

Pressmeddelande, Borås, 6 maj 2025

## ELLOS HOLDING AB (PUBL) DELÅRSRAPPORT JANUARI - MARS 2025

Delårsrapporten för Ellos Holding AB (publ) publiceras idag.

Koncernen Ellos Group bildades den 15 oktober 2024 när moderbolaget Ellos Holding AB (publ) förvärvade samtliga aktier i Ellos Group Nordic AB (publ). Den finansiella rapporten innehåller således inga jämförande siffror avseende första kvartalet föregående år.

1 JANUARI – 31 MARS 2025

- Nettoomsättningen för koncernen uppgick till 801,6 MSEK under perioden.
- Bruttoresultatet uppgick till 330,5 MSEK med en bruttomarginal på 41,2 procent.
- Justerad EBITA uppgick till 32,2 MSEK med en justerad EBITA-marginal på 4,0 procent.
- Rörelseresultatet uppgick till 14,4 MSEK med en rörelsemarginal på 1,8 procent.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -63,6 MSEK.
- Varulagret uppgick till 678,8 MSEK vid periodens slut.

### Kommentar från VD i Ellos Holding AB (publ)

#### ELLOS GROUP LEVERERAR ETT STARKT FÖRSTA KVARTAL MED ÖKAD FÖRSÄLJNING OCH LÖNSAMHET

Ellos Group inleder året med att leverera ett framgångsrikt första kvartal för 2025 med en nettoomsättning som uppgår till 802 MSEK, och samtliga e-handelsplatser – Ellos, Jotex och Homeroom – ökar försäljningen. Vi redovisar en justerad EBITA uppgående till 32,2 MSEK och ett rörelseresultat uppgående till 14,4 MSEK där båda är tydliga förbättringar jämfört med samma period föregående år.

Under kvartalet har mode haft en positiv utveckling, där alla huvudområden – kläder, underkläder, sportkläder och skor – bidrar. Det är även glädjande att vi nu ser en viss återhämtning och ökad försäljning inom heminredning, framför allt drivet av en stark utveckling på de textila områdena. Vidare ser vi en återhämtning inom heminredning på de europeiska marknader där Jotex säljer direkt till konsument.

Under kvartalet har vi fortsatt att stärka vår position på marknaden genom att erbjuda attraktiva och relevanta produkter till vår kärnkund. Vi är stolta över att se hur våra kreativa kampanjer, som Ellos

festkollektion "Endless Bloom" och Ellos Homes vårkollektion med fokus på att ge hemmet nytt liv, har gett resultat och uppskattas av våra kunder.

Våra egna varumärken står nu för cirka två tredjedelar av försäljningen, och vi ser också att de växer utanför våra egna kanaler på plattformar som Zalando och Amazon. Det bekräftar att våra produkter är både relevanta och efterfrågade av såväl konsumenter som samarbetspartners. Våra samarbeten med till exempel Carolina Gynning och Carina Berg har dessutom gett extra synlighet och energi till vårt erbjudande, särskilt inom mode.

Den ökade försäljningen bidrar tillsammans med en ökad bruttomarginal, god effektivitet och kostnadskontroll till ett ökat resultat i perioden. Vi ser också tydligt positiva effekter både på räntekostnader och kassaflöde från den förbättrade kapitalstrukturen. Periodens resultat ökar kraftigt jämfört med samma period föregående år och landar på -14,0 MSEK trots att avskrivningar på förvärvsrelaterade immateriella tillgångar på 17,2 MSEK ingår.

# ELLOS GROUP

Under kvartalet har vi publicerat vår hållbarhetsrapport som för första gången tagits fram med inspiration från Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Vi har fortsatt att implementera vår klimatomställningsplan genom att konkretisera mål för 2025 samt arbetat för ökad transparens och spårbarhet i hela vår leveranskedja. Det är ett viktigt arbete för att fortsätta integrera hållbarhet som en kärnkomponent i vår övergripande strategi.

Samtidigt som vi glädjer oss över Ellos Groups starka utveckling måste vi också förhålla oss till den osäkerhet som råder i omvärlden. Min syn är att den rådande miljön är svårläst och ger minskad visibilitet. Konsekvenserna av handelsöverenskommelser och potentiella tariffer i efterdyningarna av politiska beslut kan påverka konsumentbeteendet negativt.

Trots allt detta ser vi ljusare på 2025, med flera positiva tillväxtmöjligheter framför oss. Vår

uppfattning är att vi har stärkt vår position på marknaden och vi ser fortsatt att e-handeln kommer växa strukturellt.

Vi fortsätter följa lagd strategi och hålla oss på den inslagna vägen. Vårt fokus ligger på att kontinuerligt förbättra vårt erbjudande till vår kärnkund parallellt med fokus på tillväxt, ökad effektivitet, och förbättrat kassaflöde. Med en långsiktig finansiering som stöttar tillväxt och med ägare som tror starkt på Ellos Groups framtidspotential är vi fast beslutna att upprätthålla det positiva momentum vi sett hittills under året.

Jag ser väldigt mycket fram emot att fortsätta vår positiva och lönsamma resa som en ledande shoppingdestination i Norden tillsammans med våra fantastiska medarbetare.

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 500 medarbetare och omsätter runt 3,3 miljarder SEK.

[www.ellosgroup.se](http://www.ellosgroup.se)