

## Sentral golfaktør søker ny eier eller strategisk vekstpartner

Golfhandelen server en utstyrsorientert og betalingsvillig nisje i sterk vekst. Kombinasjonen av netthandel og fysisk butikk med testing og rådgivning, har gjort dem til en av Nordens ledende og mest attraktive salgsaktører.



Beliggenhet:  
**Norge/Sverige**

Prisantydning:  
**Kr. 23.500.000,-**

Omsetning 2022:  
**Kr. 63.500.000,-**

Gj.snitt EBITDA 20-22:  
**Kr. 6.266.000,-**

Se mer på [bedriftsborsen.no](https://bedriftsborsen.no)



Megler:  
**Per Arne Reiersrud**

T: 226 12 100 / M: 917 72 736  
E: [pa@bedriftsborsen.no](mailto:pa@bedriftsborsen.no)

**Golf har blitt en av våre største folkesporter, med nærmere 850.000 skandinaviske spillere. Rekrutteringen er jevnt sterk, med høyt innslag av unge utøvere som vil fortsette gjennom et langt liv. Dette har skapt et solid og langsiktig kundegrunnlag for Golfhandelen. Med suksess på det norske og svenske markedet er aktøren nå klar for Danmark.**

## Konsept

Golfhandelen er en rendyrket aktør innen golfutstyr og simulatorer. I tillegg til en godt utviklet nettbutikk er de etablert med to fysiske butikker i Norge, samt én i Sverige. Disse ligger henholdsvis på Skøyen og Brynseng i Oslo, og i Strømstad, like over grensen.

Golfhandelen fører det aller meste en golfspiller trenger, og innenfor et bredt spekter av priser og kvaliteter. Det rikholdige utvalget omfatter alt fra grunnutstyr som baller, bager og køller, til bekledning og mer spesialisert tilbehør, som lasermålere, puttingmatter og elektriske traller. I tillegg til tjue anerkjente merkevarer tilbyr Golfhandelen sitt eget brand, *Royal Golf*, som er håndplukket for å gi kundene maksimal kvalitet for pengene.

I tilknytning til utsalgene er det satt opp avanserte simulatormiljøer som kan bookes på timesbasis. Disse kan også benyttes til å teste ut utstyr før kjøp.

Kunnskapsdyktig personell bidrar videre med instruksjoner, tilpasning og ikke minst kompetente råd til hvilket utstyr som passer den enkeltes nivå, ambisjoner og lommebok.

Den helhetlige og serviceorienterte tilnærmingen bygger tillit til kundene, og bidrar til at mange lojalt benytter dem som sin foretrukne utstyrsleverandør.

Golfhandelen tilbyr også skreddersøm på grep og lengder, samt design med egne logoer trykket på klærne for bl.a. klubber, bedrifter og vennegjenger. De tilbyr også profesjonelle golfanlegg å videreselge sine produkter, slik at spillerne har noe tilgjengelig også der sporten utøves.

Selskapet er organisert gjennom et aksjeselskap og en daglig leder for hvert land. Totalt teller virksomheten ni ansatte.

*Prospektet er basert på salg av virksomheten, men eier søker primært en vekstpartner igjennom emisjon, aksjesalg – eller en kombinasjon av salg og emisjon. Gründer og største eier har stor motivasjon for fortsatt å bidra til vekst og utvikling av selskapet.*

## Selskapets utvikling

### 2008 – ETABLERING

De første årene selger bedriften sine varer gjennom nettbutikk og utsalg i garasjen. Omsetningen vokser jevnt og trutt.

### 2015 – PROFESJONALISERING

Selskapet åpner sin første butikk på Brynseng i Oslo, hvor også de første simulatorene kommer på plass. Etableringen er en suksess, og omsetningen vokser til i overkant av 28 MNOK i 2019 og til 48 MNOK i 2021.

### 2018 – INTERNASJONALISERING

Golfhandelen etablerer seg i det svenske markedet. I tillegg til egen versjon av nettbutikken åpnes en fullskala butikk i Strømstad. Samlet omsetter disse i 2022 for 20 MNOK.

### 2022 – NORSK EKSPANSJON

Det satses videre på det norske markedet, med etablering av Norges største golfbutikk på Skøyen i Oslo. Med et areal på 1445 m<sup>2</sup> og hele 7 simulatorer vil avdelingen bidra til betydelig omsetningsøkning fremover.

### 2024/5 – DANSK ETABLERING?

Selskapet har strategi for etablering av netthandel og i neste omgang fysisk butikk på det danske markedet.

## Royal Golf

Golfhandelen har siden 2010 utviklet en egen produktlinje under varemerket *Royal Golf*. Bakgrunnen for dette var ønsket om å kunne tilby golfutstyr av god kvalitet til markedets rimeligste priser.

Utstyret er rettet inn mot nye golfere, og for dem med middels til høyt handicap. Sortimentet omfatter komplette nybegynnersett til herre og damer, et eget barnesett, samt *wedge*, *putter*, golftraller og alt av treningsprodukter. Royal Golf har så langt solgt over 2.000 komplette golfsett og nær 5.000 *wedger*.

Produktgruppen kan videreutvikles på mange måter, og kan også driftes uavhengig av Golfhandelen. På den måten vil den kunne selges gjennom andre kanaler, på linje med andre merker – eksempelvis til golfklubber. Royal Golf kan også utvikles med flere serier som treffer nye kjøpegrupper.

Golfhandelen er alene som detaljist om å ha eget brand på det norske markedet. Det gjøres per i dag lite eller ingen markedsføring av det, men et eget domene med nettside er etablert.

## Butikk og simulatormiljø

På Golfhandelens to lokasjoner i Norge er det til sammen 11 widescreen golfsimulatorer av nyeste merke. Disse er sentrale i butikkonseptet, og ideen med å kombinere dem med varesalg har vært en kjempesuksess: Dels fungerer de som inntektskilde, dels som trekkplaster, og dels som et effektivt salgsverktøy.

Simulatorene kan bookes på timesbasis for effektiv og virkelighetsnær trening. Den flotte grafikken bidrar til å gjøre treningen ekstra lystbetont, og spesielt på regnværsdager og i vinterhalvåret er dette et meget godt alternativ til «the real thing». Simulatorene har nettbasert bookingsystem, som gjør bestillingen lettvinnt for alle parter. Denne delen av virksomheten bidrar også til lojalitet fra kundene, idet den får aktive golfere til å jevnlig oppsøke butikken.

Simulatorene brukes også aktivt i kjøpssammenheng, for å verifisere at utstyret er riktig for brukeren. Dette virker både salgsutløsende og tillitsvekkende. Også etablerte spillere fristes gjerne til å oppgradere når de prøver ut nye utstyrssett på simuleringen.

Simulatorgolf er i tillegg en fin måte å tilnærme seg sporten på. Og får man tent nysgjerrigheten eller skapt en god opplevelse, kan det fort bli aktuelt å kjøpe med seg noe utstyr å komme i gang med.

Simulatorene gjør også at butikken kjennes litt som et opplevelsessenter, og dette skaper en annerledes atmosfære, som gjør kundene mer engasjerte og positive til å gjennomføre en handel. Kombiner så dette med kompetent og serviceorientert personale, og man får en virkelig effektiv kjøpssetting.



Bedriftsbørsen AS Munkedamsveien 53B, 0250 OSLO  
Tlf 22 61 21 00 NO994697447 post@bedriftsborsen.no

Bedriftsbørsen AS frasier seg ethvert ansvar for mulige feil i oppgitte opplysninger i dette prospektet. Alle beløp er oppgitt ekskl mva. Selger og gårdeier må ikke kontaktes uten meglers godkjenning, en slik overtredelse kan påføre selgers forretning skade noe vi innstendig ber om at respekteres.

## Nettbutikk

Netthandelen utgjør en viktig del av bedriften, men er underutviklet i forhold til bedriftens og markedets størrelse. Den driftes fra butikken og lageret på Bryn.

Løsningen er bygget på den svenske e-handelsplattformen Askås. Bedriften bruker videre *Visma e-accounting* til regnskap, og *Extenda* til logistikk. Sistnevnte er imidlertid ikke integrert mot nettbutikken eller regnskapssystemet. En mer helhetlig løsning med en kraftigere plattform og integrerte systemer ville gitt bedriften et stort løft.

## Marked

Golfspporten fikk et kraftig oppsving under pandemien, og har i etterkant bare fortsatt å vokse. Aktiviteten passer for alle aldre, og har en helsebringende og sosial gevinst som helt klart er med å trekke folk til sporten. Golfesset Victor Hovland bidrar også til å øke populariteten, spesielt blant de yngre aldersgruppene. I Norge er det nå i nærmere 130.000 utøvere, i Sverige er sporten enda større og utgjør hele ca. 550.000 spillere, mens Danmark teller ca. 170.000 utøvere.

Golfhandelen anser Skandinavia som sitt markedet. De er etablert i Norge og Sverige, og ønsker å etablere seg i Danmark i løpet av ett til to år. Det skandinaviske markedet med sine drøye 850.000 golfbanemedlemmer er anslått til å ha en årlig omsetning av golfutstyr på godt over 3 milliarder kroner. Markedet er dessuten i vekst, med et årlig forventet tilskudd på 2–3%.

Golfhandelen har etablert en stor kundebase, med ca. 24.000 registrerte kunder, 18.000 nyhetsabonnenter, og 14.500 følgere på Facebook. Sistnevnte er størst blant de norske aktørene.



## Økonomi

Bedriften har siden oppstart opplevd jevnt god vekst, og nådde i 2019 en omsetning på 28 MNOK. Pandemien bidro til en solid økning, og i 2020 doblet de omsetningen til 46 MNOK. Dette fortsatte til 64 MNOK i 2021 – en vekst på nærmere 40% – før det flatet ut i 2022 med 63.5 MNOK.

	2019	2020	2021	2022
Norge	19.491	37.248	48.859	42.656
Sverige	8.459	9.517	15.299	20.945
<b>Totalt</b>	<b>27.950</b>	<b>46.765</b>	<b>64.158</b>	<b>63.601</b>

Årsaken til utfelingen i 2022 er sammensatt, men en viktig forklaring ser ut til å ligge i selskapets ressurser og kapasitet. Det ble investert mye tid og penger i etableringen av den nye avdelingen på Skøyen, og dette har naturlig nok tatt fokus fra andre viktige driftsoppgaver. Selv om markedet har beholdt tempo etter pandemien, har marginene blitt noen mere presset, med store varelager som må selges ned. En svak norsk krone har bidratt til å redusere marginene ytterligere.

Det forventes at mye av dette vil bedres i 2023, og at marginene for 2024 vil være tilbake til normalen. Bedriften bør også kunne hente ut bedre priser fra sine leverandører, da innkjøpsvolumet har økt kraftig siden avtaleinngåelse. Selskapet har en klar vekststrategi med bl.a. etablering i Danmark, og vekst i både i Sverige og Norge. Ut ifra denne strategien har de lagt følgende budsjetter (tall i MNOK):

	2024	2025	2026	2027
<b>Omsetning</b>	95	135	173	215
<b>EBITDA</b>	5,7	10,8	18,16	22,57



## Fordeler og muligheter

### Marked i vekst

Medlemmer i norske golfklubber har vært økende de siste årene og utgjorde ved utgangen av 2022 ca. 130.000. Med sin sosiale, naturnære og helsestyrkende gevinst tyder alt på at sporten vil fortsette å øke i utbredelse.

### Godt posisjonert

Golfhandelen er godt innarbeidet i markedet og har posisjonen som en av Norges største aktører i nisjen. Ved allerede å være godt etablert i Sverige er de godt rigget for videre vekst også i det som er Nordens desidert største marked.

### Tydelig vekststrategi

Bedriften har klare planer som omfatter hele Skandinavia. Målet er å være ledende i Norge, ha høy markedsandel i Sverige og Danmark, samt god tilstedeværelse på nett og i butikk i alle tre land. Det er tilrettelagt for en lansering i Danmark i løpet av 2024/2025. I første omgang med nettbutikk, og siden med fysiske butikker.

### Avkasting på investering

Det er nedlagt store ressurser med å etablere Norges største golfbutikk på Skøyen. Det er nå forventet sterk vekst fra denne satsingen i årene fremover. Også for bedriften som merkevare vil butikken bli et viktig flaggskip.

### Forhandlingsstyrke

Golfhandelen selger i så store volum at de bør ha leverandørpriser som er blant de beste i markedet. I dette ligger en urealisert vekst i marginer.

### Styrke netthandelen

Bedriften har mye å hente på nettbasert handel og markedsføring. Her bør både kunnskap og ressurser tilføres for å styrke posisjonen og hente ut det som ansees som betydelig urealisert potensial.

### Effektivisere driften

Spesielt for nettbutikken ligger det store gevinster i å bytte til en plattform som passer driften og størrelsen bedre. Løsningen bør også integreres mot logistikk- og regnskapssystem. Dermed vil unødig dobbeltarbeid unngås, samtidig som man vil oppnå en helt annen driftskontroll. Nettbutikken bør med oppgradering og økte ressurser kunne oppnå en nær dobling omsetningen på relativt kort tid.

### Optimalisere produktmiksen

Det er mye som kan gjøres for å justere og spisse produktutvalget, både totalt sett og individuelt i de ulike salgskanalene.

### Styrke egen produktlinje

Royal Golf er en meget spennende satsing, som med større fokus kan utvikles til å bli en stor merkevare. Markedet har rom for dette, samtidig som man oppnår et direkte konkurransefortrinn av å kunne tilpasse serien til sitt lokale, skandinaviske marked.

Dagens strategi med å tilby en lavtpriset innstegsserie fungerer godt, og kunne potensielt utvides med flere produktserier tilpasset andre pris- og ferdighetsnivåer. Egne kleskolleksjoner er også en interessant mulighet.

## Pris og verdivurdering

Golfhandelen er blant de største aktørene i Norge i sin nisje, og er godt posisjonert til å kunne løftes videre og ta en større andel av det skandinaviske markedet.

Med strukturert drift skal virksomheten ha en EBITDA på 11-16%, noe som gir solide økonomiske driftsvilkår. De øvrige driftsvilkårene er også meget gode. Bedriften opererer i et marked på rundt 3 milliarder norske kroner. Markedet er i vekst, og med relativt enkle grep skal også bedriften kunne vokse kraftig de neste årene.

Bedriften har de 3 siste årene hatt en gjennomsnittlig EBITDA på 6,2 MNOK

Ut ifra en helhetsvurdering settes prisantydningen på 23.500.000 kr + varelager.

Ved kjøp av aksjer tilkommer balansen beregnet etter kontant og gjeldfri basis prinsippet som pr. 31.12.2022 utgjorde i underkant av 8 MNOK.

Bedriftsbørsen AS er Norges største bedriftsmegler. Totalt står vi for 60-70 transaksjoner i SMB- markedet hvert år. Vi har unik kompetanse på salg av bedrift og bred transaksjonserfaring. Våre verdivurderinger er «markedsrettede», og forteller gjennom vår erfaring hva markedet burde være villig til å betale for virksomheten.

### Generell informasjon:

Selskapets navn: Golfhandelen AS  
Golfhandelen AB  
Etablert: 2008  
Bakgrunn for salg: Kapasitet/vekst  
Antall ansatte: 9  
Nett: Golfhandelen.no / Royalgolf.no  
Facebook / Instagram  
Adresse: Brynsveien 5 D, 0667 Oslo

### Drift:

Konsept: Golfutstyr og -simulering

### Finansiell informasjon:

Omsetning 2022: NO/SV: 42.7 / 20.9 MNOK  
Lønnsprosent: NO/SV: 12.2 / 7.2%  
Varekostnad: NO/SV: 69.3 / 66.5%

### Diverse informasjon

Kompaniskap: Ja  
Offentlige pålegg: Nei  
Tilgjengelige vedlegg: Regnskap og leiekontrakt