

smartgroup

Kvartalsrapport

Q1 2025/2026

(sept 2025 – nov 2025)

NEW IN!



nickelodeon

Inledning

Smartgroup AB

Smartgroup är ett brandhouse som har specialiserat sig på att utveckla, marknadsföra och sälja innovativa produkter. Verksamheten är fördelad över två branscher:

Fitness och wellness – under varumärket **Smartshake**.

Baby och barn – under varumärket **Herobility**.

Gemensamt för båda varumärkena är att produkterna genom modern svensk design och unika, patenterade funktioner löser vardagliga problem. Gemensamt är också engagemanget för och den stora satsningen på att utveckla produkter i miljövänligare material såsom bioplast, glas och metall.

Bakgrund

Smartshake grundades 2009 och utvecklar smarta vattenflaskor, gymshakers och tillbehör med patenterade funktioner och svensk design. Med egna medel har Smartshake byggt en stabil organisation, starka varumärken och produktlinjer. Smartshake har ett starkt IP-skydd med över 100 IP-rättigheter. Smartshake är ett globalt varumärke med försäljning i över 90 länder.

Herobility lanserades i februari 2017 och utvecklar babyprodukter med unika patentsökta egenskaper och svensk design.

Årsskiftet 2017/2018 bildades officiellt koncernen Smartgroup där båda varumärkena ingår.

De strategiska målen för Smartgroups verksamhet låg till grund för beslutet att ta in tillväxtkapital under 2018. Nyemissionen blev lyckad och avslutades i augusti samma år. Med det tillväxtkapital som tillförts har produktutvecklingen kunnat accelereras och ett flertal nya produkter har redan lanserats medan ytterligare produkter planeras under kommande år.

Inledning till denna rapport

Här har vi sammanställt den första rapporten för räkenskapsåret 2025/2026 i syfte att ge dig som delägare en samlad bild av årets första kvartal som inleddes den 1 september 2025 och avslutades den 30 november 2025.

Räkenskapsår, 1 september–31 augusti:

Q1: september–november

Q2: december–februari

Q3: mars–maj

Q4: juni–augusti

VD har ordet

Räkenskapsåret 2025/26 har nu inletts och vi kan konstatera att året har startat enligt plan. Under årets första kvartal har vi fortsatt att bygga vidare på den stabila grund som lagts under föregående år, med fokus på lönsam tillväxt, effektiv kapitalanvändning och långsiktig värdeskapande utveckling.

Antalet B2B-kunder fortsätter att öka, vilket bidrar till ett starkt resultat under första kvartalet. Vår närvaro på ECRM-mässan i Frankfurt i början av oktober visade sig vara mycket framgångsrik och resulterade i flera nya och intressanta affärskontakter. Glädjande nog har flera av dessa redan övergått i konkreta order. Parallellt har vi under kvartalet intensifierat vår B2B-annonsering, i linje med vår strategi att långsiktigt bredda kundbasen och öka varumärkeskännedomen.

Bolaget har fortsatt en kapitaleffektiv strategi och vi arbetar aktivt med att minimera kapitalbindning i verksamheten. Detta återspeglas i ett positivt kassaflöde om 3,9 MSEK under första kvartalet, exklusive lämnad utdelning. En stark balansräkning ger oss god handlingsfrihet och möjliggör fortsatta investeringar i tillväxtinitiativ och produktutveckling.

Under kvartalet genomfördes även listningen av Smartgroup Partners AB för handel på Accumeos plattform, accumeo.com. Första handelstillfället ägde rum i november och handeln kommer framöver att ske under den fjärde veckan varje månad. För aktieägare innebär detta en ökad tillgänglighet och transparens i handeln med bolagets aktier. Befintliga aktieägare kan se sitt innehav via nvr.se, där bolagets aktiebok är registrerad. Vår kommunikation med aktieägarna kommer fortsatt att ske, utöver via Accumeo, genom bolagets webbplats smartgroupbrands.com.

Produktutveckling är fortsatt en central del av vår strategi. Under första kvartalet lanserade vi ett samarbete med Nickelodeon. Samarbetet, som exemplifieras på framsidan av denna rapport, har tagits emot väl och vi ser god potential för fortsatt utveckling genom fler samarbeten.

När vi nu går in i juledigheten gör vi det med en motiverad organisation, en växande kundbas och flera spännande produkter under utveckling. Förutsättningarna inför kommande kvartal är goda och vi ser fram emot att fortsätta leverera enligt vår strategi även under resten av räkenskapsåret.

Avslutningsvis vill jag passa på att tacka våra medarbetare, kunder och aktieägare för ert fortsatta engagemang och förtroende. Jag önskar en riktigt God Jul och ett Gott Nytt År.



Christoffer Granback

VD Smartgroup AB

Tredje veckan i december 2025

Resultaträkning

KONCERNRESULTATRÄKNING SMARTGROUP KSEK	24/25 3M	25/26 3M	+/-% 3M
Nettoomsättning	38 682	38 257	-1%
Övriga rörelseintäkter	1 117	605	-46%
Handelsvaror	-18 807	-17 765	-6%
Övriga externa kostnader	-10 270	-10 938	+7%
Personalkostnader	-3 542	-3 529	-0%
Av/nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-671	-496	-26%
Övriga rörelsekostnader	-1 432	-674	-53%
Rörelseresultat	5 076	5 460	+8%
Ränteintäkter och liknande intäkter	63	22	-65%
Räntekostnader och liknande kostnader	-118	-2	-98%
Resultat efter finansiella poster	5 021	5 479	+9%
Skatt på årets resultat	0	0	
Årets resultat	5 021	5 480	+9%

Balansräkning

KONCERNBALANSRÄKNING SMARTGROUP KSEK	2025-08-31 Utfall	2025-11-30 Utfall	+/- %
Anläggningstillgångar			
Immateriella Anläggningstillgångar	588	518	-12%
Materiella Anläggningstillgångar	5 627	5 314	-6%
Finansiella Anläggningstillgångar	0	0	
Summa Anläggningstillgångar	6 214	5 832	-6%
Omsättningstillgångar			
Varulager m.m.			
Varulager	25 051	21 926	-12%
Summa varulager m.m.	25 051	21 926	-12%
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar	14 019	13 589	-3%
Fordringar på moderföretag	0	0	
Aktuell skattefordran	0	140	
Övriga kortfristiga fordringar	1 486	719	-52%
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	1 879	1 015	-46%
Summa kortfristiga fordringar	17 385	15 464	-11%
Kassa & Bank	15 783	6 896	-56%
Summa Omsättningstillgångar	58 219	44 286	-24%
Summa Tillgångar	64 433	50 118	-22%
Eget Kapital			
Aktiekapital	59	59	+0%
Övrigt tillskjutet kapital	13 707	0	-100%
Annat eget kapital inklusive årets resultat	20 768	21 993	+6%
Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare	34 534	22 052	-36%
Avsättningar			
Uppskjuten skatteskuld	1 454	1 454	+0%
Summa Avsättningar	1 454	1 454	+0%
Långsiktiga skulder			
Skulder till kreditinstitut	0	0	+0%
Summa Långfristiga skulder	0	0	+0%
Kortfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut	0	5 232	
Leverantörsskulder	14 217	10 905	-23%
Skulder till moderföretag	0	0	0%
Aktuella skatteskulder	3 318	2 072	-38%
Övriga skulder	6 803	4 068	-40%
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	4 106	4 334	+6%
Summa Kortfristiga skulder	28 445	26 612	-6%
Summa Skulder och Eget Kapital	64 433	50 118	-22%

Kommentar till rapporten

Nettoomsättningen i första kvartalet kom in på 38,3 MSEK, 1% under föregående år. Resultat före skatt kom in på 5,5 MSEK, 0,5 MSEK över föregående år. Bruttomarginalen kom in på 53,6%, 2,2 procentenheter över föregående år. Bolagets övriga externa kostnader ökade med 7% jämfört mot föregående år direkt hänförligt till utökad marknadsföring. Personalkostnaderna kom in i linje med föregående år.

I november lämnade bolaget utdelning om 18,0 MSEK. Kassaflödet var positivt i första kvartalet om vi exkluderar betald utdelning, +3,9 MSEK. Likviditeten har minskat med 14,1 MSEK under räkenskapsåret inklusive betald utdelning.

Lagret har minskat med 12% under räkenskapsåret.

Målsättningen är att fortsätta växa med vinst. Att växa med egna medel är prioriterat, men vi jagar inte kortsiktig vinstmaximering. Ser vi möjligheter att investera för att ta marknadsandelar och/eller förbättra produktion/produktportfölj långsiktigt kommer vi att genomföra det, även om det skulle innebära lägre resultat i enskilda kvartal.

Miljö

Smartgroups nästa produktgeneration fokuserar i huvudsak på miljövänliga material som bioplast, glas och stål. Målsättning att bli ledande på respektive marknad med hållbara produkter och att, därigenom, gå i fronten med att erbjuda hållbara alternativ på en bred front.



Säsongsvariationer

Bolaget har inga betydande säsongsvariationer. Då flera av bolagets större kunder är distributörer som gör stora inköp vissa månader och inga inköp alls andra månader kan ändå försäljningen variera kraftigt mellan kvartalen. Utfallet för ett enskilt kvartal bör därför tolkas med försiktighet.