

Sweden Buyersclub AB förvärvar varumärket Zandvoort – planerar storefront för exklusiv heminredning

PRESSMEDDELANDE, 4 MARS 2026

Förvärvet är en del av bolagets strategi att expandera genom nischade e-handelsvarumärken – så kallade storefronts – som drivs av Buyersclubs befintliga infrastruktur för inköp, logistik, affärssystem och digital marknadsföring.

Sweden Buyersclub AB har förvärvat varumärket Zandvoort, ett svenskt varumärke inom möbler och heminredning. Förvärvet innebär att bolaget, utöver själva varumärket, även får tillgång till värdefull branschkunskap, etablerade leverantörsrelationer och erfarenhet från en verksamhet som varit aktiv sedan 1998.

Vid lanseringen av den nya storefronten kommer Zandvoorts onlineförsäljning att ske i Sweden Buyersclubs regi. De fysiska butikerna i Nacka respektive Marbella fortsätter samtidigt att bedrivas i egen regi och har genom ett licensavtal rätt att använda varumärket.

Köpeskillingen består av en fast ersättning om 200 TSEK samt en rörlig tilläggsköpeskillning kopplad till omsättningen under en begränsad period.

Genom förvärvet av varumärket Zandvoort etablerar sig Buyersclub inom segmentet exklusiv heminredning. Sortimentet planeras omfatta möbler, textilier och inredningsdetaljer från etablerade varumärken såsom Artwood, JIO Möbler, Englesson och Newport, tillsammans med ett urval av kompletterande designvarumärken. Till skillnad från bolagets första storefront inom heminredning, Möbeljätten.se – en e-handel med ett mycket brett sortiment – kommer Zandvoort att utvecklas med ett mer kurerat sortiment.

”Zandvoort har funnits i tre decennier inom exklusiv heminredning och har främst varit närvarande genom fysisk handel, vilket innebär att det finns en befintlig kundbas och värdefulla relationer att bygga vidare på. Genom att koppla varumärket till Buyersclubs digitala plattform och marknadsföringskapacitet ser vi goda möjligheter att accelerera tillväxten och skala upp omsättningen över tid.

Vi väljer med omsorg ut nischer där vi ser goda möjligheter att växa, och vi bedömer att marknaden för möbler och heminredning erbjuder stor potential”, säger VD Emil Henriksson.

Del av bolagets storefront-strategi

Storefront-strategin lanserades under 2024 och innebär att Buyersclub successivt etablerar nischade e-handelsvarumärken ovanpå bolagets befintliga plattform.

Liksom övriga storefronts kommer Zandvoort att drivas av Buyersclubs bakomliggande plattform och motor för produktimport, inköp, prissättning, lagerhantering, logistik och digital marknadsföring. Det innebär att nya e-handelsvarumärken kan lanseras snabbt och med begränsade fasta kostnader samtidigt som de kan dra nytta av bolagets befintliga infrastruktur.

Storefront-strategin har utvecklats snabbt sedan lanseringen 2024. Den samlade omsättningen från bolagets storefronts ökade från 12,4 MSEK under 2024 till 26,1 MSEK (+110 %) under 2025, där bolagets första storefront, Bookhero.se, står för en betydande del av omsättningen.

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 37 71 937

E-post: emil.henriksson@buyersclub.se

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 prismedvetna 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 förutsägbar intäktsström, 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.