

ELLOS GROUP

Pressmeddelande, Borås, 5 maj 2026

ELLOS HOLDING AB (PUBL) DELÅRSRAPPORT JANUARI – MARS 2026

Delårsrapporten för Ellos Holding AB (publ) publiceras idag.

JANUARI – MARS 2026

- Nettoomsättningen uppgick till 831,4 MSEK (801,6).
- Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till 5,3 %.
- Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till 3,3 MSEK (14,4) med en rörelsemarginal på 0,4 procent (1,8).
- Justerad EBITA uppgick till 34,0 MSEK (32,2) med en justerad EBITA-marginal på 4,1 procent (4,0).
- Periodens resultat uppgick till -19,7 MSEK (-14,0).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till -52,1 MSEK (-63,6).
- Skuldsättningskvoten uppgick till 3,2 gånger.

Kommentar från VD i Ellos Holding AB (publ)

EN POSITIV INLEDNING AV 2026 MED LÖNSAM TILLVÄXT

Ellos Group inleder året med förbättrad lönsamhet och stark försäljningstillväxt. Den positiva utvecklingen sker inom alla delar av verksamheten och vi bedömer att Ellos Group stärkt sin position som en ledande shoppingdestination i Norden.

Nettoomsättningen ökade med 3,7 procent till 831,4 miljoner SEK (5,3 procent i fast valutakurs). Den starka efterfrågan kommer från både nya och befintliga kunder i Norden och Europa och spänner över vårt erbjudande inom såväl Mode som Hem på samtliga e-handelsplatser; Ellos, Jotex och Homeroom.

FÖRBÄTTRAD LÖNSAMHET

Under kvartalet ökade bruttomarginalen med 2,5 procentenheter till 43,7 procent. Justerad EBITA förbättrades till 34,0 MSEK, vilket motsvarar en marginal om 4,1 procent.

Vi har fastställt finansiella mål med ökat fokus på att driva lönsam tillväxt och långsiktigt värdeskapande. De nya målen speglar den starka utveckling Ellos Group haft det senaste året och de möjligheter vi ser framför oss.

GOD TILLVÄXT INOM MODE OCH HEM

Mode uppvisade en positiv utveckling inom samtliga huvudområden - kläder, underkläder, sportkläder och skor. Kvartalet präglades av en kall och sen vår jämfört med samma period 2025, vilket bidrog till en ökad försäljning av ytterkläder och mer säsongstunga produkter.

Även heminredning hade en stabil och robust efterfrågan inom hemtextil, mattor och belysning. För möbler och utemöbler var utvecklingen mer avvaktande i början av kvartalet till följd av det sena vårvädret, med en förbättring i slutet av perioden.

Bakom den positiva utvecklingen ligger ett långsiktigt och medvetet arbete att stärka vårt produkterbjudande till vår kärnkund – kvinnan mitt i livet. Kärnan i vårt erbjudande utgörs av våra egna varumärken, som fortsätter öka sin andel av den totala försäljningen.

INTERNATIONELLT AVTRYCK

Jotex fortsätter att visa stark försäljningstillväxt på flera europeiska marknader. Även Ellos, som lanserades i Tyskland och Nederländerna i slutet av 2025, utvecklades väl under årets första kvartal. Expansionen i Europa drivs utslutande av våra egna varumärken och understryker styrkan och relevansen i vårt erbjudande.

ELLOS GROUP

INITIATIV ATT ANPASSA ORGANISATIONEN

Vi bibehåller ett tydligt fokus på kostnadskontroll och effektivitet, vilket ger oss förutsättningar att fortsätta investera i våra strategiska prioriteringar. Efter kvartalets utgång meddelade vi att vi tar initiativ för att anpassa organisationen till en ökad grad av digitalisering och datadriven automation och AI. Vi gör detta för att öka vår konkurrenskraft, effektivisera arbetssätt och processer och positionera oss för framtiden.

Inom AI har vi tagit flera steg genom att fokusera på interna processer, bygga upp kompetens och identifiera konkreta AI-cases inom bland annat kundkommunikation och kampanjproduktion för att effektivisera och optimera verksamheten.

Under kvartalet publicerade vi en fullständig hållbarhetsrapport för 2025 i enlighet med CSRD. I rapporten visar vi tydliga framsteg med ökad integration i affären, mer datadriven klimatstyrning och stärkt ansvar i värdekedjan. integration i

affären, mer datadriven klimatstyrning och stärkt ansvar i värdekedjan.

FRAMÅTBlick

Det geopolitiska och makroekonomiska läget är fortsatt osäkert och kan komma att påverka konsumentförtroendet. Vi följer utvecklingen noggrant men är fortsatt trygga med att följa lagd strategi.

Med ett framgångsrikt första kvartal bakom oss och ett välpositionerat erbjudande inom Mode och Hem, där vi kombinerar ett högt designvärde med attraktiva priser, står Ellos Group väl rustat. Kombinationen av en stark finansiell ställning, nöjda kunder och ett konkurrenskraftigt erbjudande ger oss goda förutsättningar att fortsätta växa med lönsamhet över tid och stärka positionen som den ledande shoppingdestinationen för kvinnan mitt i livet i Norden.

Hans Ohlsson, VD

För ytterligare information:

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

Denna information är sådan information som Ellos Holding AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 5 maj 2026 08.30 CEST.

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 3,5 miljarder SEK.

www.ellogroup.se