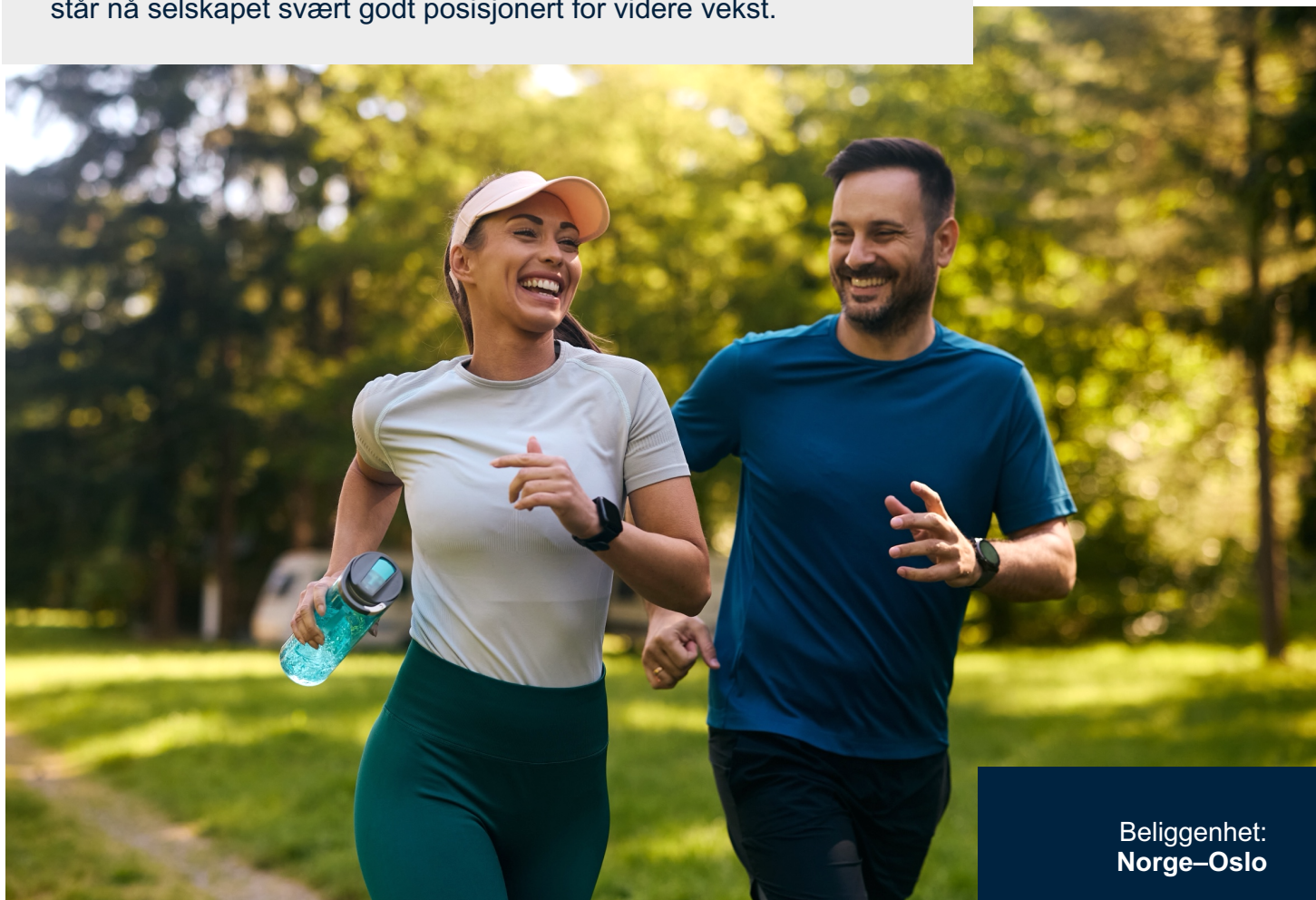


Markedsledende nettbutikk for treningsutstyr med eget brand

Norges største i sin varegruppe, med sterk markedsposisjon og høy lønnsomhet. Etter fullført restrukturering og offensiv satsning på egen produktserie står nå selskapet svært godt posisjonert for videre vekst.



Beliggenhet:
Norge–Oslo

Prisantydning:
Kr. 33.000.000,-

Budsj. oms 2026:
65–75 MNOK

Budsj EBITDA:
8–9 MNOK



Megler:
Per Arne Reiersrud

T: 226 12 100 / M: 917 72 736
E: pa@bedriftsborsen.no

Se mer på bedriftsborsen.no

Aktøren har satset strategisk på det mest attraktive produktet i en nisje innenfor sportsmarkedet. I tillegg har de utviklet et eget brand som de tjener svært gode penger på. I 2025 gjennomførte de en strategisk tilpasning av driften, og resultatet er en mer smidig, effektiv og skalerbar virksomhet med styrket lønnsomhet og betydelig vekstpotensial. En omsetning på 100 MNOK vil kunne være innen rekkevidde om få år.

Virksomheten

Selskapet har agentur for en markedsledende produsent som utgjør hovedvolumet av salg i nettbutikken. I tillegg opererer de som grossist for produktet overfor flere store retailkjeder. De har også en dansk nettbutikk, og rundt 20% av omsetningen skjer i dag på dette markedet. At dette inngår i salget.

Den norske nettbutikken ble etablert i 2017/18, men det var først i 2020 at driften begynte å finne sin endelige form og retning. Med mål om å bli dominerende innen et segment av sportsmarkedet, valgte de en spesiell produktgruppe som sin primære nisje. Firmaet landet så en attraktiv avtale med den verdensledende produsenten innenfor det aktuelle segmentet.

Siden har bedriften lagt bak seg en fantastisk reise. De er i dag landets desidert største aktør i sin nisje, med mer enn 50% av de totale markedsandelene. Vekstkurven har vært bratt, men blitt håndtert på utmerket måte, med utvikling av effektiv driftsstruktur og skalerbare systemer. Bedriften har nå en meget god grunnmur å stå på, og er på alle måter rustet for ytterligere utvikling og vekst.

Restrukturering

Selskapet har over flere år levert en stabil omsetning i området rundt NOK 80 millioner. Ved inngangen til 2025 valgte eier imidlertid å gjennomføre en bevisst strategisk tilpasning av virksomheten, med mål om å optimalisere og effektivisere driftsmodellen.

Bakgrunnen var et ønske om å prioritere andre prosjekter, og som følge av dette ble aktivitetsnivået redusert, med mål om en mer kontrollert omsetning i området rundt NOK 65 millioner. Den relative nedgangen skyldes dermed ikke svakere markedsposisjon eller redusert etterspørsel, men et aktivt strategisk valg som i praksis har styrket organisasjonens grunnlag for fremtidig vekst.

Satsningen representerer et viktig strategisk skifte; gjennom eget brand oppnår man større kontroll over produktutvikling, distribusjon og marginstruktur, samtidig som man bygger langsiktige verdier i egen merkevare.

Restruktureringen omfatter også en effektiviseringsprosess påbegynt i 2024, hvor de gikk over til varelagerhotell. Dette har frigjort en del verdifulle ressurser, som igjen har resultert i forbedret økonomisk resultat, samt mulighet for økt fokus på salgsarbeid og egne produkter.

I sum er selskapet over en toårsperiode utviklet til en mer smidig og produktiv organisasjon, med forbedret lønnsomhet og en skalerbar infrastruktur. 2026 vil være det første hele driftsåret etter fullført omstrukturering. For årene som kommer står selskapet svært godt rustet for videre vekst, med en fremtidsrettet plattform som ikke vil kreve nevneverdige behov for utvidelser.

Produkter

Parallelt med hovedproduktet fører butikken et utvalg produkter i lignende kategori, samt relevant treningstilbehør. Med sin kunnskap innenfor området har de sett hvordan mye utstyr kan forbedres. Dette har resultert i utviklingen av en egen produktserie, tuftet på innovasjon og kvalitet til en overkommelig pris. Serien består i dag av rundt 25 produkter, og kan enkelt utvides og tilpasses i ønsket retning.

Serien ble utviklet tidlig i bedriftens historie, og produktene har omsatt for nærmere 20 MNOK allerede før nysatsningen på brandet i slutten av 2025. For 2026 forventes det imidlertid at så mye som 50% av omsetningen vil komme fra disse produktene. Dette gir flere strategiske fordeler, herunder sterkere markedsposisjon, høyere marginer, større kontroll over distribusjon og produktutvikling, samt redusert avhengighet til eksterne produsenter og distributører.

Det er samtidig betydelig fleksibilitet knyttet til hvor stor andel av virksomheten som baseres på eget brand. Med dagens struktur og kompetanse vurderes det som fullt mulig å øke denne andelen til 70–80% over relativt kort tid – og på sikt potensielt utvikle virksomheten til en rendyrket brandplattform dersom ny eier ønsker dette.

Satsningen på eget merke er også særdeles viktig med tanke på internasjonal ekspansjon, da det gir langt større strategisk frihet, bedre kontroll over distribusjon og markedsføring, samt mulighet til å bygge langsiktige merkeverdier på tvers av geografiske markeder.

Dette gjør virksomheten betydelig bedre rigget for internasjonal skalering enn tradisjonelle import- og videresalgsmoeller.

Selskapet de har agentur for tilbyr også en rekke andre produkter. Virksomheten har tilgang til hele dette produktspekteret, men fører per i dag bare noen få. Her kan man med enkle grep utvide portefølje og omsetning.

Marked og salgskanaler

Selskapet har av flere årsaker valgt bort proffsegmentet (treningsstudioer o.l.), og fokuserer isteden på hjemme- og bedriftsmarkedet, hvor de kompakte treningsapparatene virkelig kommer til sin rett. For å dekke hele bredden har de sørget for å være til stede i de viktigste salgskanalerne som retter seg mot disse målgruppene.

Nettbutikken er den aller viktigste kanalen, og når ut til både privatkunder og bedrifter. Sistnevnte kan her opprette bedriftskonto med mulighet for å få tilsendt faktura.

Aktøren har i tillegg et attraktivt forhandlernettsverk, hvor man finner flere av de største kjedene innen detaljhandel. Disse videreselger produktene både på nett og i sine fysiske butikker.

Selv selger de kun på nett og benytter utelukkende digitale kanaler for markedsføring og salgskampanjer. De er bredt og godt representert på alle store sosiale medier, med mange titalls tusen følgere. I tillegg sitter de på kunde- og nyhetsbrevbaser med henholdsvis 75K og 60K brukere hver.

Nettbutikken kommer svært godt ut av anmeldelsene på steder som *TrustPilot* og *Loox Reviews*. I tillegg til høy score har de her tusenvis av omtaler som maler et godt bilde av alt fra produktkvalitet til frakt og kundeservice.

Organisasjon

Selskapets gründere har i stor grad trukket seg ut av den daglige driften, som nå ivaretas av de ansatte. I tillegg har de bygget opp en god struktur av kompetente ressurser og leverandører. Disse utgjør til sammen den solide grunnmuren i bedriften.

Omstruktureringen som ble fullført i 2025 har samtidig bidratt til å videreutvikle organisasjonen og gi dem en ytterligere mer effektiv driftsplattform.

Bedriften er kort sagt en velutviklet maskin med unik kompetanse for å bygge varemerker og selge sportsprodukter på nett. Teamet kan i praksis håndtere en langt større omsetning på samme produktbase. Ønskes satsning på nye produktområder besitter de kompetansen, men det vil trenge noe mer kapasitet.

Infrastruktur

Bedriften har helt siden oppstart hatt fokus på å bygge en solid og effektiv infrastruktur i selskapet. Dette har vært helt avgjørende både for å håndtere ordrevæksten å skape lønnsomheten.

De har valgt en solid leverandør til sin nettbutikk-løsning, som oppfyller alle kriteriene som har vært viktige for å imøtekomme selskapets strategi. Løsningen er effektiv, presis og lønnsom, og sørger for sømløs interaksjon mellom nettbutikk, lager, logistikk, økonomi og markedsføring. Løsningen regnes blant markedet beste plattformer, og har kunder som omsetter i milliardklassen. Den er skalerbar på alle områder, så bedriften kan vokse ubegrenset, uten behov for ytterlige investeringer. Bedriften har også alt de trenger av kompetanse internt i staben, for å operere og tilpasse systemene videre.

Økonomi

Bedriften har siden 2020 oppnådd sterk utvikling både på topp- og bunnlinjen. De første årene var fokus rettet mot å bygge brand og omsetning, samt å ta posisjon i markedet. Når dette var på plass i 2022, flyttet de blikket over på bunnlinjen, og allerede i 2023 kom denne godt til syne med en solid EBITDA, som styrket seg videre i 2024.

I 2025 ble omsetningen bevisst tatt ned, men det er verdt å merke seg at normalisert EBITDA samtidig styrket seg fra 10 til 11.3%. For 2026 er det budsjettet med en omsetning i området 65–75 MNOK med en EBITDA på 12-13% (8-9 MNOK). Med en mer offensiv vekststrategi vurderes imidlertid selskapet å kunne omsette for 90–110 MNOK, uten videre behov for utvidelse av organisasjonen. Dette gir svært attraktive skaleringsmuligheter og potensial for ytterligere vekst i omsetning og bunnlinje.

Bedriften kan med relativt enkle grep øke omsetningen enda mer, men av strategiske årsaker har de altså valgt å holde litt tilbake. Her står ny eier selvsagt fritt til å skru opp kranene.

Fordeler og muligheter

Aktøren er ledende i sitt segment, og har bygget virksomhetens suksess med utgangspunkt i høy produktkompetanse og markedsforståelse. Bedriften har lyktes i å utarbeide en effektiv og hensiktsmessig arbeidsmetodikk, og fremstår i dag som et velsmurt maskineri med god inntjening og lyse utsikter.

Blant virksomhetens potensielle oppsider vil Bedriftsbørsen spesielt fremheve:

Salgsevnen

Teamet har virkelig knekt koden for nettbasert salg og markedsføring. Arbeidsmetodikken og erfaringene de har opparbeidet seg gjør at de i praksis kan oppnå suksess med nærmest hvilket som helst produkt innen sportsbransjen. Dette vil være en svært verdifull del av virksomhetsoverdragelsen, og kunne bidra til at dagens salgssuksess bare er starten på noe langt større.

Utvidelse av sortimentet

Hovedleverandøren har et rikt og spennende vareutvalg preget av god design og unik funksjonalitet. Det vil være en naturlig utvikling å ta inn en større del av disse. De vil da bli en mer komplett leverandør. Det nære samarbeidet med leverandøren gjør at de selv også har påvirkningsmuligheter på produkter og løsninger.

Sortimentet kan også utvides gjennom nye produsenter. Det avgjørende for å lykkes med nye produkter er at selve maskineriet er velfungerende.

Styrke satsingen på B2B

Det har vært lite fokus på vekst og utvikling i forhandlermarkedet, både overfor nye og eksisterende butikker og kjeder. Med høyere fokus på dette vil mulighetene være gode for å kunne styrke omsetningen tilsvarende. Økt tilstedeværelse vil også gi et større markedsmessig avtrykk – som i sin tur kan bidra til større produktkjennskap hos sluttkunde.

Virksomheten kan også styrke og spisse direktosalget mot bedriftskunder. Dette gjelder både for de som allerede ligger inne i kundesystemet og for helt nye. Begge parter vil ha mye å tjene på bulksalg med gode rabatter.

Bedriftskanalene kan med fordel også få et utvidet produktspekter, og kanskje også et eget varemerke, dersom differensiering vurderes som fordelaktig.

Utvide det geografiske nedslagsfeltet

Nettløsningen kan med enkle grep brukes på tvers av landegrenser. Dette gjør terskelen lav for å etablere seg og ta andeler i for eksempel våre nordiske naboland. Selskapet er allerede etablert i Danmark, med en omsetning som allerede utgjør 20% av den totale omsetningen. Erfaringene fra denne etableringen kan gi nyttige fordeler om man ønsker å ta steget til andre land.

Investere i organisasjonen

Bedriften har en sterk organisasjon som besitter en unik kompetanse på hvordan man lykkes med å bygge opp nye brand, og få suksess med nettsalg. Dette er maskinen i bedriften, og ved å øke kapasiteten her vil bedriften kunne løfte frem nye produkter og varemerker i all fremtid.

Eget brand

Før det strategiske fokuset ble knyttet opp til dagens hovedprodukt solgte de på få år egne produkter for i underkant av 20 MNOK. Seriens fremtidige potensial er uten begrensninger verken når det kommer til produkt, geografi eller segment. Her kan ny eier selv definere strategien, og ved hjelp av selskapets ressurser nå sine mål. Med selskapets markedsposisjon, trafikk og nettverk ligger alt til rette for å løfte dette til en ny suksess.

Verdivurdering

Salgsobjektet.no er en spennende bedrift som fungerer godt både som ren avkastningsmaskin og som plattform for å utvikle seg til en virkelig stor nettaktør. Bedriften leverer godt både på bunn- og topplinje, og har samtidig betydelig vekstpotensial.

Bedriftsbørsen vurderer verdien av virksomheten til 33.000.000 kr + varelager

For overtakelse av aksjeselskapet er det lagt til grunn en transaksjon etter prinsippet «kontant og gjeldfri basis».

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:	Kontakt megler for mer informasjon
Etablert:	2017/18
Bakgrunn for salg:	Andre prioriteringer
Antall ansatte:	3
Årsverk:	3
Nett:	Egen nettbutikk Instagram + Facebook Godt over 50K følgere

Drift:

Konsept:	Sportsbutikk på nett
Åpningstider kundeservice:	Man–tor: 10:00–14:00

Finansiell informasjon:

Omsetning 2025:	66.146.055 kr
Lønnsprosent:	2.7%
Varekost:	51.8%

Diverse informasjon

Kompaniskap:	Nei
Offentlige pålegg:	Nei
Tilgjengelige vedlegg:	Regnskap m.m.