Delårsrapport Q3 2026 – tillväxt om 62 procent och positivt rörelseresultat igen

PRESSMEDDELANDE, 3 NOVEMBER 2026

Sweden Buyersclub AB ökar nettoomsättningen till 37,2 MSEK under tredje kvartalet, en ökning med 62 procent jämfört med motsvarande period föregående år. EBITDA stiger till 1,8 MSEK från 0,04 MSEK och medlemsintäkterna uppgår till 6,2 MSEK, en ökning med 25 procent. Hittills i år redovisar bolaget en nettoomsättning om 97,3 MSEK och ett EBITDA om 3,9 MSEK.

Perioden juli – september 2026

- Medlemsintäkterna uppgick under perioden till 6,2 MSEK (5,0 MSEK), en ökning med 25 % jämfört med motsvarande period föregående år.
- Nettoomsättningen uppgick under perioden till 37,2 MSEK (22,9 MSEK), en ökning med 62 % jämfört med motsvarande period föregående år.
- EBITDA uppgick till 1,8 MSEK (0,04 MSEK).
- EBITDA-marginalen uppgick till 5 % (0 %).
- Rörelseresultat (EBIT) uppgick till 0,48 MSEK (−1,0 MSEK).
- Resultat efter skatt uppgick till 0,27 MSEK (−1,2 MSEK).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till −0,79 MSEK (0,47 MSEK).
- Anskaffningskostnad per order för en kund som inte är betalande medlem var under perioden 41 SEK (45 SEK).
- ARR (Annual recurring revenue) uppgick till 23,2 MSEK (20,0 MSEK) vid periodens slut, en ökning med 16 % jämfört med motsvarande period föregående år.

(Jämförelsetal inom parentes avser motsvarande period föregående år)

Starkaste kvartalet hittills, med rekord i omsättning och EBITDA

Sweden Buyersclub redovisar för tredje kvartalet 2026 en nettoomsättning om 37,2 MSEK (22,9 MSEK) och ett EBITDA om 1,8 MSEK (0,04 MSEK). Rörelseresultatet uppgick till 0,48 MSEK (−1,0 MSEK), vilket är det andra kvartalet i rad med positivt rörelseresultat. Medlemsintäkterna ökade till 6,2 MSEK (5,0 MSEK). Under årets första kvartal differentierades Plus-medlemskapet till en lägre nivå, Light, och en högre nivå, Plus, där tidigare bestånd konverterats in på den högre nivån. En hög retention av konverterade, äldre Plus-medlemskap i kombination med god tillväxt av nya medlemmar bidrar till utvecklingen av medlemsintäkterna. ARR uppgick vid periodens slut till 23,2 MSEK (20,0 MSEK).

För perioden januari–september uppgick nettoomsättningen till 97,3 MSEK (66,8 MSEK) och EBITDA till 3,9 MSEK (1,1 MSEK), med ett rörelseresultat om 0,15 MSEK (−1,9 MSEK). Bolaget har under perioden fortsatt att investera i vidareutveckling av plattform och systemstöd, ett förstärkt produktutbud samt förbättringar av kundupplevelsen och de kommersiella flödena, med fokus på integration av AI i bolagets processer, samt i systemutveckling för att ytterligare kunna bredda produktportföljen inom B2B-segmentet.

Under kvartalet genomförde bolaget en företrädesemission som tecknades till cirka 90 procent och tillförde bolaget cirka 27 MSEK före emissionskostnader. Emissionen genomfördes för att stärka rörelsekapitalet, finansiera flytten till en ny och större lagerlokal i Västerås samt finansiera bolagets förvärvsagenda. Antalet aktier ökade därmed till 20 982 080.

Efter kvartalets slut passerade Buyersclub 30 000 månadsprenumeranter. Den 1 oktober öppnade Storytel Books, där Buyersclub levererar plattform, operativ drift, logistik och kundservice, och den 14

oktober lanserades Dubbelkolla. Den 30 oktober förvärvade bolaget varumärket Babyland, som ska lanseras som en storefront för baby- och barnartiklar på den egna plattformen.

Den nya plattformen Storehub får en central roll framåt, med möjligheten att flytta befintliga butiker till plattformen och lansera fler nischade butiker. Lagret på 12 000 kvadratmeter i Västerås byggs utifrån vad kunderna faktiskt har köpt, och inköpen styrs i hög grad av algoritmer som analyserar bolagets egen försäljningsdata. Det ger precision i beställningarna och gör att rätt produkter kan hållas i lager samtidigt som kapitalbindning och lagerrisk begränsas.

Målen för 2026 om 150–200 MSEK i nettoomsättning och 8–12 MSEK i EBITDA ligger fast, även om lagerflytten kan påverka möjligheten att nå EBITDA-målet.

”Trots lagerflytt och engångskostnader gör vi vårt bästa resultat hittills. Det känns särskilt bra eftersom mycket av vår tid har gått till att förbereda nästa steg, samtidigt som grundaffären har fortsatt att växa”, säger Emil Henriksson, VD för Sweden Buyersclub AB.

Delårsrapporten finns i sin helhet bifogad i detta pressmeddelande samt på bolagets hemsida ir.buyersclub.se/investerare/finansiella-rapporter/

Se intervjun med vd Emil Henriksson som intervjuas om det tredje kvartalet 2026.
www.youtube.com/watch?v=_5bUguBvFrs

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 3 november 2026 kl. 08:00 CET.

Om Buyersclub:

Sweden Buyersclub AB är ett teknikdrivet e-handelsbolag med en skalbar och automatiserad plattform som möjliggör expansion utan att kostnaderna växer i samma takt som intäkterna. Affärsmodellen vilar på tre delar: kärnaffären med medlemsbaserad e-handel via buyersclub.se, nischade webbutiker (storefronts), och ett nylanserat B2B-erbjudande där bolaget levererar och operativt driver ett komplett e-handelserbjudande åt andra e-handels- och konsumentbolag, mot fast och rörlig ersättning. Samtliga delar använder och vidareutvecklar samma tekniska och operativa grund. Bolaget har därutöver en uttalad förvärvsagenda, där varje affär ska bära sig själv och bedömas på pris, finansiering, risk och förväntad avkastning.

Plattformen synkroniserar produktdata och lagerstatus direkt med leverantörer och hanterar hela orderflödet sömlöst och i realtid, oavsett försäljningskanal. Algoritmer optimerar prissättning och distribution per kanal. Logistikmodellen kombinerar leverantörsintegrationer, crossdocking och eget lager. Merparten av sortimentet ligger kvar hos leverantör tills en order läggs, vilket håller kapitalbindningen nere och ger kunden en samlad leverans även vid köp av produkter från flera leverantörer.

Sortimentet sträcker sig över fler än tio kategorier, inklusive skönhet, elektronik, husdjursprodukter, böcker, leksaker, kontorsvaror och möbler. För prismedvetna konsumenter erbjuder bolaget

medlemskapen Buyersclub Plus och Buyersclub Light, som ger tillgång till inköpspriser, lägsta prisgaranti och fraktförmåner. För bolaget innebär medlemsmodellen en återkommande och förutsägbar intäktsström.

Utöver buyersclub.se driver bolaget nischade webbutiker inom särskilda produktkategorier, bland annat bookhero.se och kontorsboden.se, samt försäljning via externa marknadsplatser. Dessa använder samma tekniska plattform, personal, lager och logistiklösning som kärnaffären, vilket gör att nya kanaler kan kopplas direkt till den centrala infrastrukturen.