

Delårsrapport Q2 2026 – tillväxt om 30 procent och positivt rörelseresultat

PRESSMEDDELANDE, 19 AUGUSTI 2026

Sweden Buyersclub AB ökade nettoomsättningen till 29,6 MSEK under andra kvartalet, en ökning med 30 procent, samtidigt som EBITDA förbättrades till 1,5 MSEK mot 0,44 MSEK föregående år och medlemsintäkterna steg 23 procent till 6,1 MSEK. För första halvåret uppgick nettoomsättningen till 60,1 MSEK, en ökning med 37 procent, med ett EBITDA om 2,1 MSEK.

Perioden april – juni 2026

- Medlemsintäkterna uppgick under perioden till 6,1 MSEK (4,9 MSEK), en ökning med 23 % jämfört med motsvarande period föregående år.
- Nettoomsättningen uppgick under perioden till 29,6 MSEK (22,8 MSEK), en ökning med 30 % jämfört med motsvarande period föregående år.
- EBITDA uppgick till 1,5 MSEK (0,44 MSEK).
- EBITDA-marginalen uppgick till 5 % (2 %).
- Rörelseresultat (EBIT) uppgick till 0,27 MSEK (–0,56 MSEK).
- Resultat efter skatt uppgick till 0,05 MSEK (–0,81 MSEK).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 0,20 MSEK (–0,99 MSEK).
- Anskaffningskostnaden för en ny kund var under perioden 45 kr (46 kr) per order.
- ARR (Annual recurring revenue) uppgick till 22,0 MSEK (19,8 MSEK) vid periodens slut, en ökning med 11 % 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 Q3 2025.)

Positivt rörelseresultat och tre beslut som formar kommande år

Sweden Buyersclub redovisar för det andra kvartalet 2026 sitt första kvartal med positivt rörelseresultat. Nettoomsättningen ökade med 30 procent till 29,6 MSEK (22,8 MSEK), EBITDA uppgick till 1,5 MSEK (0,44 MSEK) och rörelseresultatet till 0,27 MSEK (–0,56 MSEK). Mönstret från tidigare år består, med tillväxt utan att kostnaderna ökar i samma takt, och det syns nu på sista raden. Av kvartalets omsättning är 7,0 MSEK (5,7 MSEK) hänförlig till försäljning via storefronts. För perioden januari–juni uppgick nettoomsättningen till 60,1 MSEK (43,8 MSEK) och EBITDA till 2,1 MSEK (1,1 MSEK).

Medlemsintäkterna ökade med 23 procent till 6,1 MSEK (4,9 MSEK). Under årets första kvartal differentierades Plus-medlemskapet i en lägre nivå, Light, om 69 kr per månad och en högre nivå, Plus, om 119 kr per månad, där det tidigare beståndet om 99 kr per månad konverterades in på den högre nivån. Hög retention bland de konverterade medlemskapen i kombination med tillväxt av nya medlemmar bidrar till utvecklingen. ARR uppgick till 22,0 MSEK (19,8 MSEK) vid periodens slut och anskaffningskostnaden för en ny kund till 45 kr (46 kr) per order.

Under kvartalet fattade bolaget tre beslut som formar de kommande åren. Plattformen öppnas för externa kunder mot löpande intäkt, och det första avtalet är tecknat. Kundens e-handel lanseras enligt plan den 1 oktober, där Buyersclub levererar och driver hela e-handelserbjudandet operativt från teknik och sortiment till lager, frakt och kundtjänst, med en ersättningsmodell bestående av en fast månadsavgift och en rörlig del kopplad till försäljningsvolym. Vidare har ett längre avtal tecknats om en nybyggd anläggning i Västerås om 12 000 kvm med 12 meters takhöjd, mer än tio gånger dagens

lageryta, med tillträde den 1 september. Den 14 september tillträder Camilla Wikman som logistikchef, närmast från Adlibris där hon var driftchef och dessförinnan ICA-koncernen, där hon bland annat var lagerchef.

Efter periodens utgång slutfördes företrädesemissionen, som tillför cirka 27 MSEK före emissionskostnader och genomfördes utan garantiåtaganden och garantiersättning. Cirka 60 % av emissionslikviden avses att nyttjas till förvärvsagendan som går ut på att förvärva etablerade e-handelsbolag med befintliga kunder och omsättning, men som saknar volym för att nå större aktörers inköps- och fraktvillkor. Logiken är att målbolaget kopplas till Buyersclubs plattform, avtal och operativa funktioner och därigenom sänker sina rörelsekostnader utan intäktsbortfall. Per dagen för rapporten har bolaget inte ingått något avtal om förvärv. Målen för 2026 om en nettoomsättning på 150–200 MSEK och ett EBITDA på 8–12 MSEK ligger fast.

”Kärnaffären och medlemsmodellen växer, B2B-affären har gått från idé till avtal, förvärvsagendan bygger vidare på precis det vi redan gör, och vi har nu både lokalerna och kapitalet för att ta nästa steg. Riktningen är tydlig, och jag har svårt att tänka mig ett mer intressant läge att driva det här bolaget i.”, 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/

Emil Henriksson, VD på Sweden Buyersclub, intervjuas om det andra kvartalet 2026, bolagets nya B2B-erbjudande och förvärvsagendan.

www.youtube.com/watch?v=UHKULH8tZms

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 19 augusti 2026 kl. 08:00.

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.