

Pressmeddelande, Borås, 23 augusti, 2024

ELLOS GROUP AB (PUBL) DELÅRSRAPPORT JANUARI – JUNI 2024

Delårsrapporten för Ellos Group AB (publ) publiceras idag.

ANDRA KVARTALET 2024

- Nettoomsättningen minskade med 1,9 procent till 786,8 (802,1) MSEK. Organiskt minskade nettoomsättningen med 1,9 procent.
- Bruttomarginalen minskade till 41,3 (42,6) procent. Justerad bruttomarginal ökade till 43,6 (42,6) procent.
- Justerad EBITA ökade till 50,3 (41,3) MSEK. Justerad EBITA-marginal ökade till 6,4 (5,2) procent.
- Rörelseresultatet minskade till -5,2 (13,8) MSEK. Rörelsemarginalen minskade till -0,7 (1,7) procent.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -1,3 (27,2) MSEK.
- Justerat kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 25,1 (27,2) MSEK.
- Varulager uppgick till 671,7 (699,1) MSEK.

HALVÅRET 2024

- Nettoomsättningen minskade med 3,8 procent till 1 556,8 (1 618,5) MSEK. Organiskt minskade nettoomsättningen med 3,6 procent.
- Bruttomarginalen uppgick till 41,0 (41,0) procent. Justerad bruttomarginal ökade till 42,1 (41,0) procent.
- Justerad EBITA ökade till 70,5 (48,1) MSEK. Justerad EBITA-marginal ökade till 4,5 (3,0) procent.
- Rörelseresultatet minskade till -8,7 (-3,0) MSEK. Rörelsemarginalen minskade till -0,6 (-0,2) procent.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -253,6 (-21,6) MSEK.
- Justerat kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till -82,9 (-21,6) MSEK.
- Varulager uppgick till 671,7 (699,1) MSEK.

Kommentar från VD i Ellos Group AB (publ)

ELLOS GROUP LEVERERAR FORTSATT RESULTATFÖRBÄTTRING I EN UTMANANDE MARKNAD

Ellos Group levererar ännu ett kvartal med förbättrat resultat och fortsätter visa på en stabil finansiell utveckling. Justerad EBITA ökade till 50,3 MSEK, vilket är en ökning med 21,8% jämfört med andra kvartalet 2023. Under första halvåret 2024 landade justerad EBITA därmed på 70,5 MSEK, vilket är en förbättring med 46,6% jämfört med samma period 2023. Det är ett tecken på att vårt långsiktiga fokus på att vässa kunderbudandet samtidigt som vi arbetar med effektivitet och kostnader ger resultat.

Under kvartalet mötte vi fortsatt ett utmanande marknadsläge med dämpad köpkraft bland konsumenterna, framför allt inom heminredning. Efter en lång och kall vår såg vi lite av ett trendskifte i andra kvartalet med högre kundaktivitet inom framför allt mode och även tecken på återhämnning inom heminredning.

Vår bedömning är att vi försvarar och fortsätter att ta marknadsandelar totalt sett. Försäljningen i kvartalet minskade med -1,9% vilket kan jämföras

med en försäljning för första halvåret som minskade med -3,8%.

Vår strategi med fokus på kärnkunden guidar oss i allt vi gör och vi får positiv respons från våra kunder kopplat till hela kunderbudandet, från kampanjer till kundservice och distribution. Under kvartalet flyttade vi fram positionerna inom flera segment, som sport- och fritid, underkläder, skönhet samt nya satsningen 'Kitchen & Coffee' som är vårt erbjudande med fokus på koket, dukning och mat- och festupplevelser.

Ellos lanserade en mycket framgångsrik sommarkollektion med Linda-Marie Assergård som såldes ut på rekordfart. Samtidigt fortsätter vi att lansera våra uppskattade kampanjer i samarbete med Pernilla Wahlgren med fokus på mode- och heminredning i sociala medier.

Vi tar även kliv framåt inom Heminredning där både Ellos och Jotex fokuserar på erbjudanden med hög design och kvalitet som ger kunderna ett svårslaget

ELLOS GROUP

värde för pengarna. Under kvartalet lanserade Jotex ett designpris för att lyfta nya formgivare som gjort skillnad i sin bransch. Jotex lanserade också en mattkollektion med framstående svenska modedesigners som fått fria händer att designa storslagna individuella mattor, bland annat Lars Wallin och Ida Sjöstedt.

Vi har även fortsatt att utveckla vårt erbjudande av betallösningar inom Elpy. Under sommaren lanserade vi en uppdaterad Räntefri Split Pay-produkt med en 12-månaders betalningsplan för att komplettera den 6-månaders plan som våra kunder redan erbjuds.

Vår lagerposition är välbalanserad ur ett långsiktigt perspektiv, även om lagret ökade något under kvartalet med viss påverkan på vårt kassaflöde. Vårt arbete med kassaflödet har medfört en klar förbättring jämfört med årets första kvartal och är fortsatt ett fokusområde.

Under kvartalet kommunikerade vi att Ellos Group ingått ett standstill-avtal med våra större

obligationsinnehavare, vilket gav viktiga förutsättningar för en fortsatt dialog. Vi ser goda möjligheter till att under augusti månad komma överens om en ny långsiktig finansieringslösning som kan stötta vår fortsatt positiva utveckling.

För resten av 2024 avser vi följa lagd strategi och fortsätta på den inslagna vägen med att kontinuerligt förbättra erbjudandet till vår kärnkund parallellt med vårt fokus på ökad effektivitet, minskade kostnader och förbättrat kassaflöde.

Vi är försiktigt optimistiska inför marknadsutvecklingen samtidigt som vi är ödmjuka givet konsumenternas fortsatt dämpade köpkraft och den geopolitiska oro som råder i vår omvärld. Baserat på Ellos Groups uppskattade erbjudande och breda affärsmodell ser jag väldigt mycket fram emot att fortsätta vår positiva och lönsamma resa som ledande nordisk shoppingdestination för heminredning och mode.

Hans Ohlsson, VD

För ytterligare information:

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

OM ELLOS GROUP

Ellos Group är en ledande nordisk shoppingdestination för heminredning och mode med onlinebutikerna Ellos, Jotex och Homeroom samt betalvarumärket Elpy. I nära relation med våra miljontals kunder utvecklar vi attraktiva och hållbara erbjudanden för kvinnan mitt i livet, hennes familj och hem. Med innovation, kreativitet och hållbarhet söker vi ständigt nya vägar i stort och smått, och alltid med kunden i fokus. Ellos Group, med huvudkontor i Borås, är verksamt i samtliga nordiska länder och på utvalda marknader i Europa. Ellos Group har ca 550 medarbetare och omsätter runt 3,4 miljarder SEK.

www.ellosgroup.se