITA-marginal på 4,5 procent (4,6).
- Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till 3,3 MSEK (38,5) med en rörelsemarginal på 0,2 procent (2,4).
- Periodens resultat uppgick till -57,5 MSEK (-15,0).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 38,6 MSEK (-1,5).
- Justerad EBITDA exkl IFRS16 rullande 12 mån uppgick till 254,2 MSEK.
- Skuldsättningsgraden per 30 juni uppgick till 2,9 gånger (före nyemission om 300 MSEK den 8 juli).

Kommentar från VD i Ellos Holding AB (publ)

ETT NYTT KAPITEL FÖR ELLOS GROUP – NOTERING PÅ NASDAQ STOCKHOLM

Den 8 juli markerade starten på ett nytt kapitel för Ellos Group. Efter flera års transformation står vi i dag med förbättrad lönsamhet, starkare kassaflöde, en robust kapitalstruktur och en ledande position inom mode och heminredning i Norden.

Noteringen på Nasdaq Stockholm ger oss en starkare plattform för att utveckla våra varumärken, växa verksamheten och skapa långsiktigt värde för aktieägare, kunder och partners. Jag vill rikta ett varmt tack till våra ägare och medarbetare för det engagemang som tagit oss hit och hälsa nya aktieägare välkomna till nästa fas i Ellos Groups utveckling.

FORTSATT LÖNSAM TILLVÄXT MED STÄRKTA BRUTTOMARGINALER

Nettoomsättningen ökade med 6 procent, varav 5 procent organiskt, till 848 MSEK. Tillväxten låg i linje med vår strategi och drevs av våra egna varumärken inom mode och heminredning, med positiv utveckling hos samtliga e-handelsplatser

samt både i Norden och på våra nya marknader i Europa.

Bruttomarginalen ökade med 2,0 procentenheter till 46,3 procent, främst drivet av en högre andel egna varumärken samt förbättrad pris- och rabattsättning. Justerad EBITA förbättrades till 41,8 MSEK, motsvarande en marginal om 5 procent. Vi fortsätter att investera i strategiska kategorier och nykundsrekrytering, vilket ökade marknadsföringskostnaderna under kvartalet. Samtidigt stödjer dessa investeringar vår långsiktiga strategi för lönsam tillväxt. Satsningarna visar tydliga resultat, där våra egna varumärken inom Mode och Hem ökade sin andel av den totala försäljningen under både kvartalet och första halvåret.

STARKT KASSAFLÖDE OCH FÖRBÄTTRAD KAPITALSTRUKTUR

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 91 MSEK i kvartalet och 39 MSEK för halvåret, en tydlig förbättring jämfört med föregående år. Förbättringen drevs delvis av den kapitalstruktur som implementerades under fjärde kvartalet 2025. Den finansiella nettoskulden uppgick

ELLOS GROUP

vid kvartalets slut till 748,9 MSEK, motsvarande en skuldsättningsgrad om 2,9x. Dessa siffror inkluderar inte den nyemission om 300 MSEK som genomfördes i samband med börsintroduktionen.

KUNDFOKUSERAD TILLVÄXT DRIVEN AV EGNA VARUMÄRKEN

Vi utvecklades starkt i våra fokuserade kategorier: dammode, underkläder, sportkläder samt hemtextil och belysning. Samtidigt var utvecklingen mer modest inom möbler. Våra egna varumärken, som utgör kärnan i erbjudandet, ökade under kvartalet till 65 procent av försäljningen. Nya kunder och aktiva kunder utvecklades positivt i både kvartalet och halvåret, vilket stärker basen för fortsatt kunddriven tillväxt.

Försäljningstillväxten på de europeiska marknaderna fortsatte att vara stark, främst driven av Jotex, som även lanserades i Belgien under kvartalet. Ellos kompletterade samtidigt sitt dammodeerbjudande med hemtextil på de nya europeiska marknaderna. Expansionen i Europa drivs uteslutande av våra egna varumärken.

ORGANISATORISK ANPASSNING INFÖR ÖKAD DIGITALISERING

I juni slutförde vi översynen av vår organisation för att ställa om mot ökad digitalisering, datadriven automation och AI, och därmed positionera oss för framtiden. Åtgärderna resulterade i en minskning av antalet tjänstemän med 7,5 procent och beräknas leda till besparingseffekter om cirka 19 MSEK på årsbasis från och med det tredje kvartalet 2026. Organisationsanpassningen medförde en engångskostnad om 7,4 MSEK under andra kvartalet.

För ytterligare information:

Johan Stigson, CFO, Tel. +46 (0)33 16 08 05

Datadriven automation och generativ AI blir stegvis en alltmer integrerad del av vårt dagliga arbete. Vi har utvecklat interna processer, byggt kompetens och identifierat konkreta användningsområden inom bland annat kundkommunikation, kampanjproduktion och kommersiella arbetsflöden. Detta stärker vår operativa effektivitet, skapar förutsättningar för kostnadsbesparingar och ger oss en mer skalbar plattform för fortsatt lönsam tillväxt.

Under första halvåret fortsatte Ellos Group att integrera hållbarhet i affärsstyrning, inköp, produktutveckling och riskhantering för att stödja långsiktigt värdeskapande och resiliens. Koncernen uppdaterade sin hållbarhetsstrategi, som godkändes av styrelsen under kvartalet och nu implementeras.

FRAMÅTBlick

Ellos Group står väl rustat inför hösten, även om det geopolitiska och makroekonomiska läget är fortsatt osäkert. Med ett välpositionerat erbjudande inom Mode och Hem, en starkt finansiell ställning och en tydlig strategisk färdplan har vi goda förutsättningar att fortsätta investera i prioriterade områden och driva lönsam tillväxt mot våra finansiella mål.

Under hösten fortsätter vi att optimera produkterbjudandet med fokus på tillväxt och lönsamhet samt ta ytterligare steg inom pris- och rabattsättning. Vi fortsätter också att utveckla kundupplevelsen på våra e-handelsplatser, bland annat genom förbättrad sökfunktion och ökad personalisering. Data, automation och AI har en central roll i denna utveckling.

Hans Ohlsson, VD

Denna information är sådan information som Ellos Holding AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 25 augusti 2026 07.30 CEST.

OM ELLOS GROUP

Ellos Group är en ledande nordisk shoppingdestination för heminredning och mode med onlinebutikerna Ellos, Jotex och Homeroom samt betalvarumärket Elpy. I nära relation med våra miljontals kunder utvecklar vi attraktiva och hållbara erbjudanden för kvinnan mitt i livet, hennes familj och hem. Med innovation, kreativitet och hållbarhet söker vi ständigt nya vägar i stort och smått, och alltid med kunden i fokus. Ellos Group, med huvudkontor i Borås, är verksamt i samtliga nordiska länder och på utvalda marknader i Europa. Ellos Group har ca 500 medarbetare och omsätter runt 3,5 miljarder SEK.

www.ellogroup.se