



Q2

NEW WAVE GROUP AB

Halvårsrapport 1 januari – 30 juni 2025





Q2

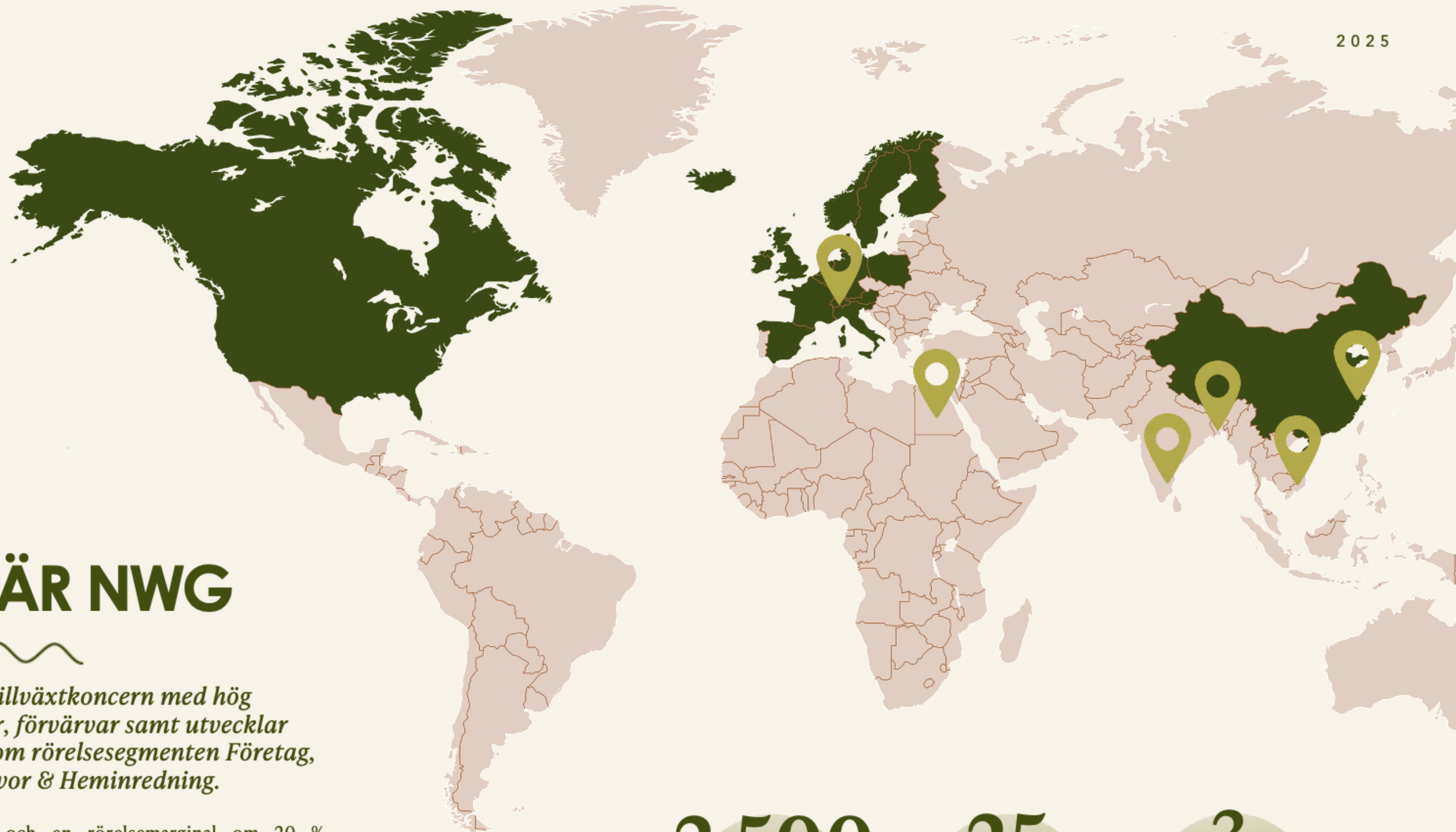
NEW WAVE GROUP AB

Halvårsrapport 1 januari – 30 juni 2025



" Trots en generellt svagare marknad når vi organisk tillväxt i andra kvartalet och även om utvecklingen var svagare än vad vi hade hoppats på fortsätter vi att vinna marknadsandelar. Under kvartalet har vi också fortsatt att investera i automatiseringar av varulager samt IT och marknadsföring. Det är också mycket glädjande att förvärvet av Cotton Classics nu är i hamn. När marknaden väl vänder kommer vi att få stor glädje och nytta av våra ökade marknadsandelar och strategiska förvärv och känner att vi står starkt rustade för framtiden!"

- Torsten Jansson



DET HÄR ÄR NWG

New Wave Group är en tillväxtkoncern med hög decentralisering som skapar, förvärvar samt utvecklar varumärken och produkter inom rörelsesegmenten Företag, Sport & Fritid och Gåvor & Heminredning.

New Wave Group eftersträvar en uthållig och lönsam tillväxt i försäljningen genom expansion inom de tre rörelsesegmenten. Tillväxtmålet är, över en konjunkturcykel, 10-20 % per år, varav 5-10 % är organisk tillväxt

och en rörelsemarginal om 20 %. Därutöver har New Wave Group ett soliditetsmål om minst 40 % över en konjunkturcykel.

2 500

MEDARBETARE

25

LÄNDER

3

SEGMENT

VÅRA RÖRELSESEGMENT OCH FÖRSÄLJNINGSKANALER

Våra varumärken kategoriseras till det av våra tre rörelsesegment som det tillhör: Företag, Sport & Fritid och Gåvor & Heminredning.

Varumärkena distribueras både i försäljningskanalen profil och i försäljningskanalen detaljhandel för att uppnå god riskspridning.

Företag



Sport & Fritid



Gåvor & Heminredning



FÖRETAG



Visionen för rörelsesegmentet Företag är att bli Europas ledande leverantör av profilprodukter till företag samt en av de ledande leverantörerna i USA. Detta skall uppnås genom att erbjuda kunderna ett brett produktutbud, starka varumärken, god kunskap och service samt ett överlägset helhetskoncept.



SPORT & FRITID



Visionen för rörelsesegmentet Sport & Fritid är att göra Craft till ett världsledande varumärke inom idrottskläder och att göra Cutter & Buck till ett världsledande varumärke inom golf.

Varumärket Auclair ska ta en ledande position på handskar i Europa och vi ska använda Paris Gloves starka distributionsplattform för att lansera koncernens andra varumärken i Kanada.

Sammantaget vill vi bli en av de ledande sportleverantörerna, både i Sverige och övriga europeiska länder samt i USA. Våra varumärken skall tillsammans ge oss en position bland världens största sportleverantörer.







GÅVOR & HEMINREDNING



Visionen för Gåvor & Heminredning är att göra Orrefors och Kosta Boda till världsledande leverantörer av glas och kristall.

En del av visionen är också att använda innovativ och lekfull design för att göra Sagaform till en framstående aktör på de nordeuropeiska profil- och detaljhandelsmarknaderna.





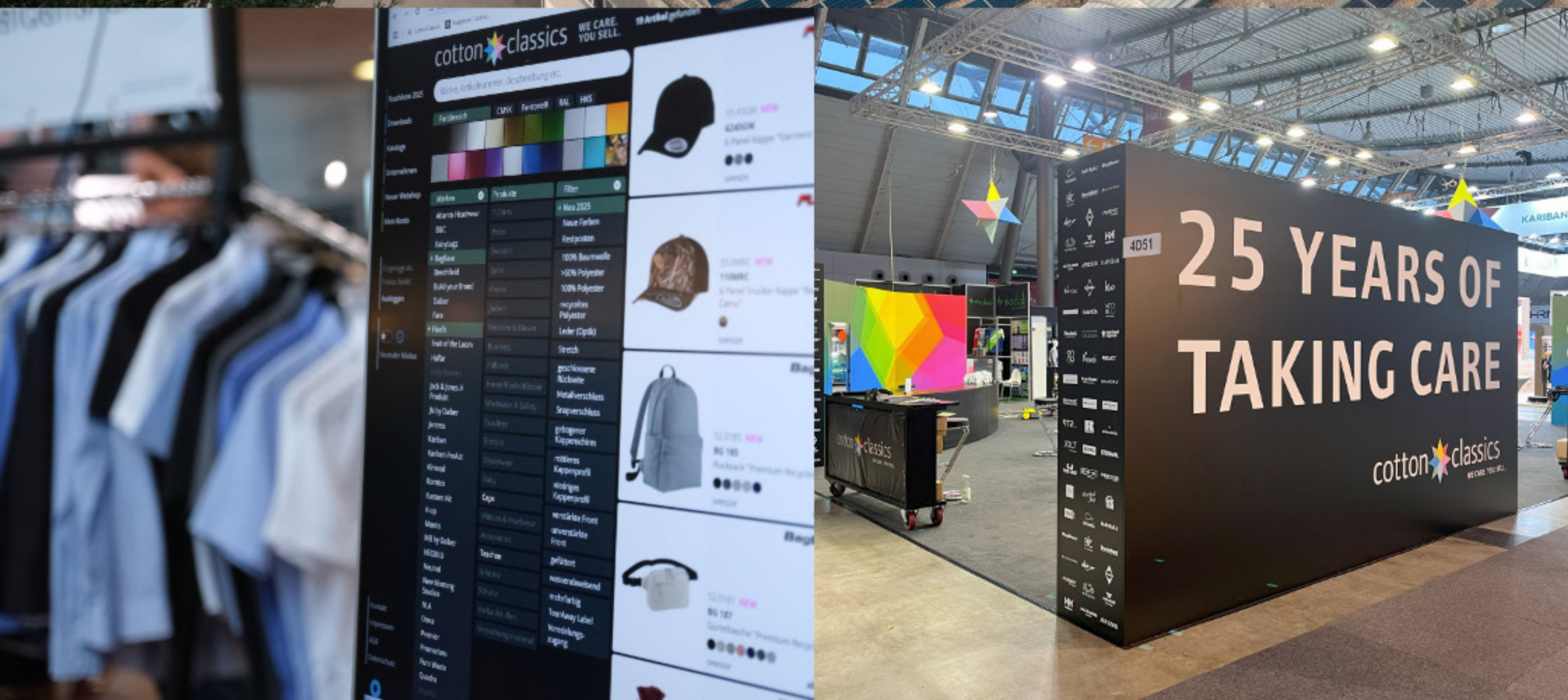
HÄNDELSER I KVARTALET

- ② **Makroekonomiskt präglades** andra kvartalet 2025 av oro för USA:s införande av nya tullar och de effekter detta skulle kunna få på internationell handel.
- ② I juni träffades avtal om att New Wave Group förvärvar 100% av aktierna i den österrikiska textilgrossisten **Cotton Classics Handels GmbH**. Förvärvet är villkorat av godkännande från relevanta konkurrensmyndigheter.
- ② USA:s justitiedepartement har inlett en granskning av PPP-lån om cirka 5,4 MUSD som koncernens amerikanska dotterbolag erhöll under Corona-pandemin, och ifrågasätter bolagets berättigande till lånen. **Även om lånen efterskänkts finns en risk att återbetalning kan krävas, helt eller delvis, samt att skadestånd kan tillkomma.** Förpliktelsen bedöms som möjlig men osäker i omfattning och utgör en eventalförpliktelse i bokslutet.
- ② **Kvartalet påverkas negativt av valutaförändringar** då den svenska kronan stärkts mot övriga valutor i koncernen jämfört med föregående år.



STRATEGISKT FÖRVÄRV AV COTTON CLASSICS

- ⊗ **Stärkt närvaro i Centraleuropa**
 - Ger oss en stark position i marknader som Österrike, Tyskland, Schweiz, Tjeckien m.fl.
- ⊗ **Tillgång till en effektiv B2B-e-handelsplattform**
 - Cotton Classics har en av de mest framstående B2B plattformarna i branschen, där cirka 90 % av all försäljning sker via deras webbutik
- ⊗ **Skalbarhet genom egna varumärken**
 - Genom att introducera New Wave Groups egna varumärken i Cotton Classics portfölj finns möjligheter att successivt höja bruttomarginaler och rörelsemarginaler.
- ⊗ **Erfarenhet av liknande affärsmodeller**
 - Liknande synergier som vid B.T.C. Activewear-förvärvet.





KVARTALET I KORTHET





KVARTALET

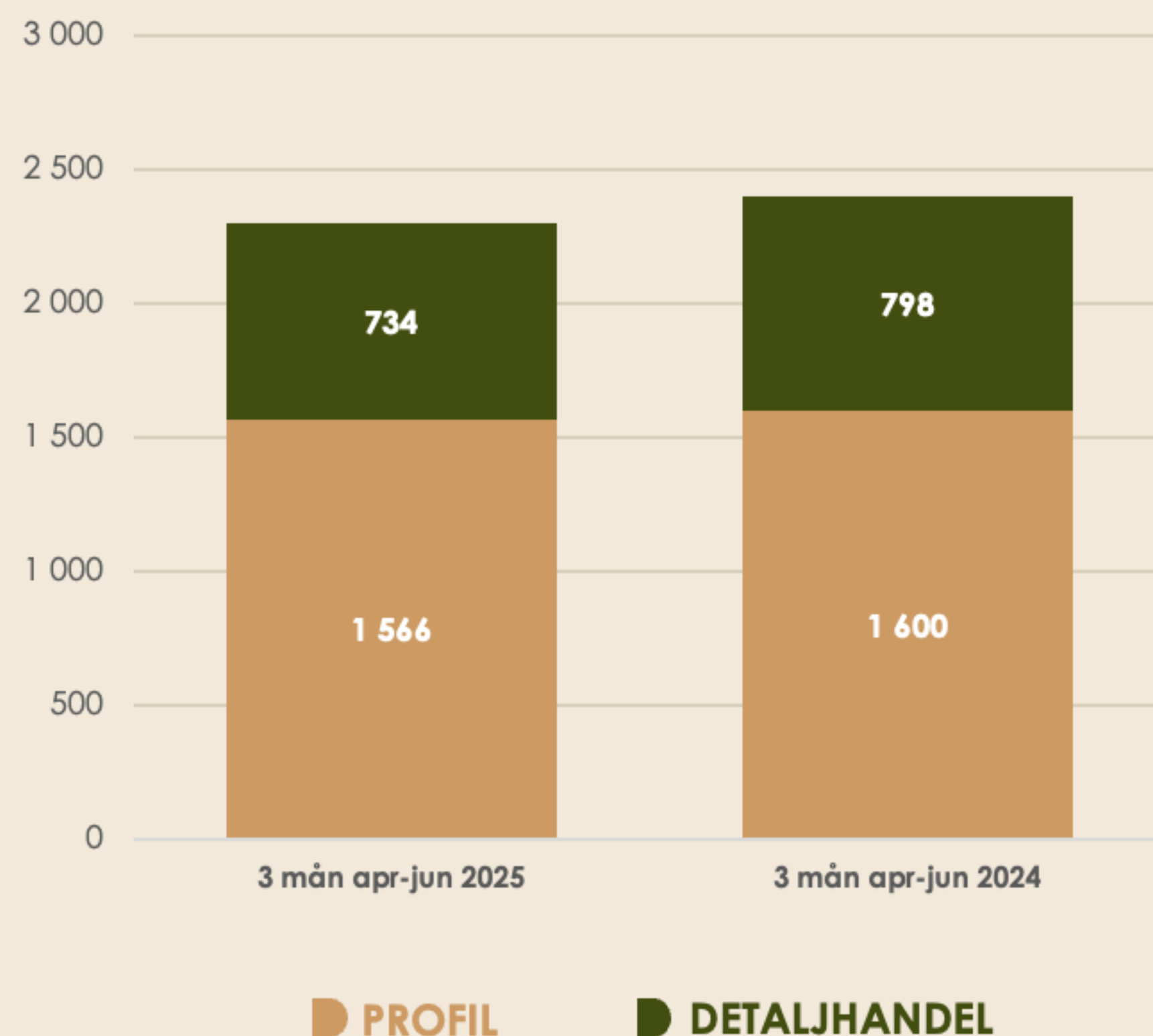
- ⊙ Händelserikt kvartal på världsmarknaden där vi lyckades **öka nettoomsättningen organiskt med 1,3 %** trots en fortsatt utmanande marknad präglad av makroekonomiska oroligheter och en negativ effekt från påskens infallande.
- ⊙ Temporär resultatpåverkan från större marknadsaktiviteter samt implementering av nytt affärssystem (ERP) och ett nytt lagerautomatiseringssystem i ett större dotterbolag.
- ⊙ Starkare svensk krona ger negativa valutaomräkningseffekter.
- ⊙ Försäljningskanalen **Profil** minskade med 2 % och **Detaljhandel** med 8 %.
- ⊙ **Rörelseresultatet** uppgick till **241 MSEK** (301).
- ⊙ **Rörelsemarginalen** uppgick till **10,5 %** (12,6)



FINANSIELL INFORMATION



April - juni

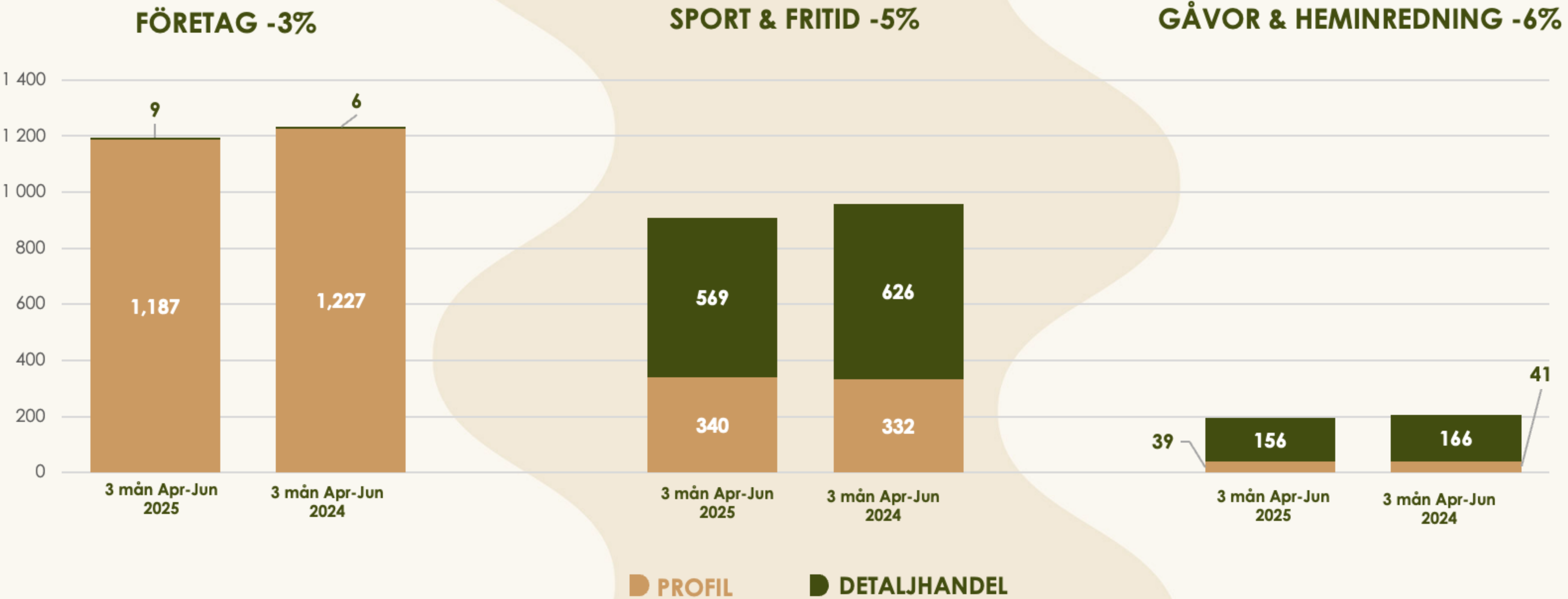


APRIL - JUNI NETTOOMSÄTTNING

- ⌚ Försäljningen uppgick till **2 300 MSEK** (2 398)
- ⌚ Försäljningen **minskade med 4,1 %**
- ⌚ Valutaomräkningspåverkan påverkar med -5,4 % varför **organisk omsättningstillväxt** uppgår till **1,3%**
- ⌚ Försäljningskanalen **profil** minskade **2 %**, **detaljhandeln** minskade **8 %**.

VALUTA
-5,4%

NETTOOMSÄTTNING PER RÖRELSESEGMENT

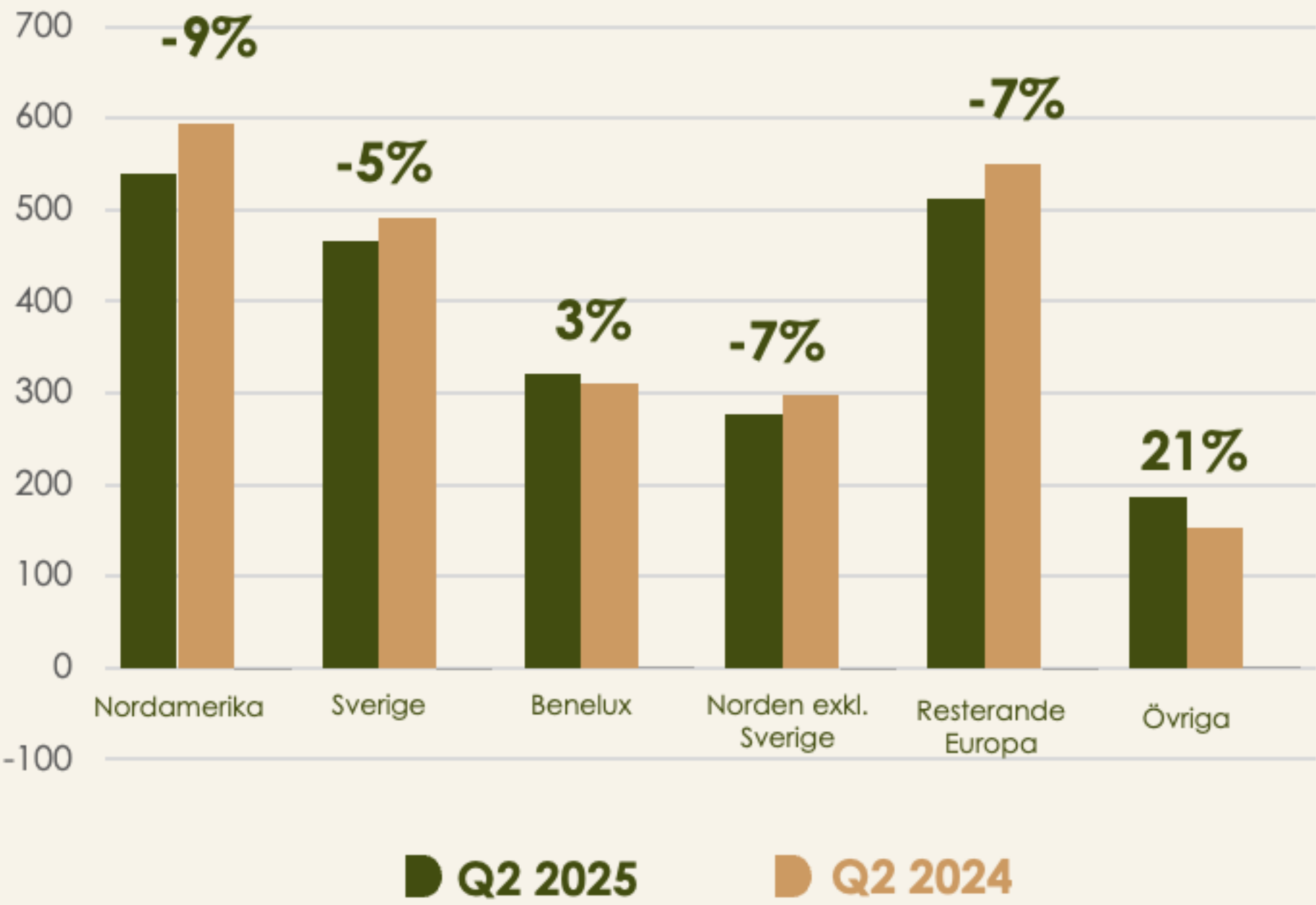




APRIL - JUNI

NETTOOMSÄTTNING PER GEOGRAFISKT OMRÅDE

MSEK	Apr-jun 2025	Apr-jun 2024
Nordamerika	539	594
Sverige	466	492
Benelux	320	311
Norden exkl. Sverige	276	298
Resterande Europa	512	550
Övriga	186	153
Koncernen	2 300	2 398

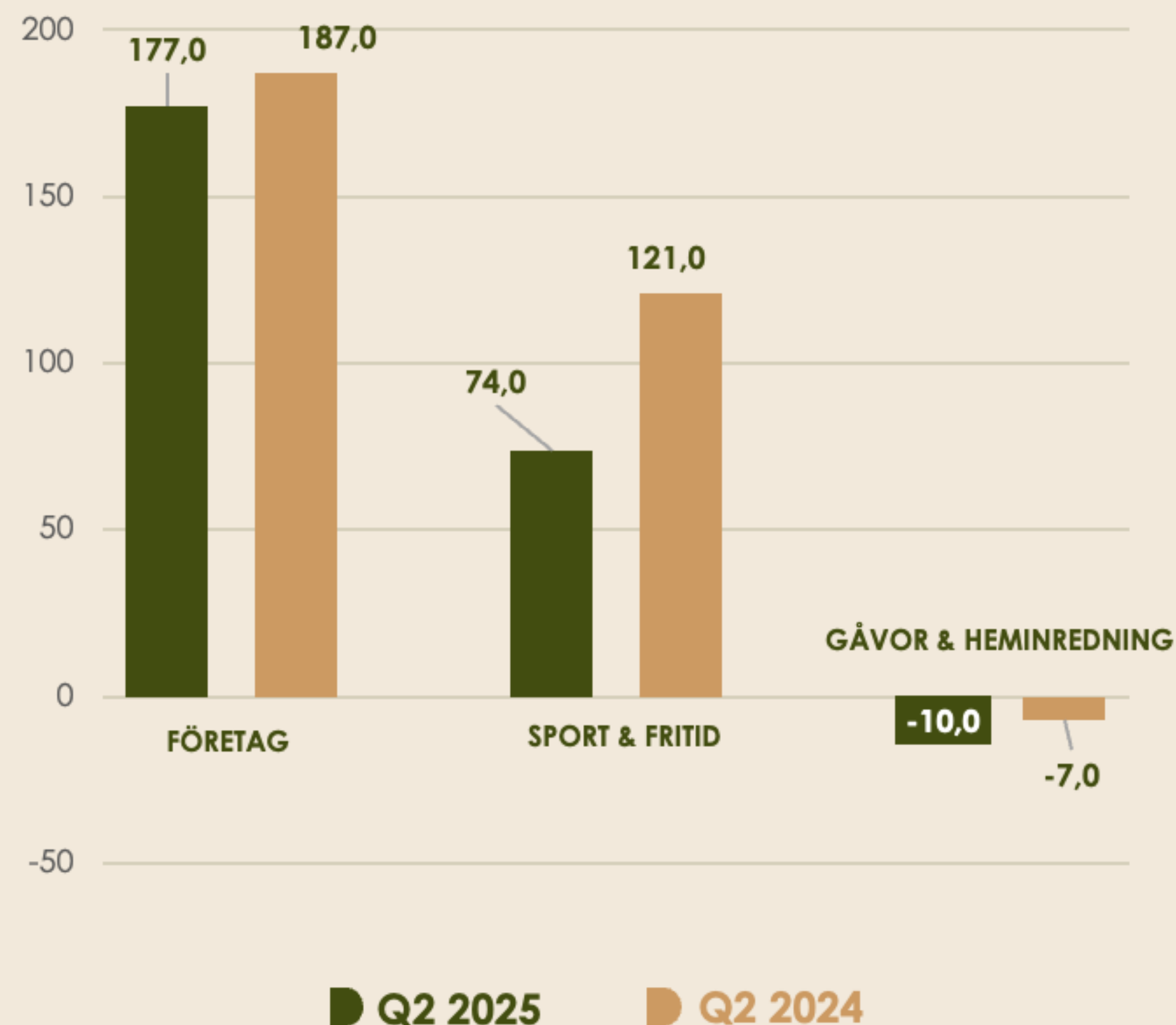




MSEK	Apr - jun 2025		Apr - jun 2024	
Nettoomsättning	2 300		2 398	
Handelsvaror	-1 196		-1 224	
Bruttoresultat	1 104	48,0%	1 174	49,0%
Övriga rörelseintäkter	26		15	
Externa kostnader	-427		-441	
Personalkostnader	-373		-363	
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-80		-72	
Övriga rörelsekostnader	-10		-11	
Andelar i intressebolags resultat	0		-2	
Rörelseresultat	241	10,5%	301	12,6%
Finansnetto	-24		-33	
Resultat före skatt	217		268	
Skatt på periodens resultat	-50		-58	
Periodens resultat	167		210	
Resultat per aktie	1,26		1,59	

APRIL - JUNI

- ⌚ **Bruttovinstmarginalen uppgick till 48,0 % (49,0)**
 - Gåvor & heminredning ökade jämfört med föregående år. Företag och Sport & Fritid hade en lägre marginal jämfört med fjolåret.
- ⌚ **Externa kostnader och personalkostnader uppgick till totalt 800 MSEK (804)**
 - Minskningen är relaterad till valutakurseffekter, exklusive valuta ökade ovan nämna kostnader marginellt. Inkluderar riktade marknadsföringskampanjer.
- ⌚ **Rörelseresultatet uppgick till 241 MSEK (301)**
 - Valutaomräkningseffekten i kvartalet gav en negativ effekt på rörelsemarginalen.
- ⌚ **Periodens resultat uppgick till 167 MSEK (210)**



APRIL - JUNI

RÖRELSERESULTAT PER RÖRELSESEGMENT

🕒 Företag

- Försäljning minskade med 3 % jämfört med fjolåret
- Det är framför allt tradingverksamheten, som ingår i Övriga länder, jämte vår profilverksamhet för giveaways och teknikprodukter som haft god tillväxt.
- Kostnader inkluderar engångseffekter från implementering av nya system

🕒 Sport & Fritid

- Försäljning minskade med 5 % jämfört med fjolåret
- Försäljningskanalen profil ökade med 2% medan detaljhandel minskade med 9%
- Kostnaderna inkluderar utgifter för riktade engångskampanjer

🕒 Gåvor & Heminredning

- Försäljning minskade med 6 % jämfört med fjolåret
- Högre försäljning i Resterande Europa men minskad försäljning i övriga regioner
- Båda försäljningskanalerna minskade



MSEK	Apr - jun 2025	Apr - jun 2024
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring i rörelsekapital	241	219
Förändring i rörelsekapital	-92	118
Kassaflöde från den löpande verksamheten	150	337
Investeringsverksamheten	-125	-61
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	25	276
Finansieringsverksamheten	-42	-256
Periodens kassaflöde	-17	20

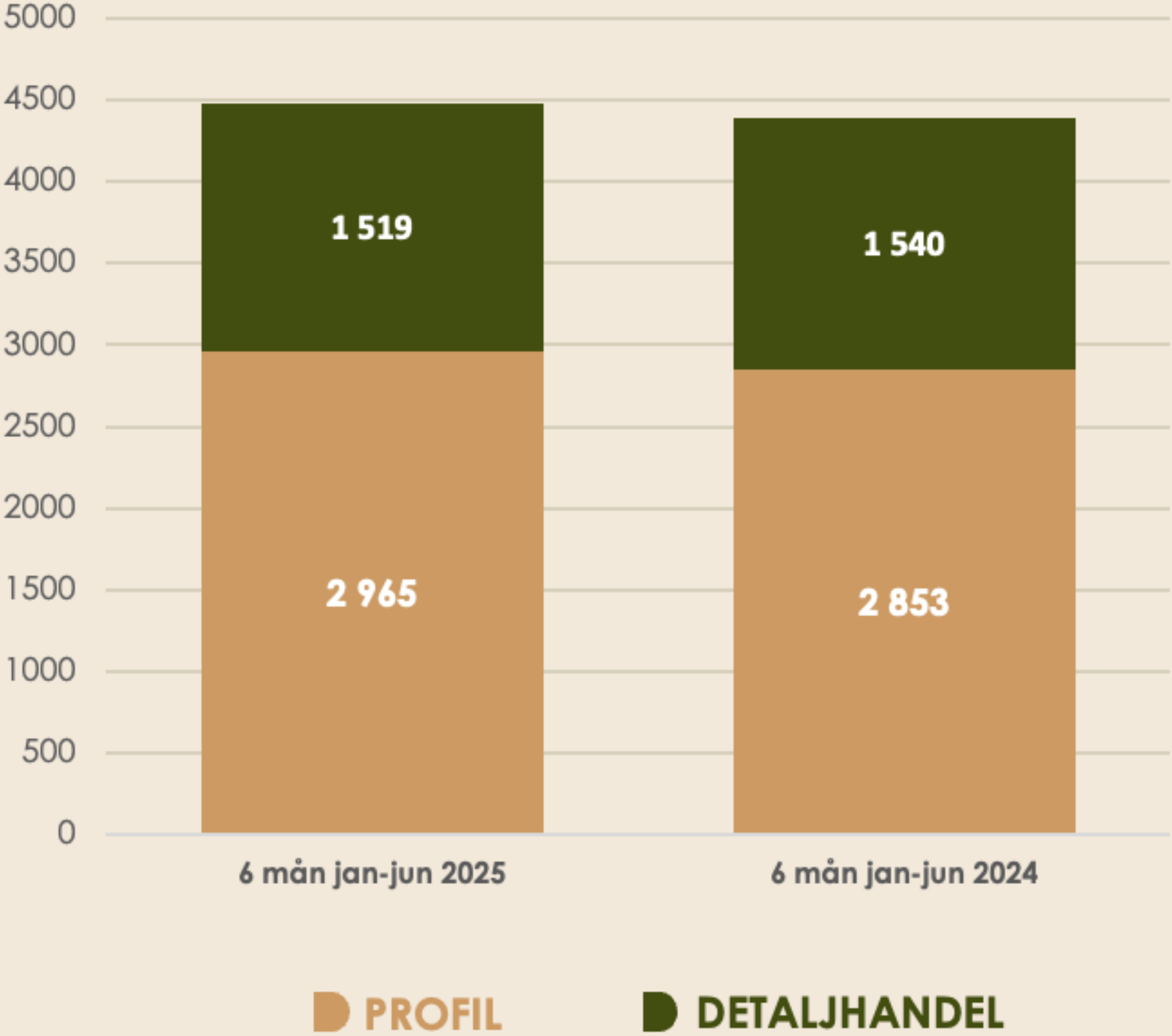
APRIL - JUNI
KASSAFLÖDE



FINANSIELL INFORMATION



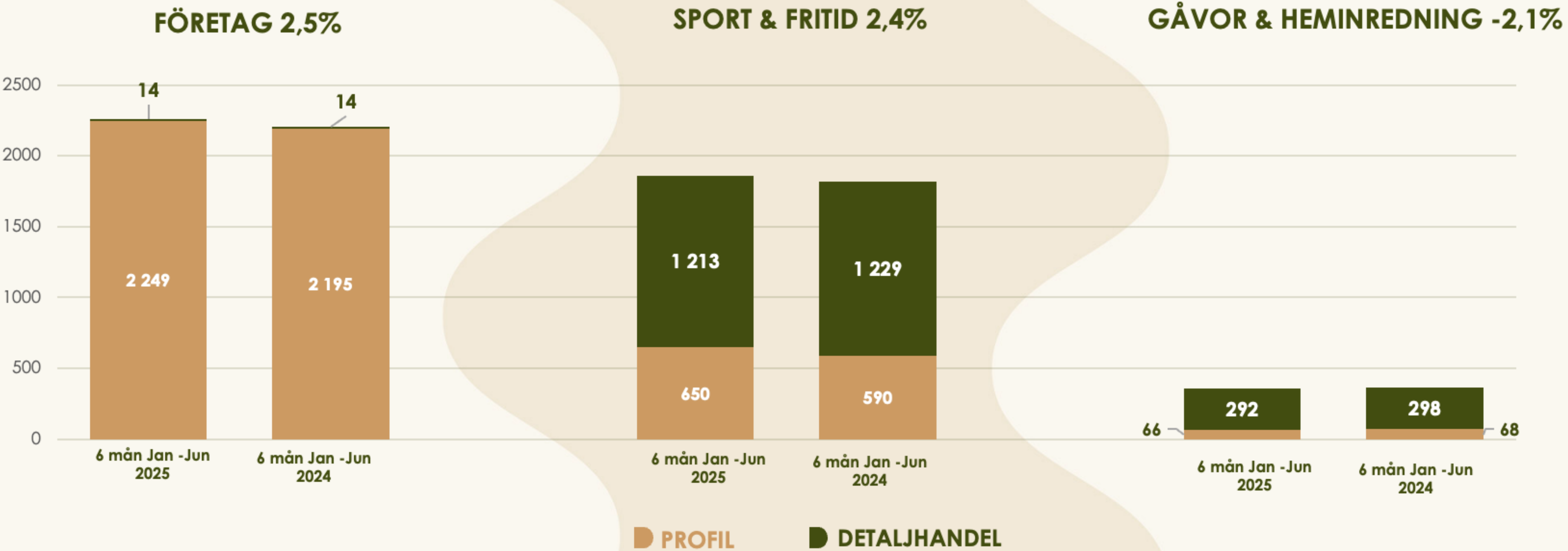
Januari - juni



JANUARI - JUNI NETTOOMSÄTTNING

- ⌚ **Försäljningen uppgick till 4 484 MSEK (4 393)**
- ⌚ **Försäljningen ökade med 2,1 %**
- ⌚ **Försäljningskanalen profil ökade 3,9 %, detaljhandeln minskade med 1,4 %.**

NETTOOMSÄTTNING PER RÖRELSESEGMENT



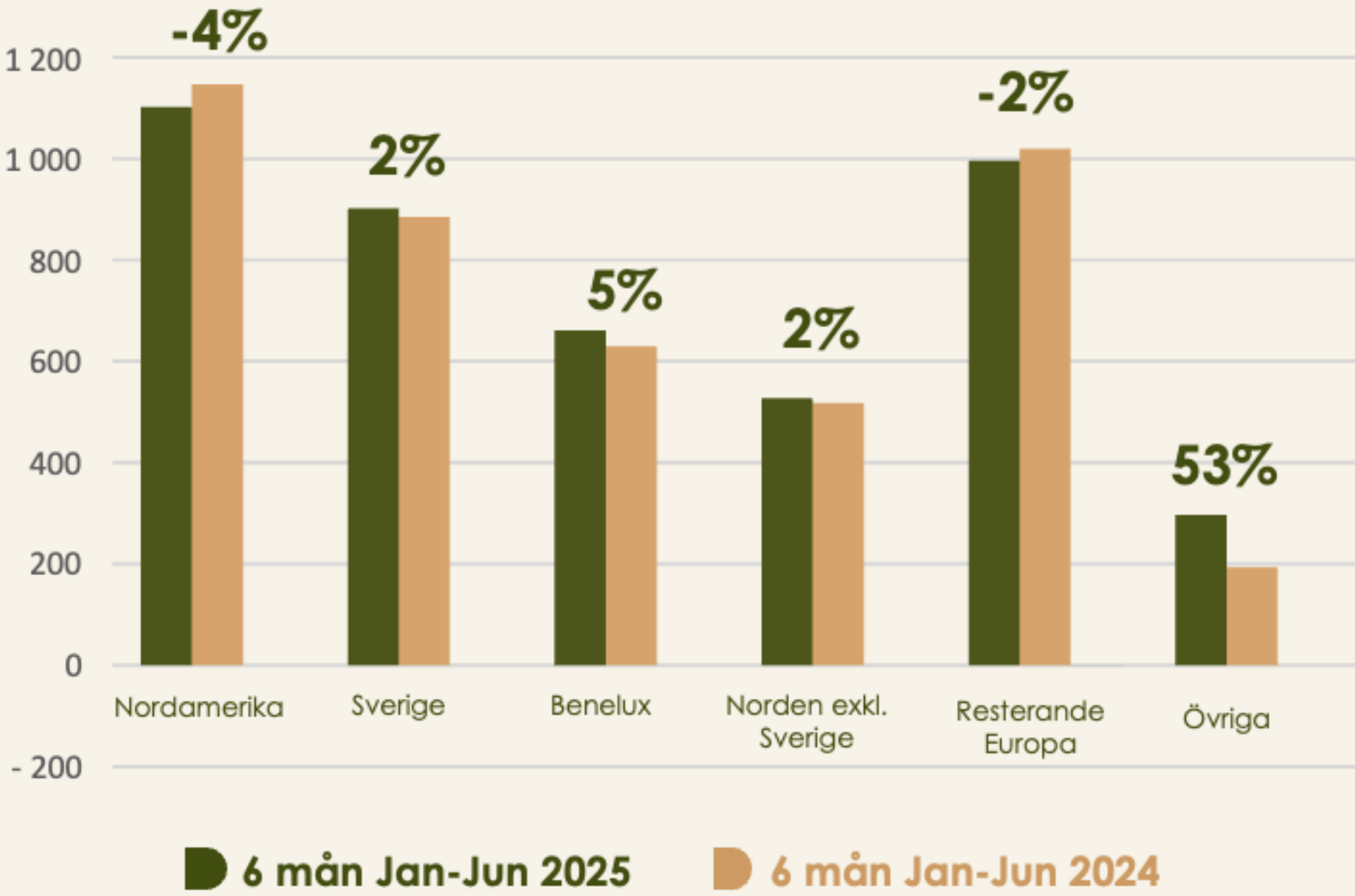


ORGANISK
TILLVÄXT
i samtliga
regioner

JANUARI - JUNI

NETTOOMSÄTTNING PER GEOGRAFISKT OMRÅDE

MSEK	Jan-Jun 2025	Jan-Jun 2024
Nordamerika	1 102	1 147
Sverige	902	885
Benelux	661	630
Norden exkl. Sverige	527	518
Resterande Europa	996	1 019
Övriga länder	297	194
Koncernen	4 484	4 393



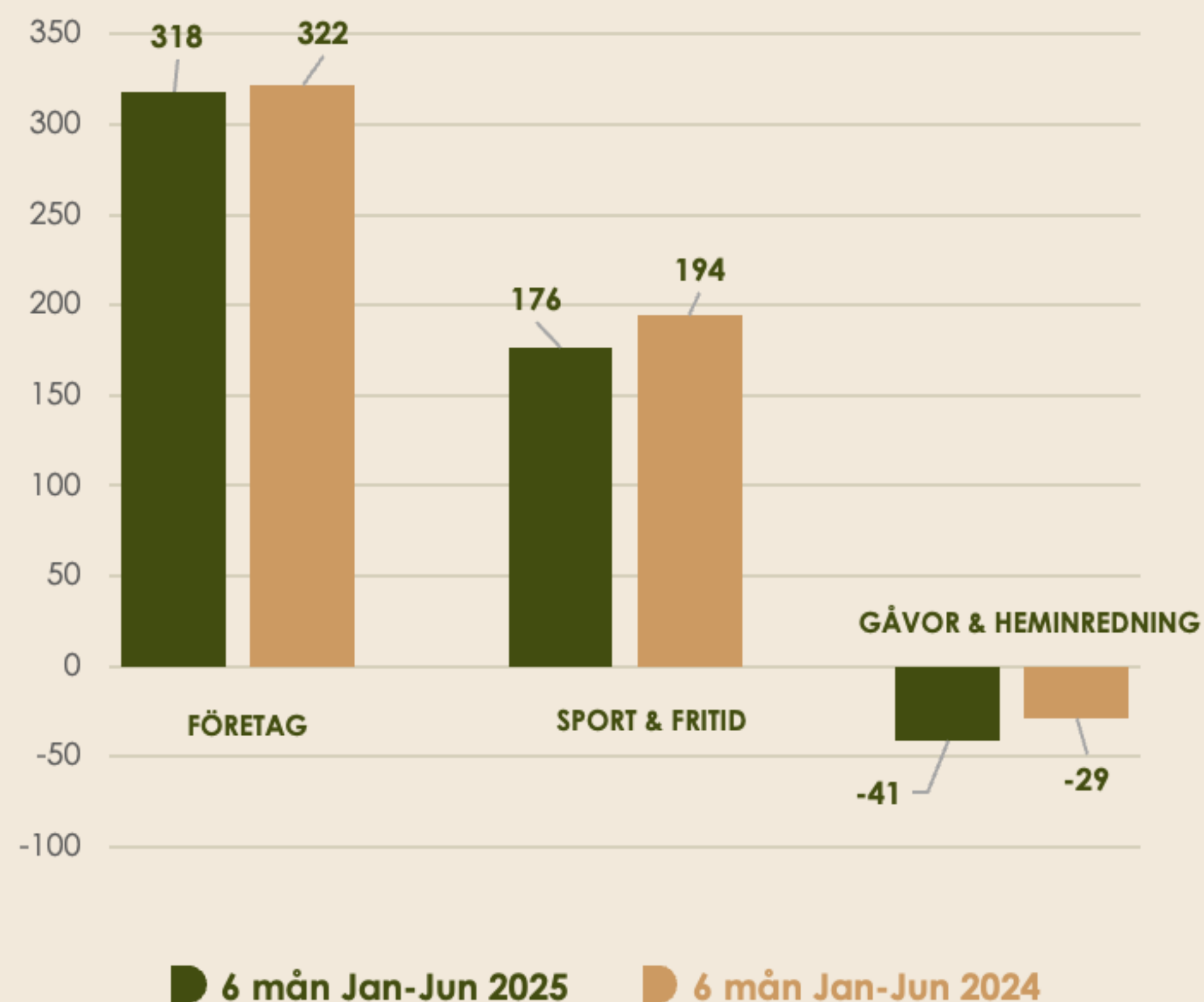


MSEK

	Jan - Jun 2025		Jan - Jun 2024	
Nettoomsättning	4 484		4 394	
Handelsvaror	-2 293		-2 227	
Bruttoresultat	2 191	48,9%	2 166	49,3%
Övriga rörelseintäkter	57		39	
Externa kostnader	-855		-885	
Personalkostnader	-745		-703	
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-159		-144	
Övriga rörelsekostnader	-36		-19	
Andelar i intressebolags resultat	0		-2	
Rörelseresultat	453	10,1%	487	11,1%
Finansnetto	-48		-65	
Resultat före skatt	405		422	
Skatt på periodens resultat	-94		-91	
Periodens resultat	311		331	
Resultat per aktie	2,34		2,50	

JANUARI - JUNI

- ⌚ **Bruttovinstmarginalen uppgick till 48,9 % (49,3)**
 - Sport & Fritid ökade marginellt jämfört med föregående år. Företag och Gåvor & Heminredning hade en lägre marginal jämfört med fjolåret.
- ⌚ **Externa kostnader och personalkostnader uppgick till totalt 1 600 (1 553)**
 - Ökningen är främst relaterad till försäljnings- och marknadsföringskostnader samt generella lönehöjningar
- ⌚ **Rörelseresultatet uppgick till 453 MSEK (487)**
 - Valutaomräkningseffekten gav en negativ effekt på rörelsemarginalen.
- ⌚ **Periodens resultat uppgick till 311 MSEK (331)**



JANUARI - JUNI

RÖRELSERESULTAT PER RÖRELSESEGMENT

🕒 **Företag**

- Försäljning ökade med **2,5%** jämfört med fjolåret
- Det är framför allt tradingverksamheten, som ingår i Övriga Länder, jämte vår profilverksamhet för giveaways och teknikprodukter som haft god tillväxt.

🕒 **Sport & Fritid**

- Försäljning ökade med **2,4%** jämfört med fjolåret
- Högre försäljning i samtliga regioner förutom Nordamerika
- Framför allt Craft och Cutter & Buck som genererat tillväxt

🕒 **Gåvor & Heminredning**

- Försäljning minskade med **2,1%** jämfört med fjolåret, minskade i samtliga regioner



VALUTAEFFEKTER
har påverkat
soliditeten
med -1,8 procent-
enheter

MSEK

	30 jun 2025	30 jun 2024
Eget kapital	6 544	6 528
Soliditet, %	59,3	60,2
Nettoskuld, MSEK	2 089	1 977
Nettoskuld till kreditinstitut, MSEK	1 306	1 353
Eget kapital per aktie, SEK	49,32	49,19

**STARK
BALANSRÄKNING**



MSEK	Jan - Jun 2025	Jan - Jun 2024
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring i rörelsekapital	425	381
Förändring i rörelsekapital	-56	160
Kassaflöde från den löpande verksamheten	368	541
Investeringsverksamheten	-223	-125
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	146	416
Finansieringsverksamheten	-222	-310
Periodens kassaflöde	-76	106

JANUARI - JUNI
KASSAFLÖDE



MSEK

Rullande
12 månader

Nettoomsättning	9 620	
Handelsvaror	-4 888	
Bruttoresultat	4 731	49,2%
Övriga rörelseintäkter	112	
Externa kostnader	-1 754	
Personalkostnader	-1 472	
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-323	
Övriga rörelsekostnader	-65	
Andelar i intressebolags resultat	-1	
Rörelseresultat	1 228	12,8%
Finansnetto	-113	
Resultat före skatt	1 116	
Skatt på periodens resultat	-256	
Periodens resultat	859	
Resultat per aktie	6,47	

RULLANDE 12 MÅNADER

- ⌚ På rullande 12 månader når vi en omsättning på 9 620 Mkr och ett rörelseresultat på 1 228 Mkr.
- ⌚ Rörelsemarginalen för perioden uppgår till 12,8 %

VD HAR ORDET



”Trots en generellt svagare marknad når vi organisk tillväxt i andra kvartalet och även om utvecklingen var svagare än vad vi hade hoppats på fortsätter vi att vinna marknadsandelar.”

- Torsten Jansson, VD och koncernchef



VD HAR ORDET



”Vi fortsätter att investera i automatiseringar av varulager, IT och marknadsföring. Det är också mycket glädjande att avtalet om att förvärva Cotton Classics nu är i hamn. När marknaden väl vänder kommer vi att få stor glädje och nytta av våra ökade marknadsandelar och strategiska förvärv och känner att vi står starkt rustade för framtiden!”

- Torsten Jansson, VD och koncernchef

FRAMTIDEN

- ⊙ **Starkt rustade** inför framtiden
- ⊙ **Ser fortsatt tillväxtmöjligheter** inom både profil och detaljhandeln
- ⊙ **Stark balansräkning**
- ⊙ Fortsätta titta på **förvärv**



A series of overlapping, stylized wave shapes in a light cream color, set against a solid olive green background. The waves are smooth and rounded, creating a rhythmic pattern across the top half of the page.

NewWave

G R O U P