

Delårsrapport Q2 2026

1 JANUARI TILL 30 JUNI

NELLY

Nelly Group delårsrapport andra kvartalet 2026

Q2 2026 - Kvartalet i korthet

- Nettoomsättningen uppgick till 346,3 (361,7) miljoner kronor, vilket motsvarade -4,3% (15,1%)
- Bruttoresultatet uppgick till 184,1 (196,9) miljoner kronor vilket motsvarade en bruttomarginal om 53,2% (54,5%)
- Rörelseresultatet uppgick till 32,3 (55,4) miljoner kronor, vilket motsvarade en rörelsemarginal om 9,3% (15,3%)
- Resultatet efter skatt uppgick till 30,4 (52,4) miljoner kronor och resultatet per aktie uppgick till 1,01 (1,75) kronor
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 99,0 (104,1) miljoner kronor
- Likvida medel uppgick per den 30 juni till 300,6 (259,6) och de externa kreditfaciliteterna var outnyttjade

H1 2026 - Första halvåret i korthet

- Nettoomsättningen uppgick till 589,5 (609,4) miljoner kronor, vilket motsvarade -3,3% (13,6%)
- Bruttoresultatet uppgick till 318,6 (324,8) miljoner kronor vilket motsvarade en bruttomarginal om 54,0% (53,3%)
- Rörelseresultatet uppgick till 40,3 (75,3) miljoner kronor, vilket motsvarade en rörelsemarginal om 6,8% (12,4%)
- Resultatet efter skatt uppgick till 35,4 (68,8) miljoner kronor och resultatet per aktie uppgick till 1,18 (2,29) kronor
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 72,4 (90,9) miljoner kronor

Viktiga händelser under kvartalet

- Inga väsentliga händelser har rapporterats under kvartalet

Viktiga händelser efter kvartalets slut

- Inga väsentliga händelser har rapporterats efter kvartalets slut



VDs kommentar

Ett svagt kvartal med bristande träffsäkerhet

I det andra kvartalet 2026 rapporterar vi en nettoomsättningstillväxt om -4,3% (15,1%) och en rörelsemarginal om 9,3% (15,3%), vilket innebär att den svaga trenden från första kvartalet fortsatte. Vi är inte nöjda med utfallet.

Vårt inköpsarbete inför vår- och sommarsäsongen inom framför allt toppar och klänningar var inte tillräckligt träffsäkert, vilket ledde till för låga kvantiteter av storsäljande produkter och ett sortiment som sammantaget inte hade den modegrad som krävdes. Utöver detta agerade vi inte snabbt nog på tidiga positiva signaler från kund, och varken positionering eller uttryck nådde fullt ut den nivå vi vill hålla.

I ett modebolag kommer det alltid att förekomma mer eller mindre träffsäkra inköp, eftersom grundordrar läggs långt innan produkterna är i säsong. I en väl utformad och utförd affärsmodell skall dock sådana situationer kunna hanteras med begränsade negativa konsekvenser, och utan att i större utsträckning påverka det övergripande finansiella resultatet. Där har vi inte varit under första halvåret.

Samtidigt finns ett antal positiva trender som vi tar med oss in i andra halvåret och bygger vidare på. Även i ett svagt andra kvartal flyttade vi fram NELLYs position inom jeans, byxor och stickat, som alla växte mot föregående år. Andelen egna varumärken är fortsatt hög på 64,1% (54,8%) och returgraden förbättrades till 27,7% (28,4%), vilket visar att det målmedvetna arbetet inom dessa områden ger resultat. Att vi förblir lönsamma även i ett svagt första halvår visar att affären har en stadigare grund än tidigare.

Fördjupat arbete för att stärka NELLY framåt

När vi höjer blicken ser vi att konkurrenslandskapet förändras i snabb takt. De aktörer som blir framgångsrika på medel- och lång sikt kommer sannolikt att arbeta på mer innovativa och agila sätt, där kreativa processer är nära koordinerade med data, leveranskedja och AI. Det krävs en högre precision i affärsmodell, position och varumärke än tidigare.

Bolaget har därför under våren och sommaren initierat ett fördjupat arbete för att stärka NELLY framåt. Arbetet omfattar bland annat positionering, varumärke, kreativa processer, inköp, data, AI och leveranskedjor. Ledning och styrelse arbetar intensivt tillsammans i dessa frågor, och styrelsen har därför strukturerat sig i ett sortiments- respektive strategiutskott.

Under de senaste månaderna har ett antal viktiga förändringar redan genomförts och vi förväntar oss att de successivt ska ge effekt. Flera djupgående process- och positioneringsförstärkningar återstår dock och det är viktigt att påminna om att cyklerna i verksamheten är långa, vilket innebär att effekten av arbetet ibland slår på kortare sikt och ibland på längre sikt.

Blickar vi framåt ser vi fortsatt att potentialen för NELLY är stor. Rätt utfört har vi goda förutsättningar att på ett flertal marknader erbjuda en unik destination för det senaste modet. Genom en kombination av egna och noggrant utvalda externa varumärken kan vi skapa ett kurerat erbjudande med Stockholm och Scandi style som utgångspunkt.

Avslutningsvis vill jag skicka ett stort och varmt tack till alla våra kunder som under kvartalet valde NELLY, liksom till alla mina kollegor vars engagemang och arbete är avgörande när vi nu tar nästa steg i bolagets utveckling.



H. Karlinder-Östlundh

Helena Karlinder-Östlundh, VD Nelly Group AB

Nyckeltal och alternativa nyckeltal

	Q2 26	Q2 25	H1 26	H1 25
Nettoomsättningstillväxt	-4,3%	15,1%	-3,3%	13,6%
Bruttomarginal	53,2%	54,5%	54,0%	53,3%
Lagerhanterings- och distributionskostnader som andel av nettoomsättningen	12,0%	11,8%	12,3%	12,0%
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen	11,0%	10,0%	11,1%	10,0%
Rörelsemarginal	9,3%	15,3%	6,8%	12,4%
Returgrad	27,7%	28,4%	27,5%	26,9%
Lager som andel av nettoomsättning R12	17,2%	14,7%	17,2%	14,7%
Försäljningsandel egna varumärken	64,1%	54,8%	63,5%	52,9%
Antal aktiva kunder i Norden R12 (000)*	1 019	968	1 019	968
Antal besök i Norden (000)*	24 903	26 925	45 823	48 478
Antal ordrar i Norden (000)*	552	574	935	973
Genomsnittlig kundkorg i Norden*	715	754	712	753
Konverteringsgrad i Norden*	2,2%	2,1%	2,0%	2,0%
Antal anställda	177	157	174	151
Andel kvinnliga anställda	65%	64%	65%	64%

Alternativa nyckeltal kan skilja mellan olika företag och måtten beskrivs i tabellen för alternativa nyckeltal på sidan 16

* KPI:erna rör koncernens e-handel direkt till konsument



Om Nelly

Varumärket Nelly

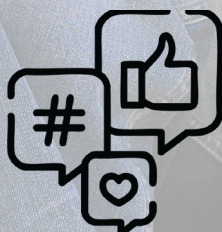
Nelly är en av Nordens mest älskade modedestinationer för unga kvinnor. Styrkan i vårt erbjudande ligger i kombinationen av vårt eget NELLY-brand tillsammans med noga utvalda externa varumärken. Genom vår passion för mode och produkter som engagerar våra kunder har vi sedan starten 2004, som pionjärer inom digital direktförsäljning, etablerat en ledande position på våra kärnmarknader.

År 2023 öppnade Nellys första fysiska Flagship Store på Drottninggatan i Stockholm, och under 2025 slog vi upp portarna på Strøget i Köpenhamn. I flaggskeppsbutikerna skapar vi kontinuerligt nya upplevelser och fysiska kundaktiveringar som stärker vårt varumärke och community.

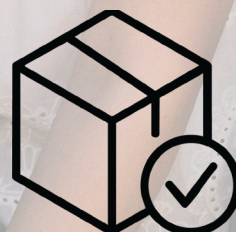
Genom NLY MAN erbjuder vi mode för män, med ett sortiment av attraktiva externa varumärken och vårt egna varumärke Qué Sera Sera.



1M
AKTIVA KUNDER*



1,7M
**FÖLJARE PÅ SOCIALA
MEDIER**



2M
ORDERS ÅRLIGEN*

*Avser Norden online

Andra kvartalet och första halvåret i korthet

Omsättningsutveckling

Nettoomsättningen för andra kvartalet 2026 uppgick till 346,3 (361,7) miljoner kronor vilket motsvarade -4,3% (15,1%). Förändringen förklaras primärt av minskad försäljning i de nordiska marknaderna. Returgraden för kvartalet uppgick till 27,7% (28,4%). Försäljningsandelen av egna varumärken ökade till 64,1% (54,8%) under det andra kvartalet 2026. I lokala valutor uppgick nettoomsättningsförändringen i det andra kvartalet till -5,8%.

Nettoomsättningen för första halvåret 2026 uppgick till 589,5 (609,4) miljoner kronor vilket motsvarade -3,3% (13,6%). Förändringen förklaras primärt av minskad försäljning i de nordiska marknaderna, samt högre returgrad kopplat till mindre fördelaktig produktmix. Returgraden för första halvåret uppgick till 27,5% (26,9%). Försäljningsandelen av egna varumärken ökade till 63,5% (52,9%) under det första halvåret 2026. I lokala valutor uppgick nettoomsättningsförändringen i perioden till -3,5%.

Bruttomarginalsutveckling

Bruttomarginalen minskade under andra kvartalet 2026 till 53,2% (54,5%). Ökad försäljningsandel av egna varumärken bidrog positivt till bruttomarginalen under kvartalet, medan ökad kampanjaktivitet ut mot kund hade en negativ effekt på bruttomarginalen. Valutakurseffekter hade sammantaget en positiv påverkan på bruttomarginalen sett mot samma kvartal föregående år. Bruttomarginalen påverkades primärt positivt av starkare SEK mot USD kopplat till inköp, samt starkare SEK mot NOK hade positiv effekt på försäljningen.

Bruttomarginalen ökade under det första halvåret 2026 till 54,0% (53,3%). Ökad försäljningsandel av egna varumärken bidrog positivt till bruttomarginalen under perioden, medan ökad kampanjaktivitet ut mot kund hade en negativ effekt på bruttomarginalen. Valutakurseffekter hade sammantaget en positiv påverkan på bruttomarginalen sett mot samma period föregående år. Bruttomarginalen påverkades primärt positivt av starkare SEK mot USD och EUR kopplat till inköp, samt starkare SEK mot NOK hade positiv effekt på försäljningen.

Lagerhanterings- och distributionsutveckling

Lagerhanterings- och distributionskostnader uppgick till 41,7 (42,7) miljoner kronor under årets andra kvartal. Mätt som andel av nettoomsättningen uppgick kostnaden till 12,0% (11,8%). Förändringen som andel av nettoomsättningen kan härledas till en minskad omsättning då delar av kostnadsbasen är fast. Fortsatta förbättringar har uppnåtts inom framförallt distributionskostnader.

Lagerhanterings- och distributionskostnader uppgick till 72,5 (73,0) miljoner kronor under första halvåret 2026. Mätt som andel av nettoomsättningen uppgick kostnaden till 12,3% (12,0%). Förändringen som andel av nettoomsättningen kan härledas till en kombination av minskad omsättning då delar av kostnadsbasen är fast, samt ökad returgrad i första kvartalet, under andra kvartalet har returgraden återigen vänt neråt jämfört med samma period föregående år.

Marknadsföringsutveckling

Marknadsföringskostnaderna uppgick till 38,1 (36,2) miljoner kronor under det andra kvartalet 2026. Kostnaden i kvartalet är främst hänförlig till betald annonsering på kärnmarknaderna, expansion i Tyskland och mer varumärkesbyggande aktiviteter. Den betalda annonseringen i Norden hade under kvartalet en högre kostnad per order hänförligt till en svagare efterfrågan. Mätt som andel av nettoomsättningen uppgick marknadsföringskostnaderna till 11,0% (10,0%).

Marknadsföringskostnaderna uppgick till 65,2 (60,7) miljoner kronor under det första halvåret 2026. Kostnaden i halvåret är främst hänförlig till betald annonsering på kärnmarknaderna, expansion i Tyskland och mer varumärkesbyggande aktiviteter. Mätt som andel av nettoomsättningen uppgick marknadsföringskostnaderna till 11,1% (10,0%).

Administrations- och övriga rörelsekostnader

Koncernens administrations- och övriga rörelsekostnader uppgick under det andra kvartalet till 72,0 (62,6) miljoner kronor. Ökningen jämfört med andra kvartalet 2025 förklarades främst av ökade personalkostnader, samt kostnader för flaggskeppsbutiken i Köpenhamn som öppnade under fjärde kvartalet 2025.

Administrations- och övriga rörelsekostnader uppgick under det första halvåret 2026 till 140,6 (115,7) miljoner kronor med samma drivare till förändringen som för kvartalet.

Rörelseresultatutveckling

Rörelseresultatet för det andra kvartalet uppgick till 32,3 (55,4) miljoner kronor med lägre bruttoresultat, samt ökade kostnader för administration som primära drivare till förändringen.

Rörelseresultatet för det första halvåret uppgick till 40,3 (75,3) miljoner kronor med lägre bruttoresultat, samt ökade kostnader för administration som primära drivare till förändringen.

Finansnetto

Finansnettot uppgick till -1,9 (-3,0) miljoner kronor under det andra kvartalet 2026. Kostnaden för kvartalet är primärt hänförlig till ränta avseende leasingskuld och skatteanstånd.

Finansnettot uppgick till -5,0 (-6,7) miljoner kronor under det första halvåret 2026. Kostnaden för halvåret är primärt hänförlig till ränta avseende leasingskuld och skatteanstånd.

Resultat efter skatt

Resultatet efter skatt för det andra kvartalet 2026 uppgick till 30,4 (52,4) miljoner kronor. Förändringen efter skatt för det andra kvartalet kan härledas till ett försämrat rörelseresultat.

Resultatet efter skatt för det första halvåret 2026 uppgick till 35,4 (68,8) miljoner kronor. Förändringen efter skatt för det första halvåret kan härledas till ett försämrat rörelseresultat.

Utveckling lagervärde

Lagervärdet per 30 juni 2026 uppgick till 217,6 (172,0) miljoner. Lager som andel av nettoomsättningen rullande 12 månader, uppgick till 17,2% (14,7%).

Kassaflöde och likvida medel

Kassaflödet ifrån rörelsen uppgick till 99,0 (104,1) miljoner kronor under det andra kvartalet 2026 där ett minskat resultat bidrog negativt till kassaflödet från rörelsen, samt att förändringar i rörelsekapitalet bidrog positivt.

Kassaflödet ifrån rörelsen uppgick till 72,4 (90,9) miljoner kronor under det första halvåret 2026 där ett minskat resultat bidrog negativt till kassaflödet från rörelsen, samt att förändringar i rörelsekapitalet bidrog positivt.

Kassaflödet ifrån investeringsverksamheten uppgick till -4,0 (-9,2) miljoner kronor under det andra kvartalet 2026. Investeringarna är primärt hänförliga till IT- och teknikrelaterade investeringar.

Kassaflödet ifrån investeringsverksamheten uppgick till -6,1 (-12,7) miljoner kronor under det första halvåret 2026. Investeringarna är primärt hänförliga till IT- och teknikrelaterade investeringar.

Kassaflödet om -10,0 (-7,9) miljoner kronor från finansieringsverksamheten i det andra kvartalet kan härledas till amortering av leasingskuld.

Kassaflödet om -19,8 (-15,6) miljoner kronor från finansieringsverksamheten i det första halvåret kan härledas till amortering av leasingskuld.

Likvida medel uppgick per 30 juni 2026 till 300,6 (259,6) miljoner kronor. Vid halvårets slut uppgick uppskov med arbetsgivaravgifter och skattebetalningar till 32,3 (69,5) miljoner kronor.

Totala tillgångar per balansdagen uppgick till 1 037,3 (938,3) miljoner kronor primärt drivet av starkare kassa, samt högre lagervärde. Det egna kapitalet per 30 juni 2026 uppgick till 442,7 (306,2) miljoner kronor, vilket motsvarade en soliditet om 42,7% (32,6%).

Moderbolaget

Moderbolaget Nelly Group AB (publ) rapporterade en omsättning under perioden januari till juni 2026 på 0,0 (0,0) miljoner kronor.

Administrationskostnadsraden uppgick till 0,9 (5,4) miljoner kronor för perioden januari till juni 2026.

Moderbolagets resultat före skatt för perioden januari till juni 2026 uppgick till -1,0 (-5,6) miljoner kronor.

Moderbolagets likvida medel uppgick till 4,0 miljoner kronor den 30 juni 2026, att jämföra mot 3,1 miljoner kronor för 30 juni föregående år.

Styrelsens organisation och utskott

Som en del av bolagets pågående utvecklingsarbete har styrelsen uppdaterat sin organisation. Det befintliga Inköpsutskottet har omdefinierats till ett Sortiment-utskott, vars uppdrag har utökats och förtydligats. Utskottet ansvarar för att, för styrelsens räkning, arbeta med och bereda frågor kopplade till sortiment, inköps- och kampanjplanering, t.ex. inköpsbudget och sortimentsstrategi. Sortimentnutskottet består av Stefan Palm, ordförande, och Josephine Bernadotte.

Vidare har styrelsen inrättat ett Strategiutskott med uppgift att fokusera på strategiska nyckelfrågor, exempelvis bolagets långsiktiga position, affärsmodell-design, datastrukturer och AI. I detta ingår initialt Stefan Palm och Josephine Bernadotte samt Simon Björklund, CTO på Rite Ventures, som anlitad konsult för områden kopplade till data och teknologi (ej i styrelsen).

Utskotten är, likt styrelsens övriga utskott, rådgivande till ledningen samt beredande i frågor som styrelsen skall fatta beslut om inom respektive område.

Övrig information

Aktien

Per den 30 juni 2026 hade Nelly Group 30 567 388 emitterade aktier, varav 30 129 399 stamaktier och 437 989 C-aktier. Aktiekapitalet är 30 567 388 SEK och varje aktie hade ett kvotvärde på 1,00 SEK. C-aktierna samt 42 747 B-aktier innehas av Nelly Group AB och är därmed inte utestående. Dessa aktier får inte vara representerade vid bolagsstämman. B-aktierna har återlämnats av tidigare deltagare i Ägarprogram 2020.

Börsvärdet på balansdagen den 30 juni 2026 uppgick till 1 077 miljoner kronor.

Organisation

Genomsnittligt antal anställda under kvartalet uppgick till 177 (157), varav 65% (64%) kvinnor.

Tio största ägare vid periodens slut*

Ägare Källa: Monitor av Modular Finance AB	Kapital %
Rite Ventures	34,2%
Stefan Palm**	16,7%
Avanza Pension	5,6%
Klas Bengtsson	2,8%
Nelly Group AB***	1,6%
Nordnet Pensionsförsäkring	1,3%
American Century Investment Management	1,3%
Handelsbanken Fonder	1,2%
SEB Funds	0,8%
Swedbank Försäkring	0,8%
Övriga ägare	33,7%
Total	100%

* Baserat på Monitors ägarsammanställning för juni 2026

** Äger aktier via bolag ettfemsju själ AB

***Se ovan text under rubrik "Aktien"

Närstående transaktioner

Nelly har under kvartalet inga närstående transaktioner att rapportera.

Revisorsgranskning

Denna delårsrapport har ej 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.

Styrelsens försäkran

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att delårsrapporten 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, 15 juli 2026

Ebba Ljungerud
Ordförande

Stefan Palm
Ledamot

Josephine Bernadotte
Ledamot

Lennart Sparud
Ledamot

Lars Axelsson
Ledamot

Mikaela Willman
Ledamot

Helena Karlinder-Östlundh
Verkställande direktör

Webbsändning av delårsrapporten

Presentation av det andra kvartalet sker 15 juli kl 9:00 och analytiker, investerare och media är inbjudna till [webbsändningen](#). Presentationen kommer att hållas på engelska av Helena Karlinder-Östlundh, VD och Josefin Dalum, 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 Nellykoncernens 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

Josefin Dalum, CFO
+46 70 080 77 75
ir@nelly.com

Denna information är sådan information som Nelly Group AB (publ) är skyldig att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande 15 juli 2026 klockan 08:00.

Resultaträkning för koncernen i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q2 26	Q2 25	H1 26	H1 25	R12	2025
Nettoomsättning	346,3	361,7	589,5	609,4	1 243,7	1 263,6
Kostnad sålda varor	-162,2	-164,7	-270,9	-284,7	-563,8	-577,6
Bruttoresultat	184,1	196,9	318,6	324,8	679,9	686,0
Bruttomarginal	53,2%	54,5%	54,0%	53,3%	54,7%	54,3%
Lagerhanterings- och distributionskostnader	-41,7	-42,7	-72,5	-73,0	-146,1	-146,6
Marknadsföringskostnader	-38,1	-36,2	-65,2	-60,7	-129,3	-124,8
Administrations- och övriga rörelsekostnader	-72,0	-62,6	-140,6	-115,7	-273,1	-248,2
Rörelseresultat	32,3	55,4	40,3	75,3	131,4	166,4
Rörelsemarginal	9,3%	15,3%	6,8%	12,4%	10,6%	13,2%
Finansiella intäkter	1,0	1,2	1,6	1,2	1,5	3,5
Finansiella kostnader	-2,9	-4,2	-6,5	-7,9	-11,6	-15,5
Resultat före skatt	30,3	52,4	35,3	68,6	121,2	154,5
Skatt	0,0	0,1	0,1	0,2	14,0	14,1
Resultat efter skatt	30,4	52,4	35,4	68,8	135,2	168,5
Hänförligt till						
Moderbolagets aktieägare	30,4	52,4	35,4	68,8	135,2	168,5
Utestående aktier vid periodens slut (miljoner)	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Genomsnittligt antal utestående aktier (miljoner)	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning (miljoner)	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Resultat per aktie före/efter utspädning (Kronor)	1,01	1,75	1,18	2,29	4,51	5,62

Koncernens totalresultat

(Miljoner kronor)	Q2 26	Q2 25	H1 26	H1 25	R12	2025
Poster som återförts eller kan återföras till periodens resultat						
Periodens omräkningsdifferenser	0,1	-	0,2	-	0,1	-0,1
Periodens totalresultat	30,5	52,4	35,6	68,8	135,3	168,4
Summa totalresultat hänförligt till						
Moderbolagets ägare	30,5	52,4	35,6	68,8	135,3	168,4
Periodens totalresultat	30,5	52,4	35,6	68,8	135,3	168,4

Koncernens finansiella ställning i sammandrag

(Miljoner kronor)	2026-06-30	2025-06-30	2025-12-31
Anläggningstillgångar			
Goodwill	39,7	39,7	39,7
Övriga immateriella anläggningstillgångar	40,9	41,7	44,3
Summa immateriella anläggningstillgångar	80,6	81,5	84,0
 Materiella anläggningstillgångar	 18,1	 12,1	 18,9
Nyttjanderättstillgångar (Se not 5)	249,9	246,4	269,7
Summa materiella anläggningstillgångar	268,0	258,4	288,6
 Uppskjuten skattefordran (Se not 4)	 90,5	 76,4	 90,4
Depositioner (Se not 5)	37,0	37,0	37,0
Summa anläggningstillgångar	476,1	453,3	500,0
 Omsättningstillgångar			
Varulager	217,6	172,0	188,2
Kortfristiga ej räntebärande fordringar	42,9	53,4	47,7
Likvida medel (Se not 5)	300,6	259,6	253,8
Summa omsättningstillgångar	561,0	485,0	489,7
Summa tillgångar	1 037,3	938,3	989,7
 Eget kapital			
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	442,7	306,2	406,4
Summa eget kapital	442,7	306,2	406,4
 Långfristiga skulder			
Ej räntebärande			
Avsättningar	-	-	2,6
Övriga skulder	3,8	37,6	11,0
Summa ej räntebärande långfristiga skulder	3,8	37,6	13,6
 Räntebärande			
Leasingskulder (Se not 5)	237,0	235,3	250,9
Summa långfristiga skulder	240,8	272,9	264,5
 Kortfristiga skulder			
Räntebärande			
Leasingskulder (Se not 5)	30,8	33,8	36,2
Summa räntebärande kortfristiga skulder	30,8	33,8	36,2
 Ej räntebärande			
Leverantörsskulder	123,6	119,3	80,9
Övriga skulder	73,6	71,2	81,3
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	125,7	135,0	120,4
Summa ej räntebärande kortfristiga skulder	322,9	325,5	282,6
Summa kortfristiga skulder	353,8	359,3	318,8
Summa eget kapital och skulder	1 037,3	938,3	989,7

Rapport över förändringar i eget kapital i sammandrag

(Miljoner kronor)	H1 26	H1 25	2025
Ingående balans	406,4	237,1	237,1
Periodens totalresultat	35,6	68,8	168,4
Aktierelaterade ersättningar	0,7	0,3	0,9
Utgående balans	442,7	306,2	406,4

Rapport över kassaflöden i sammandrag

(Miljoner kronor)	Q2 26	Q2 25	H1 26	H1 25	2025
Kassaflöde löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet	44,0	64,9	60,7	94,3	210,0
Förändringar i rörelsekapitalet	55,0	39,3	11,7	-3,4	-86,9
Kassaflöde från rörelsen	99,0	104,1	72,4	90,9	123,1
Investeringar i anläggningstillgångar	-4,0	-9,2	-6,1	-12,7	-32,1
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-4,0	-9,2	-6,1	-12,7	-32,1
Amortering av leasingskuld	-10,0	-7,9	-19,8	-15,6	-34,1
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-10,0	-7,9	-19,8	-15,6	-34,1
Periodens förändring av likvida medel	85,0	87,1	46,6	62,6	56,9
Likvida medel vid periodens början	215,3	172,6	253,8	196,9	196,9
Omräkningsdifferens likvida medel	0,2	-	0,1	-	0,0
Likvida medel vid periodens slut	300,6	259,6	300,6	259,6	253,8

Avskrivningar av anläggningstillgångar

(Miljoner kronor)	Q2 26	Q2 25	H1 26	H1 25
Avskrivningar av materiella anläggningstillgångar	-1,7	-1,2	-3,4	-2,3
Avskrivningar av immateriella anläggningstillgångar	-3,5	-3,8	-7,1	-7,5
Avskrivningar (ej inkluderat IFRS 16)	-5,2	-4,9	-10,5	-9,8
Avskrivningar av nyttjanderättstillgångar	-10,2	-8,3	-20,3	-16,6
Avskrivningar (Inkluderat IFRS 16)	-15,5	-13,2	-30,8	-26,4

Nettoomsättning per geografiskt område

(Miljoner kronor)	Q2 26	Q2 25	H1 26	H1 25
Sverige	171,8	191,4	290,7	317,9
Norden, inklusive Sverige	322,7	352,4	548,4	592,3
Övriga världen	23,6	9,2	41,1	17,1
Alla regioner	346,3	361,7	589,5	609,4



Resultaträkning för moderbolaget i sammandrag

(Miljoner kronor)	H1 26	H1 25	2025
Nettoomsättning	-	-	-
Bruttoresultat	-	-	-
Administrationskostnader	-0,9	-5,4	-12,8
Rörelseresultat	-0,9	-5,4	-12,8
FINANSIELLA INTÄKTER OCH KOSTNADER			
Finansnetto	-0,1	-0,2	-0,3
Resultat efter finansiella poster	-1,0	-5,6	-13,1
BOKSLUTSDISPOSITIONER			
Mottagna koncernbidrag	-	-	184,1
Resultat före skatt	-1,0	-5,6	171,1
Skatt	-	-	13,9
Periodens resultat*	-1,0	-5,6	184,9

* Periodens resultat = Moderbolagets totalresultat



Moderbolagets finansiella ställning i sammandrag

(Miljoner kronor)	2026-06-30	2025-06-30	2025-12-31
Anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	259,2	247,2	258,6
Uppskjuten skattefordran	85,5	71,7	85,5
Summa anläggningstillgångar	344,7	318,9	344,1
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga ej räntebärande fordringar	2,3	3,3	1,8
Fordringar från dotterbolag	197,9	38,0	208,7
Summa kortfristiga fordringar	200,3	41,3	210,5
Kassa och bank	4,0	3,1	-
Summa likvida medel	4,0	3,1	-
Summa omsättningstillgångar	204,2	44,4	210,5
Summa tillgångar	548,9	363,3	554,6
Eget kapital			
Bundet eget kapital	31,4	31,3	31,3
Fritt eget kapital	512,6	321,9	513,0
Summa eget kapital	544,0	353,2	544,3
Långfristiga skulder			
Ej räntebärande			
Avsättningar	-	-	2,6
Övriga skulder	1,1	3,0	1,1
Summa långfristiga skulder	1,1	3,0	3,7
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit	-	-	1,2
Ej räntebärande skulder	3,9	7,1	5,5
Summa kortfristiga skulder	3,9	7,1	6,6
Summa skulder	5,0	10,1	10,3
Summa eget kapital och skulder	548,9	363,3	554,6

Definitioner av nyckeltal och alternativa nyckeltal

Resultat per aktie - ett mått på vårt resultat per utestående aktie

Resultat före skatt dividerat med genomsnittligt antal utestående aktier för perioden

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

Bruttoresultatet dividerat med nettoomsättningen. Bruttomarginal är samma mått som Nelly Group tidigare beskrev som produktmarginal. Mer information om vad som ingår i nettoomsättningen och kostnad sålda varor som används som bas för beräkningen, finns i definitionstabellen på sid 17

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 nettoomsättningen R12 - ett mått på hur väl vi planerar och köper in våra varor

Utgående lagervärde för perioden dividerat med nettoomsättningen (rullande tolv månader)

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

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

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 e-handlat hos koncernen 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

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

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

Antal anställda - ett mått på antal anställda i koncernen

Beräknat genom att ställa periodens schemalagda tid mot periodens arbetade timmar tillsammans med betald frånvaro 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 - intäkter från B2C-kunder och B2B-kunder, såväl som övriga intäkter

Inkluderar försäljning efter returer, provisioner, fakturaavgifter, fraktavgifter, returavgifter och övriga intäkter

Kostnad sålda varor - kostnader hänförliga till inköpta varor

Inkluderar produktkostnad, inkommande frakt, tull och övrig kostnad hänförlig till att få varan in på lagerhyllan

Lagerhanterings- och distributionskostnader - kostnader för att få varan från lagerhyllan till kund

Lagerhållnings- och hanteringskostnader inklusive löner, samt fraktkostnader till kund

Marknadsföringskostnader - 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 - övriga kostnader för att driva företaget

Inkluderar lönekostnader, IT-kostnader, studiokostnader, konsultkostnader, avskrivningar 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 hållbarhets- och finansiell rapporterings rekommendation RFR 2 "Redovisning för juridisk person".

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

Not 2 – Verkligt värde på finansiella instrument

Verkligt värde på finansiella tillgångar och skulder skiljer sig inte från redovisat värde.

Not 3 – Segmentsrapportering

Nelly redovisar endast segmentet "Nelly", då ingen annan finansiell uppdelning anses uppfylla kraven för segmentsrapportering.

Not 4 – Uppskjuten skattefordran

85,5 (71,7) 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.

Enligt den senaste publicerade årsredovisningen hade koncernen redovisade underskottsavdrag om 443,9 (615,3) miljoner kronor. För mer information, se not 7 i senaste publicerad årsredovisning.

Not 5 – Övrig information om poster i balansräkningen

Under 2025 har redovisning av hyreskontrakt enligt IFRS 16 anpassats för att bättre spegla förväntade ekonomiska förutsättningar vilket ökat nyttjanderättstillgångar respektive leasingskulder. Jämförelsetalen för nyttjanderättstillgångarna respektive leasingskulder har uppdaterats med 24,5 miljoner kronor för andra kvartalet 2025.

Not 6 - Incitamentsprogram

Nelly har för närvarande fyra aktiva incitamentsprogram enligt sammanställningen nedan.

Program	Typ	Tilldelningsdatum	Längd/Vesting	Antal aktier baserat på balandagens aktiekurs	Utspädningseffekt	Prestationsvillkor
Aktieprogram 2024*	Aktier	December 2024	3 år	10 847	0,0%	Bibehållen anställning under vestingperioden
Aktieprogram 2025*	Aktier	Juni 2025	3 år	47 950	0,2%	Bibehållen anställning under vestingperioden
Prestationsaktieprogram 2025	Prestationsaktier	April/Maj 2026	3 år	24 606	0,1%	25 % EBIT-marginalutveckling räkenskapsåret 2025 mot 2024. Bibehållen anställning under vestingperioden.
Prestationsaktieprogram 2026	Prestationsaktier	April/Maj 2027	3 år	6 385	0,0%	25 % EBIT-marginalutveckling räkenskapsåret 2026 mot 2025. Bibehållen anställning under vestingperioden.
Summa				89 788	0,3%	

*Antal aktier är tilldelade deltagarna och intjänas under vestingperioden.



Finansiell kalender

Delårsrapporten för tredje kvartalet 2026
presenteras 22 oktober 2026

Delårsrapporten för fjärde kvartalet 2026
presenteras 4 februari 2027

Delårsrapporten för första kvartalet 2027
presenteras 27 april 2027



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