

Sweden Buyersclub AB offentliggör bokslutskommuniké för 2024: Årlig tillväxt på 57 procent

PRESSMEDDELANDE, 4 MARS 2025

Sweden Buyersclub AB's sista kvartal följde samma trend som övriga kvartal i 2024 – tillväxt med förbättrat resultat. På helåret ökade nettoomsättningen med 57 procent till 83 MSEK. EBITDA förbättrades 63 procent till -2,4 MSEK. Bolaget är nu fint positionerat för att 2025 ta klivet till lönsamhet, trots fortsatt kraftig tillväxt. Bolaget bekräftar även sedan tidigare fastställda mål för 2025 med omsättning 120-150 MSEK och EBITDA 5-8 MSEK.

Perioden oktober – december 2024

- Medlemsintäkterna uppgick under perioden till 5,0 MSEK (4,6 MSEK), en ökning med 9 % jämfört med motsvarande period föregående år.
- Nettoomsättningen uppgick till 24,6 MSEK (19,6 MSEK), en ökning med 26 % jämfört med motsvarande period föregående år.
- EBITDA uppgick till -2,0 MSEK (-3,6 MSEK).
- EBITDA-marginalen uppgick till -8 % (-18 %).
- Rörelseresultat (EBIT) uppgick till -2,9 MSEK (-4,3 MSEK).
- Resultat efter skatt uppgick till -3,2 MSEK (-4,4 MSEK).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till -0,7 MSEK (-1,6 MSEK).
- Anskaffningskostnaden för en ny kund var under perioden 54 SEK (93 SEK) per order.
- ARR (Annual recurring revenue) uppgick till 20,1 MSEK (17,0 MSEK) vid periodens slut, en ökning med 18 % jämfört med motsvarande period föregående år.
- Resultat per aktie för perioden var -0,25 SEK (-0,54 SEK).

(Jämförelsetal inom parentes avser motsvarande period föregående år)

Perioden januari – december 2024

- Medlemsintäkterna uppgick under perioden till 20,1 MSEK (17,0 MSEK), en ökning med 18 % jämfört med motsvarande period föregående år.
- Nettoomsättningen uppgick till 82,8 MSEK (52,6 MSEK), en ökning med 57 % jämfört med motsvarande period föregående år.
- EBITDA uppgick till -2,8 MSEK (-6,5 MSEK).
- EBITDA-marginalen uppgick till -3 % (-12 %).
- Rörelseresultat (EBIT) uppgick till -6,2 MSEK (-9,3 MSEK).
- Resultat efter skatt uppgick till -6,8 MSEK (-9,7 MSEK).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till -3,9 MSEK (-6,1 MSEK).
- Anskaffningskostnaden för en ny kund var under perioden 58 SEK (95 SEK) per order.

- ARR (Annual recurring revenue) uppgick till 20,1 MSEK (17,0 MSEK) vid periodens slut, en ökning med 18 % jämfört med motsvarande period föregående år.
- Resultat per aktie för perioden var -0,61 SEK (-1,19 SEK).
- Styrelsen föreslår ingen utdelning för året.

(Jämförelsetal inom parentes avser motsvarande period föregående år)

Sweden Buyersclub AB summerar ett år av tillväxt och strategiska initiativ

När 2024 läggs till handlingarna redovisar Sweden Buyersclub AB en nettoomsättning om 82,8 MSEK för helåret, motsvarande en ökning med 57 procent jämfört med föregående år. Tillväxten drivs delvis av bolagets nya satsning inom nischade onlinebutiker, s.k. "storefronts", där satsningen på bookhero.se bidrog med 12,4 MSEK till omsättningen.

Intäkterna från medlemskap ökade med 18 procent till 20,1 MSEK under perioden. Bolaget har under 2024 förbättrat sitt erbjudande, vilket motiverade en höjning av medlemsavgifterna under årets fjärde kvartal. Full effekt av detta ser vi först under 2025.

Under året tog bolaget flera viktiga strategiska steg för att stärka sin långsiktiga tillväxt och förbättra lönsamheten. Bolaget utvecklade sin e-handelsplattform för att möjliggöra spegling av sortiment till fler storefronts, vilket skapar förutsättningar för ett breddat affärsutbud och nya intäcksströmmar.

För att ytterligare stödja tillväxten beslutades även om en flytt till nya, ändamålsenliga lokaler. De nya lokalerna stärker logistiken, minskar månadskostnaderna och skapar bättre förutsättningar för bolagets framtida expansion. Inflyttning är planerad till slutet av första kvartalet 2025.

För att säkerställa tillväxten och stärka bolagets finansiella position genomfördes en övertecknad emission. Med anledning av kapitaltillskottet fastställde styrelsen nya finansiella mål:

- 2025: Omsättning 120–150 MSEK, EBITDA 5–8 MSEK
- 2026: Omsättning 150–200 MSEK, EBITDA 8–12 MSEK

"Som online-återförsäljare möter vi stenhård konkurrens och branschens utmaningar är många, särskilt för mindre aktörer. Att 2025 spräcka 100-miljonersgränsen i omsättning eliminerar flera bromsklossar, och jag bedömer att tillväxten inte stannar under innevarande år – den kommer att accelerera.", säger Emil Henriksson, VD för Sweden Buyersclub AB.

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

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

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 4 mars 2025 kl. 08:00 CET.

Om Buyersclub:

Sweden Buyersclub AB är ett tech-drivet företag med en hög andel återkommande prenumerationsintäkter, vilket bidrar till stabilitet och långsiktighet. Företaget erbjuder marknadens lägsta priser på hundratals välkända varumärken via sin digitala handelsplats, buyersclub.se. Sortimentet är brett och omfattar kategorier som skönhet, hemelektronik, leksaker, husdjursprodukter, heminredning, kontorsvaror och böcker, vilket attraherar en bred målgrupp.

För de mest prismedvetna konsumenterna finns "Buyersclub Plus", ett medlemskap från 69 kr/månad som ger tillgång till bolagets egna inköpspriser, lägsta prisgaranti, exklusiva medlemserbudanden och gratisprodukter.

Bolagets innovativa plattform synkroniserar produktdata och lagerstatus direkt med leverantörer, vilket har potential att kraftigt reducera bolagets behov av eget lager och därmed stor kapitalbindning, vilket är en enorm risk och kostnad för traditionella e-handelsföretag.

Marknadsplatser undviker lagerrisk genom att agera som en mellanhand; olika säljare tillhandahåller produkter och paketering medan marknadsplatsen förmedlar affären. Detta sker ofta på bekostnad av högre pris till kund samt en försämrad leveransupplevelse då konsumenten kan få flera leveranser vid olika tidpunkter vid köp av flera produkter i en och samma order.

Buyersclubs metod reducerar leden i distributionskedjan samtidigt som produkter levereras till Buyersclubs crossdocking-lager för att sampaketeras i en enskild försändelse. Priset till kund blir på så sätt lägre utan bekostnad av försämrad marginal, samtidigt som varor skickas samlat, via kundens valda speditör.

Plattformen har under 2024 utvecklats för att möjliggöra spegling av sortimentet till nya nischade onlinebutiker, så kallade storefronts. Detta gör det möjligt för bolaget att snabbt och kostnadseffektivt expandera sitt affärsutbud, nå nya kundgrupper och ta större marknadsandelar.

Detta kan genomföras inom samtliga branscher där Buyersclub är återförsäljare, vilket i dagsläget inkluderar fler än tio, såsom böcker, leksaker, kontorsvaror, möbler och inredning.

Till skillnad från buyersclub.se bygger dessa storefronts inte på en prenumerationsmodell, utan drivs som vanliga e-handelssidor. Gemensamt för alla sidor är att de använder Buyersclubs lager, personal och affärssystem. Detta gör att de kan operera utan fasta kostnader, vilket skapar möjligheter för snabb lönsamhet.

Onlinebokhandeln bookhero.se, kontorsvaruhandeln kontorsjätten.se – som riktar sig till både B2C och B2B – samt norimont.com, ett eget varumärke för mobiltillbehör, är tre storefronts som bygger på Buyersclubs befintliga infrastruktur. Detta möjliggör automatiserad orderhantering och effektiv resursanvändning.