



A large industrial machine for candle production, featuring a circular top with multiple vertical pistons and a platform below where several cylindrical candle molds are visible. The machine is enclosed in a metal safety cage with a grid pattern. The background shows a factory setting with various pipes and equipment.

Candles Scandinavia halvårsrapport för perioden 1 januari 2026 till 30 juni 2026

Candles Scandinavia AB (publ) är en ledande europeisk aktör inom hållbara doftprodukter för hemmet. Koncernen verkar inom tre affärsområden: Private Label, D2C och B2B. Inom Private Label utvecklar och tillverkar koncernen miljövänliga doftprodukter för externa varumärken. Inom D2C och B2B säljer koncernen egna varumärken direkt till konsument och via återförsäljare.

Produkterna bygger på naturliga och hållbara råvaror, där koncernens doftljus produceras med 100 procent växtbaserat, biologiskt nedbrytbart vax baserat på svenskodlad raps. Genom storskalig och automatiserad produktion, egna varumärken och flera försäljningskanaler har Candles Scandinavia byggt en skalbar plattform för fortsatt tillväxt.

Rapporten på 74 sekunder

Nyckeltal

Q2 2026-04-01 – 2026-06-30

- Intäkterna uppgick till 54 550 (40 889) tkr
- Resultat före avskrivningar (EBITDA) uppgick till -15 598 (536) tkr
- Resultat efter avskrivningar (EBIT) uppgick till -22 343 (-1 375) tkr
- Resultatet före skatt uppgick till -26 457 (-5 694) tkr
- Resultatet efter skatt uppgick till -24 564 (-4 732) tkr
- Resultat per aktie före utspädning uppgår till -2,47 (-0,55) kr.

H1 2026-01-01 – 2026-06-30

- Intäkterna uppgick till 138 530 (85 990) tkr
- Resultat före avskrivningar (EBITDA) uppgick till -17 933 (1 388) tkr
- Resultat efter avskrivningar (EBIT) uppgick till -31 204 (-1 704) tkr
- Resultatet före skatt uppgick till -40 347 (-9 239) tkr
- Resultatet efter skatt uppgick till -34 096 (-7 637) tkr
- Resultat per aktie före utspädning uppgår till -3,43 (-0,88) kr.

Kommentar

Under det andra kvartalet ökade koncernens intäkter till 54,6 MSEK (40,9). För årets första sex månader uppgick intäkterna till 138,5 MSEK (86,0), vilket speglar koncernens nya storlek efter förvärvet av HashtagYou. EBITDA uppgick till -15,6 MSEK (0,5) under kvartalet och -17,9 MSEK (1,4) under första halvåret. Resultatet har påverkats av den säsongsmässigt lägre försäljningen samt kostnader kopplade till integrationen, lageromställningen och produktionsflytten.

All produktion av HashtagYous produkter som tidigare låg hos externa leverantörer har nu framgångsrikt flyttats till vår fabrik i Örebro. Detta är en central del av förvärvslogiken och skapar förutsättningar för väsentligt förbättrade produktmarginaler. Lanseringen skedde några veckor senare än planerat, vilket samtidigt gjorde det möjligt att sälja ned en större del av det äldre, externt producerade lagret. Under juni genomförde vi även kontrollerade tester av vår prissättningsstrategi inför högsäsongen.

Effekterna av den egna produktionen väntas börja synas successivt under Q3, men det huvudsakliga resultatgenomslaget väntas under Q4. Då kombineras årets starkaste försäljningsperiod med högre volymer i egen produktion och väsentligt bättre marginaler. Vi är fortsatt trygga i att 2026 har förutsättningar att avslutas mycket starkt och ge ett mycket gott resultat för helåret.

Viktor Garmiani

VD, Candles Scandinavia

Händelser under perioden

Den 27 maj meddelar Candles Scandinavia att de lanserar nya AVA & MAY-ljusen, tillverkade i bolagets egen fabrik i Örebro. Lanseringen sker i AVA & MAYs egna digitala kanaler i Europa och markerar ett viktigt steg i integrationen av HashtagYou. Genom att kombinera AVA & MAYs starka D2C-plattform med Candles Scandinavias egen produktion tar koncernen kontroll över en större del av värdekedjan, från fabrik till konsument. Detta är en central del av den plan som kommunicerades vid förvärvet och väntas bidra till det lönsamhetslyft som tidigare kommunicerats från och med andra halvåret 2026.

Den 8 juli genomförde Candles Scandinavias grundare, VD och huvudägare Viktor Garmiani tre transaktioner utanför handelsplats, genom vilka han förvärvade och bytte till sig resterande A-aktier i bolaget. Efter transaktionerna äger Viktor Garmiani samtliga 1 000 000 A-aktier samt 2 630 344 B-aktier, motsvarande cirka 36,6 procent av kapitalet och 66,7 procent av rösterna. Transaktionerna innebär en stärkt långsiktig ägarstruktur och understryker huvudägarens fortsatta engagemang i bolagets strategiska utveckling. Det totala antalet aktier och röster i bolaget har inte förändrats till följd av transaktionerna.

SEK	3 månader april-juni 2026	3 månader april-juni 2025	6 månader jan-juni 2026	6 månader jan-juni 2025	Räkenskapsår maj-dec 2025
Totala intäkter (tkr)	54 550	40 889	138 530	85 990	314 213
Nettoomsättning (tkr)	53 916	39 938	136 078	81 530	306 801
EBITDA (tkr)	- 15 598	536	-17 933	1 388	12 289
EBITDA-marginal	-29%	1%	-13%	2%	4%
EBIT (tkr)	-22 343	-1 375	-31 204	-1 704	-236
EBIT-marginal	-41%	-3%	-23%	-2%	0%
Soliditet	35%	41%	35%	41%	43%
Kassalikviditet	34%	73%	34%	73%	67%
Avkastning på totalt kapital	-6%	-1%	-9%	-1%	1%
Avkastning på eget kapital	-22%	-8%	-33%	-13%	-9%
Data per aktie					
Resultat (kr)	-2,47	-0,55	-3,43	-0,88	-1,34
Eget kapital (kr)	12,34	8,31	12,34	8,31	15,82
Antal aktier vid periodens slut (milj)	9,93	8,65	9,93	8,65	9,93

VD kommentar

Första halvåret 2026, en avgörande milstolpe är nådd!

Under det andra kvartalet uppgick koncernens intäkter till 54,6 MSEK, jämfört med 40,9 MSEK föregående år, och nettoomsättningen till 53,9 MSEK, jämfört med 39,9 MSEK. För årets första sex månader uppgick intäkterna till 138,5 MSEK, jämfört med 86,0 MSEK, och nettoomsättningen till 136,1 MSEK, jämfört med 81,5 MSEK. Utvecklingen speglar den nya storlek och position koncernen har efter förvärvet av HashtagYou.

EBITDA uppgick under det andra kvartalet till negativt 15,6 MSEK, jämfört med positivt 0,5 MSEK föregående år, och resultatet efter skatt uppgick till negativt 24,6 MSEK, jämfört med negativt 4,7 MSEK. För första halvåret uppgick EBITDA till negativt 17,9 MSEK, jämfört med positivt 1,4 MSEK, och resultatet efter skatt uppgick till negativt 34,1 MSEK, jämfört med negativt 7,6 MSEK.

Utfallet ligger i nivå med vår interna plan och ska ses mot bakgrund av att kvartalet omfattade den mest intensiva och kostnadskrävande delen av integrationen. Resultatet är inte på den nivå vi långsiktigt förväntar oss av koncernen, men det speglar en period då vi genomfört den omställning som krävs för att realisera den fulla potentialen i förvärvet.

Fortsatta uppstartskostnader under det andra kvartalet

Som vi beskrev i rapporten för det första kvartalet har resultatet påverkats av uppstartskostnader kopplade till flytten av HashtagYous produktion till vår fabrik i Örebro. Under det andra kvartalet intensifierades arbetet när produktionen etablerades och skalades upp i egen regi.

EBITDA belastades därför av ytterligare tillfälliga uppstartskostnader och omställningskostnader. Samtidigt innebar den säsongsmissigt lägre försäljningen att dessa kostnader fördelades över mindre volymer.

Inför lanseringen och den kommande högsäsongen har vi även byggt upp lager i vår egen produktionsenhet. Den högre lagernivån innebär främst en ökad kapitalbindning. I samband med uppbyggnaden av produktionen har det samtidigt uppstått ytterligare kostnader för uppstart, hantering och omställning, vilka har belastat kvartalets EBITDA.

Dessa faktorer är centrala förklaringar till det negativa EBITDA resultatet under det andra kvartalet och därmed även resultatet för första halvåret. Den viktiga skillnaden jämfört med det första kvartalet är att produktionsflytten nu är genomförd och att vi därmed lämnar den mest resurskrävande delen av omställningen bakom oss.

Produktionen framgångsrikt flyttad till Örebro

All produktion av HashtagYous produkter som tidigare låg hos externa leverantörer har nu flyttats till vår egen fabrik i Örebro. Övergången har genomförts framgångsrikt och produktionen sker nu i egen regi.

Detta är en central del av den industriella logiken bakom förvärvet. Genom att kombinera HashtagYous starka varumärken, digitala försäljningsplattformar och kundrelationer

med Candles Scandinavias storskaliga produktion tar vi kontroll över en betydligt större del av värdekedjan.

När produkterna tillverkas i vår egen fabrik förbättras produktmarginalerna väsentligt, samtidigt som volymerna bidrar till ett bättre utnyttjande av den kapacitet och kostnadsbas vi redan har byggt upp. Vi får dessutom bättre kontroll över produktutveckling, kvalitet, leveranstider och lager.

Det skapar förutsättningar för den betydande lönsamhetsökning som varit en bärande del av vår plan sedan förvärvet genomfördes. Vi har nu genomfört den viktigaste operativa förändringen bakom förvärvslogiken och går in i nästa fas, där effekterna successivt ska börja synas i marginaler, resultat och kassaflöde.

En något senare lansering gav en bättre lageromställning

Lanseringen av den uppdaterade, svensksprucerade versionen av produkterna skedde några veckor senare än initialt planerat. Även om vi hade föredragit att lansera enligt den ursprungliga tidsplanen innebar förskjutningen samtidigt att vi kunde sälja ned en större del av det äldre lagret som köpts in från tidigare externa leverantörer.

Det gav oss en renare övergång till det nya sortimentet och minskade mängden äldre lager som behöver hanteras efter lanseringen. HashtagYous lager av externt producerade produkter har minskat betydligt under första halvåret, samtidigt som lager successivt har byggts upp i vår svenska produktionsenhet inför lanseringen och den kommande högsäsongen.

Koncernens högre lagernivå jämfört med föregående år ska även ses mot bakgrund av att HashtagYou inte ingick i koncernen under jämförelseperioden. Därutöver har vi medvetet byggt lager i egen produktion för att säkerställa en god tillgänglighet när efterfrågan ökar under årets viktigaste försäljningsperiod.

Kontrollerade pristester under juni

Juni är normalt årets näst svagaste försäljningsmånad efter juli. Efterfrågan på doftljus är säsongsmissigt låg under sommaren, vilket gjorde juni till en lämplig period för att genomföra kontrollerade tester av olika delar av vår prissättningsstrategi.

Genom att genomföra testerna under en period med lägre försäljningsvolym kunde vi begränsa den kommersiella risken och samtidigt bygga ett bättre beslutsunderlag inför högsäsongen. Lärdomarna från testerna används nu i det fortsatta arbetet med att optimera prissättning, erbjudanden och lönsamhet under årets försäljningsmissigt viktigaste månader.

Resultatgenomslaget väntas framför allt under det fjärde kvartalet

Försäljningen av doftljus har en tydlig säsongsvariation. Juli är normalt årets svagaste försäljningsmånad och även augusti

präglas av lägre efterfrågan. Det innebär att det tredje kvartalet innehåller två utpräglade sommarmånader och endast en månad, september, då försäljningen normalt börjar ta tydlig fart.

Under det tredje kvartalet väntas effekterna av den egna produktionen därför synas successivt och fortfarande i begränsad omfattning. Det huvudsakliga resultatgenomslaget väntas framför allt under det fjärde kvartalet.

Oktober till december är årets viktigaste försäljningsperiod. Då kombineras betydligt högre volymer med att en väsentligt större andel av HashtagYous försäljning består av produkter som tillverkas i vår egen fabrik och därmed har betydligt bättre marginaler.

Det är i denna kombination, högsäsongens volymer, förbättrade produktmarginaler och en redan etablerad kostnadsbas, som den operativa hävstången i koncernen blir som tydligast.

Fokus framåt

Vårt fokus är nu att skala upp försäljningen av de svensksprucerade produkterna, fortsätta utveckla HashtagYous digitala affär och omvandla den lageruppbyggnad som genomförts inför högsäsongen till försäljning och kassaflöde.

Vi har genomfört den mest krävande delen av integrationen och nått en av de viktigaste milstolparna bakom förvärvet. Produktionen är på plats, övergången har varit framgångsrik och förutsättningarna för väsentligt högre marginaler är etablerade.

Vår bedömning är fortsatt att 2026 har förutsättningar att bli ett mycket starkt år för koncernen. På grund av verksamhetens tydliga säsongsmonster kommer detta framför allt att synas under andra halvåret och i synnerhet under det fjärde kvartalet.

Vi förväntar oss en mycket stark försäljningsperiod under oktober till december och, genom den förbättrade produkttekonomin, en motsvarande tydlig effekt på lönsamheten. Vi är därför fortsatt trygga i att 2026 har förutsättningar att avslutas mycket starkt och ge ett mycket gott resultat för helåret.

Tack för ert fortsatta förtroende.

Örebro, 13 augusti 2026
Viktor Garmiani
VD & Grundare
Candles Scandinavia AB (publ)

“ Flytten av HashtagYous produktion till vår fabrik i Örebro är nu fullt genomförd och har gått mycket bra. Det är en avgörande milstolpe. Under Q3 väntas effekterna synas successivt och fortfarande i begränsad omfattning. Det tydliga resultatlyftet väntas framför allt under Q4, när högsäsongens volymer kombineras med väsentligt bättre produktmarginaler. ”



Om Candles Scandinavia

Candles Scandinavia är en ledande europeisk aktör inom hållbara doftprodukter för hemmet och verkar inom tre affärsområden: Private Label, D2C och B2B. Inom Private Label utvecklar och tillverkar koncernen miljövänliga doftprodukter för externa varumärken, med tyngdpunkt på doftljus men även rumsdofter och doftspray. Inom D2C säljer koncernen, via det tyska dotterbolaget HashtagYou, produkter direkt till konsument under de egna varumärkena AVA & MAY och Club Noé. Inom B2B säljs särskilt framtagna produktserier under de egna varumärkena till återförsäljare.

Koncernens produkter bygger på naturliga och hållbara råvaror. Doftljusen produceras med 100 procent växtbaserat, biologiskt nedbrytbart vax baserat på svenskodlad raps och erbjuder ett miljövänligare alternativ till den paraffindominerade marknaden. Genom storskalig och automatiserad produktion i kombination med egna varumärken och flera försäljningskanaler har Candles Scandinavia byggt en skalbar plattform för fortsatt tillväxt. Koncernen omsätter cirka 500 MSEK och säljer idag produkter i ett 40-tal länder.



100% växtbaserat
vax

Affärsidé

Candles Scandinavias affärsidé är att utveckla, tillverka och sälja hållbara doftprodukter för hemmet i premiumkvalitet, genom storskalig produktion för externa varumärken, egna varumärken direkt till konsument och utvalda produktserier för återförsäljare.

Vision

Candles Scandinavias vision är att leda den globala omställningen till hållbara, naturliga och paraffinfria produkter inom dofter i rummet.



Grundades 2009
i Örebro

Affärsmodell

Candles Scandinavias affärsmodell bygger på tre kompletterande affärsområden. Inom Private Label skapar koncernen långsiktiga kundrelationer genom kostnadseffektiv, automatiserad och kundanpassad produktion. Inom D2C driver koncernen försäljning direkt till konsument genom egna varumärken, digitala kanaler och datadriven marknadsföring. Inom B2B säljs särskilt framtagna produktserier under egna varumärken till återförsäljare. Kombinationen ger industriell skalbarhet, bredare marknadsnärvaro och kontroll över en större del av värdekedjan.



Årlig tillväxt
av nya kunder

Intäktsmodell

Intäkterna genereras genom kundanpassad produktion inom Private Label, direktförsäljning till konsument via egna varumärken samt försäljning av egna produktserier till återförsäljare. Kostnadsbasen består främst av råvaror, produktion, logistik och marknadsföring. Modellen är skalbar, där ökade volymer i egen produktion ger bättre kapacitetsutnyttjande och förutsättningar för förbättrade rörelsemarginaler.

Candles Scandinavia är en ledande europeisk aktör inom **hållbara doftprodukter** för hemmet. Koncernen kombinerar storskalig och automatiserad produktion inom Private Label med direktförsäljning till konsument genom egna varumärken. Bolaget grundades 2009 av entreprenörerna Nina och Viktor Garmiani och har 17 år efter starten vuxit till en koncern med cirka **500 MSEK** i omsättning och försäljning i ett 40-tal länder.

Historik

Från garaget >

2009

Candles Scandinavia grundas som distributör inom heminredning men byter snart fokus till doftljus.

2012

Bolaget tar fram ett **naturligt, miljö och hållbart alternativ till paraffin**, hemma i sitt garage i Örebro.

Agenturavtal och lansering av WoodWick i Norden.

2019/20

Nordens **största tillverkare** av doftljus, första kunden utanför norden (Rituals), bolagets VD väljs in i styrelsen för den **europiska ljusstillverkarföreningen ECMA**.

Omsättningen passerar **100 MSEK**.

2023/24

Bolaget tar ett strategiskt beslut om att **renodla verksamheten** till att enbart fokusera på den egna Private Label-tillverkningen. Etablering av närvarande säljorganisationer i relationen till globaliseringen, i BeNeLux, Storbritannien och i Frankrike. Bolaget lanserade även **hållbara rumssprayer och doftpinnar** i kategorin "Dofter för rummet".

2025

Förvärv av 100 procent av aktierna i HashtagYou GmbH, vilket mer än **dubblar koncernens omsättning** och tillför två varumärken.

2010

Sortimentet nischas in mot ljus och spa produkter.

2017/18

Tredje Di Gasell-utmärkelsen, start av **egen produktion** i mindre skala, bolaget erhåller distributionsrättigheterna till **Yankee Candle på den nordiska marknaden**.

Omsättningen passerar **41 MSEK**.

2021/22

Börsnotering, bolaget ökar produktionen till 25 000 ljus per dag, och växer med mer än 50% för fjärde året i rad.

Omsättningen passerar 160 MSEK.

2024/25

Installation av **helautomatiserad produktionslina** inklusive robotar för packning.

2026

Första AVA & MAY-ljusen tillverkade i Örebro lanseras i Europa. Lanseringen markerar en viktig milstolpe i integrationen av HashtagYou och koncernens vertikala integration.

> Till börsen

Candles har en unik position

Candles är unika i sin nisch med stor potential. Bolaget har många doftljuskonkurrenter, men ingen som är helt specialiserad på produktion av doftljus i 100% naturligt vax, i stor industriell skala och ingen med en så låg produktionskostnad som bolaget.

Ljus

Alla typer av ljus (oparfymerade)

Doftljus

Doftljus, distinkta från "normala" oparfymerade ljus.

Kommersiell skalad produktion

Kommersiell skalad produktion av private label produktion.

100% hållbart vax

Vegetabiliskt vax är det hållbara alternativet till petroleumvax.



300+
företag



220
företag



80
företag



1
företag

Candles Scandinavia är 3 - 4 år före konkurrenterna med sin storskaliga produktion av doftljus av naturligt, vegetabiliskt vax.

En marknad där hållbarhet ännu är i sin linda

Miljö och hållbarhet är en starkt ihållande trend som växer år för år. Konsumenter blir mer och mer medvetna och bekymrade över den globala uppvärmningen. Särskilt hos yngre generationer, såsom generation Z och millennial-generationen, är hållbarhet högt prioriterat, vilket återspeglas tydligt i konsumtionsbeteendet.²⁵ Hållbarhetsfokus blir mer och mer centralt inom detaljhandeln, oavsett produkt. En naturlig anpassning till kundernas efterfrågan. I en studie från 2019 av International Trade Center fann man att så många som 98,5 procent av alla europeiska detaljhandlare tar hänsyn till hållbarhet vid inköp av nya varor.²⁶

Hållbarhetstrenden är också stark inom ljusstillverkning. 83 procent av alla ljuskunder skulle kunna tänka sig att betala mer för ljus tillverkade av hållbara råvaror.²⁷ Trots det har ljusbranschen visat sig trögrörig, med anledning av de produktionsutmaningar som mer miljövänliga alternativ medför. Därmed dominerar fortsatt marknaden av paraffin. I takt med att hållbarhet blir en allt viktigare fråga och att fler företag får upp ögonen för Candles Scandinavia, är Bolagets uppfattning att det finns goda förutsättningar att fortsätta att ta marknadsandelar i snabb takt.

En marknad som växer på lång sikt

Ljus- och i synnerhet doftljusmarknaden är på fortsatt uppgång, pådrivet av ökad kommersiell användning inom t.ex. spa, hotell och restaurang samt en ökad popularitet för ljus som stämningshöjare i hemmet och estetisk inredningsdetalj.²¹

Den europeiska marknaden är särskilt intressant för Candles Scandinavias del, då den är närmast jämförbar med Bolagets nuvarande marknad (Sverige och Norden) och är den marknad som ligger närmast till hands för Candles Scandinavia att etablera sig på. Bolaget har redan flertalet kunder inom EU.²²

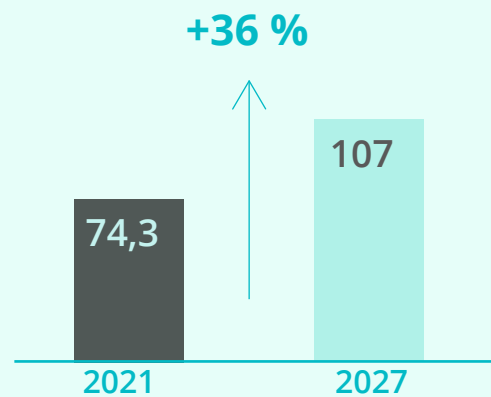
21. Candle Market Size, Share & Growth, Industry Trends Report, 2025, Grand View Research, juli 2019.

22. Bolagets uppfattning.

23. Research and markets, Global Home Fragrance Market: Analysis By Product Type, By Region Size and Trends with Impact of COVID-19 and Forecast up to 2027, September 2022.

24. Europe Candles Market Research Report, Market Research Future, februari 2021. SEK converted from the average 2019 USD/SEK ratio of 9.5.

Marknaden för dofter i rummet, globalt (MdSEK)²³



25. Sustainability as a Mega Trend: Is it Right for your Organization?, The institute for sustainability, n.d.; 8 Characteristics Of Millennials That Support Sustainable Development Goals (SDGs), Cheng, M., Forbes, juni 2019.

26. The European Union Market for Sustainable Products, International Trade Center, maj 2019.

27. TEFAC Consumer Survey Sustainability Candles, Svensson, J, Enkätfabriken, AAK, oktober 2020.



Framtiden hör till de som kan anpassa sig och möta kraven från alltmer medvetna kunder¹

83%

Skulle betala en premie för ljus gjorda av hållbara material.

65%

Finner det viktigt att ljus är tillverkade av hållbara material.

71%

Är villiga att betala en premium för spårbarhet.

72%

Anser det viktigt att tillverkare använder naturliga ingredienser.

90%

Är lika/mer bekymrade över klimatet som/än de var innan COVID-19.

57%

Är lika villiga att ändra sitt shoppande för att minska sin miljöpåverkan.

¹Candle Market Size, Share & Growth, Industry Trends Report, 2025, Grand View Research, juli 2019; Scented Candles Market Size, Global Industry Report, 2019-2025,

Grand View Research, januari 2020; TEFAC Consumer Survey Sustainability Candles, Svensson, J, Enkätfabriken, AAK, oktober 2020; Meet the 2020 consumers driving change - why brands must deliver on omnipresence, agility and sustainability, Haller, K., Lee, J. & Cheung, J., IBM Corporation, juni 2020; Gen Z is set to outnumber Millennials within a year, Miller, L. J. & Lu, W., Bloomberg, augusti 2018; Pure growth from natural products, von Koeller, E. et al., Boston Consulting Group, december 2019; Sustainability matters now more than ever for consumer companies, Unnikrishnan, S. & Biggs, C., augusti 2020.

Aktiestructur

Per den 30 juni 2026 uppgick aktiekapitalet i Candles Scandinavia AB (publ) till 992 827 (865 107) kr fördelat på 9 928 271 aktier, varav 1 000 000 A-aktier och 8 928 271 B-aktier med kvotvärde 0,10 (0,10) kr. Aktier av serie A medför tio (10) röster per aktie och aktier av serie B medför en (1) röst per aktie.

Handel i aktien under januari 2026 - juni 2026

Per den 30 juni 2026 var börskursen 34,8 kr per aktie senast betalt. Per den 30 juni 2026 uppgick Candles Scandinavias börsvärde till 345 503 tkr baserat på senaste betalkurs. Under perioden januari till juni 2026 var den högst betalade kursen 41,6 kr och noterades den 12 februari 2026. Den lägst betalade kursen under samma period var 23,6 kr per den 30 januari 2026.

Ägarstruktur

Per den 30 juni 2026 uppgick antalet aktieägare till 1 478 st och där de tio största ägarna svarade för 78,09 procent av kapitalet och 88,30 procent av rösterna.

2026-06-30				
Nuvarande innehavare	Person	Antal aktier	Kapital	Röster
Garcap Investment AB	Viktor Garmiani	3 631 982	36,58%	62,50%
Alntorp AB	Lennart Larsson	1 237 375	12,46%	6,54%
Berggren Holding AB	Petter Berggren	1 049 975	10,58%	5,55%
Tengelman Ventures		331 967	3,34%	1,75%
Biehain GmbH	Ludwig Douglas	328 672	3,31%	1,74%
Gejhammar Management AB	Ulf Gejhammar	311 992	3,14%	3,79%
Yavas Invest AB	Cenk Yavas	270 391	3,13%	3,52%
Fynveur S.C.A		204 336	2,06%	1,08%
Aarna Investment UG	Ankur Bansal	174 051	1,75%	0,92%
Ilija Batljan	Ilija Batljan	172 650	1,74%	0,91%
Totalt 10		7 713 391	78,09%	88,30%
Övriga		2 214 880	21,91%	11,70%

Investor Relations

Candles Scandinavia har på styrelsemöte beslutad informations- och insiderpolicy som säkerställer en kommunikation som kännetecknas av korrekt, tydlig och relevant information om bolagets ekonomiska ställning samt som innehåller all annan väsentlig information som behövs för att på ett så korrekt och tydligt sätt beskriva bolagets finansiella utveckling och strategi. Candles Scandinavia skall, i enlighet med antagna informations- och insiderpolicies, alltid delge allmänheten samtidig och likvärdig information avseende allt som kan ha en påverkan på värderingen av Candles Scandinavias aktie. Via Candles Scandinavias hemsida <https://www.candles.se/investors/> publiceras pressmeddelanden, delårsrapporter, årsredovisningar, ägare & fördelning och annan relevant bolagsinformation. Via hemsidan kan man även prenumerera på utskick via <https://www.candles.se/prenumerera/>.

Om Bolaget

Utdelningspolicy

Det finns i dagsläget inga planer fastslagna av bolagets styrelse om utdelning på kort eller medellång sikt då Candles Scandinavia befinner sig i en kraftig tillväxtfas och kommer att göra det närmaste åren. I stället är avsikten på kort- och medellång sikt att använda överskott av kassaflöde till att återinvestera i verksamheten för framförallt organisk tillväxt.

Incitamentsprogram 2024/2027

Per den 30 juni 2026 har 78 500 teckningsoptioner tecknats med ett lösenpris på 30 SEK. Teckningsoptionerna förfaller den 7 december 2027. Inga fler optioner kan tecknas.

Incitamentsprogram styrelsen 2024/2027

100 000 teckningsoptioner har tecknats per den 30 juni 2026 med ett lösenpris på 30 SEK. Teckningsoptionerna förfaller den 7 december 2027. Inga fler optioner kan tecknas.

Incitamentsprogram 2025/2028

Bolaget utfärdade 500 000 teckningsoptioner med ett inlösenpris på 30 SEK. Teckningstiden har löpt ut och

inga ytterligare teckningsoptioner kan tecknas. Samtliga 500 000 teckningsoptioner har makulerats.

Incitamentsprogram 2026/2029

Per den 30 juni 2026 har 115 000 teckningsoptioner tecknats med ett lösenpris på 65 SEK. Teckningsoptionerna förfaller den 7 december 2029. Inga fler optioner kan tecknas.

Incitamentsprogram Top Management 2026/2029

700 000 teckningsoptioner har tecknats per den 30 juni 2026 med ett lösenpris på 50 kr. Teckningsoptionerna förfaller den 9 december 2029. Inga fler optioner kan tecknas.

Incitamentsprogram 2026/2030

Totalt kan bolaget utfärda 500 000 teckningsoptioner med ett inlösenpris på 65 SEK. Teckningsoptionerna förfaller den 9 december 2030. Per den 30 juni 2026 har 0 teckningsoptioner tecknats.

Candles Scandinavias aktie

Kursutveckling under Q2 2026



Candles Scandinavias aktie noterades 8 november 2021 på Nasdaq First North Growth Market i Stockholm under kortnamnet CANDLE B.

Resultat & finansiell ställning

Finansiell information

Denna halvårsrapport, liksom ytterligare information, finns tillgänglig på Candles Scandinavias hemsida, www.candles.se. Bolagets aktie är noterad på Nasdaq First North Growth Market i Stockholm. Aktien handlas under kortnamnet "CANDLE B" med ISIN-kod SE0016797773. Antal aktier i Candles Scandinavia per den 30 juni 2026: 9 928 271 aktier, varav 1 000 000 A-aktier och 8 928 271 B-aktier.

Marknad & försäljning

Totala intäkter uppgick under perioden januari 2026 – juni 2026 till 138 530 (85 990) tkr, vilket motsvarar en tillväxt om 61,1%.

Resultat & ställning

Resultat före skatt uppgick under perioden januari 2026 - juni 2026 till -40 347 (-9 239) tkr. Avkastning på eget kapital uppgick till -33 (-13) procent och soliditeten uppgick till 35 (41) procent. Resultat per aktie före utspädning uppgick till -3,43 (-0,88) kr. Resultat per aktie efter utspädning uppgick till -3,18 (-0,86) kr.

Varulager

Varulagret per 30 juni uppgick till 83 457 (43 745) tkr.

Finansiering & likviditet

Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital uppgick till -26 642 (-3 802) tkr. Likvida medel uppgick per 30 juni till 12 557 (463) tkr. Beviljad men ej nyttjad checkräkningskredit uppgick till 269 (2 686) tkr. Beviljad men ej utnyttjad fakturabelåning uppgick till 10 000 (20 000) tkr.

Personal

Antalet anställda i koncernen per den 30 juni uppgick till 117 (57) personer.

Derivat

Bolaget innehar derivatinstrument i form av valutaterminer. Valutaeffekten bokförs i samband med att terminerna förfaller och återfinns under övriga externa kostnader efter avskrivningar.

Moderbolaget

Moderbolagets totala intäkter under perioden uppgick till 79 506 (86 011) tkr. Resultatet efter finansiella poster uppgick till -19 484 (-8 936) tkr.

Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

Candles Scandinavia bedömer att den operativa risken på marknaden inte väsentligt kommer att förändras. I övrigt hänvisas till riskavsnittet i bolagsbeskrivning inför IPO som finns att tillgå på bolagets hemsida.

Transaktioner med närstående

Det har inte skett några närståendetransaktioner under perioden januari 2026 - juni 2026.

Granskning av halvårsrapporten

Denna halvårsrapport har inte varit föremål för översiktlig granskning av bolagets revisorer.

Koncernen | Resultaträkning i sammandrag

Kategorier	3 månader april-juni 2026	3 månader april-juni 2025	6 månader jan-juni 2026	6 månader jan-juni 2025	Räkenskapsår maj-dec 2025
Nettoomsättning	53 916 304	39 938 350	136 077 609	81 529 589	306 800 797
Övriga intäkter	633 475	950 397	2 482 329	4 460 250	-7 411 783
Rörelsens kostnader exkl avskrivningar	-70 148 210	-40 353 010	-156 462 823	-84 601 932	-301 923 370
Resultat före avskrivningar (EBITDA)	-15 598 432	535 738	-17 932 885	1 387 907	12 289 209
Avskrivningar	-6 744 915	-1 910 818	-13 270 867	-3 092 122	-12 525 485
Resultat efter avskrivningar (EBIT)	-22 343 347	-1 375 080	-31 203 751	-1 704 215	-236 275
Finansnetto	-4 114 098	-4 319 308	-9 143 496	-7 535 246	-13 241 727
Resultat före skatt	-26 457 441	-5 694 389	-40 347 247	-9 239 461	-13 478 002
Inkomstskatt	1 892 648	962 887	6 250 878	1 602 713	1 928 422
Periodens resultat	-24 564 793	-4 731 502	-34 096 369	-7 636 748	-11 549 580
Resultat per aktie (före utspädning, kr)	-2,47	-0,55	-3,43	-0,88	-1,24
Resultat per aktie (efter utspädning, kr)	-2,29	-0,53	-3,18	-0,86	-1,18
Genomsnittligt antal utestående aktier före utspädning (miljoner)	9,93	8,65	9,93	8,65	9,29
Genomsnittligt antal utestående aktier efter utspädning (miljoner)	10,72	8,87	10,72	8,87	9,79

Koncernen | Rapport över totalresultat i sammandrag

SEK	3 månader april-juni 2026	3 månader april-juni 2025	6 månader jan-juni 2026	6 månader jan-juni 2025	Räkenskapsår maj-dec 2025
Periodens resultat	-24 564 793	-4 731 502	-34 096 369	-7 636 748	-11 549 580
Resultat hänförligt till minoritet	-	-	-	-	-
Summa totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare	-24 564 793	-4 731 502	-34 096 369	-7 636 748	-11 549 580

Koncernen | Fördelning av omsättning*

SEK	3 månader april-juni 2026	6 månader jan-juni 2026	3 månader april-juni 2026	6 månader jan-juni 2026	3 månader april-juni 2026	6 månader jan-juni 2026
	Hela koncernern	Hela koncernern	Candles Scandinavia	Candles Scandinavia	Hashtag You	Hashtag You
Nettoomsättning	53 916 304	136 077 609	40 734 623	77 289 315	22 486 964	69 148 609
Övriga intäkter	633 475	2 452 329	514 961	2 216 262	118 514	236 067

*Försäljning mellan koncernbolag har eliminerats i de ovan redovisade siffrorna i enlighet med koncernredovisningsprinciperna. De presenterade beloppen avser därmed endast koncernens externa försäljning.

Koncernen | Balansräkning i sammandrag

SEK	jun-26	jun-25	dec-25
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Övriga immateriella tillgångar	108 182 686	1 718 026	113 914 752
Materiella anläggningstillgångar	93 946 567	89 982 453	96 796 184
Finansiella tillgångar	17 287 783	8 515 512	13 451 173
Summa anläggningstillgångar	219 417 035	100 215 991	224 162 108
Omsättningstillgångar			
Varulager	83 457 282	43 745 229	64 753 145
Kundfordringar	15 010 420	16 278 692	42 083 049
Övriga kortfristiga fordringar	17 194 858	14 681 646	14 323 702
Likvida medel	12 557 422	462 944	17 607 344
Summa omsättningstillgångar	128 219 982	75 168 411	138 767 240
Summa tillgångar	347 637 017	175 384 402	362 929 348
Eget kapital och skulder			
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	122 539 218	71 917 728	157 048 749
Minoritens andel av eget kapital	-	-	-
Avsättningar	6 500 000	-	6 500 000
Långfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut	62 197 100	60 655 072	63 402 128
Övriga långfristiga skulder	25 000 000	-	25 000 000
Summa långfristiga skulder	87 197 100	60 655 072	88 402 128
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit	29 731 360	22 313 854	613 108
Skulder till kreditinstitut	23 903 865	3 000 000	26 639 078
Leverantörsskulder	26 641 200	7 633 387	52 189 587
Övriga skulder	38 482 620	4 264 088	21 754 846
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	12 641 654	5 600 271	9 781 852
Summa kortfristiga skulder	131 400 699	42 811 601	110 978 471
Summa eget kapital och skulder	347 637 017	175 384 402	362 929 348

Förändringar i Eget Kapital

Maj-December 2025

SEK	Aktiekapital	Fond för utvecklings- utgifter	Överkursfond	Balanserad vinst	Summa eget kapital
Eget kapital 2025-05-01	865 107	-	92 405 706	-14 692 996	78 577 817
Kvittningsemission	127 720		82 890 410		83 018 130
Barriäroption, förvärv av dotterbolag				3 320 725	3 320 725
Personaloptioner				1 338 630	1 338 630
Förändring av finansiell leasing				1 845 043	1 845 043
Avsättning till fond för utvecklingsutgifter		2 364 411		-2 364 411	-
Valutakursförändring				497 983	497 983
Årets resultat				-11 549 580	-11 549 580
Eget kapital 2025-12-31	992 827	2 364 411	175 296 116	-21 604 606	157 048 749

Januari-Juni 2026

SEK	Aktiekapital	Fond för utvecklings- utgifter	Överkursfond	Balanserad vinst	Summa eget kapital
Eget kapital 2026-01-01	992 827	2 364 411	175 296 116	-21 604 606	157 048 748
Valutakursförändring				-6 761	-6 761
Personaloptioner				-406 400	-406 400
Årets resultat				-34 096 369	-34 096 369
Eget kapital 2026-06-30	992 827	2 364 411	175 296 116	-56 114 136	122 539 218

Koncernen | Kassaflödesanalys

SEK	6 månader jan-juni 2026	6 månader jan-juni 2025	Räkenskapsår maj-dec 2025
Resultat före skatt	-40 347 247	-9 239 461	-13 478 002
Avskrivningar	13 270 867	3 092 122	12 525 485
Justering för övriga poster som inte ingår i kassaflödet, m.m.	-268 530	93 512	1 432 168
Betald inkomstskatt	703 349	2 251 823	290 116
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i röreslekaptal	-26 641 561	-3 802 005	769 767
Kassaflöde från förändringar i röreslekaptal	1 129 854	-3 634 406	-10 179 868
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-25 511 707	-7 436 411	-9 410 101
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-4 716 226	-2 889 371	-16 063 231
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	25 178 011	10 428 078	42 727 686
Periodens kassaflöde	-5 049 922	102 296	17 254 354
Likvida medel från periodens början	17 607 344	360 647	352 990
Likvida medel vid periodens slut	12 557 422	462 943	17 607 344

Koncernen | Nyckeltal

SEK	3 månader april-juni 2026	3 månader april-juni 2025	6 månader jan-juni 2026	6 månader jan-juni 2025	Räkenskapsår maj-dec 2025
Totala intäkter (tkr)	54 550	40 899	138 530	85 990	314 213
Nettoomsättning (tkr)	53 916	39 938	136 078	81 530	306 801
EBITDA (tkr)	-15 598	536	-17 933	1 388	12 289
EBITDA-marginal	-29%	1%	-13%	2%	4%
EBIT (tkr)	-22 343	-1 375	-31 204	-1 703	-236
EBIT-marginal	-41%	-3%	-23%	-2%	0%
Soliditet	35%	41%	35%	41%	43%
Kassalikviditet	34%	73%	34%	73%	67%
Avkastning på totalt kapital	-6%	-1%	-9%	-1%	1%
Avkastning på eget kapital	-22%	-8%	-33%	-13%	-9%
Data per aktie					
Resultat (kr)	-2,47	-0,55	-3,43	-0,88	-1,34
Eget kapital (kr)	12,34	8,31	12,34	8,31	15,82
Antal aktier vid periodens slut (milj)	9,93	8,65	9,93	8,65	9,93

Moderbolaget | Resultaträkning i sammandrag

SEK	3 månader april-juni 2026	3 månader april-juni 2025	6 månader jan-juni 2026	6 månader jan-juni 2025	Räkenskapsår maj-dec 2025
Nettoomsättning	40 734 623	39 938 250	77 289 315	81 544 819	152 170 060
Övriga intäkter	514 961	950 397	2 216 262	4 466 805	5 092 354
Rörelsen kostnader exkl avskrivningar	-46 972 436	-42 688 883	-90 849 768	-87 604 206	-162 567 362
Resultat före avskrivningar (EBITDA)	-5 722 853	-1 800 136	-11 344 490	-1 592 582	-5 304 948
Avskrivningar	-920 299	-853 602	-1 726 136	-1 506 298	-2 365 505
Resultat efter avskrivningar (EBIT)	-6 643 152	-2 653 738	-13 070 237	-3 098 880	-7 670 463
Finansnetto	-2 693 610	-3 178 207	-6 414 016	-5 836 661	-4 471 593
Resultat före skatt	-9 336 762	-5 831 945	-19 484 343	962 887	-12 142 046
Inkomstskatt	0	962 887	2 061 551	962 887	1 928 421
Periodens resultat	-9 336 762	-4 869 058	-17 422 791	-7 972 774	-10 213 625

Moderbolaget | Balansräkning i sammandrag

SEK	jun-26	jun-25	dec-25
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Övriga immateriella tillgångar	4 675 074	1 718 026	3 439 755
Materiella anläggningstillgångar	12 975 677	11 830 434	12 738 936
Finansiella tillgångar	141 617 424	30 972 279	137 395 939
Summa anläggningstillgångar	159 268 176	44 520 739	153 574 629
Omsättningstillgångar			
Varulager	70 267 140	43 745 229	41 955 360
Kundfordringar	14 561 463	16 278 592	33 682 446
Övriga kortfristiga fordringar	21 530 341	15 684 518	10 388 373
Likvida medel	2 923	113 100	2 923
Summa omsättningstillgångar	106 361 868	75 821 440	86 029 102
Summa tillgångar	265 630 043	120 242 179	239 603 732
Eget kapital och skulder			
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	136 770 576	71 669 927	156 664 829
Avsättningar	6 500 000	0	6 500 000
Långfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut	25 139 670	5 857 256	22 666 667
Övriga långfristiga skulder	25 000 000	0	25 000 000
Summa långfristiga skulder	50 139 670	5 857 256	47 666 667
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit	29 731 360	22 318 979	613 108
Skulder till kreditinstitut	5 860 330	3 000 000	8 000 000
Leverantörsskulder	28 445 229	7 633 387	15 146 375
Övriga skulder	3 339 402	4 262 359	2 436 817
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	4 843 476	5 600 272	2 575 936
Summa kortfristiga skulder	72 219 797	42 814 997	28 772 236
Summa eget kapital och skulder	265 630 043	120 342 179	239 603 732

Redovisningsprinciper

Allmänna upplysningar

Årsredovisningen är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen och BFNAR 2012: I Årsredovisning och koncernredovisning (K3). Redovisningsprinciperna är oförändrade jämfört med föregående år.

Intäktsredovisning

Intäkter har tagits upp till verkligt värde av vad som erhållits eller kommer att erhållas och redovisas i den omfattning det är sannolikt att de ekonomiska fördelarna kommer att tillgodogöras bolaget och intäkterna kan beräknas på ett tillförlitligt sätt.

Anläggningstillgångar

Immateriella och materiella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar enligt plan och eventuella nedskrivningar. Avskrivning sker linjärt över den förväntade nyttjandeperioden med hänsyn till väsentligt restvärde. Följande avskrivningsprocent tillämpas:

Immateriella anläggningstillgångar:

Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande arbeten	3-5 år
Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter	5-8 år
Goodwill	8 år

Materiella anläggningstillgångar:

Maskiner och andra tekniska anläggningar	5-12 år
Inventarier, verktyg och installationer	3-5 år

Finansiella instrument

Andra långfristiga värdepappersinnehav

Placeringar i värdepapper som är anskaffade med avsikt att innehas långsiktigt har redovisats till sina anskaffningsvärden. Varje balansdag görs bedömning om eventuellt nedskrivningsbehov.

Kundfordringar/kortfristiga fordringar

Kundfordringar och kortfristiga fordringar redovisas som omsättnings-tillgångar till det belopp som förväntas bli inbetalt efter avdrag för individuellt bedömda osäkra fordringar.

Låneskulder och leverantörsskulder

Låneskulder och leverantörsskulder redovisas initialt till anskaffningsvärde efter avdrag för transaktionskostnader. Skiljer sig det redovisade beloppet från det belopp som ska återbetalas vid förfallotidpunkten periodiseras mellanskillnaden som räntekostnad över lånets löptid med hjälp av instrumentets effektivränta. Härigenom överensstämmer vid förfallotidpunkten det redovisade beloppet och det belopp som ska återbetalas.

Leasingavtal

Företaget redovisar samtliga leasingavtal, såväl finansiella som operationella, som operationella leasingavtal. Operationella leasingavtal redovisas som en kostnad linjärt över leasingperioden.

Ersättningar till anställda

Ersättningar till anställda efter avslutad anställning
I företaget finns endast avgiftsbestämda pensionsplaner. Som avgiftsbestämda planer klassificeras planer där fastställda avgifter betalas och det inte finns förpliktelser att betala något ytterligare, utöver dessa avgifter.

Utgifter för avgiftsbestämda planer redovisas som en kostnad under den period de anställda utför de tjänster som ligger till grund för förpliktelsen.

Definitioner

Nettoomsättning

Rörelsens huvudintäkter, fakturerade kostnader, sidointäkter samt intäktskorrigeringar.

Resultat efter finansiella poster

Resultat efter finansiella intäkter och kostnader men före bokslutsdispositioner och skatter.

Balansomslutning

Företagets samlade tillgångar.

Antal anställda

Antal anställda vid periodens slut.

Soliditet (%)

Justerat eget kapital (eget kapital och obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatt) i procent av balansomslutning.

Kassalikviditet (%)

Omsättningstillgångar inkl outnyttjad checkräkning minus lager i procent av kortfristiga skulder.

Avkastning på totalt kap. (%)

Rörelseresultat plus finansiella intäkter i procent av balansomslutningen.

Avkastning på eget kap. (%)

Resultat efter finansiella poster i procent av justerat eget kapital (eget kapital och obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatt).

Finansiell kalender

Delårsrapport Q3	2026-11-05
Bokslutskommuniké 2026	2027-02-11

Avlämnande av rapport

Örebro, 13 augusti, 2026

Candles Scandinavia AB (publ)

Ulf Gejhammar

Styrelseordförande

Viktor Garmiani

VD & Styrelseledamot

Andreas Davidsson

Styrelseledamot

Petter Berggren

Styrelseledamot

Nina Garmiani

Styrelseledamot

Denna information är sådan information som Candles Scandinavia AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnandes, genom nedanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 2026-08-13.

Kontaktperson

Viktor Garmiani

VD

Telefon: 073 519 39 99

E-post: vga@candles.se

Kontaktuppgifter Amudova

Bolagets Certified Adviser är Amudova AB

Telefon: +46 (0) 8-546 017 58

E-post: info@amudova.se





Candles Scandinavia AB (publ)

Örebro, 13 augusti, 2026
Candles Scandinavia AB (publ)

CANDLES
SCANDINAVIA

— Experience A World Of Candles —