VD-kommentar

Efter en väl genomförd överlämning från min företrädare Kristina Willgård, många besök hos våra bolag, intressanta och givande diskussioner med medarbetare och en gedigen analys- och planeringsprocess har jag lärt känna Addlife och våra dotterbolag väl. Jag kan konstatera att vi har mycket kunniga och motiverade medarbetare, bolag som är väl positionerade i attraktiva nischer, djupa kundrelationer och en stark och positiv kultur.

När vi sammanfattar situationen kan vi konstatera att den starkt positiva effekten av covid-19 relaterad försäljning under 2020 och än mer under 2021, har som förväntat avtagit kraftigt under 2022. Försäljningen genererade goda marginaler eftersom den kunde hanteras av befintlig organisation utan ökade kostnader. Tack vare flera större förvärv under 2021 och 2022 har vi ersatt bortfallet av covid-19 försäljningen med förvärvad omsättning till mer normala marginaler. Resultatet är ett större och mer stabilt europeiskt AddLife, med verksamhet inom fler nischer, och väl positionerat för de marknadsbehov som finns när effekterna från pandemin klingar av. Vi har gemensamt etablerat en plan för att utveckla bolagen och koncernen vidare baserat på denna nya och signifikant förstärkta position.

Det är glädjande att se att AddLife avslutar 2022 med ett kvartal med god organisk tillväxt och med EBITA-marginal och kassaflöde i en positiv trend.

Efterfrågan ökar när marknaden går in en ny fas

Efter en sommar med avvaktande efterfrågan har marknaden i Europa under det fjärde kvartalet gått in i en ny fas där de direkta effekterna av pandemin avtagit. Sjukvården har återgått till en mer normal verksamhet där fler planerade operationer genomförs.

Sjukvårdsystemen i stora delar av Europa lider dock av personalbrist vilket gör att vårdskulden är fortsatt stor. En minskning av vårdskulden väntas ske gradvis under en längre period med succesivt ökande antal genomförda operationer.

Vi förväntar oss att vården generellt sett fortsätter att vara en högt prioriterad sektor på våra marknader trots konjunkturläget i övrigt. Vissa länder tillför extra budgetresurser för att minska vårdskulden och vi ser också att personalbristen ger ett ökat intresse för effektivitetshöjande produkter, tjänster och digitala lösningar samt hemsjukvård.

Även om det är en liten del av försäljningen för AddLifes bolag så noterar vi en något avvaktande efterfrågan på större kapitalinvesteringar. En viss osäkerhet kring framtida forskningsbudgetar kan noteras inom akademisk och statsfinansierad forskning, men inom läkemedelsutveckling är aktiviteten och efterfrågan fortsatt stark.

I takt med att vårdverksamheten normaliserats har vi kunnat öka våra kommersiella aktiviteter såsom kundbesök, mässor, utbildningar och säljaktiviteter. Kunddialogerna öppnar för lansering av nya produkter och vi ser behov och intresse för nya produkter och lösningar.

Ökad organisk tillväxt i båda affärsområdena

AddLifes omsättning under fjärde kvartalet ökade med 9 procent jämfört med föregående år. Den covid-19 relaterade försäljningen fortsatte som väntat att minska jämfört både med fjärde kvartalet 2021 och med tredje kvartalet 2022. Inom Labtech uppgick den organiska tillväxttakten exklusive covid-19 till 6 procent och inom affärsområdet Medtech till 5 procent. Organisk tillväxt exklusive covid-19 för koncernen blev 6 procent, en klar förbättring jämfört med föregående kvartal.

Omsättningen för 2022 översteg 9 miljarder SEK och omsättningstillväxten nådde 14 procent trots att covid-19 relaterad försäljning minskat till 760 MSEK jämfört med 1 976 MSEK föregående år. Den organiska tillväxten exklusive covid-19 var 4 procent för helåret.

Marginal och kassaflöde i positiv trend
EBITA-marginalen för kvartalet blev 11,1 procent (15,5), lägre än föregående år framförallt på grund av minskad covid-19 försäljning, men en förbättring jämfört med föregående kvartal då EBITA-marginalen (efter justeringar) var 9,7 procent.

Prisökningar från leverantörer och valutaeffekter från inköp i USD och EUR påverkade bruttomarginalerna negativt. Det kontinuerliga arbetet med att hantera prisökningar förväntas fortgå under 2023. Generellt finns god förståelse och acceptans för prishöjningar hos kunderna, men för en mindre del av försäljningen väntas en fördröjning av prishöjningar på grund av längre avtal.

För affärsområde Labtech blev EBITA-marginalen 14,5 procent (20,8), lägre än föregående år framförallt på grund av minskad covid-19 försäljning men också på grund av ökade kommersiella aktiviteter i samband med produktlanseringar. Jämfört med föregående kvartal förbättrades dock lönsamheten.

För affärsområde Medtech blev EBITA-marginalen 8,9 procent (10,4). Nyförvärvad avancerad kirurgi bidrog till ökad lönsamhet, men detta motverkades av negativa effekter inom ögonkirurgi, våra viktiga framtidssatsningar på digitala lösningar samt valuta- och priseffekter. EBITA-marginalen har dock ökat jämfört med föregående kvartal då den var 7,5 procent (efter justeringar), främst drivet av en snabb återhämtning inom avancerad kirurgi och en gradvis förbättring inom ögonkirurgi.

Det operativa kassaflödet för fjärde kvartalet uppgick till 351 MSEK (393). Kassaflödet stärktes jämfört med föregående kvartal drivet framförallt av förbättringar i leverantörsskulder och kundfordringar, medan varulagernivåerna var stabila.

Bolagen inom AddLife har bevisat sig som pålitliga och kompetenta partners som erbjuder kunderna hög leveranssäkerhet även i tider av stora variationer och osäkerhet i leveranser och logistikflöden. Detta har lett till starka positioner med fördjupade kundrelationer, fokus på värde istället för pris och nya affärer när konkurrenter inte kunnat leverera, men också i vissa fall en medvetet ökad kapitalbindning. De globala logistikflödena har börjat stabiliseras, men störningar och leveransproblem förekommer fortfarande bland annat på grund av råmaterial- och komponentbrist. Över tid bör kapitalbindningen kunna minska genom reducerade buffertlager och ett ökat fokus på kassaflöde.

Sammanfattning
Bolagen inom AddLife koncernen har gjort ett fantastiskt arbete under 2022 och har kontinuerligt anpassat sig till förändrade marknadsförutsättningar. Den positiva trenden i kvartalet är ytterligare ett styrkebevis för vår decentraliserade affärsmodell med delegerat ansvar och starka kundrelationer.

AddLife har en unik europeisk marknadsnärvaro och stark position i produktsegment som gynnas av långsiktiga trender. AddLife stödjer sjukvårdssystemen i att hantera en signifikant vårdskuld kombinerat med personalbrist. Det finns ett stort behov av planerad kirurgi och AddLife kan erbjuda produkter, tjänster och digitala lösningar för att hantera ett större antal patienter med begränsade personalresurser.

Vi ser också att nuvarande marknadsutveckling, där vissa konkurrenter ser över sina organisationer och produktportföljer drivet av vikande covid-19 försäljning och en svagare konjunktur, öppnar tillväxtmöjligheter för AddLife.

Efter några turbulenta år, som tack vare våra handlingskraftiga bolag gett stor covid-19 relaterad omsättning och hög lönsamhet, ser vi fram emot att under 2023 vidareutveckla koncernen under mer normala marknadsförutsättningar med ett primärt fokus på organisk tillväxt och över tid förbättrade marginaler, kassaflöden och nya förvärv.

Fredrik Dalborg

VD och koncernchef