



CD
ON

Things for life

Delårsrapport
Q2 2026

ANDRA KVARTALET - CDON GROUP

- Det totala bruttovärdet av sålda varor på marknadsplatserna (GMV)¹ ökade med 13% till 521,1 (460,2) mkr².
- Nettoomsättningen ökade med 3% till 103,4 (100,5) mkr.
- Take rate³ minskade med 0,8 procentenheter till 17,6% (18,4%).
- Bruttomarginalen ökade med 4,5 procentenheter till 88,9% (84,4%).
- Bruttoresultat efter marknadsföringskostnader (GPAM) minskade med 10% till 43,5 (48,1) mkr.
- Rörelseresultat före avskrivningar uppgick till -7,3 (0,4) mkr.
- Rörelseresultatet uppgick till -27,8 (-21,3) mkr.
- Justerat för 16,7 mkr i avskrivning av goodwill för koncernen hänförlig till förvärvet av Fyndiq, uppgick rörelseresultatet till -11,1 (-4,6) mkr.
- Vinst per aktie uppgick till -2,43 (-1,99).
- Justerad vinst per aktie uppgick till -0,98 (-0,44)⁴.

JANUARI-JUNI - CDON GROUP

- Total GMV ökade med 14% till 915,1 (804,7) mkr.
- Nettoomsättningen ökade med 7% till 194,0 (181,0) mkr.
- Take rate minskade med 0,5 procentenheter till 18,3% (18,8%).
- Bruttomarginalen ökade med 2,8 procentenheter till 86,2% (83,4%).
- GPAM minskade med 1% till 85,6 (86,7) mkr.
- Rörelseresultat före avskrivningar uppgick till -10,0 (0,6) mkr.
- Rörelseresultatet uppgick till -51,1 (-43,1) mkr.
- Justerat för 33,3 mkr i avskrivning av goodwill för koncernen hänförlig till förvärvet av Fyndiq, uppgick rörelseresultatet till -17,8 (-9,8) mkr.
- Vinst per aktie uppgick till -4,47 (-4,02).
- Justerad vinst per aktie uppgick till -1,57 (-0,93).

Belopp i mkr	2026 Apr-Jun	2025 Apr-Jun	Δ	2026 Jan-Jun	2025 Jan-Jun	Δ
CDON Group						
Total Gross merchandise value	521,1	460,2	13%	915,1	804,7	14%
Nettoomsättning	103,4	100,5	3%	194,0	181,0	7%
Bruttoresultat	91,9	84,8	8%	167,2	151,0	11%
Take rate (%)	17,6	18,4	-0,8 pp	18,3	18,8	-0,5 pp
Bruttomarginal (%)	88,9	84,4	4,5 pp	86,2	83,4	2,8 pp
Marknadsföringskostnader	-48,4	-36,7	32%	-81,6	-64,3	27%
Marknadsföringskostnader som andel av GMV (%)	-9,3	-8,0	-1,3 pp	-8,9	-8,0	-0,9 pp
Bruttoresultat efter marknadsföringskostnader	43,5	48,1	-10%	85,6	86,7	-1%
Bruttoresultat efter marknadsföringskostnader (%)	8,3	10,4	-2,1 pp	9,4	10,8	-1,4 pp
Rörelsekostnader, exkl. marknadsföringskostnader och D&A	-50,7	-47,7	6%	-95,7	-86,1	11%
EBITDA	-7,3	0,4	n/a	-10,0	0,6	n/a
EBIT	-27,8	-21,3	-31%	-51,1	-43,1	-19%
Vinst per aktie, kr	-2,43	-1,99	-22%	-4,47	-4,02	-11%

1 Gross merchandise value avser total försäljning av varor från tredjepartshandlare och egen försäljning inklusive fraktkostnader, exklusive returer och moms.

2 Jämförelsetal för GMV Q1-Q2 2025 i Fyndiq har justerats samt relaterade mått räknats om i denna rapport.

3 Take rate definieras som Bruttoresultat / GMV.

4 Justerat för avskrivning av goodwill för koncernen.

Segmentsrapportering

CDON-koncernens operativa resultat består av två segment: CDON och Fyndiq.

Belopp i mkr	2026 Apr-Jun	2025 Apr-Jun	Δ	2026 Jan-Jun	2025 Jan-Jun	Δ
CDON Marketplace (3P)*						
Gross merchandise value	362,1	330,5	10%	648,9	578,0	12%
Nettoomsättning	54,0	52,7	2%	101,4	95,6	6%
Bruttoresultat	48,7	47,6	2%	91,9	86,7	6%
Take rate (%)	13,5	14,4	-0,9 pp	14,2	15,0	-0,8 pp
Bruttomarginal (%)	90,2	90,2	0,0 pp	90,6	90,7	-0,1 pp
CDON Retail (1P)**						
Gross merchandise value	1,9	8,4	-77%	9,7	18,5	-48%
Nettoomsättning	1,9	8,4	-77%	9,7	18,4	-47%
Bruttoresultat	-2,3	-1,0	130%	-4,2	-1,0	320%
Bruttomarginal (%)	-118,8	-11,9	-106,9 pp	-43,9	-5,6	-38,3 pp
CDON Segment***						
Gross merchandise value	364,0	338,9	7%	658,6	596,4	10%
Nettoomsättning	55,9	61,2	-9%	111,0	114,1	-3%
Bruttoresultat	46,5	46,6	0%	87,6	85,7	2%
Bruttoresultat efter marknadsföringskostnader	20,2	24,4	-17%	41,6	46,4	-10%
Take rate (%)	12,8	13,7	-0,9 pp	13,3	14,4	-1,1 pp
Bruttomarginal (%)	83,1	76,2	6,9 pp	78,9	75,0	3,9 pp

* CDON Marketplace (3P) avser försäljning via tredjepartshandlare som är knutna till CDON. Samtliga tjänsteintäkter redovisas i CDON Marketplace (3P).

** CDON Retail (1P) avser CDON:s egen försäljning via lager samt drop shipment. Efter avvecklingen av denna verksamhet och utförsäljningen av lagret kommer 1P inte längre att redovisas som ett separat segment framöver.

*** CDON Segment omfattar resultatet från CDON AB samt dotterbolag exklusive Fyndiq och aktier i associerade företag.

Belopp i mkr	2026 Apr-Jun	2025 Apr-Jun	Δ	2026 Jan-Jun	2025 Jan-Jun	Δ
Fyndiq Marketplace⁵						
Gross merchandise value	157,1	121,3	30%	256,5	208,2	23%
Nettoomsättning	47,5	39,3	21%	83,0	66,9	24%
Bruttoresultat	45,4	38,2	19%	79,6	65,3	22%
Bruttoresultat efter marknadsföringskostnader	23,2	23,7	-2%	44,0	40,3	9%
Take rate (%)	28,9	31,5	-2,6 pp	31,0	31,4	-0,4 pp
Bruttomarginal (%)	95,6	97,3	-1,7 pp	95,9	97,6	-1,7 pp

⁵ Jämförelsetal för GMV Q1-Q2 2025 i Fyndiq har justerats samt relaterade mått räknats om i denna rapport.

VD-ord

Strategiska investeringar på rull, fortsatt volymtillväxt

Det har varit ett händelserikt kvartal, drivet av volymtillväxt i båda segmenten, som resulterade i en GMV-tillväxt på **13 %**.

Trots GMV-tillväxten minskade bruttovinsten efter marknadsföring (GPAM) med **-10 %**, och EBITDA landade på **-7,3 mSEK**, jämfört med **+0,4 mSEK** samma period föregående år.

Skillnaden beror på medvetna investeringar och specifika jämförelseeffekter från föregående år, tillsammans med fortsatta strukturella utmaningar i marknadsföringseffektivitet och vårt strategiska fokus på att växa utbudet, särskilt inom elektronik kategorin, som har lägre marginal.

Tillväxstsatsningarna medförde **1,7 mSEK** i OPEX. Utöver detta innehöll OPEX för Q2 2025 ett engångsbidrag på **3,0 mSEK** från en plattformspartner, vilket påverkar jämförbarheten mellan åren.

Sammantaget innebar dessa engångseffekter i jämförelsetalen, tillsammans med våra aktiva tillväxtinvesteringar, en negativ påverkan på **6,3 mSEK** på GPAM och **11,0 mSEK** på EBITDA jämfört med föregående år.

Fortsatt förändrad marknadsföringsmix

Som vi har kommunicerat tidigare kvartal har förändringar i trafikmixen lett till att vi förlitar oss mer på betalda performance-kanaler, vilket ökar marknadsföringskostnaderna i relation till bruttovinsten. Samtidigt ligger vår effektivitet i dessa kanaler i linje med förväntningarna.

Vår strategiska plan för att minska det här beroendet är igång. Vi kombinerar våra varumärkessatsningar med förbättringar av plattformens SEO-struktur samt förbättringar av den allmänna kundupplevelsen. De här förändringarna kräver investeringar som ännu inte syns i våra redovisade siffror, men vi räknar med att de på sikt hjälper oss att balansera om trafikmixen.

Segmentgenomgång: engångseffekter och investeringar

För att förstå kvartalets resultatvariation kan skillnaden mellan vår GMV-tillväxt och den lägre GPAM:en delas upp i specifika engångsposter per segment:

- Fyndiq: Marginalutvecklingen påverkades främst av två saker. Dels var jämförelsetalen för Q2 föregående år ovanligt höga, eftersom de innehöll

3,0 mSEK i extraordinära intäkter från handlarnas "performance fees". Dels spenderade vi **1,0 mSEK** på varumärkesmarknadsföring under kvartalet. Den kostnaden var helt kopplad till produktion av kommande reklamfilmer, och ingen del gick till aktiv mediabudget för att driva försäljning under perioden. Justerat för de här posterna följer Fyndiqs underliggande GPAM en stabil utveckling.

- CDON: Variationen i det här segmentet beror på flera olika faktorer. Som en del av vårt beslut att fasa ut den gamla 1P-verksamheten gav den slutliga utförsäljningen av kvarvarande lager en realiserad förlust på **1,3 mSEK** utöver föregående års 1P-förlust. Vi spenderade också **1,9 mSEK** i varumärkeskostnader, där merparten avsåg produktion av kreativt material. Den här marginalpressen mildrades delvis av ett positivt bidrag på **0,9 mSEK** från handlarnas performance fees, som infördes på CDON i slutet av Q3 2025.

CDONs redovisade take rate landade på 12,8 %, jämfört med 13,7 % föregående år. Det handlar inte om en strukturell nedgång, utan är en direkt följd av en medveten förändring i handlar- och produktmix. Under 2025 valde vi att avveckla flera underpresterande handlarkonton med stora försäljningsvolym. De handlarna hade mycket höga take rates, eftersom de sålde lågprisprodukter, men varken produktkvaliteten eller kundupplevelsen stämde överens med CDONs långsiktiga positionering. Vi fortsätter samtidigt att växa inom volymstarka kategorier som hemelektronik och, på senare tid, mobilitet (elcyklar och elsparkcyklar). De här kategorierna har generellt lägre take rates, men spelar en strategisk roll: de hjälper oss bygga den kundbas vi behöver för att över tid expandera till andra kategorier med högre take rates.

Den här expansionen drivs främst av nya europeiska handlare med starkt utbud inom dessa kategorier, och vi tror att de här förändringarna positionerar oss bättre för en lönsam tillväxt på lång sikt.

Tillväxtinitiativ: investeringar som kommer före intäkterna

Våra fyra tillväxtinitiativ utvecklas enligt plan. Eftersom de här strategiska satsningarna kräver kostnader i förväg, både för drift och utveckling, kommer den ekonomiska uppsidan naturligt efter att kostnaderna redan påverkat vår resultaträkning:

- Retail media: Den tekniska infrastrukturen är nu igång i ett tidigt skede på CDON, och har gått in i

livetestning på Fyndiq. Den här satsningen kommer successivt att öka våra take rates över tid, men gav ingen väsentlig ekonomisk effekt under kvartalet.

- Utökad teknikkapacitet: Vår utökade tech-organisation innebär en kostnad på kort sikt, men gör det möjligt för oss att snabbare lansera viktiga uppdateringar av kundupplevelsen, vilket lägger grunden för bättre operationell hävstång framöver.

- Nordisk expansion: Lokalisering och integration av aggregatorer fortlöper enligt plan. Vi fortsätter att löpande knyta handlare som bara säljer i en marknad till vår gränsöverskridande verksamhet, och ser nu de första positiva resultaten, de nordiska marknaderna (exklusive Sverige) står nu

för **31 %** av vår totala GMV, jämfört med **28 %** under Q2 2025.

- Varumärkesmarknadsföring: Som nämnts ovan är de här tidiga investeringarna i reklamproduktion grunden för en mer motståndskraftig och balanserad marknadsföringsmix på lång sikt.

Blicken mot 2027

Sammanfattningsvis investerar vi just nu kapital innan vi ser den ekonomiska avkastningen. De här tidiga kostnaderna påverkar vårt kortsiktiga resultat, men stegen vi tar är nödvändiga för att bygga en bättre marknadsplats. Med en renodlad 3P-marknadsplats och våra tillväxtinitiativ på rull är vi på rätt väg mot ett finansiellt hållbart och starkt bolag.



Med vänliga hälsningar,

Fredrik Norberg
CEO, CDON Group

Nyckeltal, Finansiella direktiv samt Väsentliga händelser

Nyckeltal – Orderdata

	2026 Apr-Jun	2025 Apr-Jun	Δ	2026 Jan-Jun	2025 Jan-Jun	Δ
CDON Group⁶						
Aktiva kunder de senaste 12 månaderna, tusental	2 986	2 809	6%	2 986	2 809	6%
Ordrar, tusental	1 088	963	13%	1 955	1 751	12%
Genomsnittligt ordervärde (AOV), kr ⁷	511	508	1%	497	478	4%
Antal handlare de senaste 12 månaderna ⁸	2 192	2 421	-9%	2 192	2 421	-9%
Köpfrekvens ⁹	1,2	1,2	0%	1,2	1,2	0%
Sveriges andel av GMV (%)	68,7	72,1	-3,4 pp	69,3	71,1	-1,8 pp

Finansiella direktiv

- CDON Groups marknadsverksamhet kommer kontinuerligt att öka marknadsandelar¹⁰ på den nordiska e-handelsmarknaden.
- CDON Groups take rate på marknadsplatsen kommer att öka över tid.
- CDON Group kommer att ha starka inkrementella marginaler tack vare den höga bruttomarginalen på marknadsplatsen och den relativt fasta kostnadsbasen för administration och generella kostnader.

Väsentliga händelser under Q2 2026

- Den 18 maj höll CDON sin årsstämma. Bland övriga beslut fastställdes att styrelsen ska bestå av sex ledamöter. Christoffer Norman, Brad Hathaway, Mikaela Willman, Homan Akhavan och Alexander Bricca omvaldes, och Therese Kempe valdes till ny styrelseledamot. Brad Hathaway valdes till styrelsens ordförande.

Väsentliga händelser efter Q2 2026

- Inga väsentliga händelser har inträffat efter Q2 2026.

⁶ Baserat på orderdata under perioden, vilka kan skilja sig från redovisade order på grund av tidpunkten för intäktsredovisning samt avrundning.

⁷ Tidigare benämnd genomsnittlig varukorg. AOV jämförelsetal har uppdaterats enligt korrekt mätmetod för Q2 2025 och jan-jun 2025.

⁸ Totalt antal handlare med försäljning under de senaste 12 månaderna vid periodens slut.

⁹ Köpfrekvens beräknas som beställningar genom antal unika kunder under en viss period.

¹⁰ "Marknadsandel" definieras som CDON:s totala GMV som andel av den tillgängliga marknaden (SAM-serviceable available market), definierad som totala onlineutgifter i Norden, exklusive hotell- och restaurangbranschen, resor, byggmaterial, livsmedel, kläder, skor och apoteksprodukter.

Kommentarer på finansiellt resultat – CDON Group

Fortsatt positiv utveckling i det andra kvartalet

Total GMV ökade med 13% jämfört med samma kvartal föregående år, vilket speglar ett starkt momentum i båda affärssegmenten. I CDON-segmentet drevs tillväxten av fortsatt starkt resultat i kärnkategorin Hemelektronik, förstärkt av återaktiveringen av Prisjakt som kanal. I Fyndiq-segmentet utmärkte sig stark säsongsförsäljning inom Sport och fritid samt Barn och baby som de mest positiva kategorierna.

Under kvartalet ökade AOV med 1% och ordervolymer ökade med 13% jämfört med föregående år. Detta återspeglar en förändrad mix mot Fyndiq, som motverkas av högre AOV inom respektive segment.

Den totala nettoomsättningen ökade med 3% för kvartalet, drivet av stark 3P-försäljning på marknadsplatsen. Bidraget från handlaravgifter var 2,1 mkr lägre än föregående år och motsvarade cirka 0,5% av GMV. Denna nivå är stabil, medan motsvarande kvartal föregående år innehöll engångshändelser.

I linje med våra strategiska prioriteringar avvecklades CDON Retail (1P)-verksamheten under kvartalet och kommer inte längre att redovisas separat. Försäljning av snus, som tidigare redovisades som en del av 1P-verksamheten, kommer framöver att redovisas som en del av CDON-segmentet.

Förbättrad bruttomarginal till följd av avvecklingen av CDON Retail

Bruttoresultatet uppgick till 91,9 (84,8) mkr och bruttomarginalen ökade med 4,5 procentenheter till 88,9% (84,4%) under kvartalet. Den fortsatta ökningen av bruttomarginalen återspeglar en högre andel 3P GMV i förhållande till total GMV, som har en betydligt högre bruttomarginal än CDON Retail (1P).

I samband med avvecklingen såldes kvarvarande 1P-lager ut till rabatterade priser, och 1P bidrog med ett negativt bruttoresultat på -2,3 (-1,0) mkr för kvartalet.

Koncernens take rate minskade under kvartalet till 17,6% (18,4%), en minskning med 0,8 procentenheter jämfört med föregående år. Utöver det negativa bidraget från 1P-verksamheten förklaras den lägre take rate av en förändring i produktmix jämfört med föregående år, främst driven av CDON 3P-segmentet.

Fortsatt höga marknadsföringskostnader pressar GPAM-marginalen

Marknadsföringskostnaderna uppgick till 48,4 (36,7) mkr för kvartalet, vilket motsvarar 9,3% (8,0%) av GMV. Detta utgör en ökning med 1,3 procentenheter jämfört med samma period föregående år, vilket drevs av båda segmenten. Utöver en fortsatt förändring i marknadsföringsmixen, och ett fortsatt beroende av betald trafik, påverkades Fyndiq av en tillfällig omkalibrering av vår prestationsmarknadsföring i juni inför tulländringarna. Under kvartalet investerades 2,9 mkr i varumärkesbyggande marknadsföringsaktiviteter inklusive produktion. Exklusive dessa kostnader hade marknadsföring som andel av GMV uppgått till 8,7%.

Bruttoresultat efter marknadsföringskostnader för koncernen under kvartalet uppgick till 43,5 (48,1) mkr, vilket resulterade i en GPAM-marginal på 8,3% (10,4%). Justerat för jämförelsestörande poster (2,1 mkr i handlaravgifter under motsvarande kvartal föregående år, 1,3 mkr i inkrementellt negativt 1P-bruttoresultat kopplat till avvecklingen samt 2,9 mkr i varumärkesinvesteringar under det aktuella kvartalet, totalt 6,3 mkr) förbättrades det underliggande GPAM med 1,7 mkr jämfört med föregående år, trots den redovisade nedgången.

Uppbyggnad av organisatorisk kapacitet för att genomföra koncernstrategin

De totala kostnaderna uppgick till -119,7 (-106,1) mkr för kvartalet. Ökningen av rörelsekostnaderna jämfört med samma period föregående år hänförs till de högre marknadsföringskostnaderna men även till ökade personal- och konsultkostnader till följd av koncernstrategin.

Rörelsekostnaderna, exklusive marknadsföringskostnader samt avskrivningar, uppgick till 50,7 (47,7) mkr för kvartalet. Ökningen av rörelsekostnaderna jämfört med samma period föregående år hänförs till högre personal- och konsultkostnader. Av detta avsåg 1,7 (0,0) mkr tillväxtnitativ. Dessutom innehöll motsvarande kvartal föregående år ett engångsbidrag för integrationskostnader på 3,0 mkr från en partner.

EBITDA påverkat av lägre take rate och högre marknadsföringskostnader

EBITDA uppgick till -7,3 (0,4) mkr för kvartalet, en minskning med 7,7 mkr jämfört med samma period föregående år. Nedgången drevs främst av lägre take rate och högre marknadsföringskostnader. Utöver de poster som påverkar GPAM enligt ovan påverkas jämförbarheten av engångsbidraget på 3,0 mkr från en partner under motsvarande kvartal föregående år samt 1,7 mkr i personal- och konsultkostnader för tillväxtnitativ under det aktuella kvartalet, vilket ger totalt 11,0 mkr i

jämförelsestörande poster. Justerat för dessa förbättrades det underliggande EBITDA med cirka 3 mkr jämfört med föregående år.

EBIT uppgick till -27,8 (-21,3) mkr för kvartalet. Justerat för goodwillavskrivningar relaterade till förvärvet av Fyndiq uppgick EBIT till -11,1 (-4,6) mkr.

Resultat före skatt uppgick till -27,9 (-21,4) mkr för kvartalet.

Resultat efter skatt per aktie uppgick till -2,43 (-1,99) kr för kvartalet. Justerat för goodwillavskrivningar relaterade till förvärvet av Fyndiq uppgick vinsten efter skatt per aktie till -0,98 (-0,44) kr för kvartalet.

Kassaflöde och finansiell ställning CDON Group

Kassaflödet för kvartalet uppgick till 44,3 (5,0) mkr.

Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital uppgick till -6,0 (2,2) mkr för kvartalet.

Efter förändringar i rörelsekapital uppgick kassaflödet från den löpande verksamheten till 50,2 (10,3) mkr för kvartalet. Förändringen i kassaflödet under kvartalet återspeglar ökad skuld till handlare till följd av en positiv GMV-utveckling.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -6,5 (-5,3) mkr. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till 0,6 (0,0) mkr.

Totala tillgångar uppgick till 744,9 (736,4) mkr och eget kapital uppgick till 509,8 (533,5) mkr per den 30 juni 2026. Ökningen av totala tillgångar hänförs till den ökade kassabalansen, motverkad av avskrivningen av goodwill, medan minskningen av eget kapital hänförs till årets resultat.

Koncernens kassabalans var 58,9 mkr högre jämfört med föregående år och uppgick till 140,7 (81,8) mkr. Per den 30 juni 2026 uppgick de kortfristiga skulderna till 234,6 (202,2) mkr varav 168,4 (134,3) mkr är hänförliga till skulder till handlare. Omsättningstillgångarna uppgick till 204,7 (137,1) mkr.

Antal anställda CDON Group

Under det andra kvartalet hade CDON Group i genomsnitt 74 (70) heltidsanställda.

Information om aktien

Sedan den 6 november 2020 har CDON:s stamaktier varit noterade på Nasdaq First North Growth Market, med FNCA Sweden AB som certifierad rådgivare. Aktierna har ISIN-koden SE0015191911 och förkortningen CDON.

Per den 30 juni 2026 hade CDON 11 465 878 emitterade aktier, varav 11 259 717 stamaktier och 206 161 klass C-aktier. Aktiekapitalet uppgick till 11 487 573 kr.

Redovisnings- och värderingsprinciper

De konsoliderade delårsrapporterna samt koncernens och moderbolagets finansiella rapporter har upprättats i enlighet med den svenska årsredovisningslagen, med samma redovisningspolicyer och beräkningsbaser som i den senaste årsredovisningen, det vill säga BFNAR 2012:1 (K3).

Belopp anges i mkr om inte annat anges. Till följd av avrundning summerar tabellerna i denna rapport inte alltid exakt.

Betydande risker och osäkerheter

Flera faktorer kan direkt eller indirekt påverka CDON:s och/eller koncernens verksamhet (CDON och dess dotterbolag). CDON arbetar kontinuerligt med att identifiera, bedöma och utvärdera dessa risker. Vi anser att inga betydande risker eller osäkerheter har uppstått utöver de som beskrivs i CDON:s årsredovisning för 2025.

Transaktioner med närstående parter

CDON AB och Fyndiq AB har fakturerat varandra för interna kostnader under det andra kvartalet 2026.

Finansiell kalender 2026

- Publicering av delårsrapport Q3 2026 den 22 oktober 2026.
- Publicering av rapport för Q4 och helåret 2026 den 11 februari 2027.

Revision

Denna rapport har inte granskats av bolagets revisor.

CDON AB (publ)

Stockholm

15 juli 2026

Fredrik Norberg, VD

Rapportpresentation

CDON Group bjuder in press, investerare och analytiker till en webbsändning där CDON Groups delårsrapport för det andra kvartalet 2026 kommer att presenteras. Efter presentationen kommer det att finnas möjlighet att lämna skriftliga frågor. Presentationen hålls på engelska den 15 juli 2026 kl. 10:00 CEST.

Om du vill delta via webbsändning, vänligen använd länken nedan.

Länk till webbsändning:

<https://qcnl.tv/p/qpmePrNo2elkokHpQliCPA>

Presentationsmaterialet och webbsändningen kommer att publiceras på:

<https://investors.cdon.com/en/investors/financial-reports/>

För mer information, vänligen kontakta:

Fredrik Norberg, VD

fredrik.norberg@cdon.com

Carl Andersson, CFO

carl.andersson@cdon.com

Denna information är sådan som CDON AB är skyldig att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen släpptes för publicering genom ovanstående kontakter kl. 07:00 CEST den 15 juli 2026.

Om CDON Group

CDON AB (publ) är en ledande marknadsplats i Norden, som äger och driver de två online-marknadsplatserna CDON och Fyndiq. CDON Group är noterat på Nasdaq First North Growth Market och har sitt huvudkontor i Stockholm. År 2023 förvärvade CDON AB Fyndiq och förde de två plattformarna samman under CDON Group. Fyndiq och CDON kombinerar teknisk kompetens, marknadsplatsinfrastruktur och kundräckvidd — vilket skapar ett heltäckande och kompletterande erbjudande för både handlare och konsumenter. Koncernens vision är att frigöra marknadens kraft genom att erbjuda den bästa shoppingupplevelsen i Norden.

CDON AB (publ)

Huvudkontor: Stockholm

Organisationsnummer: 556406-1702

Postadress: Box 385, 113 47 Stockholm, Sweden

Gatuadress: Ynglingagatan 16, 113 47 Stockholm, Sweden

Koncernens resultaträkning

Belopp i mkr	2026 Apr-Jun	2025 Apr-Jun	2026 Jan-Jun	2025 Jan-Jun	2025 Jan-Dec
Nettoomsättning	103,4	100,5	194,0	181,0	444,0
Kostnad för sålda varor	-11,5	-15,6	-26,8	-30,0	-78,4
Bruttoresultat	91,9	84,8	167,2	151,0	365,6
Försäljningskostnader	-60,7	-48,3	-105,0	-83,2	-203,5
Administrationskostnader ¹¹	-59,1	-57,3	-114,5	-112,5	-218,4
Övriga rörelseintäkter och kostnader, netto	0,1	-0,5	1,2	1,7	1,3
Rörelseresultat	-27,8	-21,3	-51,1	-43,1	-55,0
Finansiella intäkter och kostnader	-0,1	-0,1	-0,2	-0,2	0,9
Resultat efter finansiella poster	-27,9	-21,4	-51,3	-43,3	-54,1
Resultat före skatt	-27,9	-21,4	-51,3	-43,3	-54,1
Skatt på periodens resultat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Uppskjuten skatt	0,0	0,0	0,0	0,0	-2,7
Periodens resultat	-27,9	-21,4	-51,3	-43,3	-56,8
Hänförligt till:					
Moderbolagets aktieägare	-27,9	-21,4	-51,3	-43,3	-56,8
Periodens resultat	-27,9	-21,4	-51,3	-43,3	-56,8

¹¹ Administrationskostnader för det andra kvartalet 2026 inkluderar -16,7 mkr i avskrivning av goodwill.

Koncernens balansräkning

Belopp i mkr	2026 30 Jun	2025 30 Jun	2025 31 Dec
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	511,5	567,8	540,6
Materiella anläggningstillgångar	0,4	0,4	0,4
Finansiella anläggningstillgångar	28,4	31,0	28,4
Summa anläggningstillgångar	540,2	599,3	569,3
Omsättningstillgångar			
Varulager	0,0	7,4	9,6
Kortfristiga fordringar	64,0	47,9	74,0
Kassa och bank	140,7	81,8	149,6
Summa omsättningstillgångar	204,7	137,1	233,1
SUMMA TILLGÅNGAR	744,9	736,4	802,4
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	509,8	533,5	560,8
Summa eget kapital	509,8	533,5	560,8
Avsättningar	0,5	0,4	1,4
Summa avsättningar	0,5	0,4	1,4
Långfristiga skulder	0,0	0,3	0,0
Summa långfristiga skulder	0,0	0,3	0,0
Kortfristiga skulder	234,6	202,2	240,2
<i>Andel kortfristiga skulder relaterade till handlarna</i>	<i>168,4</i>	<i>134,3</i>	<i>156,9</i>
Summa kortfristiga skulder	234,6	202,2	240,2
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	744,9	736,4	802,4

Förändringar i eget kapital för koncernen

Belopp i mkr	2026 Jan-Jun	2025 Jan-Jun	2025 Jan-Dec
Ingående balans	560,8	576,0	576,0
Nyemission	0,0	0,0	45,0
Emissionskostnader	-0,3	0,0	-3,3
Optionsvärde	0,6	0,8	0,8
Periodens resultat	-51,3	-43,3	-56,8
Likvidation dotterbolag	0,0	0,0	-0,8
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	509,8	533,5	560,8
Utgående balans	509,8	533,5	560,8

Kassaflödesanalys för koncernen

Belopp i mkr	2026 Apr-Jun	2025 Apr-Jun	2026 Jan-Jun	2025 Jan-Jun	2025 Jan-Dec
Den löpande verksamheten					
Rörelseresultat (EBIT)	-27,8	-21,3	-51,1	-43,1	-55,0
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	22,4	24,1	41,5	38,7	83,3
Betald inkomstskatt	-0,6	-0,6	-1,3	-1,3	0,0
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	-6,0	2,2	-10,9	-5,7	28,3
Ökning(-)/Minskning(+) av varulager	2,2	0,1	9,1	1,6	0,1
Ökning(-)/Minskning(+) av rörelsefordringar	-20,8	-2,8	10,1	35,0	5,8
Ökning(+)/Minskning(-) av rörelseskulder	74,8	10,9	-5,5	-83,7	-46,2
Kassaflöde från den löpande verksamheten	50,2	10,3	2,8	-52,8	-12,0
Investeringsverksamheten					
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-0,1	0,0	-0,1	0,0	-0,1
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-6,4	-5,3	-11,9	-10,3	-24,8
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-6,5	-5,3	-12,0	-10,3	-24,9
Finansieringsverksamheten					
Nyemission	0,0	0,0	-0,3	0,0	40,2
Teckningsoptioner	0,6	0,0	0,6	0,0	0,6
Ökning av aktiekapital	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	0,6	0,0	0,3	0,0	41,6
Periodens kassaflöde	44,3	5,0	-8,9	-63,1	4,7
Likvida medel vid periodens början	96,4	76,8	149,6	144,9	144,9
Valutakursdifferens i likvida medel	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Likvida medel vid periodens slut	140,7	81,8	140,7	81,8	149,6

Moderbolagets resultaträkning

Belopp i mkr	2026 Apr-Jun	2025 Apr-Jun	2026 Jan-Jun	2025 Jan-Jun	2025 Jan-Dec
Nettoomsättning	55,9	61,2	111,0	114,1	275,2
Kostnad för sålda varor	-9,4	-14,6	-23,4	-28,4	-72,8
Bruttoresultat	46,5	46,6	87,6	85,7	202,4
Försäljningskostnader	-34,9	-29,1	-62,5	-48,4	-120,2
Administrationskostnader	-26,2	-24,5	-50,7	-48,6	-91,4
Övriga rörelseintäkter och kostnader, netto	0,1	-1,2	-0,6	-1,1	0,2
Rörelseresultat	-14,5	-8,1	-26,2	-12,5	-9,0
Finansiella intäkter och kostnader	-0,1	-0,1	-0,2	-0,2	0,5
Resultat efter finansiella poster	-14,6	-8,2	-26,4	-12,7	-8,5
Resultat före skatt	-14,6	-8,2	-26,4	-12,7	-8,5
Koncernbidrag	0,0	0,0	0,0	0,0	8,0
Periodens resultat	-14,6	-8,2	-26,4	-12,7	-0,5

Moderbolagets balansräkning

Belopp i mkr	2026 30 Jun	2025 30 Jun	2025 31 Dec
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	54,2	39,2	48,2
Materiella anläggningstillgångar	0,4	0,2	0,3
Finansiella anläggningstillgångar	725,5	725,4	725,4
Summa anläggningstillgångar	780,1	764,8	773,9
Omsättningstillgångar			
Varulager	0,0	7,4	9,6
Kortfristiga fordringar	34,4	33,7	37,6
Kassa och bank	37,4	13,3	53,2
Summa omsättningstillgångar	71,8	54,3	100,4
SUMMA TILLGÅNGAR	851,9	819,1	874,3
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	705,8	678,1	731,9
Summa eget kapital	705,8	678,1	731,9
Avsättningar	0,5	0,4	1,5
Summa avsättningar	0,5	0,4	1,5
Långfristiga skulder	0,0	0,0	0,0
Summa långfristiga skulder	0,0	0,0	0,0
Kortfristiga skulder	145,5	140,7	140,9
<i>Andel kortfristiga skulder relaterade till handlarna</i>	<i>88,5</i>	<i>75,7</i>	<i>68,2</i>
Summa kortfristiga skulder	145,5	140,7	140,9
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	851,9	819,1	874,3

Information om antalet aktier

	2026 Apr-Jun	2025 Apr-Jun	2026 Jan-Jun	2025 Jan-Jun
Utestående aktier vid periodens slut	11 465 878	10 751 313	11 465 878	10 751 313
Utestående aktier vid periodens slut efter utspädning	11 465 878	10 751 313	11 465 878	10 751 313
Genomsnittligt antal aktier före utspädning	11 465 878	10 751 313	11 467 393	10 751 313
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning	11 465 878	10 751 313	11 467 393	10 751 313

Resultaträkning som referens – CDON

Resultaträkningen för CDON uppskattas i enlighet med CDON:s driftsmodell och redovisningsprinciper samt CDON:s jämförande perioder.

CDON Belopp i mkr	2026 Apr-Jun	2025 Apr-Jun	2026 Jan-Jun	2025 Jan-Jun	2025 Jan-Dec
Total Gross merchandise value	364,0	338,9	658,6	596,4	1 393,9
Bruttoresultat efter marknadsföringskostnader	20,2	24,4	41,6	46,4	106,6
EBITDA¹²	-11,6	-5,9	-20,3	-7,7	1,6
Nettoomsättning	55,9	61,2	111,0	114,1	275,2
Kostnad för sålda varor	-9,4	-14,6	-23,4	-28,4	-72,8
Bruttoresultat	46,5	46,6	87,6	85,7	202,4
Försäljningskostnader	-34,9	-29,1	-62,5	-48,4	-120,2
Administrationskostnader	-26,2	-24,5	-50,7	-48,6	-91,4
Övriga rörelseintäkter och kostnader, netto	0,1	-1,2	-0,6	-1,1	0,2
Resultat från associerade företag och gemensamt kontrollerade bolag	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rörelseresultat	-14,5	-8,1	-26,2	-12,5	-9,0
Finansiella intäkter och kostnader	-0,1	-0,1	-0,2	-0,2	0,5
Resultat efter finansiella poster	-14,6	-8,2	-26,4	-12,7	-8,5
Resultat före skatt	-14,6	-8,2	-26,4	-12,7	-8,5
Koncernbidrag	0,0	0,0	0,0	0,0	8,0
Periodens resultat	-14,6	-8,2	-26,4	-12,7	-0,5
Hänförligt till:					
Moderbolagets aktieägare	-14,6	-8,2	-26,4	-12,7	-0,5
Minoritetsintressen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Periodens resultat	-14,6	-8,2	-26,4	-12,7	-0,5

¹² Jämförelsetal för EBITDA Q2 och H1 i CDON har justerats i denna rapport. Presenterades korrekt i årsredovisningen 2025

Resultaträkning som referens – Fyndiq

Resultaträkningen för Fyndiq uppskattas i enlighet med Fyndiqs driftsmodell och redovisningsprinciper samt Fyndiqs jämförande perioder. Redovisningsprinciperna är nu i enlighet med CDON:s intäktsredovisning i form av provisionsbaserad nettoförsäljning.

Fyndiq¹³	2026	2025	2026	2025	2025
Belopp i mkr	Apr-Jun	Apr-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Dec
Total Gross merchandise value	157,1	121,3	256,5	208,2	536,2
Bruttoresultat efter marknadsföringskostnader	23,2	23,7	44,0	40,3	96,8
EBITDA	4,3	6,4	10,3	8,3	29,0
Nettoomsättning	47,5	39,3	83,0	66,9	168,8
Kostnad för sålda varor	-2,1	-1,0	-3,4	-1,6	-5,6
Bruttoresultat	45,4	38,2	79,6	65,3	163,2
Försäljningskostnader	-25,8	-20,6	-42,5	-34,9	-83,2
Administrationskostnader	-16,2	-14,6	-30,4	-30,2	-60,4
Övriga rörelseintäkter och kostnader, netto	0,0	0,7	1,8	2,8	1,1
Resultat från associerade företag och gemensamt kontrollerade bolag	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rörelseresultat	3,4	3,7	8,4	3,1	20,7
Finansiella intäkter och kostnader	0,0	0,0	0,1	0,0	0,3
Resultat efter finansiella poster	3,4	3,7	8,5	3,1	21,0
Resultat före skatt	3,4	3,7	8,5	3,1	21,0
Koncernbidrag	0,0	0,0	0,0	0,0	-8,0
Uppskjuten skatt	0,0	0,0	0,0	0,0	-2,7
Periodens resultat	3,4	3,7	8,5	3,1	10,3
Hänförligt till:					
Moderbolagets aktieägare	3,4	3,7	8,5	3,1	10,3
Minoritetsintressen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Periodens resultat	3,4	3,7	8,5	3,1	10,3

13 Jämförelsetal för GMV Q1-Q2 2025 i Fyndiq har justerats samt relaterade mått räknats om i denna rapport.

Alternativa nyckeltal

Vissa nyckeltal i denna rapport definieras inte enligt allmänt accepterade redovisningsprinciper (GAAP). Dessa alternativa prestationsmått anses vara användbara för investerare eftersom de utgör grunden för att bedöma den operativa prestationen, tillsammans med de jämförbara GAAP-kvoterna. Alternativa prestationsmått bör inte betraktas isolerat från, eller som en ersättning för, finansiell information som presenteras i enlighet med GAAP. Alternativa prestationsmått kan vara icke jämförbara med liknande mått som rapporterats av andra företag.