

Q1



NEW WAVE GROUP AB

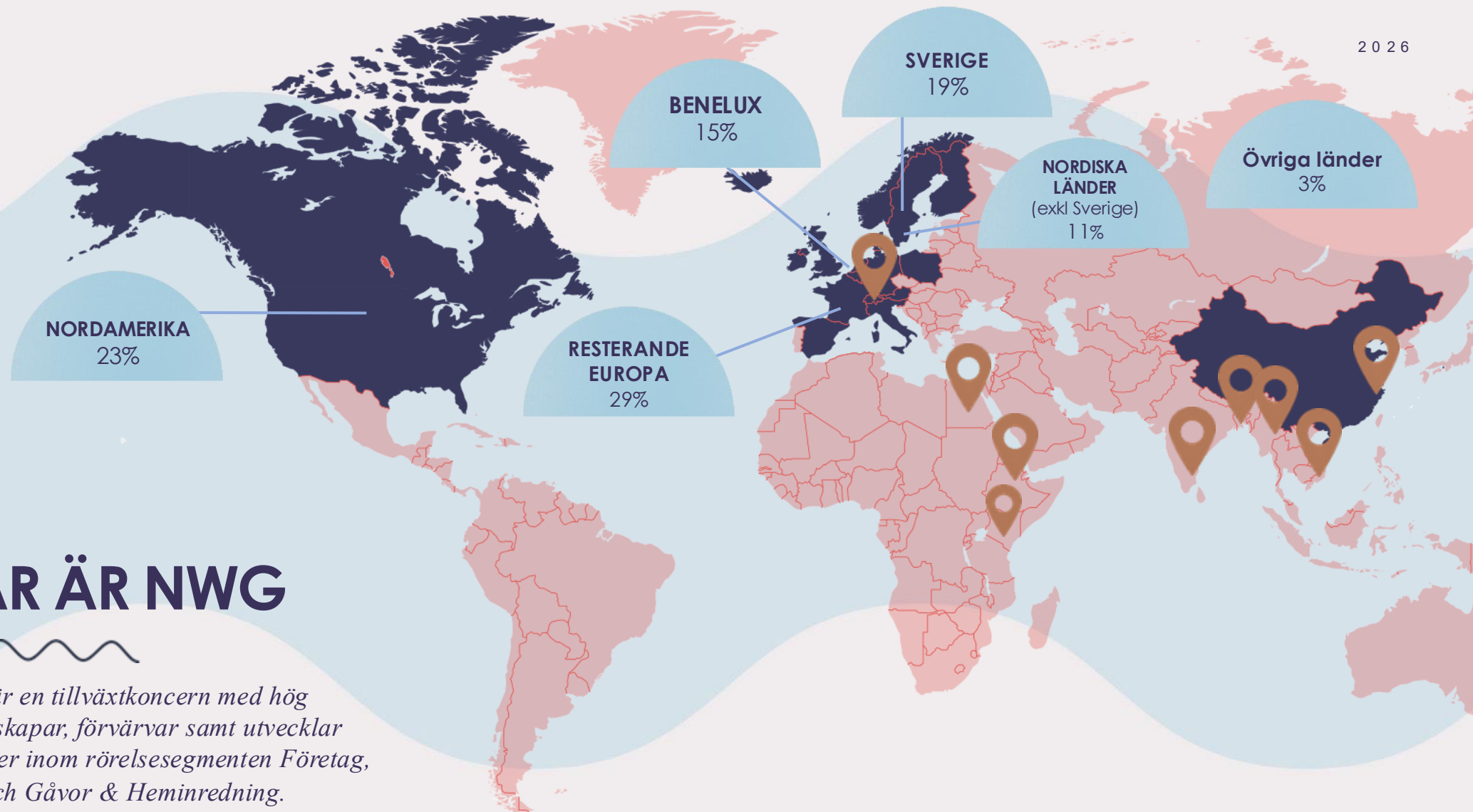
Kvartalsrapport 1 januari – 31 mars 2026



*"Det är ett styrkebesked att vi uppnår tillväxt trots en fortsatt allmänt trög
marknad i många länder."*

- Torsten Jansson, VD

-  Försäljningsverksamhet i egna dotterbolag
-  Inköpsorganisationen



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.

2 824

MEDARBETARE

28

LÄNDER

3

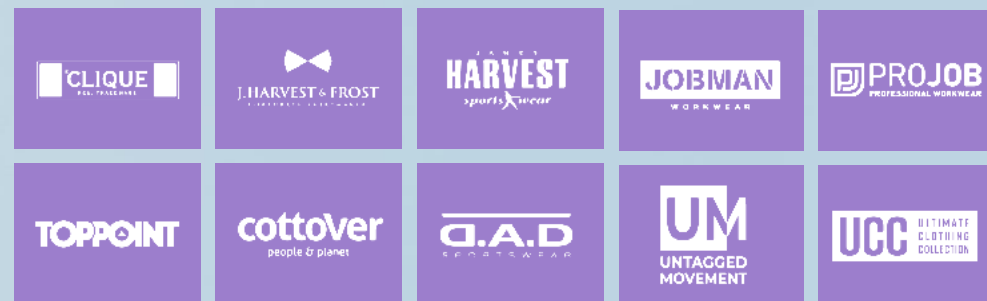
SEGMENT

VÅRA RÖRELSESEGMENT OCH FÖRSÄLJNINGSKANALER

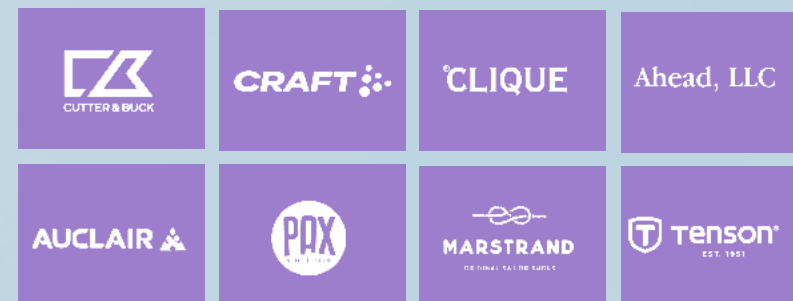
Våra varumärken kategoriseras till det av våra tre rörelsesegment som det tillhör: Företag, Sport & Fritid och Gåvor & Heminredning.

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

Företag



Sport & Fritid



Gåvor & Heminredning





FINANSIELL INFORMATION KVARTALET

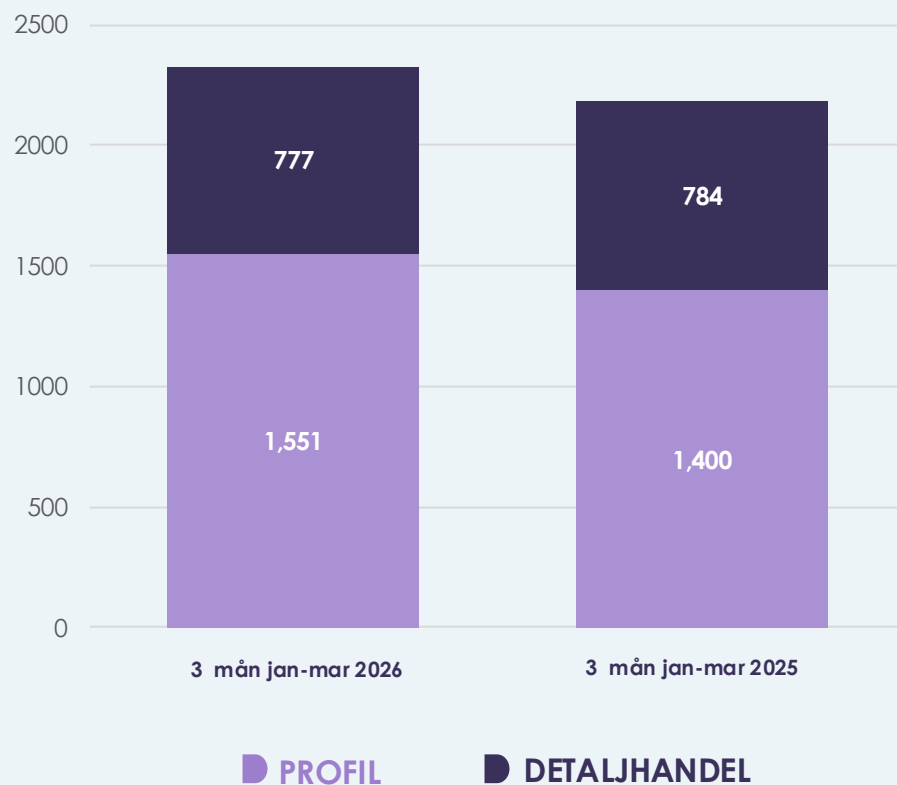


Januari - mars



KVARTALET I KORTHET

- ⌚ Trots allmänt svaga marknader ökade kvartalets nettoomsättning i lokala valutor med **13,2 %** varav **10,3** procentenheter kommer från förvärv och **2,9** procentenheter från organisk tillväxt.
- ⌚ Bruttovinstmarginalen stärktes och uppgick till **50,0 %** (49,8)
- ⌚ **Rörelseresultatet** uppgick till **200 MSEK** (212) och **rörelsemarginalen** till **8,6 %** (9,7)
- ⌚ Resultatet belastas med tillfälliga merkostnader för implementering av nytt affärssystem.



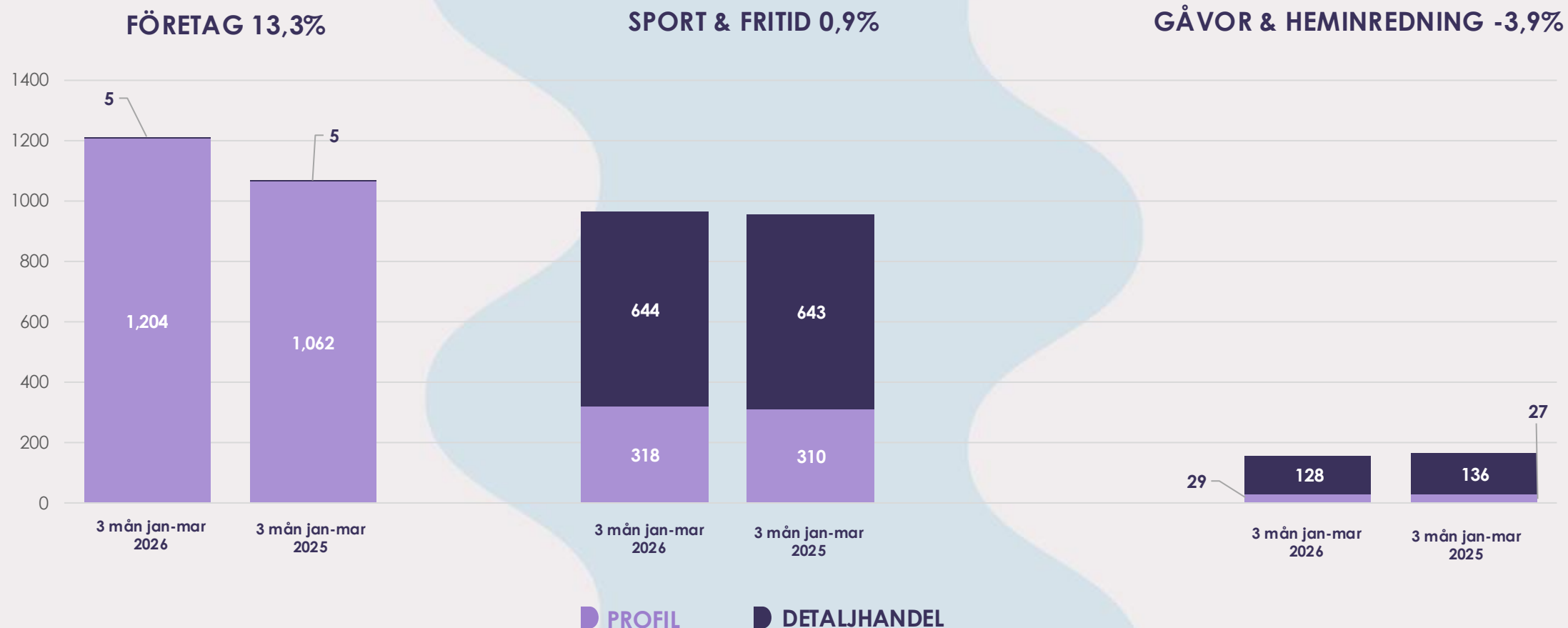
JANUARI - MARS NETTOOMSÄTTNING

- ⌚ Försäljningen ökade 6,6 % och uppgick till **2 328 MSEK** (2 184).
- ⌚ **Omsättningstillväxten i lokal valuta** uppgår till **13,2%** varav förvärv 10,3 % och organisk tillväxt 2,9 %. Valutaomräkningspåverkan påverkar med -6,6 %.
- ⌚ Försäljningskanalen **Profil** ökade **10,8%**. **Detaljhandeln** minskade **0,9 %**.
- ⌚ Inom **Profil** är det förvärvet samt nya varumärket Untagged Movement som främst driver tillväxt. Även Cutter & Buck noterade stark lokal tillväxt, men denna reducerades av negativa valutaeffekter.
- ⌚ Inom **Detaljhandel** är det främst Craft som haft ett starkt första kvartal



VALUTA
-6,6%

NETTOOMSÄTTNING PER RÖRELSESEGMENT

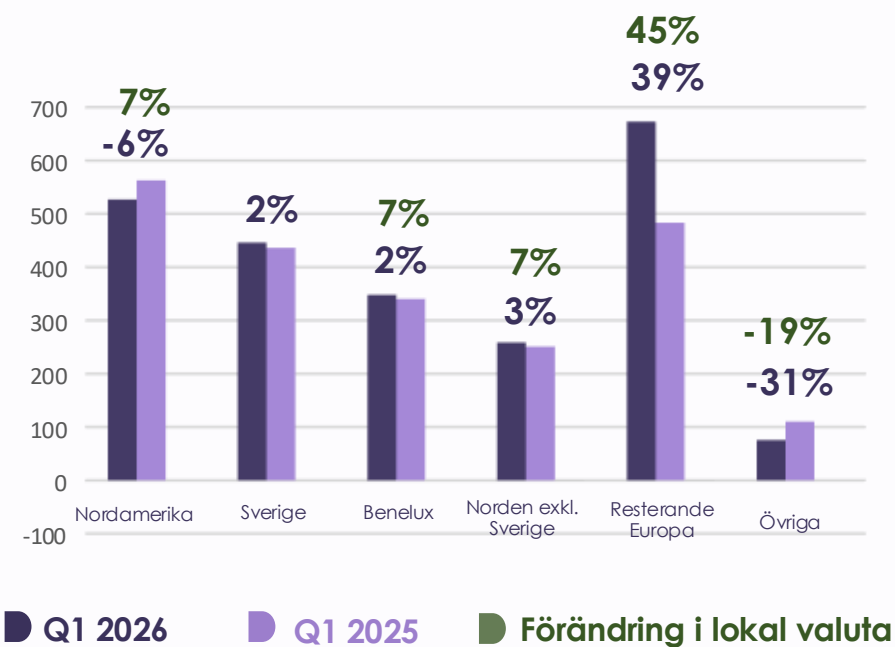




JANUARI - MARS

NETTOOMSÄTTNING PER GEOGRAFISKT OMRÅDE

MSEK	Jan-mar 2026	Jan-mar 2025
Nordamerika	527	563
Sverige	446	436
Benelux	348	340
Norden exkl. Sverige	259	251
Resterande Europa	673	483
Övriga	76	110
Koncernen	2 328	2 184





MSEK	Jan - mar 2026		Jan - mar 2025	
Nettoomsättning	2 328		2 184	
Handelsvaror	-1 165		-1 097	
Bruttoresultat	1 163	50,0%	1 087	49,8 %
Övriga rörelseintäkter	36		31	
Externa kostnader	-484		-428	
Personalkostnader	-408		-372	
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-93		-79	
Övriga rörelsekostnader	-16		-26	
Rörelseresultat	200	8,6%	212	9,7%
Finansnetto	-32		-24	
Resultat före skatt	168		188	
Skatt på periodens resultat	-39		-43	
Periodens resultat	129		144	
Resultat per aktie	0,97		1,09	

JANUARI - MARS

⌚ Bruttovinstmarginalen uppgick till 50,0% (49,8)

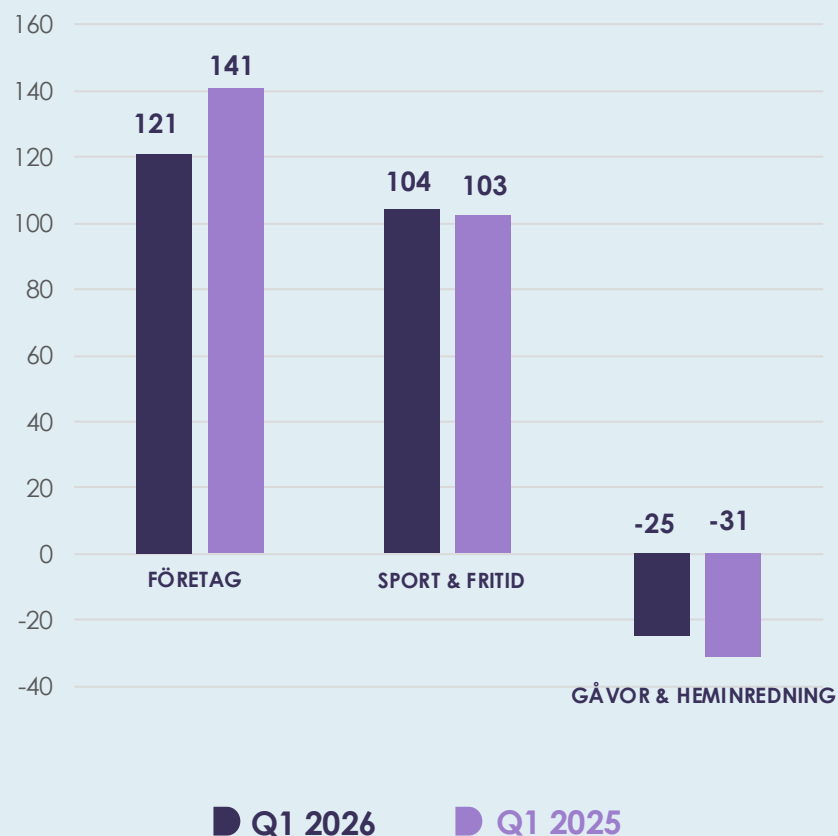
- Produktmix och lägre andel Trading påverkar kvartalets marginal positivt medan förvärv påverkar marginalen negativt.

⌚ Externa kostnader och personalkostnader uppgick till totalt 892 MSEK (800)

- 55 MSEK av ökningen kommer från förvärv. Resterande 35 MSEK omfattar bl.a. ökade IT-kostnader och personalkostnader från fler anställda och generella löneökningar.
- Externa kostnader hänförliga till implementering av nytt affärssystem uppgår för kvartalet till 18 MSEK, främst i form av externa kostnader.

⌚ Rörelseresultatet uppgick till 200 MSEK (212).

⌚ Periodens resultat uppgick till 129 MSEK (144)



JANUARI - MARS

RÖRELSERESULTAT PER RÖRELSESEGMENT

☞ **Rörelsemarginal 8,6% (9,7) och 9,3% före effekt från förvärv**

☞ Företag

- Rörelsemarginal 9,9% (13,2). Minskar framför allt till följd av genomfört förvärv.
- Rörelseresultatet har minskat 20 MSEK jämfört, framför allt som en följd av lägre tradingverksamhet i Asien jämfört med samma period föregående år.

☞ Sport & Fritid

- Rörelsemarginal 10,8 % (10,8)
- Rörelseresultatet är 1 MSEK bättre.
- Inom segmentet har bland annat Craft bidragit med högre rörelseresultat. Även Cutter & Buck har haft bra organisk tillväxt vilken dock mötts av en negativ valutaomräkningseffekt till följd av försvagad USD.

☞ Gåvor & Heminredning

- Rörelsemarginal -15,9% (-19,0)
- Första kvartalet är segmentets tuffaste med stor andel fasta kostnader
- Rörelseresultatet har förstärkts jämfört med samma period föregående år till följd av vidtagna besparingsåtgärder.



MSEK	Jan - mar 2026	Jan - mar 2025
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring i rörelsekapital	208	183
Förändring i rörelsekapital	2	35
Kassaflöde från den löpande verksamheten	210	219
Investeringsverksamheten	-125	-98
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	85	121
Finansieringsverksamheten	-50	-181
Periodens kassaflöde	34	-60

JANUARI - MARS KASSAFLÖDE



SOLIDITET
55,5 % (53,0)

MSEK

	31 mar 2026	31 dec 2025
Eget kapital	7 097	6 824
Soliditet, %	55,5	53,0
Nettoskuld, MSEK	3 021	3 082
Nettoskuld till kreditinstitut, MSEK	2 076	2 118
Eget kapital per aktie, SEK	53,5	51,4

**STARK
BALANSRÄKNING**



3

nya NWG-
varumärken
introducerade

COTTON CLASSICS

Arbetet med att integrera Cotton Classics fortsätter enligt plan.

2025

- ⌚ Inkluderad från 1 september 2025
- ⌚ Fem varumärken ägda av New Wave Group introducerades under andra halvan av september: Printer, James Harvest, J. Harvest & Frost, Clique och Cutter & Buck

2026

- ⌚ Ny VD från januari
- ⌚ Ytterligare tre varumärken ägda av New Wave Group introducerade från januari: Craft, Projob och Untagged Movement

VD HAR ORDET



"Vi fortsätter att fokusera på tillväxt och lönsamhet. När marknaden förbättras kommer vi att vara ännu bättre positionerade och jag har en starkt tro på framtiden!"

- Torsten Jansson, VD och koncernchef



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.



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.



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.

