

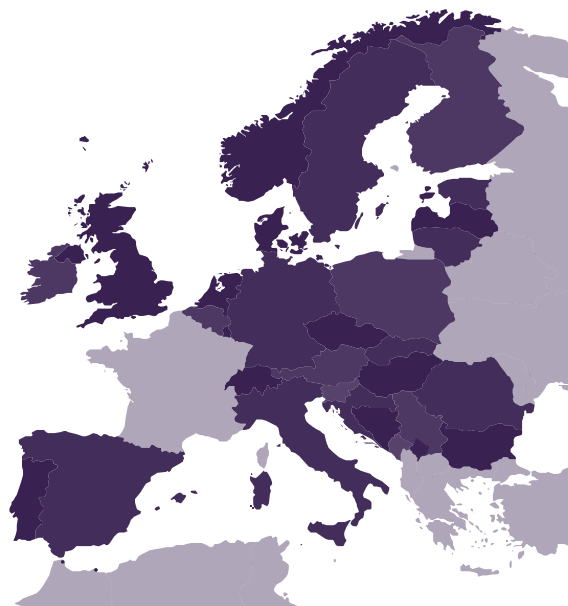
En ledande aktör inom Life Science

AddLife är en ledande och oberoende europeisk aktör inom Life Science. AddLife äger, utvecklar och förvärvar bolag inom framförallt hälso- och vårdsektorn, från forskning till vård.

Koncernen präglas av en välförankrad kund- och patientfokuserad kultur med starka värderingar, där hållbarhet är en integrerad del av verksamheten. AddLife är verksamt på den europeiska Life Science marknaden. Koncernen har en decentraliserad, entreprenörsdriven och effektiv affärsmodell med cirka 85 dotterbolag. Koncernen är organiserad utefter kundgrupper i två affärsområden, Labtech och Medtech. Inom Labtech finns affärsenheterna Biomedical and Research och Diagnostics och inom Medtech finns affärsenheterna Hospital och Homecare.

AddLifes bolag erbjuder högkvalitativa produkter och tjänster till såväl privat som offentlig sektor. Produktportföljen inom koncernen består av både produkter tillverkade av externa leverantörer och egetillverkade produkter.

Tjänsteportföljen innehåller bland annat rådgivning, service och utbildning för samtliga marknader där dotterbolagen är verksamma. Produktportföljen är anpassad efter varje kundgrupps behov och utvecklas kontinuerligt. AddLife är verksamt i 30 länder i Europa och har runt 2 300 anställda.



VISION

Att förbättra människors liv genom att vara en ledande och värdeskapande partner inom Life Science.

AFFÄRSIDÉ

AddLife adderar mervärde till sina kunder verksamma inom hälso- och sjukvårdssektorn, från forskning till vård. Detta görs genom att erbjuda högkvalitativa, kostnadseffektiva lösningar av tjänster och produkter till både privat och offentlig sektor i Europa.

KÄRNVÄRDEN

Enkelhet – Ansvarstagande – Engagemang – Nytänkande.
Koncernens kärnvärden styr AddLifes entreprenöriella affärsmodell.

ADDLIFE I KORTHET

AddLife är en oberoende aktör inom Life Science som erbjuder högkvalitativa produkter, tjänster och rådgivning till både privat och offentlig sektor i Europa. AddLife har 2 300 anställda i cirka 85 operativa dotterbolag som drivs under egna varumärken. Koncernen omsätter drygt 10 miljarder SEK. AddLife aktien är noterad på Nasdaq Stockholm.



10 442

NETTOOMSÄTTNING, MSEK

30

LÄNDER

85

DOTTERBOLAG

2 300

ANSTÄLLDA

54 000

KUNDER

18M

UNIKA PRODUKTER

AddLife 2025

Under 2025 fortsatte bolagen inom AddLife att utvecklas positivt, med förbättrad lönsamhet och starkare kassaflöden. Behovet av vård ökar ständigt, samtidigt som nya teknologier inom diagnostik och forskning möjliggör tidigare och mer patientspecifik diagnostik. Parallellt råder fortsatt personalbrist och växande vårdköer. I denna miljö blir lösningar som höjer produktiviteten, frigör tid för vårdpersonal och förbättrar kliniska resultat allt viktigare. AddLifes bolag har under året kunnat möta detta behov med avancerade produkter, digitala lösningar och starka, betrodda lokala serviceorganisationer som får nya teknologier och metoder att fungera i kundernas verksamheter.



3 %

ORGANISK TILLVÄXT

8 %

EBITA TILLVÄXT*

12,1 %

JUSTERAD EBITA-
MARGINAL*

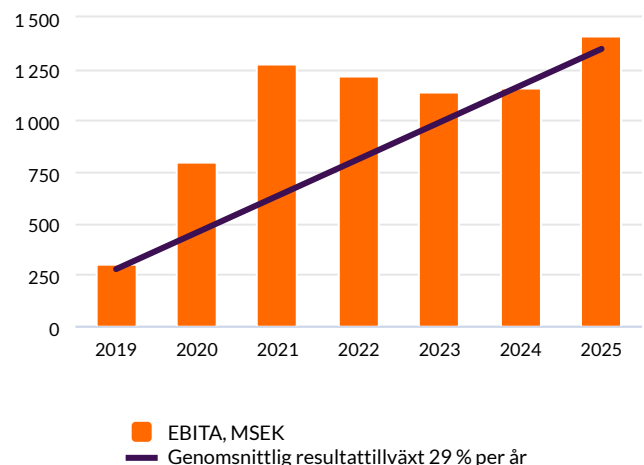
1 392

MSEK KASSAFLÖDE

Arbetet med att förbättra marginalerna hade fortsatt högsta prioritet under året. Genom effektiviseringar, mer aktiv prissättning och en stegvis förflyttning av produktportföljerna mot mer avancerade och lönsamma erbjudanden har bolagen ytterligare stärkt sina positioner och marginaler. Båda affärsområdena förbättrade sina EBITA-marginaler för helåret, Labtech 12,5 procent (11,7) och Medtech 12,4* procent (11,5).

*Korrigerat för försäljning av verksamhet

Resultattillväxt EBITA



Våra affärsområden

Medtech är det största affärsområdet och representerar 62 procent av omsättningen och Labtech representerar 38 procent.

Medtech
6 495
MSEK

62%

Labtech
3 953
MSEK

38%

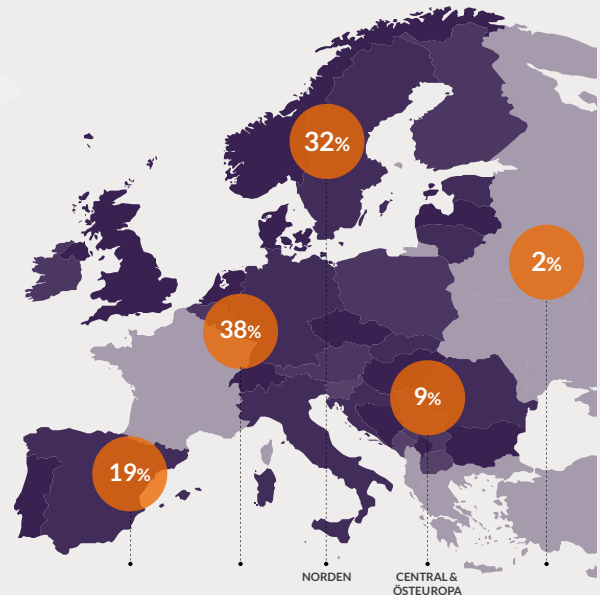
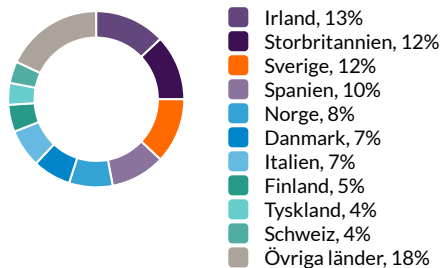
Kassaflödet har genom ett målmedvetet arbete i bolagen förbättrats väsentligt de senaste åren och fortsatte att stärkas under 2025. Ambitionen att minska skuldsättningen har uppnåtts och till och med överträffats.

Under 2025 genomfördes tre förvärv som stärker AddLifes position på utvalda marknader och inom prioriterade segment. Bolaget går därmed in i 2026 med förbättrad lönsamhet, starkare finansiell ställning och en tydlig plan för att kombinera organisk tillväxt med en ökad, förvärvsdriven expansion.

Nettoomsättning per marknad och region 2025

Nettoomsättningen, justerad för valutaeffekter, utvecklades i linje med marknadstillväxten. Den organiska tillväxten uppgick till 3 procent, den förvärvade tillväxten var 1 procent och valutakursförändringar påverkade nettoomsättningen negativt med 3 procent.

Nettoomsättning per marknad 2025



MSEK	2025	2024	2023
Nettoomsättning	10 442	10 286	9 685
EBITA	1 417	1 159	1 135
EBITA-marginal, %	13,6	11,3	11,7
Justerad EBITA	1 259	1 165	1 015
Justerad EBITA-marginal, %	12,1	11,3	10,5
Årets resultat	562	254	192
Resultattillväxt, %	121	32	-60
Kassaflöde från den löpande verksamheten	1 392	1 095	773
Räntebärande nettoskuld/EBITDA, ggr	2,2	3,2	3,5
Antal förvärv	3	1	1

Händelser under året 2025



Stark resultatutveckling i våra dotterbolag

"Under 2025 fortsatte den positiva resultatutvecklingen i våra bolag, i linje med de prioriteringar vi etablerat. Vi har nått och överträffat vår ambition att minska skuldsättningen och stärka balansräkningen."

Fredrik Dalborg, VD och Koncernchef



Stark resultatförbättring

Under året har våra bolag levererat tydliga resultatförbättringar. AddLifes resultat mer än fördubblades jämfört med föregående år, vilket tydligt visar på den målmedvetenhet som finns i organisationen, den samlade effekten av förbättringar på många områden samt kraften i vår decentraliserade affärsmodell. Vi har kombinerat ett konsekvent fokus på lönsam tillväxt med disciplin i kostnadskontroll, prissättning och utveckling av produktportföljerna mot mer avancerade och mer lönsamma produkter. Våra bolag har starka lokala serviceorganisationer, vilket skapar nära kundrelationer och det förtroende och den kunskap som krävs för att kunna tillhandahålla avancerade produkter. Utvecklingen av produktportföljen innebär även att vi avvecklat vissa mindre lönsamma produktgrupper, vilket också bidragit till förbättrade marginaler.

Fortsatt förbättrade kassaflöden

Under året har våra bolag visat sin förmåga att inte bara växa lönsamt utan också generera förbättrade kassaflöden. Genom strukturerade initiativ inom lageroptimering, effektivare inköp och förbättrade betalningsvillkor har vi frigjort rörelsekapital och ytterligare stärkt balansräkningen. Kassaflödet är en av hörnstenarna i AddLifes värdeskapande; det ger oss handlingsfrihet att både investera i den befintliga verksamheten och genomföra förvärv, samtidigt som vi har kunnat minska skuldsättningsgraden.

Stark balansräkning

Det starka kassaflödet har i hög grad använts till att reducera skuldsättningen. Detta har varit en uttalad prioritet under flera år som har gett tydliga resultat. Vår nettoskuld har under 2025 minskat med cirka en miljard kronor och skuldsättningsgraden (nettoskuld/EBITDA) har under året reducerats från 3,2 till 2,2. Ambitionen att reducera skuldsättningsgraden under 3,0 har därmed nåtts och överträffats. En starkare balansräkning minskar vår finansiella risk och ökar vår motståndskraft vid makroekonomiska svängningar, samtidigt som den skapar utrymme för framtida investeringar och förvärv. Vi står nu finansiellt starka med en skuldsättning i linje med våra långsiktiga mål och är redo för en ökad förvärvsaktivitet.

Utveckling i linje med våra prioriteringar

Vår vision är att förbättra människors liv genom att vara en ledande värdeskapande partner inom Life Science. Strategin bygger på att uppnå hållbar och lönsam tillväxt baserat på marknadsledande positioner, operativ rörlighet och värdeskapande förvärv. Allt detta är förankrat i vår etablerade affärsmodell, kultur och våra värderingar.

Under de senaste åren har vi haft tydliga och konsekventa prioriteringar: resultatförbättringar, organisk tillväxt, förbättrat kassaflöde och förvärv. Under året har vi sett en tydlig och positiv utveckling i linje med våra prioriteringar. Våra bolag har fortsatt att fokusera på lönsamma kund- och produktsegment, att utveckla erbjudanden som höjer kvalitet och effektivitet i vård och diagnostik, samt att dra nytta av vår decentraliserade modell med lokalt ansvar, effektivitet och korta beslutsvägar. Det kontinuerliga förbättringsarbetet vi driver ger nu tydligt genomslag i resultaträkning och balansräkning. Arbetet fortsätter med ambitionen att kontinuerligt uppnå ytterligare förbättringar.

"Våra bolag står stabila och starka tack vare professionella och engagerade medarbetare samt långsiktiga och förtroendefulla relationer med kunder och partners. Med denna utgångspunkt kan vi återigen nyttja vår beprövade affärsmodell till sin fulla potential."

Fredrik Dalborg, VD och Koncernchef

Redo för fler värdeskapande förvärv

Samtidigt som vi lagt stor vikt vid interna förbättringar under året har vi också fortsatt att bygga vår kapacitet för framtida tillväxt genom förvärv. Vi har en unik europeisk närvaro, djupa marknads- och produktkunskaper, samt en organisation med betydande operativ erfarenhet och en tydlig ansvarsfördelning. Med en stärkt balansräkning, en tydlig strategi och etablerade processer står vi väl rustade att åter öka förvärvstakten. Vårt fokus är oförändrat: lönsamma kvalitetsbolag i de attraktiva nischer inom Medtech och Labtech vi definierat. Vi ser en god tillgång på intressanta förvärvskandidater och arbetar långsiktigt med en pipeline av potentiella förvärv som är i linje med vår strategi och uppfyller våra kriterier.

Under 2025 har vi fortsatt sett geopolitisk osäkerhet och störningar i internationella leverantörskedjor. Trots detta har vår affär visat stor stabilitet. Behovet av vård ökar kontinuerligt drivet av demografi och samhällsutveckling och är i hög grad oberoende av konjunkturen. Vi har över 95 procent av vår försäljning och över 80 procent av våra leverantörer i Europa och är därför relativt opåverkade av geopolitisk osäkerhet och handelshinder. En konsekvens av den geopolitiska osäkerheten är ett ökat behov av förstärkt samhällsberedskap, något vi som bred leverantör till värden i många europeiska länder är fast beslutna att stödja. Vi arbetar med ett flertal initiativ för att bidra till förstärkt samhällsberedskap och drar även lärdomar från vårt stödarbete i Ukraina.

Goda framtidsutsikter

När vi blickar framåt har vi ett betydligt starkare utgångsläge än för ett år sedan. Resultatnivån är högre, kassaflödet starkt, skuldsättningen lägre och organisationen bättre rustad. De strukturella drivkrafterna för vår marknad – en åldrande befolkning, ökade vårdbehov, krav på effektivisering och teknologisk utveckling – är intakta och skapar goda förutsättningar för fortsatt långsiktig lönsam tillväxt. Med en tydlig strategi, en bevisad och skalbar affärsmodell och engagerade team i våra bolag ser vi framtiden an med tillförsikt och entusiasm.

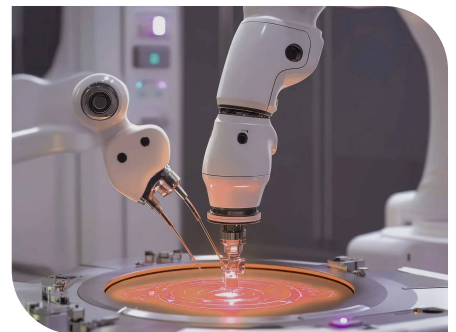
Hållbarhet är samtidigt en integrerad del av vår utveckling. Genom lösningar som bidrar till effektivare vård, bättre patientutfall och ökad resurseffektivitet förenar vi långsiktigt värdeskapande med ansvar för patienter, anställda, samhälle och miljö.

Avslutningsvis vill jag rikta ett stort och varmt tack till alla våra bolag och medarbetare. Ert professionella och engagerade arbete, nära våra kunder, patienter och partners, skapar djupa och långsiktiga relationer och ger förutsättningar för framtida utveckling. Jag vill också tacka våra kunder, leverantörer och ägare för det förtroendefulla samarbetet. Tillsammans står vi starka – väl positionerade för att nu ta nästa steg i AddLifes utveckling och fullt ut utveckla vår beprövade affärsmodell till sin fulla potential.

Stockholm, 1 april 2026



Fredrik Dalborg
VD och koncernchef



AddLife skapar värde

Fyra anledningar att äga aktier i AddLife

AddLife skapar värde genom en stark företagskultur, en decentraliserad affärsmodell och ett aktivt ägande som ger våra medarbetare och dotterbolag stort ansvar och goda utvecklingsmöjligheter. Genom självständiga, entreprenörsdrivna bolag nära kunderna, kombinerat med stöd, kunskap och verktyg från vår stora koncern, driver vi lönsam tillväxt över tid. Strategiska förvärv stärker våra marknadspositioner, breddar vårt erbjudande och tillför nya talanger, vilket sammantaget gör AddLife till ett attraktivt långsiktigt innehav på Life Science-marknaden.



1. Attraktiv icke-cyklisk tillväxtmarknad

AddLife förutspår att medtech-marknaden har en genomsnittlig årlig tillväxttakt om 5 procent och diagnostikmarknaden 2-3 procent. Många av de nischer som AddLife har prioriterat växer ännu snabbare. Marknaden är relativt okänslig för konjunktursvängningar och drivs av demografiska faktorer, en åldrande befolkning och en ökad utbredning av kroniska sjukdomar. De demografiska faktorerna tillsammans med teknikutveckling, en ökad efterfrågan på preventiv- och individanpassad medicin och ett ökat fokus på tidsbesparande processer ökar efterfrågan på AddLifes produkter inom vård, omsorg, diagnostik och forskning.

- Medtech CAGR: **5 procent**
- Diagnostik CAGR: **2-3 procent**

2. Kassaflöde finansierar tillväxt

Bolagets ambition har under de senaste åren varit att minska nettoskuldsättningen med stöd av det egna kassaflödet. AddLife har under 2025 uppnått och överträffat denna ambition och kan därför framåt allokera merparten av kassaflödet till organisk och förvärvad tillväxt. Bolagets förvärvsagenda grundar sig på att finansiera förvärven genom egna kassaflöden. AddLife eftersträvar lönsam organisk tillväxt och har en hög andel av återkommande försäljning och långa kontrakt som genererar stabila kassaflöden. Med fokus på rörelsekapital och lönsamhet genererar bolaget därmed starka och stabila kassaflöden över tid som kan finansiera tillväxten.

Operativt kassaflöde:

- **+27 procent** tillväxt
- **Nettoskuld minskad ~900 MSEK**

3. Tydlig strategi för att skapa tillväxt

En central del av AddLifes tillväxtstrategi är förvärv, med fokus på mindre och medelstora bolag, med attraktiva marginaler. AddLife har stor erfarenhet av förvärv, med en etablerad process för att identifiera målbolag och genomföra framgångsrika transaktioner. Målsättningen är att de förvärvade dotterbolagen ska fortsätta utvecklas utifrån sina styrkor med basen i en decentraliserad affärsmodell, och med stöd av en aktiv ägare med gedigen erfarenhet av Life Science marknaden. För de självständiga dotterbolagen sätts bolagsanpassade mål vilka är kopplade till koncernens finansiella mål.

- **Mål 15 procent** EBITA-tillväxt/år
- **Genomsnitt 29 procent** sedan 2019

4. Stark marknadsposition i Europa

AddLifes affärsmodell bygger på att AddLife via dotterbolagen skapar värde och bygger ledande marknadspositioner i utvalda marknadsnicher i Europa. Bolaget har en bred geografisk spridning med verksamhet i 30 länder, där AddLifes dotterbolag har väletablerade säljorganisationer med hög teknisk kompetens som i kombination med den differentierade produkt- och tjänsteportföljen skapar starka långsiktiga kundrelationer och förutsättningar för goda affärer.

- **30 länder**
- **85 dotterbolag**
- **2 300 anställda**

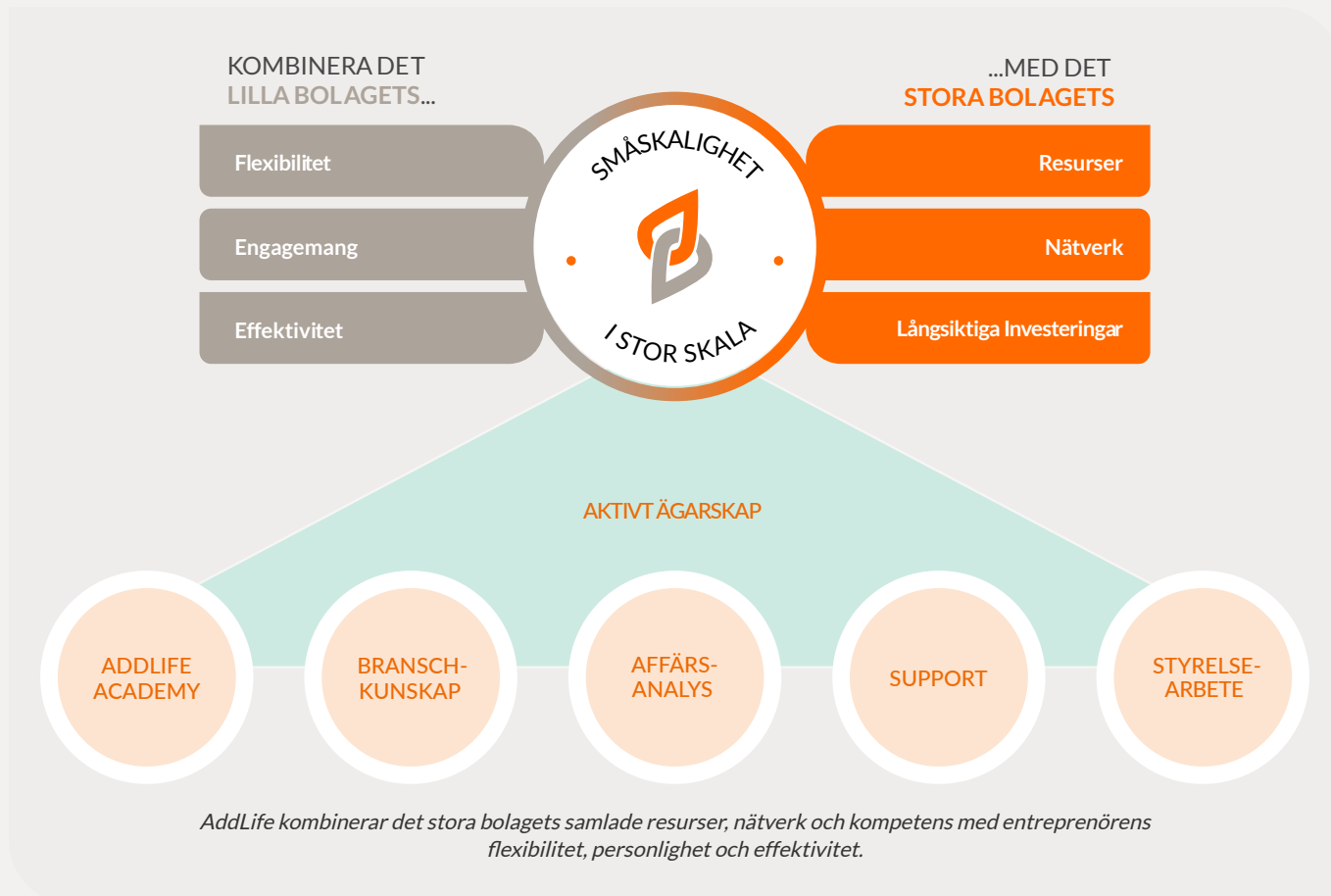
Långsiktig lönsam tillväxt

AddLife utvecklar och förvärvar lönsamma, marknadsledande bolag inom utvalda nischer i Life Science. Med en beprövad decentraliserad affärsmodell fokuserar vi på att uppnå långsiktig lönsam tillväxt och hållbar utveckling.

Fokus för AddLifes beprövade och decentraliserade affärsmodell är långsiktig lönsam tillväxt och hållbar utveckling. Under 2025 fortsatte koncernen att framgångsrikt följa sin tillväxtplan, samtidigt som ytterligare åtgärder vidtogs för att stärka lönsamheten och förbättra kassaflödet.

Inom AddLife kombineras det stora bolagets samlade resurser, nätverk och kompetens med entreprenörsdrivna dotterbolags flexibilitet, närhet till kund och snabbhet i beslutsfattandet.

AddLife agerar som en långsiktig och aktiv ägare med tydligt fokus på affärsutveckling, resultattillväxt och förbättrad lönsamhet. Dotterbolagen ansvarar för den egna affärsverksamheten inom ramen för de tydliga mål som koncernen sätter avseende resultattillväxt, lönsamhet och hållbar utveckling. Den decentraliserade strukturen skapar goda förutsättningar för starkt kundfokus, korta beslutsvägar, nätverkande och kunskapsdelning mellan bolagen. Samtidigt minskar risken i koncernen genom att verksamheten inte är beroende av enskilda kunder eller leverantörer.



Marknadsledande inom utvalda nischer

Den europeiska Life Science-marknaden är stor, fragmenterad och växer stadigt oberoende av den generella konjunkturen. Inom denna marknad har AddLife byggt upp ledande positioner i noggrant utvalda nischer på många geografiska marknader. Dotterbolagen strävar efter att skapa tydligt mervärde genom avancerade och differentierade produkter tillsammans med marknadsledande lokal service och support, inom sina respektive produktsegment.

För att säkerställa långsiktig tillväxt och en uthållig efterfrågan på koncernens erbjudande fokuserar AddLife på fyra tydligt definierade kundkategorier: Biomedical and Research, Diagnostics, Hospital och Homecare. Dessa kundkategorier utgör även AddLifes affärsenheter och är utgångspunkten för hur bolagen är organiserade.

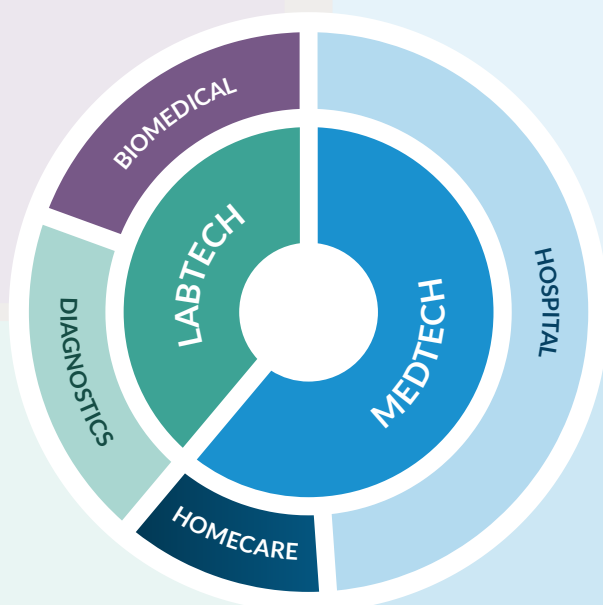
AddLifes kundkategorier och produktsegment

Biomedical and research

Avancerade instrument
Förbrukningsmaterial
Laboratorieutrustning
Cellbiologi
Reagenser

Diagnostics

Mikrobiologi
Molekylär genetik
Klinisk kemi
Immunologi
Hematologi
Cytologi och patologi
Patientnära tester



Hospital

Kirurgi
Ortopedi
Intensivvård
Endoskopi
Sårvård
IT för sjukvård
Oftalmologi

Homecare

Bostadsanpassning
Välfärdsteknologi
Tekniska hjälpmedel

Kundkontakten sker via dotterbolagen

Förtroende och närhet till kund är en av AddLifes viktigaste konkurrensfördelar. Dotterbolag är etablerade i ett stort antal europeiska länder och har starka kommersiella organisationer med säljare, produktspecialister, marknadsföringsresurser, kundsupport samt utbildnings- och servicepersonal. Alla kundkontakter och affärsrelationer hanteras av dotterbolagen, som i sina respektive marknader bygger långsiktiga samarbeten med både kunder och leverantörer genom välutvecklade lokala försäljnings- och serviceorganisationer.

Kunderna finns inom såväl privat som offentlig sektor; framför allt på sjukhus, inom hemvård, på laboratorier inom sjukvård och forskning, vid universitet och högskolor samt inom läkemedels- och livsmedelsindustrin. Majoriteten av AddLifes kunder finns inom offentlig sektor, där försäljning i huvudsak sker genom offentliga upphandlingar och långsiktiga avtal.

Leverantörsrelationerna hanteras av dotterbolagen

De nära kundrelationerna och det starka, lokalt förankrade serviceerbjudandet ger dotterbolagen en unik insikt i både nuvarande och framtida kundbehov samt förmågan att stödja kunder vid implementering av nya teknologier. Tack vare dessa insikter och relationer kan dotterbolagen tillhandahålla mycket avancerade och konkurrenskraftiga produktportföljer som kontinuerligt utvecklas.

Leverantörsrelationerna är ofta långsiktiga och hanteras av dotterbolagen. I flera fall sker samarbete mellan dotterbolagen i olika länder, vilket kan ge leverantörerna en effektiv väg in på fler geografiska marknader och samtidigt stärker AddLifes erbjudande gentemot kunderna.



Holm&Halby växer genom innovativ digitalisering

Genom innovativa lösningar inom digitalisering och automatisering av laboratorieutrustning har Holm&Halby uppnått betydande tillväxt under senare år. Företaget fortsätter att stärka sin position som en ledande aktör på den danska marknaden för laboratorieutrustning.

[Se filmen här!](#)

Prioriteringar under 2025

Under 2025 har bolagen inom AddLife arbetat vidare med de prioriteringar som etablerades 2023: resultatförbättringar, organisk tillväxt, kassaflöde och förvärv. Prioriteringsordningen speglar behovet av att ta hand om de många och relativt stora förvärv som genomförts under senare år och att säkerställa att alla delar av det större AddLife presterar i linje med våra förväntningar och vår långsiktiga affärsmodell. Koncernen har också organiserats för att ännu bättre kunna stödja bolagen i detta arbete och samtidigt förbereda för framtida tillväxt.

1. Resultatförbättringar

En kärna i AddLifes affärsmodell är att i varje bolag ha en tydlig förståelse för vilka produkter och verksamhetsdelar som har goda marginaler, och att aktivt vårda och utveckla dessa, och samtidigt kontinuerligt arbeta med att förbättra eller avveckla de delar som har svag lönsamhet.

Under 2025 har förbättringsarbete bedrivits i samtliga bolag i enlighet med denna modell och de positiva effekterna har tydligt visat sig genom successivt stärkta marginaler.

Justerad EBITA-marginal: **12,1 procent (11,3)**

2. Organisk tillväxt

En god organisk tillväxt är ett viktigt hälsotecken för AddLifes bolag. Den speglar starka positioner inom väl valda marknadsnischer, goda kundrelationer och ett kontinuerligt uppdaterat och relevant erbjudande av produkter och tjänster.

AddLife har under 2025 haft god organisk tillväxt, trots svagare utveckling i Storbritannien, en av koncernens största marknader, och trots att mindre lönsamma produkter har avvecklats.

Organisk tillväxt: **3 procent (6)**

3. Kassaflöde

Arbetet med en optimerad kapitalbindning och ett starkt kassaflöde är centralt inom AddLife. Ett effektivt utnyttjande av kapital är avgörande för att kunna växa genom egengenererat kassaflöde och, i den nuvarande fasen, för att minska skuldsättningen.

Ett strukturerat och långsiktigt arbete inom detta område har under året resulterat i tydligt förbättrat kassaflöde och en lägre skuldsättningsnivå.

Operativt kassaflöde: **1 392 MSEK (1 095)**

4. Förvärv

Det förbättrade kassaflödet och den minskade skuldsättningen ökar AddLifes handlingsutrymme för nya förvärv. Under 2025 genomfördes tre förvärv som stärker koncernens position på utvalda marknader och inom prioriterade segment.

Med en vidareutvecklad förvärvsprocess och tydligt definierade prioriteringar av marknadssegment och förvärvskriterier planerar AddLife för en ökad förvärvsaktivitet under 2026.

Antal förvärv: **3 stycken (1)**

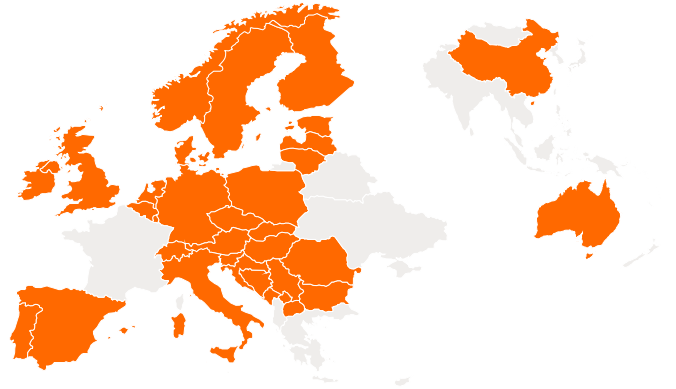


Stark position på en föränderlig, växande Life Science-marknad

AddLife är en ledande aktör inom Life Science med stark närvaro i stora delar av Europa. Med en decentraliserad affärsmodell inriktad på snabbväxande och lönsamma nischer och ett starkt fokus på kundnärhet och värdeskapande erbjudanden kan AddLifes bolag anpassa sig till och dra nytta av de marknadstrender som råder.

AddLife är väl positionerat för att dra nytta av en marknad som präglas av ett växande vårdbehov, längre vårdköer och ett ökande användande av ny teknologi. Behovet av att genomföra fler operationer ökar, samtidigt som bristen på sjukvårdspersonal består.

Denna utveckling driver efterfrågan på tids- och resurseffektiva produkter och tjänster, avancerade instrument samt ändamålsenliga förbrukningsvaror. Inom ramen för sin strategi har AddLife identifierat ett antal prioriterade tillväxtsegment som förväntas bidra väsentligt till resultattillväxten.

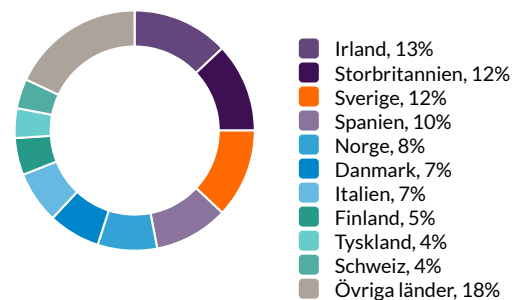


Den europeiska Medtechmarknaden uppgår till strax över 150 miljarder euro. Denna marknad växer med cirka 5 procent per år. Diagnostikmarknaden uppgår till cirka 13 miljarder euro och växer med 2–3 procent årligen. Båda marknaderna är relativt okänsliga för konjunktursvängningar. *Källa: Medtech Europe*

Marknaden är fragmenterad och består av ungefär 38 000 företag, där 90 procent är små och medelstora företag. Tyskland, Frankrike, Storbritannien, Italien och Spanien är de fem största regionala marknaderna. Inom Europa spenderas i genomsnitt 10 procent av BNP på hälso- och sjukvård, varav nästan 8 procent går till medicintekniska produkter. *Källa: Medtech Europe*

Gemensamt för de marknader där AddLifes bolag är verksamma är att en stor del av sjukvården finansieras med offentliga medel och en väsentlig andel av affärerna sker genom upphandling. Upphandlingarna blir allt större i omfång, och har ofta långa kontraktstider. Det finns en trend som går från enbart prisbaserade upphandlingar till modeller som också värderar hållbarhet, framför allt i norra och västra Europa, och kvalitet på service och support.

Nettoomsättning per marknad 2025



Hälso- och sjukvårdens kliniska behov och produkter är globalt likartade, men regulatoriska krav, sjukvårdens struktur och betalningssystem, upphandlingar, vårdpraxis och patientpreferenser skiljer sig väsentligt mellan olika länder och regioner. Dessutom blir service och kliniskt stöd allt viktigare för att kunna utföra avancerade behandlingar. Detta medför att kundnärhet, service, flexibilitet och en stark förankring i den lokala marknaden är viktiga egenskaper hos leverantörer till vården.

AddLifes närvaro i 30 europeiska marknader har stärkt både nya och befintliga leverantörsrelationer, utvidgat gruppens nätverk och möjliggjort försäljning av både egna och distribuerade produkter på nya marknader. AddLifes försäljning är relativt jämnt fördelad över flera europeiska marknader vilket minskar utsatthet för lokala marknadsförändringar. Efter större förvärv under åren 2021 och 2022 är Irland, Storbritannien och Spanien bland de största och snabbast växande marknaderna för AddLife.



Övergripande trender och drivkrafter

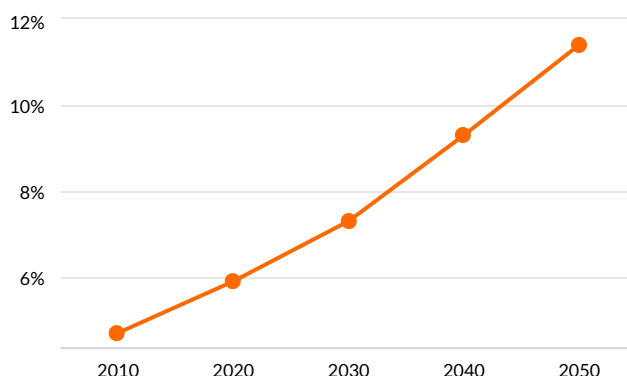
Flera trender och drivkrafter påverkar den europeiska Life Science marknaden. Dessa återspeglar både långsiktigt stabila eller nyligen uppkomna faktorer som berör sektorn och dess leverantörer, och som ställer krav på djup kund och teknologiförståelse samt flexibilitet och anpassningsförmåga. AddLifes decentraliserade affärsmodell gör det möjligt att snabbt anpassa sig till och dra nytta av dessa trender.

Åldrande befolkning

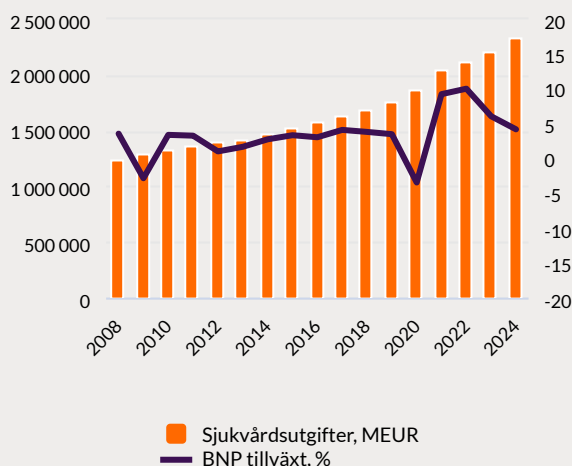
Den åldrande befolkningen är en avgörande faktor; under de kommande 25 åren förutspås befolkningsandelen i EU som är 80 år eller äldre kraftigt öka från nuvarande 6 procent till 11 procent (Eurostat). Detta är en åldersgrupp som är stora konsumenter av vård, omsorg och diagnostik. Sjukvårdskostnader per capita accelererar från 55-60 års ålder för att nå den högsta nivån runt 80-85 år, med en bibehållen hög kostnadsnivå därefter.

Samtidigt ökar andelen människor med kroniska sjukdomar, vilket medför att en generellt ökande äldre befolkning lever längre med en eller flera kroniska sjukdomar. Detta skapar en långsiktig efterfrågan på sjukvårdsprodukter, tjänster och lösningar som stödjer en effektivare vård av en äldre befolkning.

Andel EU medborgare 80+



Sjukvårdsutgifter



Not: Inkluderar AddLifes marknader i Europa samt Australien.

Ekonomiska faktorer

Sjukvården i Europa är i stor utsträckning skattefinansierad och med ett ständigt växande behov. Vården är en högt prioriterad samhällsfråga, vilket skapar en viss immunitet mot budgetnedskärningar, även i tider av ekonomisk åtstramning.

Denna stabila tillväxt kan ses genom att analysera BNP-tillväxt i relation till sjukvårdsutgifter över tid på de marknader där AddLife är verksam. Detta visar på att AddLife verkar inom en marknad där efterfrågan är stabilt växande och relativt oberoende av konjunktursvängningar (OECD, WHO, European Central Bank).

Regelverk

Marknaden kännetecknas av strikt reglering som omfattar alla aktörer, oavsett om de är privata eller statliga. Detta bidrar till försiktighet och viss tröghet, men också till stabilitet och förutsägbarhet.

Höga krav ställs på leverantörer gällande produktkvalitet, certifieringar, upphandlingskrav, regelefterlevnad och övervakning, vilket skapar höga inträdesbarriärer för nya aktörer. Nya EU-förordningar för medicintekniska produkter, MDR, och för produkter för In vitro-diagnostik, IVDR, är under implementering i branschen, även om övergångsperioden har förlängts till 31 december 2027/28/29 beroende på klassificering.

De nya regelverken kommer i många fall kräva förnyade och mer komplexa prövningar för CE-certifiering. I slutet av 2025 presenterade EU kommissionen förslag om att förenkla dessa regelverk något, i syfte att säkerställa snabbare processer och lägre kostnadskrav för mindre bolag. Utöver detta införs kontinuerligt nya hållbarhetskrav, med viss variation i implementering beroende på marknad.

Detta är ett kostsamt och betungande arbete för mindre aktörer med begränsade resurser, vilket gynnar bolag som är del av en större företagsgrupp. Det leder också till att större utomeuropeiska leverantörer i högre grad söker starka lokala partners som kan stötta dem i detta arbete.

Teknologisk utveckling

AddLife gynnas av tre snabbt växande teknologiska områden:



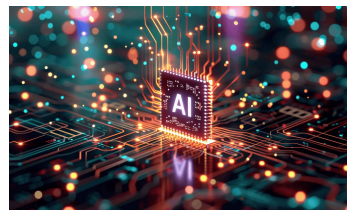
1. Next Generation Sequencing

NGS har länge varit etablerat inom forskningen och expanderar nu snabbt även inom diagnostikområdet. AddLife har ett konkurrenskraftigt erbjudande inom NGS och samarbetar sedan länge med flera ledande leverantörer. Marknaden förväntas växa med cirka 15 procent per år (*Källa: Market Data Forecaster*), vilket möjliggör för AddLife att stärka sin position ytterligare genom att utöka sitt leverantörsnätverk eller genom strategiska förvärv.



2. Robotkirurgi

Robotkirurgi är ett dynamiskt och snabbt växande segment med en marknadsstorlek i Europa på 1,8 miljarder USD (2024) och en årlig tillväxt på 16 procent (Global Market Insights), drivet av teknologiska framsteg som förbättrar kliniska resultat och minskar behovet av vårdpersonal. AddLife har under 2025 utvecklat ett starkt erbjudande inom området genom samarbete med sju ledande leverantörer av robotsystem i sex av våra nyckelmarknader. Bolaget är väl positionerat för att leverera denna avancerade teknologi till sina kunder och möta den ökande efterfrågan på innovativa kirurgiska lösningar.



3. Artificiell intelligens

AI har stor potential inom hela sjukvården, där den bidrar till förbättrad diagnostisk träffsäkerhet och ökad effektivitet. AddLife erbjuder redan flera AI-baserade lösningar, inklusive digital patologi och digitala tillsynstjänster. Genom starka kundrelationer, djup förståelse för inköpsprocesser och en unik kombination av mjukvara, produkter och tjänster är AddLife väl positionerat att ytterligare bredda sitt AI-erbjudande.



Konkurrenssituation som skapar möjligheter

AddLife verkar i en dynamisk marknad med aktörer som är konkurrenter, leverantörer, eller potentiella förvärvsobjekt, ofta med överlappande roller.

Marknaden genomgår förändringar, inklusive omstruktureringar av globala tillverkare och förändrade marknadsstrategier samt ägarskiftet inom multinationella distributionsgrupper. Detta har på olika sätt inneburit fördelaktiga förutsättningar för AddLife i sin framtida organiska och förvärvade tillväxt.

	GLOBALA PRODUKTBOLAG	MULTINATIONELLA DISTRIBUTÖRER	MINDRE LOKALA DISTRIBUTÖRER
PROFIL			
BESKRIVNING	- Utvecklar och tillverkar produkter - Blandad go-to-market strategi – direkt och distribution	- Förvärv som del av tillväxtstrategi - Ingen med full europeisk täckning eller Medtech-Labtech-kombination	- Stort antal lokala distributörer - Ofta ägardrivet bolag
RELATION	KONKURRENT OCH/ELLER LEVERANTÖR	KONKURRENT (ADDLIFES PROFILGRUPP)	KONKURRENT/ POTENTIELL FÖRÄRVSKANDIDAT
PÅGÅENDE TRENDER	- Fokus flyttats till kärnportföljer, vinster istället för marknadsandelar - Uppdatering av go-to-market strategier	- Ambition att expandera till segment med högre marginal - Ägarförändringar förväntas	- Kapitalkrav - Regleringsmiljön - Begränsningar i succession, talang och affärsutveckling
MÖJLIGHETER FÖR ADDLIFE	- Vinna marknadsandelar - Nya produktportföljer	Vinna marknadsandelar från distraherad konkurrent	- Vinna marknadsandelar - Potential för förvärv

Globala faktorer

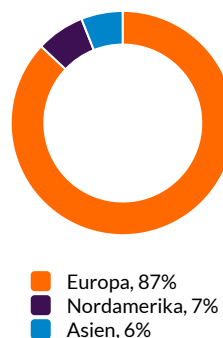
Den lokala marknaden är starkt beroende av internationell produktutveckling och tillverkning, vilket gör den sårbar för globala störningar. Ökade geopolitiska spänningar och pågående krig och konflikter, såsom Rysslands invasion av Ukraina och kriget i Mellanöstern, påverkar förutsättningarna. Även protektionistiska handelsåtgärder, nya handelstullar och störningar i internationella transporter kan kraftigt påverka tillgången till råmaterial och produkter, leveranssäkerheten och kostnadsnivåerna i Europa.

AddLife, med verksamhet främst i Europa, är väl positionerat för att hantera utvecklingen i världshandeln, vilken förväntas vara ett osäkerhetsmoment under 2026 och framöver. Vidare har AddLife en strategi för regionala inköp, diversifierade leverantörsrelationer och nära samarbeten med lokala kunder, vilket bidrar till att minimera riskerna från globala störningar.

Majoritet av leverantörsrelationerna i Europa

AddLife är väl positionerat med mer än 95 procent av försäljningen i Europa. Över 80 procent av produkterna kommer från europeiska leverantörer, mindre än 10 procent från Nordamerika och mindre än 5 procent från Kina.

Andel leverantörer 2025



Personalbrist i vården

Det råder brist på arbetskraft inom hälso- och sjukvården i hela Europa. Behovet förväntas öka med den åldrande befolkningen och högre förekomst av kroniska sjukdomar. Utmaningen förvärras även av en åldrande arbetskraft samtidigt som kompetenskraven ökar inom digitala färdigheter. Detta ger upphov till kapacitetsproblem inom vården, vilket ökar kraven på process- och resurseffektivitet.

AddLife erbjuder ett brett utbud av produkter som möter sjukvårdens behov för en mer effektiv patientvård. Personalbristen har lett till en större efterfrågan på våra resurseffektiva och avancerade teknologiska lösningar, såsom exempelvis minimalinvasiv kirurgi, vilket stärker vår position på marknaden.



Trender inom Medtech

PLANERAD KIRURGI

Pandemins långsiktiga effekter märks fortfarande i Europa, där vårdköer har fortsatt att växa och återhämtningen sker långsamt. Vissa länder har vidtagit åtgärder såsom ökad finansiering och personal för att minska vårdskulden, inklusive en ökad öppenhet för nya teknologier samt utökad användning av privat vård och digitala besök.

Ökat antal kirurgiska ingrepp kommer att behövas under en lång period. AddLife har genom sitt breda utbud och starka serviceerbjudande inom planerad kirurgi aktivt bidragit till att minska vårdskulden. Med ny teknologi kan operationer ske på kortare tid, med lägre personalbehov samt med kortare eftervård. AddLifes decentraliserade affärsmodell och närhet till kunderna har möjliggjort flexibilitet i försäljning och därmed har vi tagit marknadsandelar gentemot konkurrenter.

CIRKULÄRA AFFÄRSMODELLER

Intresset för cirkulära affärsmodeller ökar, särskilt inom hjälpmedelssektorn där produkter som kan renoveras och återanvändas blir alltmer efterfrågade. Detta minskar visserligen viss nyförsäljning, men skapar samtidigt utrymme för nya affärsmodeller.

AddLife möter och driver på denna utveckling genom att erbjuda tjänster som service, renovering och sterilisering av hjälpmedel i Irland samt uthyrning av utrustning till sjukhus och privatboende. AddLife utforskar aktivt möjligheter att bredda sortimentet med återanvändbara produkter och utveckla nya, cirkulära affärsmodeller.

VÅRD I HEMMET

Den demografiska utvecklingen, stigande vårdkostnader, personalbrist och förändrade preferenser driver trenden att äldre med vårdbehov i högre utsträckning bor kvar hemma längre. För att möjliggöra detta krävs anpassningar av bostäder och hjälpmedel, samt ett ökat utnyttjande av digitala lösningar.

AddLife bidrar genom att erbjuda välfärdsteknik på flera nordiska marknader, inklusive innovativa lösningar som Hepros "Nattugla", en digital tillsynstjänst som använder anonymiseringsfunktioner och AI för konstant lärande och prevention.

Trender inom Labtech

VÄXANDE ANVÄNDNINGSSOMRÅDE FÖR DIAGNOSTIK

Marknadens expansion drivs av framsteg inom teknik, som underlättar utvecklingen av mer avancerade, specifika, snabba och kostnadseffektiva testmetoder. Ett exempel är precisionsmedicin, där genetiska tester identifierar en viss genetisk markör, för att avgöra vilken behandling som blir mest verksam för en enskild patient. Ett annat exempel är snabbtester för en alltmer utbredd antibiotikaresistens.

AddLife bidrar aktivt till denna utveckling genom att erbjuda produkter, rådgivning och tjänster inom avancerad diagnostik. AddLife har dessutom en viktig roll när nya teknologier går från att användas inom forskning till att även användas inom klinisk diagnostik. Under de senaste åren har samarbeten med befintliga leverantörer utökats till nya marknader, till exempel inom områden som Next Generation Sequencing (NGS) inom genteknik och diagnostik för sepsis.

DECENTRALISERING INOM DIAGNOSTIK

Pandemiåren har accelererat utvecklingen mot mindre och mer lättanvända diagnostikinstrument som bibehåller laboratorie kvalitet till lägre kostnader och med högre tillgänglighet. Dessa instrument, som ofta används i Point-of-Care sammanhang, når nu nya kundgrupper såsom sjukhusavdelningar och apotek. Efterfrågan på multiparameterinstrument, som möjliggör flera tester från ett och samma prov, har också ökat.

AddLife har etablerat sig som en expert inom området, med framgångsrika samarbeten bland annat i Sverige, Norge, och Finland, och fortsätter att utforska nya möjligheter för att möta kundernas behov.

OUTSOURCING INOM BIOTECH- OCH LÄKEMEDELSINDUSTRI

Den ökande tillväxten inom läkemedelsutveckling har lett till en större efterfrågan på outsourcing, särskilt bland mindre, innovativa biotechbolag som anlitar externa tjänster och analysfunktioner. Detta har resulterat i en expansion av både befintliga och nya tjänsteerbjudanden inom området.

AddLife erbjuder idag omfattande applikationssupport och utveckling av analytiska metoder till detta kundsegment och utvärderar löpande nya möjligheter att vidareutveckla tjänsteerbjudandet.

DIGITALA FÖRSÄLJNINGSKANALER INOM FORSKNING

Andelen utomeuropeiska leverantörer inom forskning som erbjuder icke-exklusiva distributionsavtal ökar. Detta leder till en växande andel digital försäljning, både från tillverkare som säljer direkt till kunder och från distributörer som verkar på flera geografiska marknader.

AddLife har flera bolag med erbjudande inom detta område, där merparten av försäljning sker digitalt. Ytterligare bolag inom gruppen utvärderar möjligheterna att öka dessa tjänster inom sina respektive kundgrupper och segment.

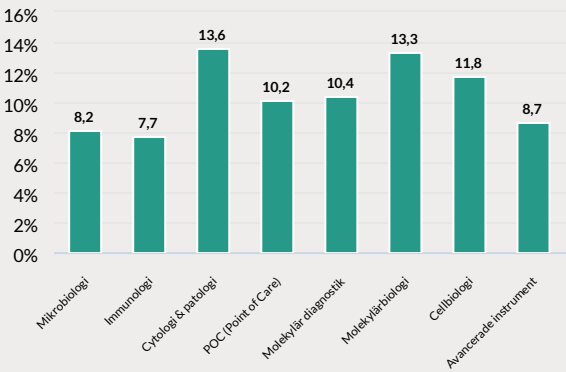
Prioriterade segment för AddLife

AddLife har i sin strategi identifierat ett antal prioriterade segment i portföljen, baserat på en högre potential för både organisk och förvärvad tillväxt. Den genomsnittliga tillväxten i de utvalda segmenten är stark, där Labtech-segmenten växer med 9,5 procent och Medtech-segmenten växer med 7,5 procent, vilket överstiger branschens genomsnitt.

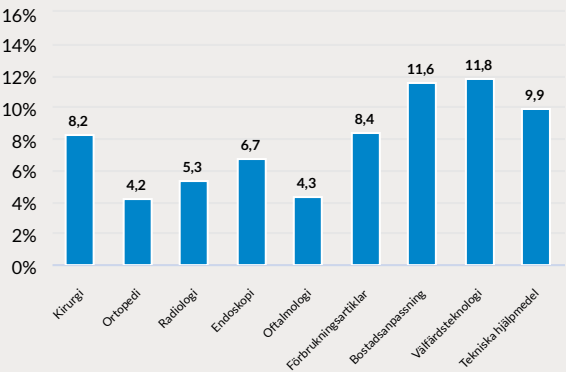
Prioriterade segment	Förväntad marginal, %	Adresserbar marknad (USDm) ¹	Marknad CAGR 2023 - 2028, %	Beskrivning och motivering
DIAGNOSTICS				
Mikrobiologi	>12	1 300	8,2	Nya teknologier utvecklas, t.ex. nanoteknik för biosensorer, metagenomik eller snabb-PCR
Immunologi	>12	35 400	7,7	Växande segment, t.ex. allergi, autoimmunitet och infektionsserologi
Cytologi & patologi	>12	5 300	13,6	Digital patologi är den avgörande drivkraften för segmentets expansion
POC (Point of Care)	10-12	15 200	10,2	Nya teknologier utvecklas och nya marknader öppnas inom Point of Care
Molekylär diagnostik & genetiska tester	>12	5 300	10,4	Växande marknad med ny teknologi och fragmenterad konkurrens
BIOMEDICAL & RESEARCH				
Molekylärbiologi	>12	6 200	13,3	Nya teknologier driver marknaden, t.ex. singelcellssekvensering eller CRISPR-Cas9-teknik
Cellbiologi & odling	10-12	9 300	11,8	Bioteknologisk forskning växer
Avancerade instrument för laboratorieanalys	10-12	22 800	8,7	Avancerade nischapplikationer som ofta stödjer försäljning av reagenser (instrumentvärden >10 KEUR)
HOSPITAL				
Kirurgi	>10	4 600	8,2	Hög efterfrågan, intressanta delsegment som ENT (egna produkter) eller bariatrisk kirurgi
Ortopedisk kirurgi	>10	9 200	4,2	Höga marginaler och tillväxt, möjligheter till geografisk expansion
Interventionell radiologi	>10	8 000	5,3	En del av den snabbt växande minimalinvasiva kirurgin
Endoskopi	>10	9 700	6,7	En del av den snabbt växande minimalinvasiva kirurgin
Oftalmologi	>10	20 600	4,3	Växande efterfrågan, unik AddLife-plattform
Förbrukningsartiklar för sjukvården	8-10	103 400	8,4	Möjligheter med egna produkter i befintliga kanaler, vilket tillför stabila volymer till verksamheten
HOMECARE				
Bostadsanpassning	>12	1 400	11,6	Växande initiativ för att människor ska kunna bo kvar hemma längre innan de flyttar till en institution
Välfärdsteknologi	8-10	3 600	11,8 ²	Nya digitala teknologier, hög tillväxt och potential i utvalda geografiska marknader
Tekniska hjälpmedel	>12	4 400 ³	9,9 ⁴	Avancerade tekniska hjälpmedel för funktionshindrade och äldre är en växande marknad

Marknader: Europa och Australien. Välfärdsteknik enbart Europa. 2021–2027.
Källa: Market Data Forecast, Berg Insight, Next MSC, AddLife analys.
¹Europa och Australien. ²Prognosperiod 2021–2027. ³Endast Europa, data från 2024. ⁴2024–2029.

Labtech marknad CAGR 2023-2028



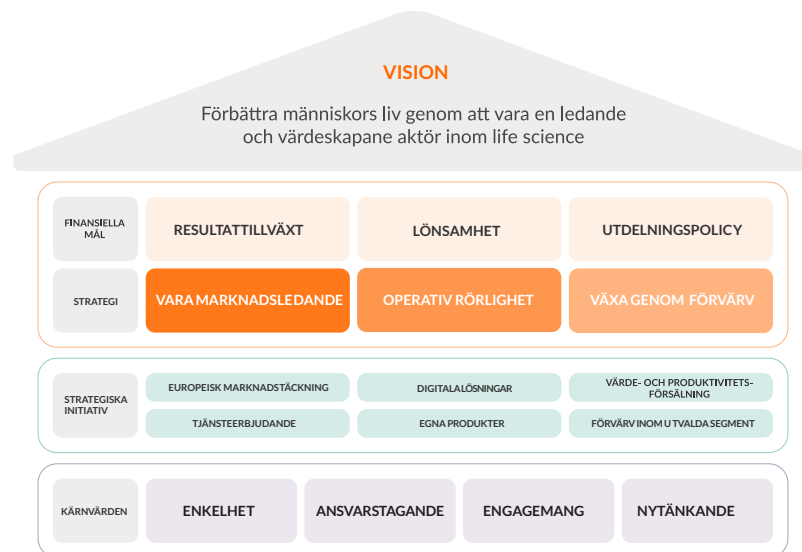
Medtech marknad CAGR 2023-2028



Uppnå långsiktig tillväxt

AddLifes strategi grundar sig på marknadsledande positioner, operativ rörlighet och tillväxt genom förvärv och utgår från koncernens affärsmodell, kultur och värderingar.

Med visionen om att förbättra människors liv genom att vara en ledande värdeskapande partner inom Life Science har AddLife utvecklat en strategisk plattform som reflekterar såväl den beprövade affärsmodellen som bolagets värderingar.



AddLifes strategi

1. Vara marknadsledande

För att uppnå en stabil resultattillväxt och långsiktig lönsamhet är det avgörande att vara marknadsledande inom utvalda nischer. För att nå detta mål strävar verksamheterna efter att:

- skapa värde och bygga upp marknadsledande positioner inom utvalda nischer
- vara kvalificerade leverantörer och rådgivare till kunder inom utvalda områden
- stärka försäljningen genom nära relationer med kunder, tillverkare och leverantörer, samt genom att tillhandahålla en kontinuerligt uppdaterad portfölj av marknadsledande produkter av hög kvalitet



2. Operativ rörlighet

Hög operativ rörlighet gör det möjligt för AddLife att snabbt anpassa sig till förändringar och skapa goda förutsättningar för verksamhets- och lönsamhetstillväxt. För att uppnå detta mål:

- agerar dotterbolagen snabbt och flexibelt för att ta till vara nya affärsmöjligheter i sina lokala marknader
- utvecklar AddLife, i rollen som aktiv och långsiktig ägare, verksamheten som helhet genom tydliga mål, uppföljning och stöd i strategiska frågor



3. Växa genom förvärv

Förvärv är, tillsammans med organisk tillväxt, en central del av AddLifes modell för långsiktig resultattillväxt. För att säkerställa en uthållig och värdeskapande förvärvsagenda:

- söker AddLife kontinuerligt efter nya Life Science-bolag som har ledande positioner inom utvalda nischer
- tillämpar AddLife en strukturerad förvärvsprocess som bygger på lång erfarenhet av både företagsförvärv och de marknader där koncernen är verksam, och som kontinuerligt utvecklas
- vidareutvecklar AddLife de förvärvade dotterbolagen långsiktigt, med fokus på lönsam tillväxt, starkt marknadsposition och integrering i koncernens kultur och arbetssätt



STRATEGISKA INITIATIV

AddLife har definierat sex strategiska initiativ som baseras på koncernens konkurrensfördelar, storlek och marknadsnärvaro.



Europeisk marknadstäckning

AddLifes unika europeiska närvaro, i kombination med ett aktivt internt nätverkssamarbete, skapar möjligheter till en bredare dialog och ett närmare samarbete med nya, strategiskt utvalda leverantörer. Det innebär även ökad förmåga att identifiera och dra nytta av internationella marknadstrender, samt åtkomst till en större marknad för att identifiera de mest attraktiva förvärvsmöjligheterna.



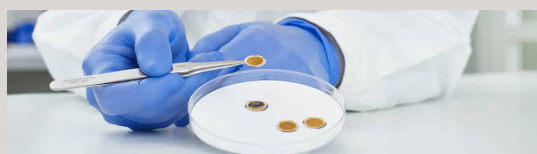
Värde och produktivetsförsäljning

AddLife strävar efter att identifiera fler produkt- och tjänsteerbjudanden som kan hjälpa kunder att skapa mer effektiva processer och därigenom åstadkomma mer med befintlig personal och tillgängliga resurser. Bolagen bidrar till ökad effektivitet inom vård och forskning samt till förkortade värdköer. En stark serviceorganisation är avgörande för att ny teknologiska fungera hos kunderna och ge de avsedda produktivetsvinster.



Digitala lösningar

AddLife utökar sitt erbjudande inom digitala lösningar, antingen fristående eller i kombination med andra produkter och tjänster i portföljen, samt nyttjar i allt högre grad digitala lösningar för att förbättra affärsverksamhetens effektivitet. Parallellt med detta stärks arbetet med IT-säkerhet kontinuerligt. Lösningar inom artificiell intelligens implementeras i vissa portföljerbjudanden och används även internt för att öka effektiviteten.



Egna produkter

Baserat på djup kundförståelse och nära kundrelationer tillvaratar AddLife potentialen i att sälja och marknadsföra egna produkter genom interna marknadskanaler. Detta kan vara en viktig komponent i en produktportfölj som är relevant för kundgruppen och kan också bidra till att förbättra marginalerna. Under 2025 har vi exempelvis stärkt erbjudandet av egna produkter inom ortopedisk kirurgi genom ett förvärv.



Tjänsteerbjudande

AddLife strävar efter att öka tjänsteutbudet för att stärka kundrelationerna och öka sin differentiering samt värdet för kunden. AddLife tillhandahåller avancerade produkter som hjälper kunderna att förbättra kliniska resultat, effektivisera processer och utveckla nya behandlingsformer. Dessa avancerade produkter kräver kvalificerad utbildning, service och support för användarna. Bolagen inom AddLife lägger stor kraft på detta erbjudande, vilket är en förutsättning för att vara en betrodd leverantör av avancerade produkter. Den höga servicenivån skapar också lojalitet, differentiering och potential för höga och stabila marknadsandelar inom områden med höga marginaler.



Förvärv inom utvalda segment

Koncernen letar aktivt efter förvärvskandidater inom prioriterade tillväxtsegment och geografier, företrädesvis mindre och medelstora fristående bolag eller tilläggsförvärv med attraktiva marginaler. Dotterbolagens unika nätverk på lokala marknader och deras gedigna produktkompetens är en stor tillgång i detta arbete, tillsammans med vår starka kultur samt beprövade och ständigt förbättrade processer och metoder. Under 2025 har vi genomfört tre förvärv inom de prioriterade tillväxtsegmenten molekylärbiologi, avancerade instrument för laboratorieanalys samt ortopedisk kirurgi.

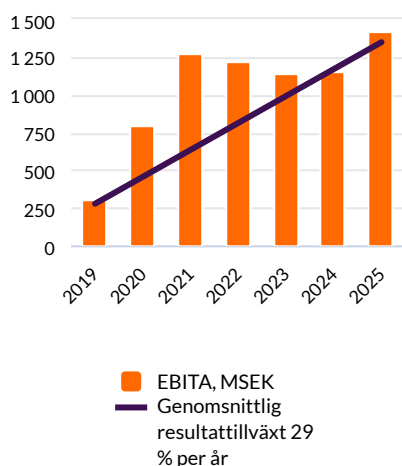
Långsiktiga finansiella mål

Målsättningen är att över en femårsperiod fördubbla AddLifes resultat (EBITA) genom en genomsnittlig årlig tillväxt om 15 procent. Tillväxten ska genereras både organiskt och genom förvärv, där förvärven till stor del finansieras via det egna kassaflödet. En hög lönsamhet, mätt som avkastning på rörelsekapital (R/RK) om minst 45 procent, är en förutsättning för detta.

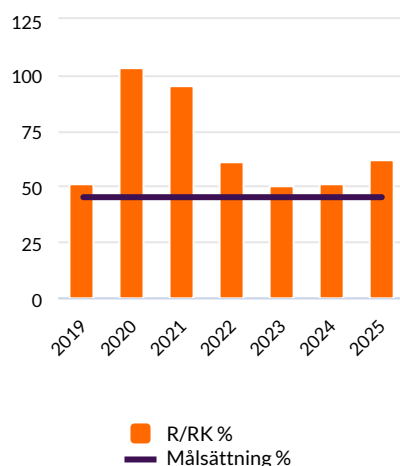
Modell för finansiell styrning

Utifrån koncernens övergripande långsiktiga finansiella mål, och respektive dotterbolags situation, finansiella ställning och förutsättningar har samtliga dotterbolag individuella mål och finansiella fokusområden för både resultattillväxt och lönsamhet (R/RK). Räknat som andel av koncernens totala omsättning fokuserar cirka 20 procent av dotterbolagen främst på EBITA marginalen, 65 procent på ökad resultattillväxt och 15 procent på effektivisering av rörelsekapitalet.

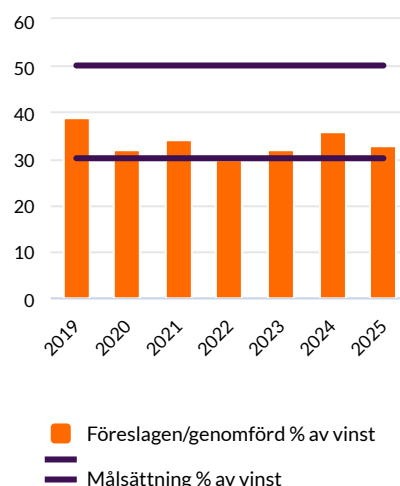
Resultattillväxt EBITA



R/RK



Utdelning



Resultattillväxt EBITA 15 procent

Resultattillväxten (EBITA) ska långsiktigt uppgå till 15 procent per år. Under 2025 ökade justerad EBITA med 8 procent, varav organisk tillväxt uppgick till 10 procent och förvärvad tillväxt till 2 procent. Valutakursförändringar påverkade EBITA negativt med 4 procent. Justerad EBITA är korrigerad för försäljning av verksamhet under räkenskapsåret samt omvärderade tilläggsköpeskillningar och omstrukturingskostnader föregående år.

Lönsamhet 45 procent

Lönsamheten (R/RK), dvs relationen mellan rörelseresultat (EBITA) och rörelsekapital, ska överstiga 45 procent. Detta mål gäller alla dotterbolag inom AddLife. Under året 2025 uppgick R/RK till 62 procent.

Utdelningspolicy 30-50 procent

AddLifes utdelningspolicy innebär en målsättning om en utdelning motsvarande 30-50 procent av koncernens resultat efter skatt. Hänsyn tas till investeringsbehov och andra faktorer som bolagets styrelse anser vara av betydelse. Koncernen har god och stabil kassagenerering och en affärsmodell som är okänslig för konjunktursvängningar. Nettoskulden har under året minskat genom eget genererat kassaflöde. Styrelsen föreslår till årsstämman 2026 en utdelning om 1,50 SEK per aktie för verksamhetsåret 2025, vilket motsvarar 33 procent av koncernens resultat efter skatt.

8%

RESULTATTILLVÄXT

62%

LÖNSAMHET R/RK

1,50 SEK

UTDELNING PER AKTIE

Affärsområde Labtech

Affärsområdet Labtech erbjuder produkter, lösningar och tjänster inom bland annat diagnostik, biomedicinsk forskning och laboratorieanalys. Affärsområdet består av två affärsenheter, Biomedical & Research och Diagnostics. De mest betydande kundgrupperna är sjukhuslaboratorier, akademisk forskning och läkemedelsbolag, huvudsakligen i Norden och i allt högre utsträckning övriga Europa.



Affärsområdet erbjuder ett brett sortiment av produkter och lösningar, inklusive instrument och utrustning, förbrukningsvaror och reagenser, som används för att diagnostisera sjukdomar och bedriva forskning. En stor del av försäljningen är kopplad till installerade instrument genom upphandlingar och långsiktiga avtal, vilket ger en stabil återkommande affär baserad på förbrukningsartiklar och service. Affärsområdet tillhandahåller även utbildning, kvalificerad teknisk service och applikationsstöd för att säkerställa effektiv användning av utrustningen och goda kliniska och forskningsmässiga resultat hos kunderna.

Stärkt position under 2025

Som oberoende distributör kan bolagen inom Labtech snabbt anpassa sig till förändringar i leverantörernas strategier och i kundernas behov. Dotterbolagen erbjuder globala leverantörer en stark kommersiell organisation med lokal närvaro i ett växande antal europeiska länder, vilket gör det möjligt att lansera nya teknologier brett men ändå kundnära. Under 2025 fortsatte dotterbolagen inom Labtech att stärka sin position inom prioriterade tillväxtsegment såsom avancerad molekyldiagnostik, gensekvensering (NGS), blodgas, immunologi och digital patologi. Dessa områden kännetecknas av högre tillväxt och goda marginaler, vilket bidrog till att affärsområdets lönsamhet förbättrades ytterligare under året. Den valutajusterade organiska tillväxten uppgick till 5 procent och förvärvad tillväxt till 1 procent. EBITA ökade med 11 procent och EBITA-marginalen uppgick till 12,5 procent (11,7).

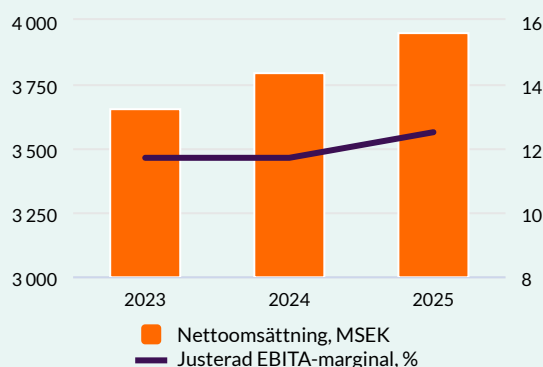
MSEK	2025	2024	2023
Nettoomsättning	3 953	3 797	3 654
EBITA	495	445	473
EBITA-marginal, %	12,5	11,7	12,9
Justerad EBITA	495	445	445
Justerad EBITA-marginal, %	12,5	11,7	11,7
Antalet anställda	817	790	805
Organisk tillväxt			
Total tillväxt, %	4,1	4,0	-5,8
(-) Valuta, %	-2,7	-0,5	4,7
(-) Förvärvad, %	1,4	1,6	0,7
Organisk tillväxt, %	5,4	2,9	-11,2

Marknadsutveckling 2025

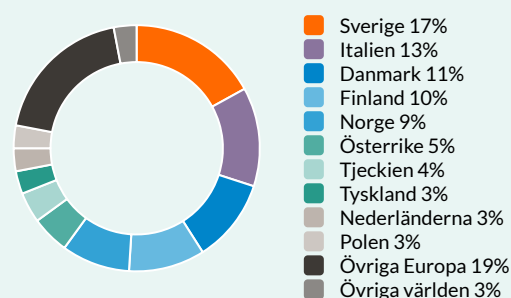
Efterfrågan på förbrukningsartiklar kopplade till diagnostik och laboratorieverksamhet var stabil och växande även under 2025. Vunna upphandlingar under de senaste åren fortsatte att bidra positivt genom ökade volymer för reagenser och annan förbrukning. Samtidigt var investeringsviljan för större instrumentaffärer fortsatt återhållsam inom vissa delar av akademisk forskning, där budgettryck och längre beslutsprocesser kvarstod.

Flera globala leverantörer fortsatte att justera sina marknadsstrategier, vilket skapade möjligheter för bolagen inom Labtech att ta över produktportföljer, vinna upphandlingar från konkurrenter och bredda sina erbjudanden inom utvalda nischer. Arbetet med att förstärka närvaron i de prioriterade segmenten inom mikrobiologi, molekyldiagnostik, genetisk testning och avancerade forskningsinstrument fortskred enligt plan. Denna inriktning innebär att Labtech successivt ökar andelen avancerade produkter med högre värde och lönsamhet, vilket stärker både affärsområdets tillväxtprofil och marginaler.

Labtechs utveckling

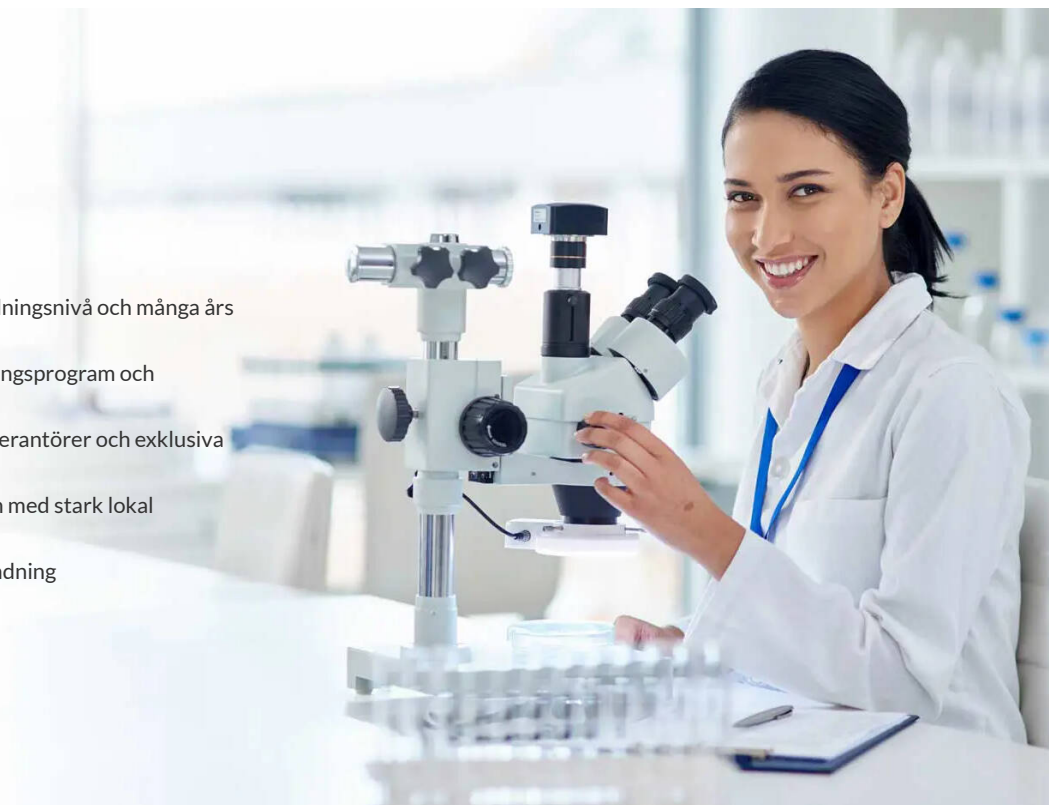


Labtech nettoomsättning per marknad 2025



LABTECHS STYRKOR

- Engagerade medarbetare med hög utbildningsnivå och många års erfarenhet inom sina specialområden
- Hög kvalitet i produkter, service, utbildningsprogram och rådgivningstjänster
- Långsiktiga samarbeten med ledande leverantörer och exklusiva distributionsrättigheter
- Välutvecklad teknisk serviceorganisation med stark lokal förankring nära kunderna
- Attraktiv affärsmodell med låg kapitalbindning

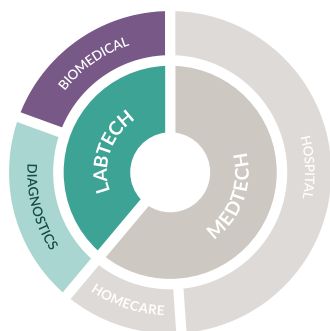


Förvärv

I december förvärvades Pharmacold A/S i Danmark, ett bolag specialiserat på kylteknik och service för läkemedels- och vårdsektorn. Förvärvet stärker Labtechs erbjudande inom temperaturkänslig hantering av läkemedel och prover, ett område med växande krav på kvalitet, säkerhet och dokumentation.



Produktsegment inom Labtech



BIOMEDICAL & RESEARCH

- Avancerade instrument
- Förbrukningsmaterial
- Laboratorieutrustning
- Cellbiologi
- Reagenser

DIAGNOSTICS

- Mikrobiologi
- Molekylärgenetik
- Klinisk kemi
- Immunologi
- Hematologi
- Cytologi och patologi
- Patientnära tester



Biolin Scientific - Experter på analys av ytor och gränssnitt

Med 30 års erfarenhet, en stark global närvaro och fokus på forskningsdriven innovation inom avancerad yt- och gränssnittsanalys är Biolin Scientific en central drivkraft för vetenskapliga framsteg. Företagets lösningar hjälper både akademiska och industriella forskare att uppnå utmärkta resultat och bidra till akademisk innovation samt forsknings- och utvecklingsarbete med stor genomslagskraft.

[Se filmen här!](#)

Dotterbolag inom Labtech



Affärsområde Medtech

Inom affärsområdet Medtech erbjuder dotterbolagen produkter och tjänster inom medicinteknik, samt hjälpmedel och digitala lösningar för hemvård. Erbjudandet riktar sig i första hand till offentligt finansierad sjukvård, hemvård och omsorg i Europa, med starka positioner på marknader som Storbritannien, Irland, Norden och Spanien.



Bolagen inom Medtech kombinerar egna produkter med ett brett utbud från ledande internationella leverantörer och kompletterar detta med tjänster i form av utbildning, kliniskt stöd, teknisk service och logistiklösningar. Erbjudandet sträcker sig från medicinska engångsprodukter och hjälpmedel till avancerade system för kirurgi, interventionell behandling, övervakning, välfärdsteknologi och digitala lösningar för hemvård. Produkterna kräver hög medicinsk kompetens och nära dialog och samarbete med kunderna för att säkerställa rätt val, säker implementering och goda kliniska resultat. En stor del av försäljningen sker via offentliga upphandlingar och långsiktiga avtal, vilket skapar en stabil grundaffär.

Lönsamhetsförbättringar under 2025

Lönsamhetsförbättringar var en central prioritet för Medtech under 2025. Genom ett fokuserat arbete med pris- och produktmixoptimering, portföljförflyttning mot mer avancerade högmarginalprodukter samt effektivisering av organisation och arbetssätt stärktes den justerade EBITA-marginalen till 12,4 procent (11,6). Inom flera nischområden genomfördes program för att fasa ut mindre lönsamma produkter, stärka samarbetet med nyckelleverantörer och lansera nya, mer differentierade erbjudanden.

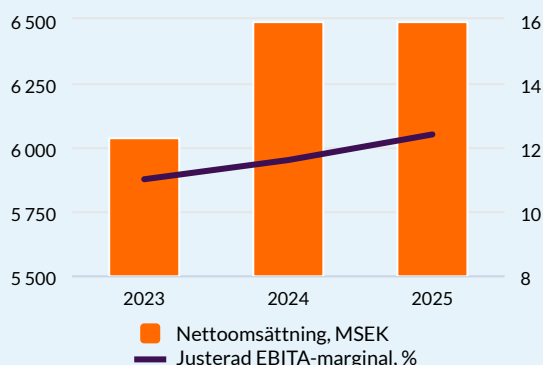
MSEK	2025	2024	2023
Nettoomsättning	6 495	6 496	6 042
EBITA	964	746	684
EBITA-marginal, %	14,8	11,5	11,3
Justerad EBITA	805	752	663
Justerad EBITA-marginal, %	12,4	11,6	11,0
Antalet anställda	1 454	1 449	1 477
Organisk tillväxt			
Total tillväxt, %	0,0	7,5	16,0
(-) Valuta, %	-3,2	0,2	6,5
(-) Förvärvad, %	1,0	-	0,4
Organisk tillväxt, %	2,2	7,3	9,1

Marknadsutveckling 2025

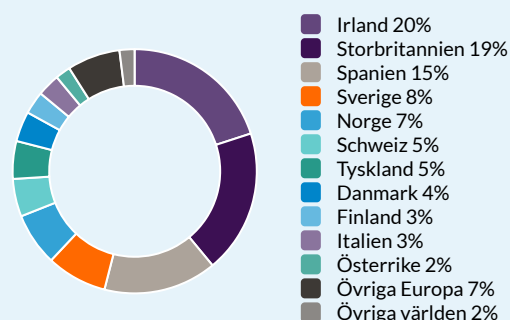
Under 2025 låg fokus inom Medtech på att kombinera lönsamhet och selektiv tillväxt. Affärsområdet fortsatte att ta marknadsandelar inom prioriterade segment som ortopedi, ryggradskirurgi, interventionell radiologi, smärtbehandling och välfärdsteknologi, samtidigt som mindre lönsamma produkter successivt avvecklades. På flera marknader var kapitalinvesteringar i sjukvården fortfarande återhållsamma och antalet genomförda operationer påverkades negativt av personalbrist och strejker, bland annat i Storbritannien. Trots detta uppnåddes en god underliggande tillväxt i många av bolagen, särskilt i Norden, Irland och Spanien, där starka kundrelationer, ledande serviceorganisationer och avancerade produktportföljer gav fortsatt stark efterfrågan.

Inom Homecare återhämtade sig efterfrågan under 2025 efter en period med lägre aktivitetsnivå, bland annat inom nybyggnation och ombyggnation av anpassade boenden. Satsningarna på välfärdsteknologi och digitala lösningar började ge tydliga resultat i form av god tillväxt och successivt förbättrade marginaler. De långsiktiga strukturella drivkrafterna – en åldrande befolkning, behovet av kostnadseffektiva vårdflöden samt möjligheten att flytta vård och omsorg närmare hemmet – fortsätter att stödja utvecklingen inom detta område.

Medtechs utveckling



Medtech nettoomsättning per marknad 2025



MEDTECHS STYRKOR

- Medarbetare med lång medicinsk erfarenhet, lokal marknadskännedom, hög servicegrad och stark kompetens inom produktutveckling av välfärdsteknologi
- Brett och konkurrenskraftigt sortiment bestående av såväl egenutvecklade produkter som produkter och lösningar från ledande internationella tillverkare
- Hög flexibilitet att utforma kundanpassade lösningar kombinerat med spetskompetens inom offentliga upphandlingar och ramavtal
- Europeiskt distributions- och servicenätverk för såväl egna som andra leverantörers produkter och tjänster
- Stor tillgänglig marknad med strukturell tillväxt och attraktiva marginaler, särskilt inom avancerade produkter och digitala lösningar



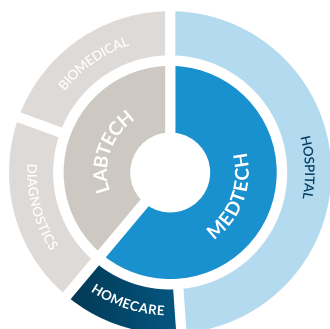
Förvärv

Medtech förstärktes under 2025 genom riktade förvärv inom utvalda specialistsegment. I april slutfördes förvärvet av Edge Medical Ltd. i Storbritannien, en ledande distributör inom ortopedisk kirurgi, ryggradskirurgi och neurologi med verksamhet i England och Irland. Förvärvet stärker AddLifes position inom avancerad kirurgi, breddar erbjudandet mot viktiga kundgrupper och skapar en plattform för vidare expansion på den brittiska och irländska marknaden.

I december förvärvades Opitek International ApS i Danmark, en nischad tillverkare inom patientpositionering för kirurgi. Bolaget kompletterar Medtechs befintliga erbjudande inom operationsutrustning för avancerade ingrepp och ger ökad kontroll över värdekedjan genom egna, specialiserade produkter.



Produktsegment inom Medtech



HOSPITAL

- Kirurgi
- Ortopedi
- Förbrukningsartiklar
- Intensivvård
- Endoskopi
- Sårvård
- IT för sjukvård
- Oftalmologi

HOME CARE

- Bostadsanpassning
- Vårldsteknologi
- Tekniska hjälpmedel



MBAs och sjukvårdens utveckling

MBA SURGICAL EMPOWERMENT fokuserar på några av de snabbast växande och mest innovativa områdena inom Medtech, såsom ortopedi, trauma, kirurgi, anestesi, smärthantering, neurokirurgi och onkologi. Under 37 år på den iberiska marknaden har MBA byggt upp starka relationer med ledande tillverkare, vilket möjliggör långsiktiga samarbeten med både partners och kunder. MBAs främsta ambition är att ge vårdpersonal och patienter i Spanien och Portugal tillgång till den senaste teknologin, samt den kunskap som krävs för att använda den effektivt.

[Se filmen här!](#)

Dotterbolag inom Medtech

AddVision

BIOMEDICA
ITALIA

DACH
medical group
member of AddLife Group

EDGE MEDICAL

FISCHER
MEDICAL PRODUCTS

FUNKSJONSUTSTYR

HC21
Healthcare

HEPRO

KORPINEN

MBA
MEDICAL EMPOWERMENT

MEDI PLAST

ROPOX

SVANCARE

Zafe

Förvärv som drivkraft för långsiktig och lönsam tillväxt

Förvärv är en viktig del av AddLifes tillväxtstrategi och vi har en väletablerad och strukturerad process för att identifiera, förvärva, integrera och utveckla bolag. Processen inför ett nytt förvärv kan pågå under flera år. Vi eftersträvar en långsiktig och nära dialog med entreprenörer utifrån våra grundläggande värderingar och decentraliserade styrmodell. Inför ett förvärv etableras en gemensam vision och plan för bolagets framtid.



Förvärvskriterier

- Omsättning <50 MSEK
- EBITA >12 procent
- Entreprenörsdrivna
- Verkar inom prioriterade segment

Akkumulerad förvärvsstatistik sedan 2016

- 36 antal förvärv
- 5 900 MSEK i tillförd årsomsättning
- 1 800 anställda

Identifiering

AddLife söker ständigt efter väletablerade och lönsamma, europeiska Life Science-bolag att förvärva och som vill fortsätta utvecklas som en del av AddLife familjen. Nya bolag kan tillföra nya marknadsnicher, närvaro på nya geografiska marknader och/eller komplettera befintligt produkt- och tjänsteutbud. Företrädesvis ska bolagen vara mindre eller medelstora med god lönsamhet, ha en robust affärsmodell och en företagskultur i linje med AddLifes, samt en stark position inom utvalda segment och geografier. Ett fortsatt engagemang från ledning och nyckelpersoner är också ett viktigt kriterium.

AddLife har ett kontinuerligt inflöde av nya intressanta och attraktiva förvärvsobjekt, framförallt via AddLifes nätverk av dotterbolag samt via bolagets egen strukturerade sökprocess. Initial kontakt med potentiella förvärvsobjekt sker ibland även via externa företagsrådgivare och mäklare. Ambitionen är att tidigt i processen komma till en nära och exklusiv dialog med bolagets ägare.

Utvärdering

När ett potentiellt förvärvsobjekt har identifierats och båda parter är överens om att fortsätta dialogen går processen in i en utvärderingsfas. Potentiella förvärv utvärderas utifrån en mängd kriterier, såsom marknadsposition och varumärke, produkterbjudande, kunder, väletablerade leverantörsrelationer, kunskaps- och teknikinnehåll, konkurrenter, ESG-parametrar, finansiell ställning samt nyckelpersoners ledarskap och fortsatta engagemang. Att verksamheten bedrivs på ett engagerat och ansvarsfullt sätt är avgörande för att skapa långsiktig tillväxt och lönsamhet, vilket därför är av stor vikt i utvärderingen.

Transaktion

I transaktionsfasen kommer AddLife och förvärvsobjektet överens om ett värde som gör att affären blir värdeskapande för båda parter. Vi använder oss oftast av en förvärvsmodell med tydliga gemensamma mål och med en tilläggsköpeskilling som innebär att en del av köpeskillingen betalas ut om bolaget når lönsamhetsmålen efter förvärvet. Det är också viktigt att det förvärvade bolagets viktigaste leverantörer och samarbetspartners samtycker till förvärvet. Överenskommelsen mynnar ut i ett överlåtelseavtal och efter undertecknande kommuniceras transaktionen i ett pressmeddelande.



Begränsad integration

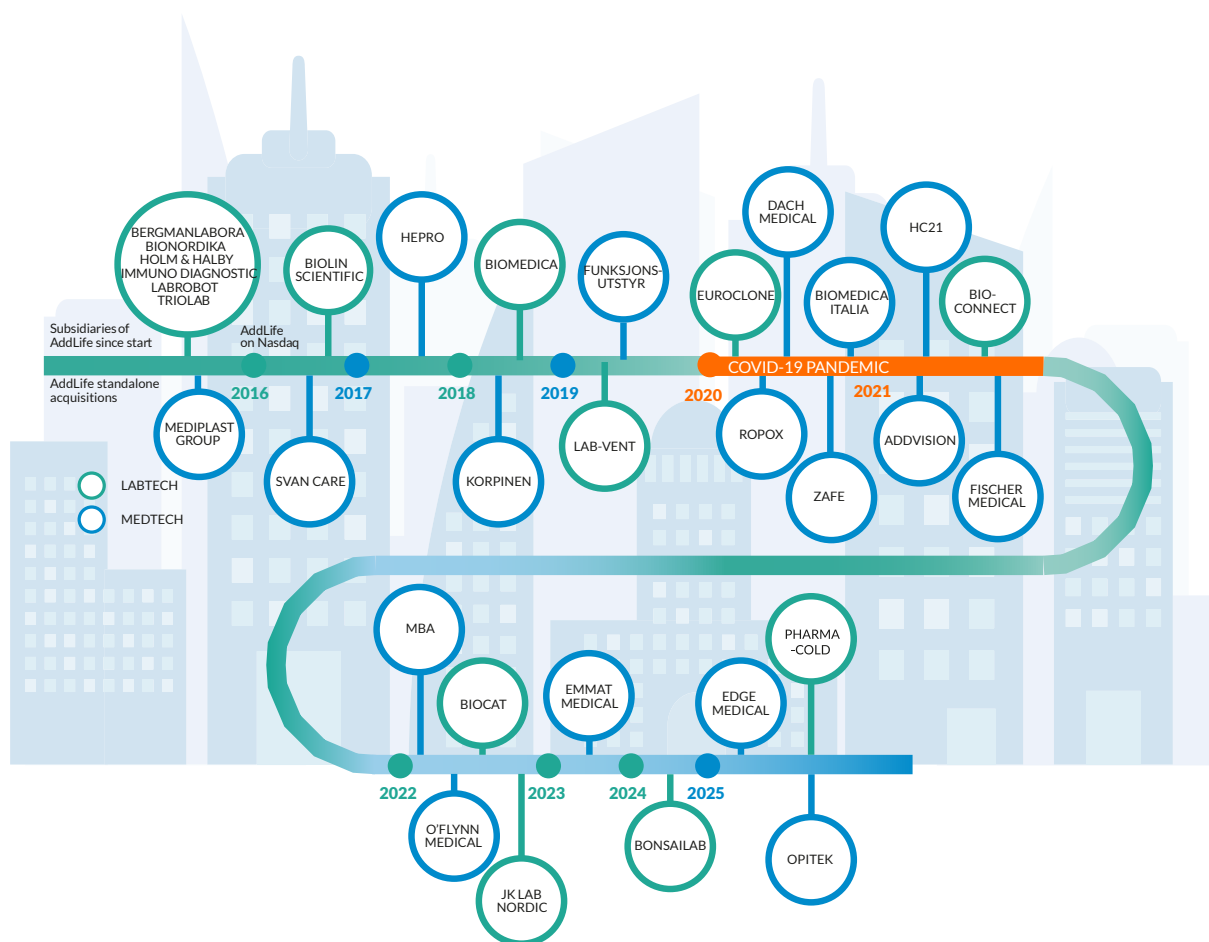
I AddLifes decentraliserade affärsmodell har varje bolag eget ansvar för strategi och resultat samt behåller sitt varumärke och identitet. Verksamheten bedrivs självständigt och med stor frihet under ansvar. Integrationen är därmed relativt begränsad och består i huvudsak av att införa AddLifes modell för finansiell styrning samt AddLifes företagskultur genom utbildning i AddLifes kärnvärden, uppförandekod, finansiella mål och hållbarhet. På så sätt bibehåller de förvärvade bolagen sin entreprenörsanda och sitt kund- och affärsfokus och blir inte belastade av administrativa processer och integrationsprojekt. Med denna begränsade integration bibehålls fokus på kund och affär och förvärvsprocesserna kan också hanteras mer effektivt.

Kontinuerlig utveckling

I linje med AddLifes strävan att ständigt utvecklas är utvärdering och förbättring en naturlig del av vår förvärvsprocess. Efter avslutad process, oavsett om förvärvet har genomförts eller inte, bjuds alla involverade parter in för att diskutera styrkor och potentiella förbättringsområden. Vid genomförda förvärv inkluderas även representanter från förvärvsobjektet. Utvärderingen inkluderar också noggrann finansiell uppföljning för att säkerställa att förvärvsobjekten utvecklas enligt förväntningarna.

Aktivt och värdeskapande ägarskap

Genom att vara en del av AddLife får det förvärvade bolaget en långsiktig ägare med branschkunskap som stödjer ledningen via ett aktivt och engagerat ägarskap. Finansiell stabilitet, resurser och verktyg erbjuds som gör det enklare och mer effektivt att utveckla verksamheten. AddLife stödjer även bolagen genom att tillsätta en styrelse med kompetenser anpassade till bolagens storlek, segment samt affärssituation.



HC21 - Ett bolag med stort hjärta

Healthcare 21 grundades för tjugotvå år sedan med ambitionen att erbjuda sjukvårdsprodukter och tjänster anpassade för det 21:a århundradet. Från start har mottot varit "the caring company", och kulturen har alltid varit en central del av HC21. Med passionerade och engagerade medarbetare levererar HC21 högkvalitativa produkter och tjänster inom 15 olika terapiområden på den irländska marknaden. Bolaget delar AddLifes kultur och har levererat goda resultat enligt våra finansiella mål och nyckeltal.

[Se filmen här!](#)

Årets förvärv

Under 2025 genomförde AddLife tre förvärv. Förvärven beräknas sammantaget tillföra en årlig nettoomsättning om cirka 140 MSEK och omfattar totalt 42 medarbetare. Förvärven stärker koncernens position inom prioriterade tillväxtsegment och geografier och är i linje med AddLifes förvärvsstrategi.



Edge Medical

Edge Medical är en ledande brittisk distributör inom ortopedisk kirurgi, ryggradskirurgi och neurologi med verksamhet i England och Irland. Bolaget har en stark marknadsposition och en hög marginalprofil. Edge Medical kommer att ingå i affärsområdet Medtech.

- Förvärvstidpunkt: 1 april 2025
- Omsättning: cirka **90 MSEK**
- Antal anställda: **20**



Pharmacold

Pharmacold är ett danskt bolag specialiserat på kylteknik och service för läkemedels- och vårdsektorn. Bolaget erbjuder unika kundanpassade lösningar som säkerställer korrekt temperaturhantering och driftsäkerhet i kritiska miljöer. Pharmacold kommer att ingå i affärsområdet Labtech.

- Förvärvstidpunkt: 1 december 2025
- Omsättning: cirka **38 MSEK**
- Antal anställda: **20**



Opitek

Opitek är ett danskt bolag som tillverkar specialiserade lösningar för patientpositionering. Bolaget har en nischad produktportfölj med hög medicinteknisk profil och kompletterar AddLifes befintliga erbjudande inom kirurgi. Opitek kommer att ingå i affärsområdet Medtech.

- Förvärvstidpunkt: 1 december 2025
- Omsättning: cirka **12 MSEK**
- Antal anställda: **2**

Kompetensutveckling och företagskultur

AddLifes viktigaste resurs är medarbetarna, och ambitionen är att erbjuda alla goda utvecklingsmöjligheter. Genom AddLife Academy erbjuder AddLife strukturerad kompetensutveckling och bygger en gemensam företagskultur. AddLife Academy är central för AddLifes framgång och bidrar till att säkerställa fokus på AddLifes finansiella mål.

Utbildningar inom AddLife Academy

Alla anställda genomgår två obligatoriska utbildningar: Vision och Företagsfilosofi samt Uppförandekod "Code of Conduct". Vision och Företagsfilosofi är en lärarledd utbildning som beskriver AddLifes utveckling som bolag, koncernens viktigaste mål, AddLifes hållbarhetsarbete samt hur vi efterlever våra värderingar. AddLifes Uppförandekod genomförs digitalt och tydliggör för alla medarbetare vilka förväntningar och skyldigheter som följer med anställningen, samt hur uppförandekoden ska omsättas i det dagliga arbetet.

Under 2025 har efterfrågan på AddLifes öppna, schemalagda utbildningar varit stor. Dessa utbildningar är frivilliga och utformas utifrån de behov som identifieras i organisationen. Ambitionen är att skapa värde för alla anställda, oavsett roll. AddLife fokuserar främst på kommersiella utbildningar, då dessa är mest relevanta för majoriteten av medarbetarna. Samtliga öppna utbildningar inom AddLife Academy är lärarledda, vilket bedöms som mest effektivt och dessutom ger deltagarna möjlighet till erfarenhetsutbyte och nätverksbyggande.

85

ANTAL UTBILDNINGAR

1 333

ANTAL
DELTAGARE

2 990

TIMMAR
UTBILDNING

Ökat fokus på ledarskap

AddLife har sedan starten haft ett tydligt och långsiktigt fokus på ledarskapsutveckling, bland annat genom ett omfattande ledarskapsprogram som erbjuds samtliga chefer inom koncernen. Under 2025 intensifierades detta arbete genom flera riktade initiativ, varav det mest omfattande var lanseringen av "AddLife Executive Leadership Program". Syftet med programmet är att ytterligare stärka VDarna i AddLifes dotterbolag samt att främja ökat samarbete och ömsesidigt stöd mellan dem. Innehållet fokuserar bland annat på strategiarbete, organisk tillväxt och utveckling av effektiva ledningsgrupper.

Under året har AddLife som vanligt även genomfört ett flertal bolagsanpassade projekt där koncernen skräddarsyr utbildningar för att stötta dotterbolagens specifika behov, oftast med fokus på kommersiell utveckling inom ett specifikt område.

Nedanstående utbildningar erbjuds centralt via AddLife Academy:

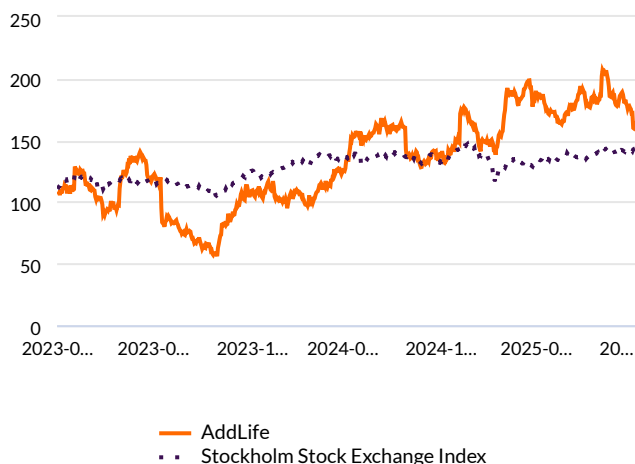
- Always be closing
- Change management
- Drive and motivation
- Effective sales
- Leadership and Executive Leadership
- Cultural differences
- Negotiation skills
- Presentation skills
- Public procurement
- Sales oriented customer service
- Sales psychology
- Soft selling for service technicians
- Supplier management
- The JOLT effect
- Vision and corporate philosophy



AddLifes aktie

AddLife noterades på Nasdaq Stockholm, Nordic Mid Cap-listan, den 16 mars 2016. Bolagets börsvärde den 31 december 2025 var 19 482 MSEK (16 812). Antalet aktieägare uppgick per 31 december 2025 till 11 334 (11 620).

Kursutveckling i AddLife, SEK



Aktieutveckling

Under 2025: **12,7 %**

Sedan börsintroduktion*: **570 %**

*Avser aktiens stängningskurs första handelsdagen 16 mars 2016 till och med 31 december 2025.

Kursutveckling och omsättning

AddLife ökade under räkenskapsåret i värde med 16 procent. Stockholmsbörsens index OMX Stockholm ökade under motsvarande period med 10 procent. Högsta betalkurs under året var 206,80 SEK och noterades den 24 oktober 2025. Den lägsta betalkursen var 131,80 SEK och noterades den 8 januari 2025. Sista betalkurs före räkenskapsårets utgång var 159,10 SEK. Under räkenskapsåret från 1 januari till 31 december 2025 omsattes 32 miljoner aktier (32) till ett sammanlagt värde av ca 5 533 MSEK (3 997). Nedbrutet per handelsdag omsattes i genomsnitt 128 918 AddLife-aktier (127 322) till ett genomsnittligt värde av ca 22 MSEK (16). Genomsnittligt antal avslut per dag uppgår till 948 stycken (807).

Aktiekapitalet

Aktiekapitalet i AddLife AB uppgick den 31 december 2025 till 62 358 949 SEK. Antalet aktier i bolaget var 122 450 250 stycken, varav 4 572 796 aktier av serie A och 117 877 454 av serie B. Kvotvärdet uppgick till 0,51 SEK. Varje aktie av serie A medför tio röster och varje aktie av serie B medför en röst. Samtliga aktier äger lika rätt till utdelning. Endast B-aktien är noterad på Nasdaq Stockholm.

Utdelning och utdelningspolicy

Styrelsen i AddLife har målsättningen att föreslå en utdelning motsvarande 30-50 procent av resultatet efter skatt. Vid fastställande av utdelningar tas hänsyn till investeringsbehov och andra faktorer som styrelsen anser vara av betydelse. Styrelsen föreslår till årsstämman 2026 en ordinarie utdelning på 1,50 SEK (0,75) per aktie för verksamhetsåret 2025.

Omvandling av aktier

I enlighet med AddLifes bolagsordning har ägare av A-aktier rätt att omvandla dessa till B-aktier. Omvandlingen minskar det totala antalet röster i bolaget. Under räkenskapsåret har 0 (42 340) A-aktier omvandlats till B-aktier.

Ägarförhållanden

Den 31 december 2025 var antalet aktieägare 11 334 (11 620). De tio största aktieägarna, efter röstetal, som är registrerade direkt eller som ägargrupp hos Euroclear Sweden, svarade för 52,2 procent (51,3) av rösterna och 62,9 procent (51,7) av kapitalet. Svenska juridiska personer, däribland institutioner såsom försäkringsbolag och fonder, ägde vid årsskiftet 53,1 procent (51,9) av kapital och röster. Det utländska ägandet uppgick till 35,8 procent (36,4) med den största delen i USA, Norge och Luxemburg.

Storleksklasser

Antal aktier	2025-12-31	
	Antal ägare	% av antal aktieägare
1 - 500	8 815	77,8
501 - 1 000	786	6,9
1 001 - 5 000	1 008	8,9
5 001 - 10 000	207	1,8
10 001 - 15 000	83	0,7
15 001 - 20 000	58	0,5
20 001 -	377	3,3
Totalt	11 334	100,0

Ägarstruktur



- Svenska institutioner och fonder (53,1%)
- Utländska investerare (35,8%)
- Svenska fysiska personer (11,1%)

Största aktieägarna

2025-12-31

Aktieägare	Antal A-aktier	Antal B-aktier	% av kapitalet	% av rösterna
RoosGruppen AB	2 256 408	3 717 339	4,88	16,06
Tom Hedelius	2 066 572	–	1,69	12,63
SEB Fonder	–	12 105 832	9,89	7,40
AMF Fonder	–	11 159 131	9,11	6,82
Odin Fonder	–	6 730 008	5,50	4,11
Cliens Fonder	–	6 477 932	5,29	3,96
Första AP-fonden	–	6 090 000	4,97	3,72
Fidelity Mutual Funds	–	4 674 747	3,82	2,86
Vanguard Funds	–	4 576 921	3,74	2,80
Swedbank Robur Fonder	–	4 070 839	3,32	2,49
Totalt 10 största ägarna	4 322 980	59 602 749	52,21	62,85
Övriga	249 816	57 688 516	47,31	36,79
Totalt antal utestående aktier	4 572 796	117 291 265	99,52	99,64
Återköpta B-aktier (i eget förvar)	–	586 189	0,48	0,36
Totalt antal registrerade aktier	4 572 796	117 877 454	100,00	100,00

Källa: Euroclear

Nyckeltal per aktie

Nyckeltal per aktie	2025	2024
Resultat per aktie före utspädning, SEK	4,59	2,06
Eget kapital per aktie, SEK	44,67	43,54
P/E-tal, %	34,7	66,7
Högsta kurs under räkenskapsåret, SEK	206,80	168,00
Lägsta kurs under räkenskapsåret, SEK	131,80	94,85
Sista betalkurs, SEK	159,10	137,30
Börsvärde, MSEK	19 482	16 812
Vägt genomsnittligt antal aktier under året före utspädning, '000	121 864	121 863
Antal utestående aktier vid årets slut, '000	121 864	121 864
Antal aktieägare vid årets slut	11 334	11 620

