



PIERCE GROUP

2026-09-18 06:30 UTC

AKTIEBRIEF

Aktiebrief: Pierce Group

2026-09-18

1. Bolaget i korthet

Pierce Group är en pan-europeisk e-handlare som säljer utrustning, delar och tillbehör för motorcykel och snöskoter direkt till slutkonsument (B2C). Verksamheten drivs genom lokalt anpassade webbplatser under tre nischade varumärken (24MX för Offroad, XLMOTO för Onroad och Sledstore för snöskoter).

Bolaget har sina rötter i ett garage 2008, där två MX- och enduroentusiaster tröttnat på att leta delar och utrustning i djungeln av märken och leverantörer och började lagerhålla åt sig själva och andra åkare. 2009 grundades Pierce och offroad-butiken 24MX lanserades. Onroad-varumärket XLMOTO lanserades 2013 (samma år som snöskotersajten Sledstore), men skalades upp internationellt utanför Norden först från 2018, vilket gjorde bolaget till en europeisk utmanare även i den största kategorin. Koncernen har byggts vidare genom flera nischade näthandelsvarumärken på en gemensam plattform. Huvudkontoret ligger i Stockholm, centrallagret i Szczecin (Polen) och en kundtjänstfunktion i Barcelona. Sedan 26 mars 2021 handlas aktien på Nasdaq Stockholm, under tickern PIERCE. Huvudägare är riskkapitalbolaget Verdane Capital (20,6%), följt av Siba Invest (10,9%).

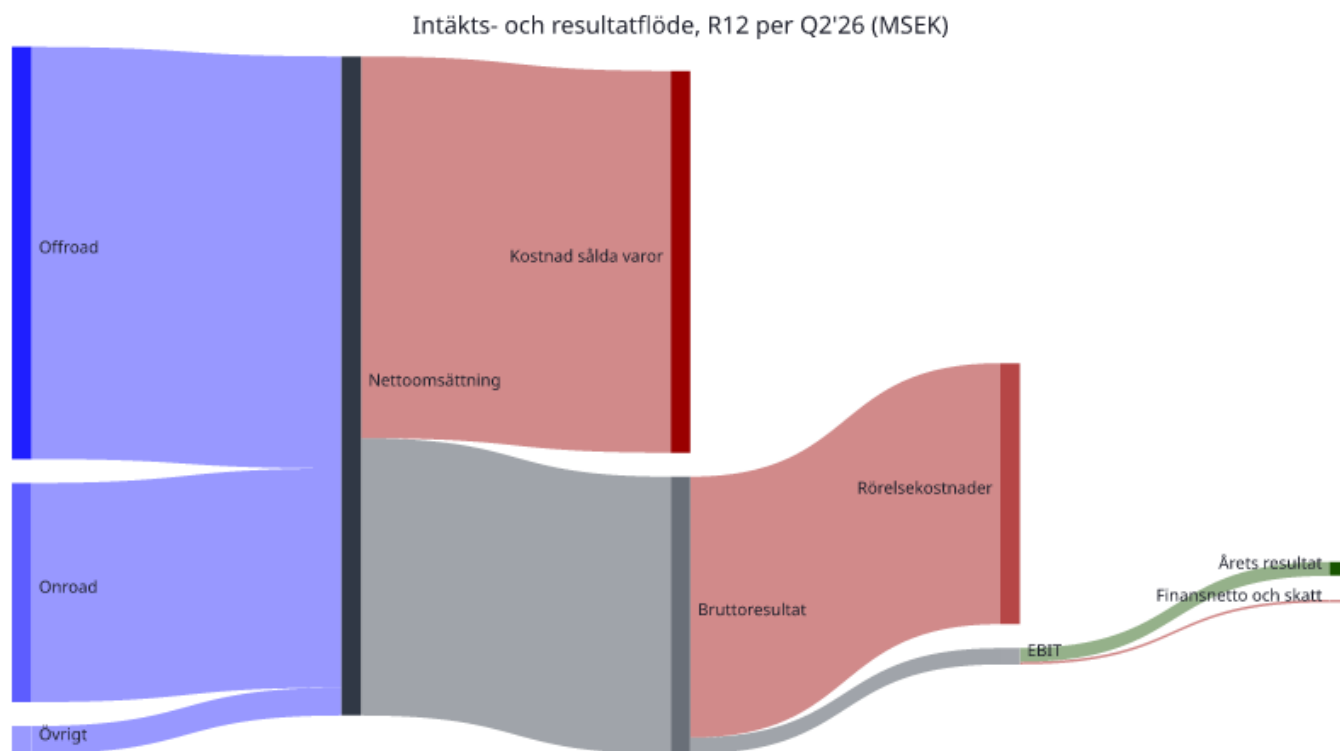
HUVUDKONTOR	GRUNDAT	MARKNADSVÄRDE	ANSTÄLLDA
Stockholm	2009	~710 MSEK PER SEP 2026	295 Q2'26 (SNITT)

2. Affärsmodell – så tjänar bolaget pengar

Pierce köper in varor från externa märkesleverantörer och distributörer samt låter tillverka egna varumärken (private label) hos externa fabriker, och säljer dem vidare via egna lokalanpassade webbplatser. Intäkterna kommer från två huvudkategorier. Offroad (motocross och enduro) är störst med drygt 60% av omsättningen och här är Pierce europeisk online-ledare. Onroad (gatukörning) är den andra kategorin, där bolaget är nordisk ledare och europeisk utmanare. En mindre kategori "Övrigt" rymmer bland annat snöskoter, som är motsatt säsongsmässig, samt nya vertikaler som mountainbike och scooter/moped.

Modellen är kapitallätt i den meningen att bolaget varken tillverkar sina produkter självt eller driver fysiska butiker. Tillverkningen av egna varumärken är utlagd, logistiken sköts från ett enda centrallager i Szczecin, och distributionen sker digitalt. Det som binder kapital är främst varulagret och, under de senaste åren, investeringar i en ny IT- och

e-handelsplattform. En hög andel egna varumärken, som bär en högre bruttomarginal än inköpta märkesvaror, är en central lönsamhetsdrivare, och bruttomarginalen ligger kring 42–43%. Affären är tydligt säsongsbetonad. Det andra kvartalet (vår/sommar) är starkast för motorcykelkörning, medan fjärde kvartalet lyfts av kampanjperioderna Black Week och jul, och snöskoterförsäljningen balanserar vinterhalvåret.



3. Senaste rapporten – finansiell och operationell översikt

NETTOOMSÄTTNING 537 MSEK +3% Y/Y (Q2'25)	JUSTERAD EBIT 34 MSEK 6,4% MARGINAL	NETTOKASSA 315 MSEK PER 30 JUN 2026
--	---	---

Under Q2'26 (april–juni) ökade nettoomsättningen 3% till 537 MSEK (523 i Q2'25), eller 2% i lokala valutor, vilket var kvartalets högsta omsättning någonsin. Offroad steg omkring 5% och Övrigt omkring 9%, medan Onroad minskade något. EBIT blev 32 MSEK (26 i Q2'25), motsvarande en rörelsemarginal på 6,0% (4,9%), och justerad EBIT 34 MSEK (32) med en marginal på 6,4% (6,2%). Bruttomarginalen var 43,1% (43,7%), där prisjusteringar för att stödja kommersiella initiativ och högre utgående fraktkostnader mildrades av effektivare marknadsföring. Periodens resultat var 35 MSEK (23) och resultatet per aktie 0,44 SEK (0,29).

Kvartalet präglades av att bolaget i juni tog sitt nya lagerhanteringssystem (WMS, Warehouse Management System) i drift vid centrallagret. Övergången genomfördes i huvudsak enligt plan men pausade tillfälligt orderplock och gav lägre lagerproduktivitet under upprampningen, vilket skapade en leveranseftersläpning motsvarande cirka två dagars försäljning som fördes över till tredje kvartalet. Ledningen anger att man väntas återgå till normal produktivitet och normala kostnader i slutet av Q3'26. Transformationskostnaderna, som inte kan aktiveras utan kostnadsförs direkt, uppgick till 6 MSEK (8).

Kassaflödet för perioden var 40 MSEK (13) och det fria kassaflödet 44 MSEK (19). Vid periodens slut hade koncernen en nettokassa på 315 MSEK per 30 juni 2026 (188 i Q2'25) och en kassa på 319 MSEK, utan utnyttjande av den outnyttjade kreditramen på upp till 150 MSEK. Soliditeten var 56,6%. Framåtriktat upprepar ledningen att programmet Pierce 2.0 väntas ge ytterligare cirka 20–30 MSEK i årlig EBIT-förbättring när transformationskostnaderna faller bort, och att migreringen av större marknader till den nya e-handelsplattformen sker med försiktighet inför höstens och vinterns handel. Inga väsentliga händelser inträffade efter rapportperiodens slut.

"

Vi räknar med att Pierce 2.0 levererar en ytterligare årlig EBIT-förbättring på cirka 20–30 MSEK, varav en del redan har realiserats genom lägre av- och nedskrivningar och resten följer när transformationskostnaderna minskar.

Göran Dahlin
— VD, Pierce Group AB (publ) · Q2'26-rapport

4. Marknad och trender

Pierce verkar på den europeiska marknaden för utrustning, delar och tillbehör till motorcykel, en marknad som bolaget uppskattade till drygt 101 MDSEK 2021 och som fortfarande domineras av små lokala butiker. Den enskilt viktigaste strukturella kraften är skiftet från fysisk handel till näthandel. Online-andelen låg kring 19% 2021, och när marknadsläget normaliseras väntas onlinemarknaden växa runt 10% per år, klart snabbare än totalmarknadens 3–4%. Produkterna (hjälm, skyddsutrustning, slitdelar som däck och filter samt tillbehör) passar näthandel väl och köps av engagerade kunder med högt slitage och återkommande köpmönster, vilket historiskt gett marknaden relativ motståndskraft mot konjunktursvackor.

Kategorin är fragmenterad och konkurrensen kommer både från lokala specialistbutiker och från breda marknad-splatser som Amazon, eBay och Temu, samt från europeiska nischade e-handlare som ofta ägs av finansiella ägare. Pierces position är geografiskt särskilt stark inom Offroad, där online-penetrationen är högre och bolaget uppger en

online-marknadsandel kring 28% i Europa; inom det betydligt större Onroad-segmentet är andelen liten (omkring 3%), vilket är både en position av styrka och en tillväxtreserv. De viktigaste marknaderna utanför Norden är Italien, Tyskland och Spanien.

- **Online-skiftet:** Strukturell övergång från fysiska butiker till näthandel, där onlinemarknaden väntas växa ~10% per år över tid.
- **Fragmentering och konsolidering:** Många små aktörer och stordriftsfördelar gör marknaden mogen för konsolidering.
- **Skalfördelar och egna varumärken:** Volym och hög private label-andel stärker inköp, marginal och synergipotential.
- **Konkurrens från marknadsplatser:** Ökat fokus från Amazon, eBay och Temu på kategorin.
- **Elektrifiering:** Ökat intresse för elmotorcyklar, särskilt inom Offroad, som en långsiktig potential.

5. Tillväxt drivare och risker

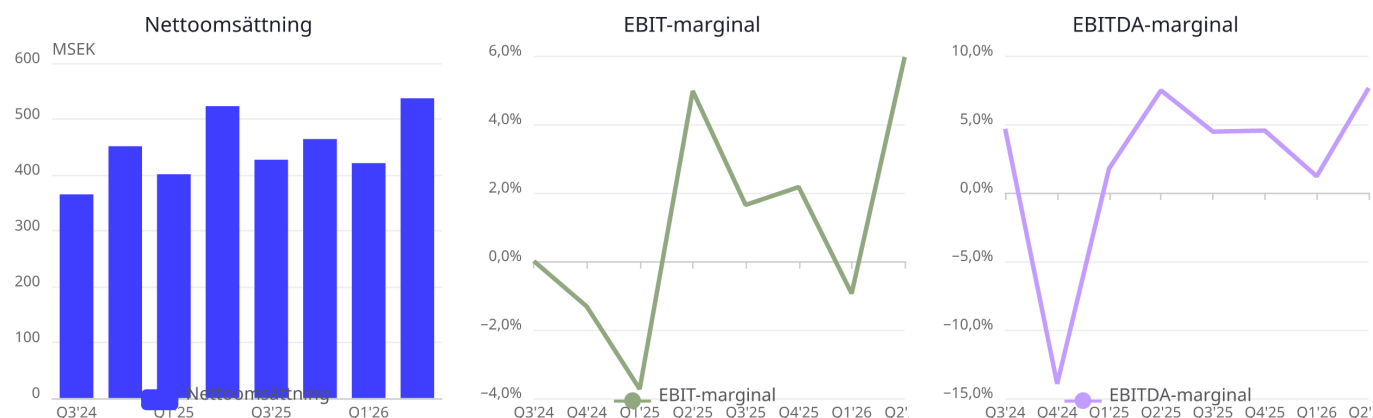
Tillväxt drivare

- **Geografisk expansion:** Nya lokaliserade marknader (13 nya klara i juni, ytterligare nio lanserade i juli) med lokalt språk, betalning och leverans.
- **Nya vertikaler:** Mountainbike och scooter/moped som utnyttjar befintlig plattform och kundbas för korsförsäljning.
- **Ny teknikplattform:** Skalbar e-handels- och IT-plattform som möjliggör tillväxt geografiskt och i nya kategorier.
- **Egna varumärken:** Konsoliderad portfölj mot färre märken för att lyfta bruttomarginal och lojalitet.
- **Konsolidering:** Förvärv i en fragmenterad marknad med nettokassa på 315 MSEK som finansiell kapacitet.

Risker

- **Konjunktur och efterfrågan:** Produkterna är diskretionära sällanköp som normalt minskar när hushållens köpkraft pressas.
- **Exekvering i plattformsbytet:** Migrering till nya e-handelsplattformen har gett tillfälliga försäljningstapp (Belgien, Spanien) och blivit senarelagd.
- **Konkurrens:** Marknadsplatser (Amazon, eBay, Temu) och finansiellt ägda europeiska konkurrenter kan skärpa priskonkurrensen.
- **Valuta och frakt:** Inköp sker delvis i USD och från Asien medan försäljning främst sker i EUR, en transaktionsrisk mot bruttomarginalen, förstärkt av volatila sjöfraktpriser.
- **Leverantörs- och lagerberoende:** Beroende av externa leverantörer (bl.a. Kina), ett enda centrallager och en tullfri "bonded warehouse"-licens i Polen.

6. Finansiell utveckling – KPI:er



Diagrammen visar rapporterade kvartalssiffror och illustrerar både säsongsmönstret – med starka andra kvartal – och lönsamhetsvändningen sedan 2024. EBITDA-marginalen för Q4'24 belastades av nedskrivningar.

7. Finansiella mål

- **Omsättningstillväxt (långsiktigt mål, 3–5 år):** Organiskt växa snabbare än den europeiska onlinemarknaden för motorcykelutrustning. På spåret, omsättningen ökade 12% helåret 2025 och 6% R12 per Q2'26 (9% i lokala valutor).
- **Justerad EBIT-marginal (långsiktigt mål, 3–5 år):** 5–8%. Ännu ej nått på helårsbasis, 2,5% helåret 2025 och 3,3% R12 per Q2'26, men inom intervallet i säsongsstarka kvartal (6,4% i Q2'26).
- **Kapitalstruktur (mål):** Nettoskuld/EBITDA högst 2,0x, med tillfällig flexibilitet för strategiska initiativ. Uppfyllt, bolaget hade en nettokassa på 315 MSEK per 30 juni 2026.
- **Utdelningspolicy:** Under de närmaste åren ska fritt kassaflöde användas för fortsatt utveckling av bolaget och inte delas ut.

8. Potentiella triggers (kommande 6–12 månader)

- **Q3'26-rapporten 13 november 2026:** Fokus blir om lagret återgår till normal produktivitet och normala kostnader i slutet av Q3 som ledningen flaggat, hur leveranseftersläpningen på ~två dagars försäljning arbetats av, och om Belgien och Spanien återhämtar sig efter plattformsmigreringen.
- **Utrullning av e-handelsplattformen:** Takten för att migrera större etablerade marknader inför Q4-handeln. En snabbare, störningsfri utrullning skulle stödja tillväxten, en långsammare skjuter på nyttan.
- **Slutförandet av Pierce 2.0:** De utlovade ytterligare 20–30 MSEK i årlig EBIT-förbättring realiserar när transformationskostnaderna faller bort.
-

Nya marknader och vertikaler: Kommersiell traction i de 13+9 nylanserade lokala marknaderna samt i mountainbike och scooter/moped.

- **Q4-handeln (Black Week och jul):** Säsongsmässigt viktigaste försäljningsperiod, som i hög grad avgör helårsutfallet.
- **Möjliga förvärv:** Ledningen har uttryckt ambition att ta en aktiv roll i marknadskonsolidering, med nettokassa på 315 MSEK som kapacitet.

9. Vanliga frågor från investerare

10. Vad säger optimisten? / Vad säger pessimisten?

Vad säger optimisten?

Pierce verkar på en strukturellt växande nisch där handeln flyttar online, och är den enda pan-europeiska aktören med en ledande position inom Offroad, en position som mindre lokala butiker svårt kan möta.

Transformationsprogrammet Pierce 2.0 har sträckt affärsmodellen. Tjänstemannastyrkan har minskat cirka 40% samtidigt som R12-omsättningen växt och justerad EBIT R12 förbättrats från -47 till 61 MSEK, med ytterligare 20–30 MSEK i utsikt.

En hög andel egna varumärken och stordriftsfördelar ger en grund för bättre marginaler och synergier.

En nettokassa på 315 MSEK ger kapacitet att leda en konsolidering av en fragmenterad marknad och att expandera i nya marknader och vertikaler.

Vad säger pessimisten?

Efterfrågan är diskretionär och konjunkturkänslig, och den underliggande marknaden växer bara låga ensiffriga tal när skiftet till online räknas bort.

Bolaget är mitt i ett omfattande plattformsbyte med exekveringsrisk. Migreringen har gett tillfälliga försäljningstapp i Belgien och Spanien och blivit senarelagd, och WMS-övergången störde leveranserna.

Konkurrensen kan skärpas från marknadsplatser som Amazon, eBay och Temu samt från finansiellt ägda europeiska konkurrenter.

Valuta- och fraktexponeringen (inköp i USD och från Asien mot försäljning i EUR, plus volatila sjöfraktpriser) kan pressa bruttomarginalen, och lönsamhetsmålet 5–8% är ännu inte nått på helårsbasis.

Ordlista – förkortningar och begrepp

- **Bruttomarginal:** Bruttoresultat i procent av nettoomsättning. För Pierce speglar den produktmixen mellan inköpta märkesvaror och högmarginal-egna varumärken samt fraktkostnader.
- **EBIT:** Rörelseresultat efter av- och nedskrivningar. Visar hur mycket kärnverksamheten tjänar före finansiella poster och skatt.
- **EBITDA:** Rörelseresultat före av- och nedskrivningar. Används för att bedöma underliggande kassagenerering oberoende av investeringsavskrivningar.
- **EPS:** Resultat per aktie. Periodens resultat delat på antal aktier, vad varje aktie tjänade.
- **Fritt kassaflöde:** Kassaflöde från den löpande verksamheten och investeringsverksamheten. Visar hur mycket kontanter som blir över för till exempel förvärv eller amortering.
- **Justerad EBIT:** EBIT rensat för jämförelsestörande poster. Bolagets huvudmål för underliggande lönsamhet och kopplat till dess marginalmål.
- **Nettokassa/nettoskuld:** Räntebärande skulder minus likvida medel (exkl. IFRS 16). Pierce har nettokassa, dvs. mer likvida medel än skulder, en finansiell buffert.
- **Nettoskuld/EBITDA:** Skuldsättning i förhållande till resultatgenerering. Används i bolagets kapitalstruktur mål (högst 2,0x).
- **Organisk tillväxt:** Tillväxt från befintlig verksamhet, exklusive förvärv. Pierces tillväxtmål är uttryckligen organiskt.
- **Pierce 2.0:** Bolagets transformationsprogram sedan 2023 för ökad effektivitet och skalbarhet, med ny IT-plattform och minskad tjänstemannastyrka.
- **Private label (egna varumärken):** Produkter under bolagets egna märken, tillverkade av externa fabriker. Bär högre marginal än inköpta märkesvaror.
- **R12:** Rullande tolv månader. Summerar de senaste fyra kvartalen och jämnar ut säsongeffekter.
- **Soliditet:** Eget kapital i procent av balansomslutningen. Mått på finansiell motståndskraft; Pierce hade 56,6% per Q2'26.
- **WMS (Warehouse Management System):** Lagerhanteringssystem. Pierces nya WMS togs i drift i juni 2026 och ska öka lagereffektivitet och spårbarhet över tid.

Källor

- Pierce Group AB (publ), Delårsrapport januari–juni 2026 (Q2'26), publicerad 2026-08-21. <https://www.pierce-group.com/en/reports-presentations/>
- Pierce Group AB (publ), Årsredovisning 2025, publicerad 2026-03-20. <https://www.piercigroup.com/en/reports-presentations/>

- Pierce Group AB (publ), pressmeddelande “Pierce Group accelererar sin expansion i Europa: Lanserar lokala webbplatser på ytterligare nio marknader”, 2026-07-01. <https://www.piercgroup.com>



Kontakt mellan investerare och börsbolag

Inderes demokratiserar finansiell information genom att sammanföra investerare och börsbolag. För investerare är vi en community och pålitlig källa till finansiell information och aktieanalys. För börsbolag är vi en partner för IR-kommunikation av hög kvalitet. Över 500 börsbolag i Europa använder våra produkter för IR-kommunikation och aktieanalys med målet att tillhandahålla bättre investerarkommunikation till sina aktieägare.

Vårt mål är att vara det mest investerarorienterade bolag inom finans. Inderes grundades år 2009 av investerare, för investerare. Som ett Nasdaq First North-noterat bolag förstår vi våra kunders vardag.

Inderes Oyj
Porkkalankatu 5
00180 Helsinki
+358 10 219 4690

inderes.fi

Inderes Ab
Vattugatan 17, 5tr
Stockholm
+46 8 411 43 80

inderes.se

**inde
res.**