

Delårsrapport Q1 2026 – Nettoomsättningen ökar med 45 procent

PRESSMEDDELANDE, 12 MAJ 2026

Sweden Buyersclub inleder 2026 med fortsatt stark tillväxt och rapporterar en nettoomsättning om 30,5 MSEK för det första kvartalet, en ökning med 45 procent jämfört med samma period föregående år. EBITDA uppgick till 0,58 MSEK (0,64 MSEK), samtidigt som ARR växte till 20,8 MSEK och kundanskaffningskostnaden minskade till 40 SEK per order.

Perioden januari – mars 2026

- Nettoomsättningen uppgick under perioden till 30,5 MSEK (21,0 MSEK), en ökning med 45 % jämfört med motsvarande period föregående år.
- Medlemsintäkterna uppgick under perioden till 5,6 MSEK (5,1 MSEK), en ökning med 11 % jämfört med motsvarande period föregående år.
- EBITDA uppgick till 0,58 MSEK (0,64 MSEK).
- EBITDA-marginalen uppgick till 2 % (3 %).
- Rörelseresultat (EBIT) uppgick till -0,60 MSEK (-0,33 MSEK).
- Resultat efter skatt uppgick till -0,99 MSEK (-0,55 MSEK).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till -1,3 MSEK (-0,3 MSEK).
- Anskaffningskostnaden för en ny kund var under perioden 40 SEK (49 SEK) per order.
- ARR (Annual recurring revenue) uppgick till 20,8 MSEK (20,0 MSEK) vid periodens slut, en ökning med 4 % jämfört med motsvarande period föregående år.

(Jämförelsetal inom parentes avser motsvarande period föregående år. I sammanställningen jämförs koncernens siffror för perioden med moderbolagets siffror för motsvarande period, då koncernen bildades först under Q4 2025.)

Stark försäljningstillväxt och starkt finansiell ställning

Sweden Buyersclub redovisar för det första kvartalet 2026 en nettoomsättning på 30,5 MSEK (21,0 MSEK), motsvarande en tillväxt på 45 procent. Tillväxttakten överstiger därmed bolagets helårstakt för 2025 om 26 procent. En betydande del av ökningen är hänförlig till storefront-kanalen, där omsättningen växte till 7,9 MSEK (4,6 MSEK), bland annat drivet av bokförsäljning via storefronten Bookhero.se i samband med bokrean. Anskaffningskostnaden per ny kund sjönk till 40 SEK (49 SEK), vilket bekräftar att de operativa investeringar bolaget gjort i plattform och kommersiella flöden börjar ge effekt på enhetsekonomi.

EBITDA uppgick till 0,58 MSEK (0,64 MSEK) och marginalen försvagades något till 2 procent (3 procent). Försvagningen förklaras i huvudsak av en förändrad intäktsmix: medlemsintäkterna, som är högmarginalintäkter, växte 11 procent medan varuförsäljningen växte väsentligt snabbare, vilket sänkte medlemsintäkternas andel av nettoomsättningen från cirka 24 till cirka 18 procent. Storefront-kanalen, som under kvartalet bland annat drivits av bokrean, har dessutom en annan kategorimix än buyersclub.se, vilket också påverkar marginalbilden i perioden. Längre ned i resultaträkningen ökade rörelseförlusten till -0,60 MSEK (-0,33 MSEK) och resultatet efter skatt landade på -0,99 MSEK (-0,55 MSEK), där den finansiella posten även påverkats av räntor och kostnader kopplade till återbetalning av kortfristiga aktieägarlån i samband med en genomförd nyemission. Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -1,3 MSEK (-0,3 MSEK), främst förklarat av rörelsekapitalbindning till följd av den högre försäljningsvolymen.

Medlemsintäkterna är tillbaka i tydlig tillväxt. Under kvartalet ökade de till 5,6 MSEK (5,1 MSEK) och bolaget nådde i slutet av perioden en rekordnivå i antalet betalande prenumeranter — en utveckling som väntas få full effekt på medlemsintäkterna redan under det andra kvartalet. ARR vid periodens slut uppgick till 20,8 MSEK (20,0 MSEK), en ökning med 4 procent jämfört med samma tidpunkt föregående år. Eftersom ARR är ett rullande tolvmånaderstal speglar siffran inte fullt ut den positiva utvecklingen i slutet av kvartalet. Under 2025 introducerade bolaget medlemskapet Light om 69 kr per månad, som efter positiva resultat blir bolagets instegsmedlemskap framåt vid sidan av Plus om 119 kr per månad. I slutet av Q1 genomfördes även en prisjustering för delar av medlemsbasen, vilket väntas få full effekt från och med det andra kvartalet.

Balansräkningen har förstärkts påtagligt jämfört med samma tidpunkt föregående år. Soliditeten uppgår till 45 procent (31 procent), eget kapital till 14,6 MSEK och nettoskulden har minskat från -8,3 MSEK till -2,8 MSEK, vilket ger utrymme att fortsätta den kontrollerade utrullningen av nya storefronts. Under kvartalet förvärvade bolaget även varumärket Zandvoort, med planer på en kommande storefront inom exklusiv heminredning.

Bolaget fortsätter samtidigt att vidareutveckla den tekniska plattformen med fokus på AI-driven utveckling och en gradvis övergång mot en mer agentbaserad operationell modell. Efter implementationen av AI i kundtjänsten under 2025, som bidrog till att sänka svarstiderna med 30 procent, inledde bolaget i mars 2026 ett strategiskt samarbete med AI-bolaget Etals för automatiserad strukturering och berikning av produktdata. Nästa steg är att flytta fler delar av verksamheten — inköp, prissättning och kundkommunikation — mot flöden där system med större grad av självständighet hanterar uppgifter som idag kräver manuella beslut. Detta arbete väntas över tid stötta både tillväxttakten och marginalutvecklingen.

De kommunicerade målen för 2026 om en nettoomsättning på 150–200 MSEK och ett EBITDA på 8–12 MSEK ligger fast. Strategiskt ligger fokus framåt på tre områden: fortsatt utrullning av nya storefronts i kontrollerad takt, vidareutveckling av plattformen med AI och automatisering, samt att gradvis översätta den starka tillväxten till högre lönsamhet i takt med att plattformens skalfördelar materialiseras.

”Det gläder mig att kunna rapportera ett starkt första kvartal där Buyersclub fortsätter växa i hög takt. Nettoomsättningen ökade med 45 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år, från 21,0 MSEK till 30,5 MSEK. Det är en tillväxttakt som ligger klart över helåret 2025, då vi växte med 26 procent, och ett tecken på att de strukturella insatser vi gjorde under förra året nu börjar synas tydligt på topplinjen”, säger Emil Henriksson, VD för Sweden Buyersclub AB.

Delårsrapporten finns i sin helhet bifogad i detta pressmeddelande samt på bolagets hemsida ir.buyersclub.se

Emil Henriksson, VD på Sweden Buyersclub, intervjuas om bolagets första kvartal 2026 och bolagets satsning inom automation och AI. youtu.be

Certified Adviser

Augment Partners AB är bolagets Certified Adviser.

Telefon: +46 8-604 22 55

E-post: info@augment.se

För mer information, vänligen kontakta:

Emil Henriksson, VD Sweden Buyersclub AB

Telefon: +46 73-377 19 37

E-post: emil.henriksson@buyersclub.se

Denna information är sådan information som Sweden Buyersclub AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning (EU) nr 596/2014. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 12 maj 2026 kl. 08:00 CET.

Om Buyersclub:

Sweden Buyersclub AB är ett teknikdrivet e-handelsbolag med en skalbar och automatiserad plattform som möjliggör snabb expansion utan att kostnaderna växer i samma takt som intäkterna. Bolaget kombinerar en prenumerationsbaserad affärsmodell – via buyersclub.se – med ett växande ekosystem av nischade webbutiker. Sortimentet sträcker sig över fler än tio kategorier, inklusive skönhet, elektronik, husdjursprodukter, böcker, leksaker, kontorsvaror och möbler.

För prisedvetna konsumenter erbjuder buyersclub.se medlemskapet Buyersclub Plus, som ger tillgång till inköpspriser, fri frakt, lägsta prisgaranti och andra exklusiva förmåner. För bolaget innebär medlemsmodellen en återkommande och förutsägbart intäktström, vilket skapar stabilitet och långsiktighet i affären.

Buyersclubs digitala plattform synkroniserar produktdata och lagerstatus direkt med leverantörer, vilket kraftigt minskar behovet av eget lager och därmed reducerar kapitalbindning – en betydande risk och kostnad för traditionella e-handelsbolag.

Genom omfattande teknikinvesteringar har bolaget byggt ett unikt, automatiserat system som hanterar hela orderflödet sömlöst och i realtid, oavsett försäljningskanal. Algoritmer optimerar prissättning och distribution, vilket möjliggör skalbar tillväxt utan ökade fasta kostnader.

Som komplement till detta används ett smart crossdocking-lager, som fungerar som en effektiv omlastningspunkt där varor från flera olika leverantörer anländer och snabbt paketeras om till en samlad försändelse – utan att lagras under längre tid. Denna kombination minimerar lagerhållning, sänker kapitalbindningen och ger kunden en enhetlig leverans – även vid köp av flera produkter från olika leverantörer – vilket förbättrar köpupplevelsen.

Under 2024 vidareutvecklades plattformen för att möjliggöra spegling av sortimentet till flera så kallade storefronts. Först ut var bookhero.se och norimont.com under 2024, följt av kontorsjätten.se och möbeljätten.se i början av 2025, samt kontorsboden.se som lanserades i slutet av oktober samma år. Genom dessa kan delar av Buyersclubs sortiment paketeras om för nya målgrupper – utan att det kräver ytterligare resurser.

Dessa hemsidor använder samma tekniska plattform, personal, lager och logistiklösning som buyersclub.se, vilket gör det möjligt för bolaget att snabbt och kostnadseffektivt expandera sitt affärsutbud, nå nya kundgrupper och ta större marknadsandelar.

Buyersclubs modell innebär att varje ny kanal – oavsett om det är en egen nischad sajt eller en extern marknadsplats – direkt kan kopplas till den centrala infrastrukturen, vilket skapar stora möjligheter för lönsam tillväxt.