

ADDLIFE I KORTHET

En ledande aktör inom Life Science

AddLife är en europeisk ledande och oberoende aktör med en diversifierad portfölj inom Life Science. AddLife äger, utvecklar och förvärvar bolag inom framförallt vård och forskning. Koncernen har en välförankrad entreprenörsdriven 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 och entreprenörsdriven affärsmodell med fler än 85 operativa 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 egentillverkade 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. AddLife-aktien är noterad på NASDAQ Stockholm, Nordic Large Cap-listan.

ADDLIFE I KORTHET

- Är verksamt på den europeiska Life Science-marknaden
- Äger, utvecklar och förvärvar lönsamma, marknadsledande nischföretag med erbjudanden riktade främst till sjukvården, från forskning till vård
- Har en decentraliserad och entreprenörsdriven organisationsmodell med dotterbolag som verkar som självständiga företag
- Dotterbolagen är uppdelade i två affärsområden, Labtech och Medtech
- AddLife-aktien är noterad på NASDAQ Stockholm, Nordic Large Cap-listan

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.



ÅRET I KORTHET

AddLife 2023

Under året har AddLife kontinuerligt anpassat sig till att stödja vårdsystemen i återgången till ett normaliserat läge efter covid-19 och samtidigt hjälpt till att ta hand om de vårdköer som växte signifikant under pandemin.

Försäljningen inom alla verksamhetsområden har utvecklats positivt och den organiska tillväxten, exklusive covid-19 relaterad omsättning och valutakursförändringar, uppgick till starka 10%.



9 685

NETTOOMSÄTTNING
MSEK

1 135

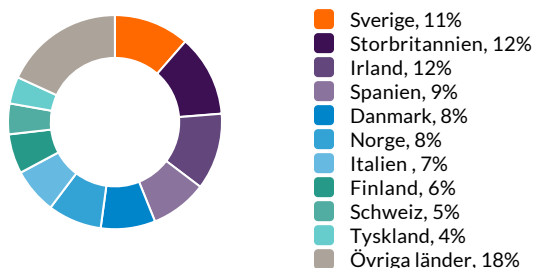
EBITA
MSEK

773

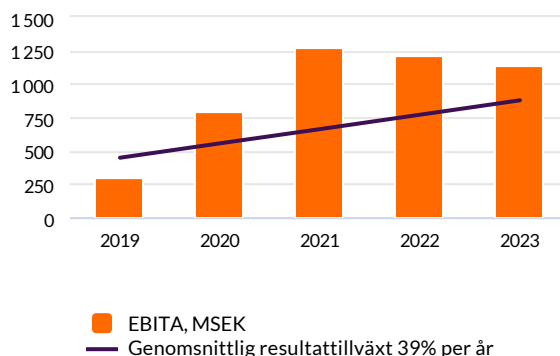
OPERATIVT KASSAFLÖDE
MSEK

Som förväntat har den covid-19 relaterade försäljningen gradvis upphört och under 2022 ersattes den av förvärvat tillväxt främst inom affärsområdet Medtech och under 2023 följde stark organisk tillväxt i båda affärsområdena.

ADDLIFE NETTOOMSÄTTNING PER MARKNAD 2023



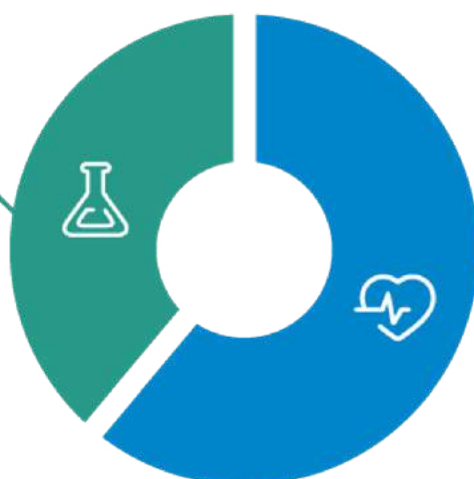
RESULTATTILLVÄXT EBITA



Förbättringar av lönsamhet och kassaflöde har varit prioriterat under året. Efter att noga analyserat verksamheten inom ögonkirurgi samt digitala lösningar inom Homecare, genomfördes i slutet av året åtgärder som kommer att ge betydande positiva effekter på tillväxt, lönsamhet och kassaflöde under 2024 och framåt. Den positiva marknadsutvecklingen och det goda kassaflödet senare delen av året stödjer ambitionen att minska nettoskulden genom eget genererat kassaflöde och över tid öka förvärvstakten.

3 654

LABTECH
NETTOOMSÄTTNING
2023, MSEK



6 042

MEDTECH
NETTOOMSÄTTNING
2023, MSEK

VD-ORD

Rekordstark organisk tillväxt under 2023



"Den organiska tillväxten under 2023 var rekordstark, vilket bekräftar att det långsiktiga arbetet med att positionera AddLife för marknadsförutsättningarna efter pandemin har varit framgångsrikt. Den starka organiska tillväxten visar också att bolagen inom AddLife-familjen, både de som varit med länge och de som nyligen tillkommit, är vid god hälsa och utvecklas väl. Under året har ett omfattande arbete med förbättringar av lönsamhet och kassaflöde genomförts, vilket resulterade i ett starkt kassaflöde i slutet av 2023 och kommer att resultera i lönsamhetsförbättringar under 2024. AddLife är nu ett väsentligt större bolag än tidigare, med starka positioner i Europa. Under året har organisationen och strategin uppdaterats för att från vår nya position möta våra finansiella mål och därmed återigen kunna dubbla vår verksamhet under de närmaste åren."

Rekordstark organisk tillväxt

Den organiska tillväxten exklusive valutaeffekter nådde 10% för året vilket är väsentligt högre än marknaden generellt. Detta visar att AddLife är positionerat i attraktiva, snabbväxande nischer och tar marknadsandelar. Ett viktigt fokus under året har varit att ta hand om våra bolag inom AddLife familjen och uppgradera organisationen genom att investera i personal, aktiviteter och resurser för framtida organisk tillväxt. AddLifes bolag är aktiva inom vård och forskning, vilka är områden med stabil tillväxt, oberoende av konjunkturläge.

Kraftfulla åtgärder för förbättrad lönsamhet

De över 80 bolagen inom AddLife-familjen utvecklas mycket väl och har god lönsamhet. Inom två isolerade områden, ögonkirurgi samt digitala lösningar inom Homecare, har dock lönsamheten varit för svag. Efter noggrann analys har kraftfulla åtgärder vidtagits under 2023 vilket sammantaget kommer att leda till årliga kostnadsbesparingar om cirka 100 MSEK, från 2024 och framåt. Förändringarna kommer också att leda till ökad decentralisering och förstärkt lokalt ansvar och kundfokus.

Stärkt kassaflöde och balansräkning

AddLifes affärsmodell bygger i hög grad på effektivitet, lönsamhet och effektivt kapitalutnyttjande. Under 2023 har aktiviteter för att förbättra kassaflöden genom minskad kapitalbindning drivits med stor kraft inom samtliga bolag, med extra fokus på större bolag som mer nyligen blivit en del av AddLife. Under andra halvåret 2023 kunde vi se tydliga resultat av detta arbete i form av förbättrat kassaflöde och stärkt balansräkning.

Företagskultur och hållbarhet

AddLifes vision är att förbättra människors liv genom att vara en pålitlig och värdeskapande leverantör till vård och forskning. Vårt hållbarhetsarbete är starkt förankrat i denna vision i kombination med vår företagskultur och våra värderingar som innefattar engagemang och ansvarstagande. Hållbarhetsarbetet har under året intensifierats och omfattar tre huvudområden: hållbar hälsa, hållbar kultur och hållbar leverantörskedja. Under 2023 implementerade vi ett antal mål och nyckeltal som vi regelbundet följer och dessa har även inkluderats som en parameter i rörliga ersättningar.

Organisation och strategi för tillväxt

AddLifes kultur och affärsmodell bygger i hög grad på ett decentraliserat beslutsfattande, frihet under ansvar och ett aktivt ägande. Vi driver ett kontinuerligt arbete med lönsamhets- och kassaflödesförbättringar och har höga ambitioner vad gäller organisk och förvärvad tillväxt. För att säkerställa denna modell i det större och mer europeiska företag vi idag är har vi uppdaterat organisationen med förstärkt ledning av affärsenheterna för kontinuerligt aktivt ägande och utveckling samt framtida tillväxt. Vår nya storlek och europeiska närvaro ger oss även väsentliga nya möjligheter för utveckling och expansion och vi har uppdaterat vår strategi för att ta till vara dessa möjligheter.

Ökad förvärvsaktivitet

De senaste åren har AddLife gjort ett stort antal förvärv av bolag och en del av dem har varit stora jämfört med tidigare förvärv och i nya geografiska marknader. Under 2023 har fokus legat på att ta hand om dessa förvärv och se till att de utvecklas i enlighet med våra förväntningar. Under året har vi också definierat prioriterade områden för förvärv, uppdaterat förvärvsprocessen och stärkt resurserna i organisationen för att hantera förvärv. Den stabilt positiva utvecklingen i vår marknad och det goda kassaflödet i det andra halvåret 2023 stödjer vår ambition att minska nettoskulden genom eget genererat kassaflöde och över tid återigen öka förvärvstakten.

Sammanfattning och framåtblick

Jag vill avsluta med att rikta ett varmt tack till alla medarbetare för ett dedikerat och engagerat arbete, alltid med kundens bästa i fokus och med ambitionen att bidra till att förbättra liv. Våra bolag präglas alla av samma engagemang, kunskap, handlingskraft, gemenskap och goda stämning. Vi har investerat i personal, resurser utvecklingsmöjligheter för de anställda vilket också givit resultat i medarbetarundersökningar. Åtgärder och resultat under 2023 ger oss en stabil utgångspunkt för en stark utveckling under 2024 och framåt!

Stockholm, mars 2024



Fredrik Dalborg
VD och koncernchef

AFFÄRSMODELL

Långsiktig lönsam tillväxt

AddLife utvecklar och förvärvar lönsamma, marknadsledande bolag i utvalda nischer inom Life Science.

Fokus för AddLifes beprövade och decentraliserade affärsmodell är långsiktig lönsam tillväxt och hållbar utveckling. Samtidigt som bolaget fortsatte att framgångsrikt följa tillväxtplanen för 2023, vidtogs åtgärder för att stödja en fortsatt positiv lönsamhetsutveckling och ett förbättrat kassaflöde.

Inom AddLife kombineras det stora bolagets samlade resurser, nätverk och kompetens med entreprenörens flexibilitet, personlighet och effektivitet. AddLife agerar som en långsiktig och aktiv ägare, med fokus på affärsutveckling 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 bolagsstrukturen skapar förutsättningar för nätverkande och kompetensdelning och minskar risken för att koncernen blir beroende av enskilda kunder eller leverantörer.



AddLife kombinerar det stora bolagets samlade resurser, nätverk och kompetens med entreprenörens flexibilitet, personlighet och effektivitet.

Marknadsledande inom utvalda nischer

Den europeiska Life Science-marknaden är stor, relativt fragmenterad och växer stadigt oberoende av konjunkturen. AddLife är marknadsledande inom utvalda nischer på olika geografiska marknader där dotterbolagen, inom sina respektive produktsegment, strävar efter att skapa ökat mervärde och erbjuda kunderna differentierade produkter och tjänster. För att säkerställa långsiktig tillväxt och efterfrågan av koncernens produkter och tjänster fokuserar AddLife på fyra kundkategorier: Biomedical and Research, Diagnostics, Hospital och Homecare.

ADDLIFES PRODUKTSEGMENT

**Kundkontakten sker via dotterbolagen**

Närhet till kund är en viktig konkurrensfördel. AddLifes dotterbolag finns i ett stort antal europeiska länder och har en stark kommersiell organisation med säljare, produktspecialister, marknadsföringsresurser, kundsupport samt utbildnings- och servicepersonal.

Alla kontakter och affärsrelationer med kunderna sker via dotterbolagen som har ett nära samarbete med kunder och leverantörer genom välutvecklade lokala försäljnings- och serviceorganisationer. Kunderna finns både i privat och offentlig sektor; framför allt på sjukhus, hemvård, laboratorier inom sjukvård, forskning, universitet, högsolor samt i läkemedels- och livsmedelsindustrin. Majoriteten av AddLifes kunder finns inom offentlig sektor, där försäljning oftast sker via offentlig upphandling.

Leverantörsrelationerna hanteras av dotterbolagen

De nära kundrelationerna och det starka, lokalt förankrade serviceerbjudandet ger en unik förståelse för nuvarande och framtida kundbehov och även förmågan att stödja kunder i implementering av nya teknologier. Dotterbolagen tillhandahåller mycket konkurrenskraftiga produktportföljer som ständigt förstärks och utvecklas. De ofta långsiktiga relationerna med leverantörerna hanteras av dotterbolagen och i vissa fall sker ett samarbete mellan dotterbolagen som kan ge leverantörerna tillgång till fler geografiska marknader.

PRIORITERINGAR UNDER 2023

Efter flera år av stark covid-19- och förvärvsrelaterad tillväxt dominerades 2023 av organisk tillväxt. Att försvara och förbättra lönsamheten har haft högsta prioritet följt av organisk tillväxt, kassaflöde samt förvärv. I tillägg till de lönsamhetsförbättrande aktiviteter som bolaget normalt driver har ett antal åtgärder vidtagits som kommer att förbättra lönsamheten under 2024.

Inom ögonkirurgibolaget AddVision och inom Homecare har en detaljerad översyn av verksamheterna skett och signifikanta åtgärder vidtagits för att förbättra lönsamheten. Under 2023 har sjukvården gradvis ökat aktiviteten inom planerad kirurgi, något som prioriterades ned under pandemin och skapade långa vårdköer med patienter som väntar på operationer bland annat inom ortopedisk kirurgi, onkologi, hjärt- och kärlsjukdomar samt ögonkirurgi. Den ökade aktiviteten har under 2023 gynnat den organiska tillväxten och denna positiva trend förväntas fortsätta under 2024.

Ett förbättrat kassaflöde har under året varit prioriterat för att minska skuldsättningen och bolagets normala processer inom detta område har förstärkts med specifika åtgärder som har givit resultat under andra halvåret.

Bolaget har under året definierat prioriterade tillväxtsegment och geografier samt framtida förvärvskriterier. Entreprenörsdrivna, lönsamma små och mellanstora företag inom Life Science är målgruppen för framtida förvärv. AddLife arbetar aktivt med att underhålla och utöka listan med potentiella förvärvskandidater. Då fokus under 2023 har varit att förbättra lönsamheten samt att minska skuldsättningen, har antalet förvärv under året varit lågt. Förvärvstakten förväntas gradvis öka under 2024 och 2025.



**RESULTAT
UTVECKLING**



**ORGANISK
TILLVÄXT**



KASSAFLÖDE



FÖRVÄRV

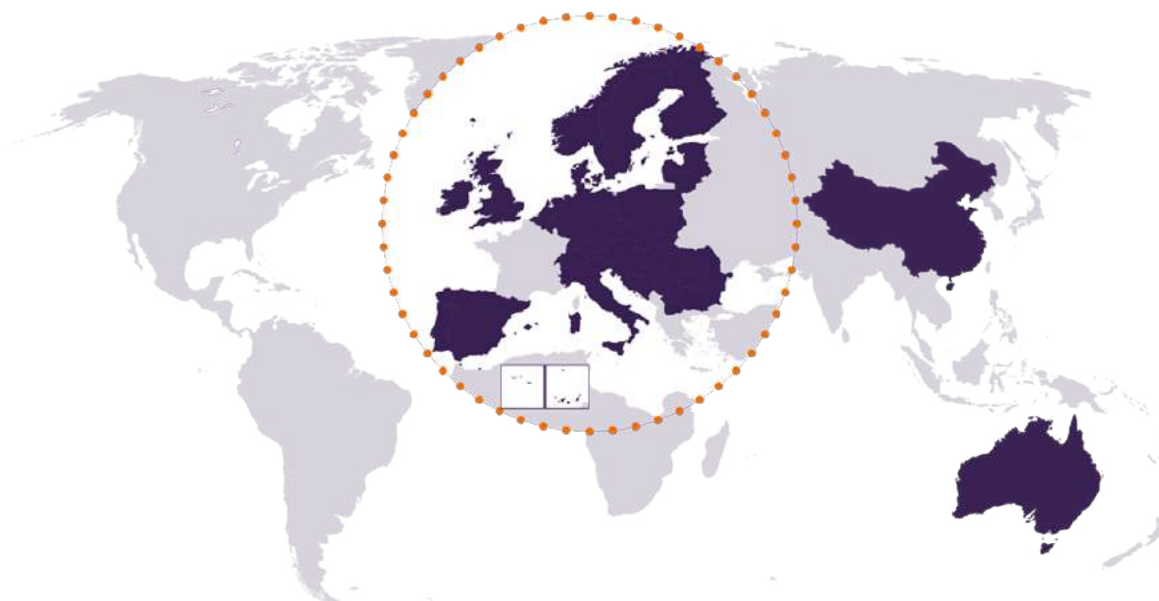
MARKNAD

Hög aktivitet på den europeiska Life Science-marknaden

AddLife är en ledande aktör inom Life Science med stark närvaro i Europa och väl positionerat för marknadssituationen efter pandemin. Med en decentraliserad affärsmodell inriktad på specifika segment och ett starkt fokus på kundnärhet och värdeskapande erbjudanden kan AddLifes bolag anpassa sig till och dra nytta av de strukturella drivkrafter och marknadstrender som råder.



AddLife är väl positionerat för att dra nytta av den höga aktiviteten på den europeiska Life Science marknaden där bolaget har stärkt sin position genom en utvidgad geografisk täckning. Med fler genomförda operationer, och en återgång till normaliserade hälso- och sjukvårdsbudgetar, uppstår en ökad efterfrågan på tids- och resurseffektiva produkter och tjänster, avancerade instrument samt förbrukningsvaror. Under 2023 identifierade bolaget också ett antal prioriterade tillväxtsegment som förväntas bidra till resultatstillväxten.



År 2022 uppgick den europeiska Medtech marknaden till cirka 140 miljarder euro. Denna marknad växer med 5% per år och är öksänlig för konjunktursvängningar. Diagnostikmarknaden uppgick till cirka 17 miljarder euro och har växt med en årlig takt på 2–3 procent fram tills pandemin (cirka 4% med pandemiårens kraftiga svängningar inkluderat) [1]. Totalt förväntas Medtech och diagnostikmarknaden växa till 180 miljarder euro år 2025.

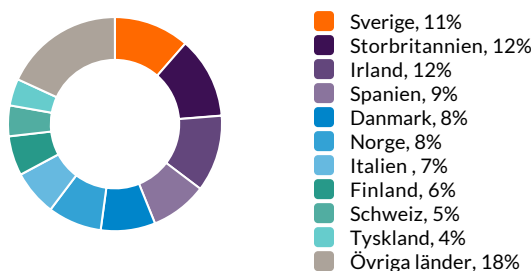
Marknaden är fragmenterad och består av ungefär 35 000 företag, där 92 procent är små och medelstora företag. Tyskland, Frankrike, Storbritannien, Italien och Spanien är de fem största regionala marknaderna.

Inom Europa spenderas i genomsnitt 11 procent av BNP på hälso- och sjukvård, varav nästan 8 procent går till medicintekniska produkter. Gemensamt för de marknader där AddLifes bolag är verksamma är att stor del av sjukvården finansieras med offentliga medel, vilket innebär att en väsentlig andel av affärerna sker genom upphandling. Upphandlingarna blir allt större i omfång, och har ofta långa kontraktstider. Det finns en trend mot att gå bort från enbart prisbaserade upphandlingar till modeller som också värderar hållbarhet och kvalitet på service och support.

Hälso- och sjukvårdens kliniska behov och produkter är globalt likartade, men regulatoriska krav, sjukvårdens struktur och betalningssystem, upphandlingar och patientpreferenser skiljer sig väsentligt mellan olika länder och regioner. Dessutom är service och kliniskt stöd allt viktigare för avancerade behandlingar. Detta medför att kundnärhet, 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 fördelat över flera europeiska marknader vilket minskar utsatthet för lokala marknadsförändringar.

ADDLIFE NETTOOMSÄTTNING PER MARKNAD 2023



Prioriterade segment för AddLife

AddLife har valt ut några mer prioriterade segment i sin portfölj baserat på en högre potential för både organisk och icke-organisk tillväxt. Den genomsnittliga tillväxten i de utvalda segmenten uppvisar en stark ökning, där Labtech-segmenten växer med 9,5 procent och Medtech-segmenten växer med 7,5 procent, vilket överstiger branschens genomsnitt.

	Prioritized segment	Current Share of sales	Expected margins	Addressable market (USDm)	Market CAGR 2023 - 2028	Description & rationale
DIAGNOSTICS	Microbiology	2%	>12%	1,300	8.2%	New technologies are appearing, e.g. nanotechnology used to develop biosensors, metagenomics or rapid PCR
	Molecular diagnostics & genetic testing	5%	>12%	5,300	10.4%	New technologies are appearing and new markets opening towards PoC
	Immunology	2%	>12%	35,400	7.7%	Growing segments, e.g., allergy, autoimmunity & infection serology
	Cytology & pathology	2%	>12%	5,300	13.6%	Digital pathology is the key driver for segment expansion
	POC (Point of Care)	5%	10-12%	15,200	10.2%	Growing market with new technology and fragmented competition
BIOMEDICAL & RESEARCH	Molecular biology	3%	>12%	6,200	13.3%	New technologies are market drivers, e.g. single-cell sequencing or CRISPR-Cas9 technology
	Cell biology & culturing	1%	10-12%	9,300	11.8%	Biotech research is growing
	Advanced instruments for laboratory analysis	3%	10-12%	22,800	8.7%	Advanced niche applications which often supports sales of reagents (instrument values >10 KEUR)

		Prioritized segment	Current share of sales	Expected margins	Addressable market (USDm)	Market CAGR 2023 - 2028	Description & rationale
HOSPITAL		Surgery	11%	>10%	4,600	8.2%	High demand, interesting sub-segments, e.g., ENT (own products) or bariatric surgery
		Orthopaedic Surgery	9%	>10%	9,200	4.2%	High margins and growth, opportunities for geographical expansion
		Interventional radiology	2%	>10%	8,000	5.3%	Part of fast-growing minimal invasive surgery
		Endoscopy	2%	>10%	9,700	6.7%	Part of fast-growing minimal invasive surgery
		Ophthalmology	7%	>10%	20,600	4.3%	Growing demand, unique AddLife platform
		Hospital Consumables	5%	8-10%	103,400	8.4%	Opportunities with own products in existing channels, adding stable volumes to business
HOMECARE		Construction	1%	6-8%	1,400	11.6%	Demographic changes is a market driver for increased need for accessible bathrooms and kitchens
		Welfare technology	2%	8-10%	3,600	11.8%	New digital technologies, high growth and potential in selected geographical markets

Marknader: Europa och Australien. Välfärdsteknik, enbart Europa 2021-2027.

Källa: Market Data Forecast, Berg Insight, AddLife analys, AddLife försäljning 2023.

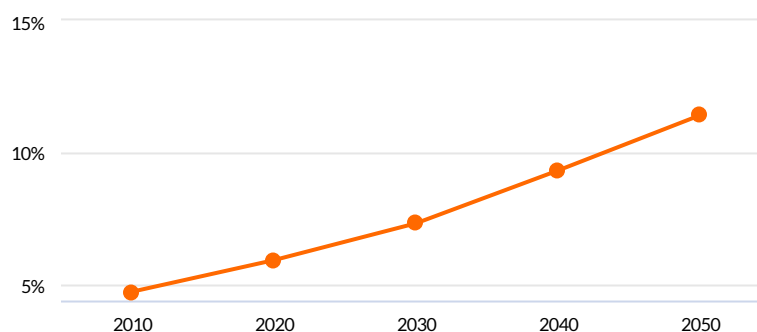
Långsiktiga strukturella drivkrafter

Life Science marknaden är starkt påverkad av strukturella drivkrafter som påverkar marknaden i grunden samt skapar en ram för den långsiktiga utvecklingen.

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 [2]. Detta är en åldersgrupp som är stora konsumenter av vård, omsorg och diagnostik. Sjukvårdskostnader per capita accelereras från 55-60 års ålder för att nå den högsta nivån runt 80-85 år, med en bibehållen hög kostnadsnivå därefter.

ANDEL EU MEDBORGARE 80+



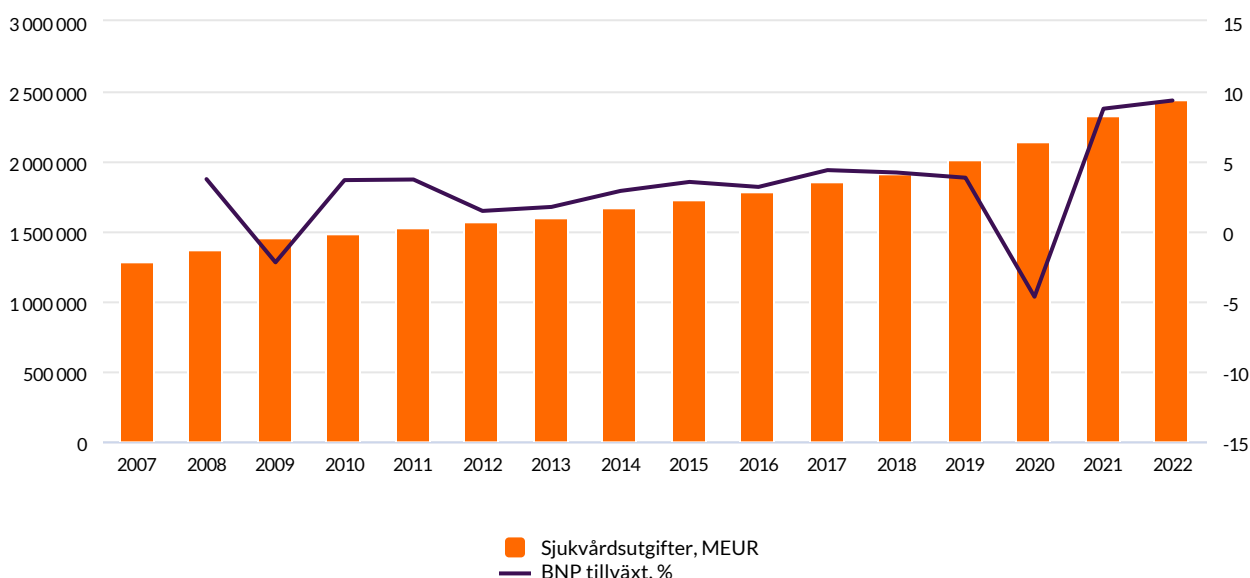
Samtidigt ökar prevalensen av kroniska sjukdomar, vilket medför att en generellt ökad äldre befolkning lever längre med en eller flera kroniska sjukdomar. Detta skapar en långsiktig efterfrågan på sjukvårdsprodukter, tjänster och lösningar som stödjer en effektivare vård av en äldre befolkning.

Ekonomiska faktorer

Sjukvården i Europa är i stor utsträckning skattefinansierad och med ett ständigt växande behov. Vården är en högt prioriterad samhällsfråga, särskilt efter pandemin. Behovet är ständigt, 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 [3].

SJUKVÅRDSUTGIFTER



Graf inkluderar AddLifes marknader i Europa samt Australien.

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 medför höga inträdesbarriärer för nya aktörer. Nya planerade EU-förordningar för medicintekniska produkter, MDR, och för produkter för In vitro-diagnostik, IVDR, är under implementering i branschen (men har dock senarelagts). De nya regelverken kommer att medföra att man i många fall behöver genomföra förnyade och mer komplexa prövningar av CE-certifiering. Detta är ett dyrt och betungande arbete för små aktörer med begränsade resurser. Det kan också leda till att större utomeuropeiska leverantörer söker starka lokala partners som kan stötta dem i detta arbete. Utöver detta införs kontinuerligt nya hållbarhetskrav, med viss variation i implementering beroende på region.

Globala faktorer

Den lokala marknaden är starkt beroende av internationell produktutveckling och tillverkning, vilket gör den känslig för störningar globalt. Protektionistiska handelsavtal, pandemier, geopolitiska spänningar och konflikter, som Rysslands invasion av Ukraina och oroligheter i Mellanöstern, påverkar tillgängligheten och leveranserna av råmaterial och produkter till Europa. Regionala inköp, möjlighet till att hitta alternativa leverantörer samt nära samarbeten med lokala kunder minskar riskerna förknippade med dessa globala störningar.

Teknologisk utveckling

Den snabba teknologiska globala utvecklingen förändrar Life Science marknaden genom innovationer inom produktutveckling, forskning och vård. Användningen av uppkopplade enheter, automatisering, artificiell intelligens (AI) och andra teknikområden leder inte bara till nya produkter utan också till nya sätt att använda instrument och diagnostiska tester. Detta banar väg för nya affärsmöjligheter genom nya behandlings- och vårdmetoder och påverkar även leverantörers operativa verksamheter. Viktiga faktorer för att lyckas är att förstå lokala kunders behov, ha möjlighet att expandera utbudet av ny teknologi (oberoende av leverantör) samt att ha en stark service och support för att kunna hjälpa vårderna att implementera ny teknologi.

Konkurrenssituation som skapar möjligheter

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

År 2023 har kännetecknats av förändringar, inklusive omstruktureringar av globala tillverkare och ägarskiften inom multinationella distributionsgrupper. Detta har på olika sätt inneburit fördelaktiga förutsättningar för AddLife i sin framtida organiska och inorganiska tillväxt.

PROFIL	GLOBALA PRODUKTBOLAG	MULTINATIONELLA DISTRIBUTÖRER	MINDRE LOKALA DISTRIBUTÖRER
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 (AddLife's profilgrupp)	KONKURRENT / POTENTIELL FÖRVÄRVSKANDIDAT
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	- Höga krav på finansiell styrka - Regleringsmiljön - Begränsningar i succession, talang och affärsutveckling
MÖJLIGHETER FÖR ADDLIFE	- Ta marknadsandelar - Nya produktportföljer	Ta marknadsandelar från distraherad konkurrent	- Ta marknadsandelar - Potential för förvärv

Marknadstrender

Även dynamiska och kortsiktigare trender påverkar marknaden. Dessa återspeglar aktuella eller nyligen uppkomna fenomen som berör sektorn och dess leverantörer, vilket kräver förmåga till anpassning och flexibilitet. AddLifes decentraliserade affärsmodell möjliggör bolagens snabba anpassning och hantering av dessa trender.

Övergripande trender

PERSONALBRIST I VÅRDEN

- Det råder brist på arbetskraft inom hälso- och sjukvården i hela Europa, framför allt vad gäller sjuksköterskor och primärvårdspersonal. 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.

HÄLSOSYSTEM TILLBAKA TILL NORMALA BUDGETNIVÅER

- Under pandemiåren fick sjukvårdsbudgetarna extra medel, främst för utökade resurser samt skyddsutrustning och Covid-19-relaterade behov. Från 2023 har budgetarna stabiliserats till mer normala nivåer vilket ökar kraven på att förnya och effektivisera arbetsmetoder inom vården.
- AddLife, med sitt breda produktsortiment, har varit en tillförlitlig partner till sjukvården genom alla pandemins skeden, tack vare en decentraliserad affärsmodell som möjliggjort effektivt beslutsfattande för att möta de nya kundbehoven. Vid återgången till mer normala arbetsförhållanden och budgetar hamnar fokus åter på att utveckla nya vårdmetoder och att implementera effektiviseringar av processer, något AddLife bolag är väl rustade att hjälpa vården med.

ARTIFICIELL INTELLIGENS

- Under 2023 har användningen av AI gradvis ökat inom sjukvården, med förväntningar på att ny teknik ska bidra till både operativ effektivitet och kliniska förbättringar. Sektorns strikta regleringar samt krav på kliniska studier är några utmaningar som gör att anpassningen går långsammare jämfört med andra sektorer.
- AddLife erbjuder vissa AI-baserade lösningar, såsom digital patologi och digitala tillsynstjänster, och är aktiv i att utveckla och bredda sitt utbud av produkter för att möta en växande efterfrågan.

Labtech

VÄXANDE ANVÄNDNINGSSOMRÅDE FÖR DIAGNOSTIK

- Marknadens expansion drivs av framsteg inom teknik, som underlättar utvecklingen av fler och mer kostnadseffektiva testmetoder. Ett exempel är individanpassad medicin, där genetiska tester identifierar en viss, genetisk markör, för att avgöra vilken behandling som blir mest verksamt för en individuell 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 kan dessutom spela en viktig roll när nya teknologier går från att användas inom forskning till att användas även inom klinisk diagnostik. Under 2023 har samarbeten med flera befintliga leverantörer expanderats 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 kvaliteten till lägre kostnader och högre tillgänglighet. Dessa instrument, ofta använda i Point-of-Care (PoC) sammanhang, når nu nya kundgrupper som sjukhusavdelningar och apotek. Efterfrågan på multiparameterinstrument, som tillåter flera tester från ett enskilt prov, har också ökat.
- AddLife har etablerat sig som en expert inom området, med framgångsrika samarbeten till exempel i Sverige, Norge, och Finland, och fortsätter att utforska nya möjligheter för att möta kundbehov.

OUTSOURCING INOM BIOTECH- OCH FARMAINDUSTRI

- 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 existerande och nya tjänsteerbjudanden inom området.
- AddLife erbjuder idag omfattande applikationssupport och utveckling av analytiska metoder till detta kundsegment och ser över möjligheter att utveckla tjänsteerbjudandet.

DIGITALA FÖRSÄLJNINGSKANALER INOM FORSKNING

- Andelen utomeuropeiska leverantörer inom forskning som erbjuder icke-exklusiva distributionsavtal ökar. Detta leder till en ökning av digital försäljning både från tillverkare direkt till kunder och distributörer som säljer över flera geografiska marknader.
- AddLife har flera bolag med erbjudande inom området där merparten av försäljning sker digitalt. Ytterligare bolag inom gruppen ser över möjligheterna att öka dessa tjänster inom sina kundgrupper och segment.

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 utökad användning av privat vård och digitala besök.
- AddLife har genom sitt breda utbud och starka serviceerbjudande inom planerad kirurgi aktivt bidragit till att minska vårdskulden. Vår decentraliserade affärsmodell och närhet till kunderna har möjliggjort flexibilitet i försäljning och därmed har vi tagit marknadsandelar gentemot konkurrenter.

KOSTNADSMEDVETENHET

- Efter pandemin har hälsosystemen anpassat sig till mer normala budgetnivåer, vilket, tillsammans med kostnadsökningar, har ökat kunders kostnadsmedvetenhet. Detta begränsar möjligheten att höja priser och medför en tuffare konkurrens, särskilt inom enklare produktsegment.
- AddLife, med sitt erbjudande av mer avancerade produkter och tjänster, har flexibelt kunnat anpassa sig till den nya situationen. Förmågan att skapa mervärde till kunder i form av tjänster kring produkt erbjudandet har även skapat en position som möjliggör prishöjningar.

DIGITALISERING

- Digitalisering inom sjukvården förändrar hur vissa produkter utvecklas och vård tillhandahålls. Exempelvis kan sjukhus, genom digital planering av kirurgiska ingrepp, minska operationstider och därmed patientrisker. Lösningar anpassas ofta efter varje sjukhus unika rutiner, vilket ökar efterfrågan på lokalt inköpta lösningar och gynnar leverantörer med kundnära relationer.
- AddLifes bolag har digitala erbjudanden inom flera produktområden, bland annat inom kardiologi och ortopedi. Bolagens kundrelationer samt kunskap om behandlingsmetoder samt sjukvårdens rutiner och krav är en styrka i detta sammanhang.

CIRKULÄRA AFFÄRSMODELLER

- Intresset för cirkulära affärsmodeller växer, speciellt inom hjälpmedelssektorn där produkter som kan renoveras och återanvändas blir alltmer eftertraktade. Detta minskar viss efterfrågan, men öppnar även upp för nya affärsmodeller.
- AddLife svarar och driver på denna trend genom att erbjuda tjänster som service, renovering och sterilisering av hjälpmedel i Irland, samt uthyrning av utrustning till sjukhus och privatboende. Företaget utforskar aktivt möjligheter att utöka sitt sortiment med återanvändbara produkter och utveckla nya affärsmodeller.

VÅRD I HEMMET

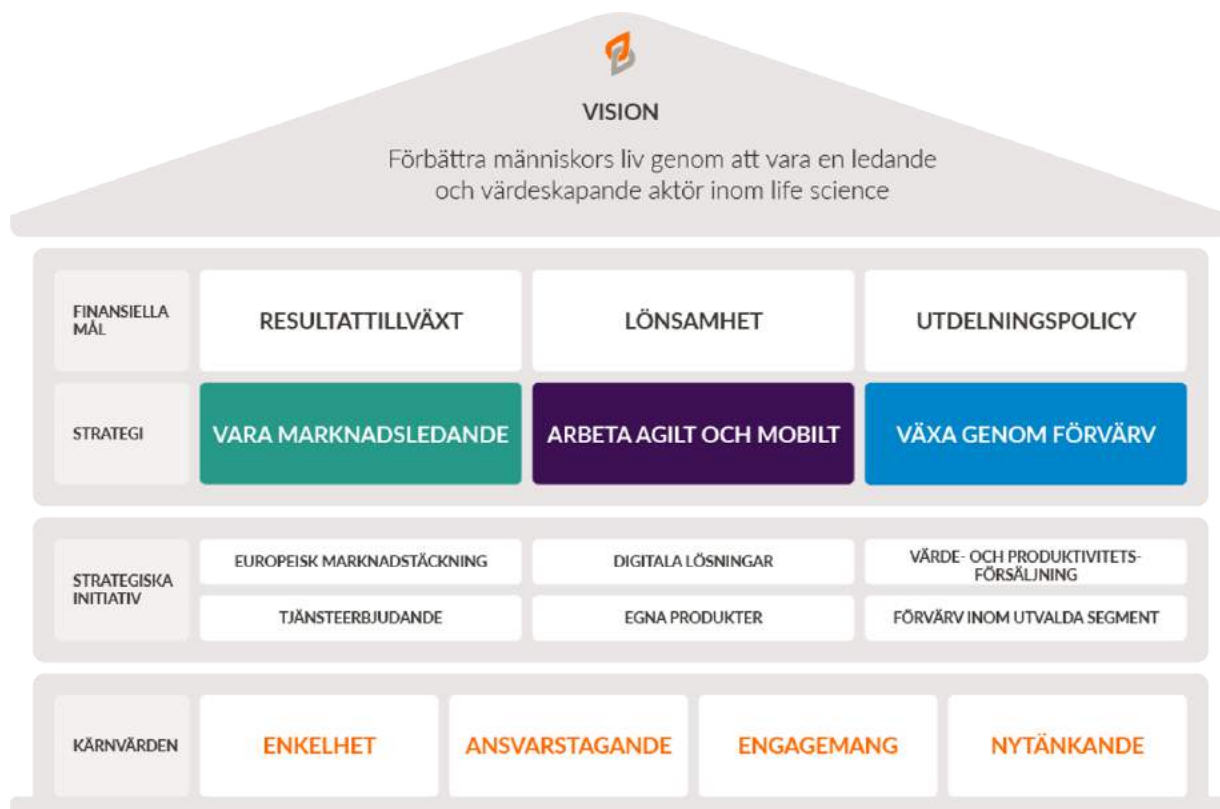
- Den demografiska utvecklingen, stigande vårdkostnader, personalbrist och personliga preferenser driver trenden med äldre med vårdbehov som bor kvar hemma längre. För att möjliggöra detta krävs anpassningar av bostäder, hjälpmedel samt utnyttjande av digitala lösningar.
- AddLife bidrar genom att erbjuda välfärdsteknik flera nordiska marknader, inklusive innovativa lösningar som Hepros "Nattuggla", en digital tillsynstjänst som använder anonymiseringsfunktioner och AI för konstant lärande.

-
1. The 2021 Aging Report, European Commission
 2. Eurostat
 3. OECD, WHO, European Central Bank

STRATEGI

Uppnå hållbar tillväxt

AddLifes strategi grundar sig på marknadsledande positioner, operativ rörlighet och 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.

Under 2023 lanserade AddLife sex strategiska initiativ som baseras på koncernens konkurrensfördelar, ökade storlek och stärkta geografiska position samt rådande marknadstrender.

Strategi



1. Vara marknadsledande

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

- skapa värde och bygga upp 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. Arbeta agilt och mobilt

Att arbeta agilt gör det möjligt för AddLife att skapa bättre förutsättningar för verksamhets- och lönsamhetstillväxt. För att uppnå detta mål:

- agerar dotterbolagen snabbt och flexibelt för att ta vara på nya affärsmöjligheter
- utvecklar AddLife, som aktiv, ägare verksamheten som helhet

3. Växa genom förvärv

Förvärv är viktiga för att leverera långsiktig resultattillväxt tillsammans med organisk tillväxt. För att uppnå detta:

- söker AddLife kontinuerligt efter nya Life Science-bolag som har ledande positioner inom utvalda nischer
- har AddLife en strukturerad förvärvsprocess som bygger på lång erfarenhet av såväl förvärv som marknad
- utvecklar AddLife de förvärvade dotterbolagen på lång sikt

STRATEGISKA INITIATIV

Under 2023 har AddLife definierat sex initiativ som, genom dotterbolagen, stärker AddLifes möjligheter att ta tillvara marknadspotential samt dra nytta av bolagets expanderade storlek.

Europeisk marknadstäckning: AddLife unika europeiska närvaro, i kombination med aktivt internt nätverkssamarbete, skapar möjlighet för bredare dialog med nya, strategiskt utvalda leverantörer. Det innebär även en riskminimering genom bolagens ökade och snabbare insikter om internationella marknadstrender.

Digitala lösningar: AddLife utökar sitt erbjudande inom digitala lösningar, enskilt 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 kontinuerligt arbetet med IT-säkerhet.

Värde- och produktivetsförsäljning: AddLife strävar efter att identifiera fler produkt- och tjänsteerbjudanden som kan hjälpa vårdgivare att skapa mer effektiva processer för att åstadkomma mer (exempelvis utföra fler operationer) med tillgänglig personal och resurser, och på så sätt bidra till ökad effektivitet i vård och forskning samt förkortade vårdköer.

Tjänsteerbjudande: AddLife strävar efter att öka tjänsteutbudet för att stärka kundrelationerna, samt öka sin differentiering och prissättningskraft. AddLife tillhandahåller avancerade produkter som hjälper kunder att förbättra kliniska resultat, effektivisera processer samt 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 inom avancerade produkter med de höga marginaler som det medför. Den höga servicenivån skapar också lojalitet, differentiering och potential för höga och stabila marknadsandelar.

Egna produkter: Baserat på djup kundförståelse och nära kundrelationer ska AddLife tillvarata potentialen 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 arbete med att förbättra marginaler.

Förvärv inom utvalda segment: Koncernen letar aktivt efter förvärvskandidater inom prioriterade tillväxtsegment och geografier, företrädesvis mindre och medelstora fristående eller tilläggsförvärv med attraktiva marginaler. Dotterbolagens unika nätverk i lokala marknader och gedigna produktkompetens är en stor tillgång i detta arbete, tillsammans med beprövade och ständigt förbättrade processer och metoder.



FINANSIELLA MÅL

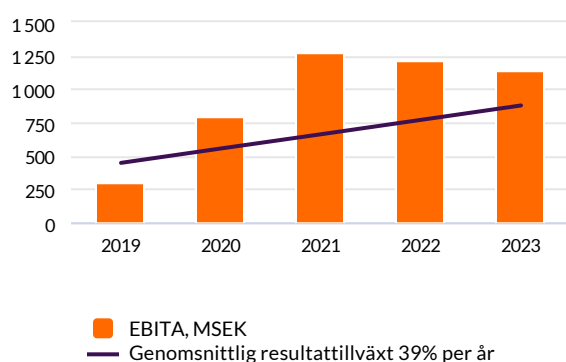
Långsiktiga finansiella mål

Under 2023 upprepade AddLife sina långsiktiga finansiella mål. Den underliggande målsättningen är fortsättningsvis att över en fem års period fördubbla AddLifes resultat (EBITA) genom en tillväxt om 15 procent per år. Tillväxten skall genereras både organiskt och via förvärv. Förvärven finansieras till stor del med det egna kassaflödet via en hög lönsamhet (R/RK) på minst 45 procent.

Resultattillväxt EBITA 15 procent

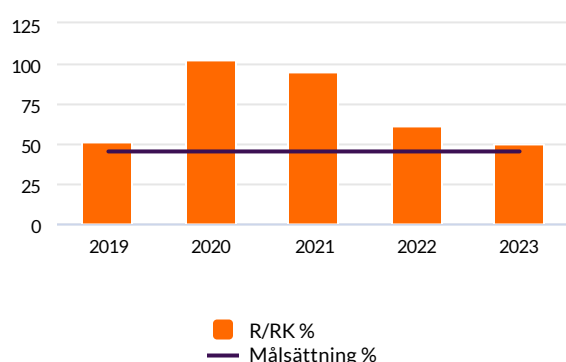
Resultattillväxten (EBITA) ska långsiktigt uppgå till 15 procent per år. Minskningen under 2023 förklaras i hög grad av signifikant covid-19 relaterad försäljning under 2022 som inte upprepades under 2023.

RESULTATTILLVÄXT EBITA

**Lönsamhet 45 procent**

Lönsamheten (R/RK), dvs relationen mellan rörelseresultat (EBITA) och rörelsekapital, ska överstiga 45 procent.

R/RK

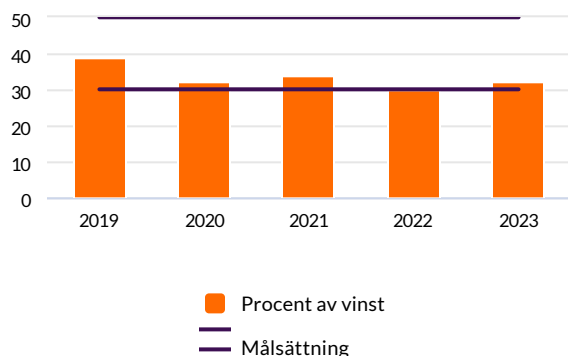
**Modell för finansiell styrning**

Utifrån koncernens övergripande långsiktiga finansiella mål, och respektive dotterbolags situation, finansiella ställning och förutsättningar har samtliga dotterbolag individuella mål och finansiella fokusområden vad gäller såväl resultattillväxt som lönsamhet (R/RK). Av samtliga dotterbolag fokuserar ungefär 25 procent främst på EBITA marginalen, 50 procent på ökad resultattillväxt och 25 procent på i huvudsak effektivisering av rörelsekapitalet.

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. Det goda kassaflödet under det andra halvåret stödjer vår ambition att minska nettoskulden genom eget genererat kassaflöde varför styrelsen för 2023 föreslår en utdelning om SEK 0,50 per aktie vilket motsvarar 30 procent av koncernens resultat efter skatt.

UTDELNING



AFFÄRSOMRÅDE

Affärsområde Labtech

Affärsområdet Labtech erbjuder produkter, lösningar och tjänster inom bland annat diagnostik, biomedicinsk forskning och laboratorieanalys. Affärsområdet består av två affärsenheter, Biomedical and 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 produkter och lösningar, inklusive utrustning, förbrukningsvaror och reagenser, som används för att diagnostisera sjukdomar och bedriva forskning. Labtech tillhandahåller också utbildning och teknisk service för att underlätta effektiv användning av utrustningen. Under 2023 härrörde cirka 80% av försäljningen från upphandlingar och långsiktiga avtal med koppling till installerade instrument. AddLife erbjuder leverantörer en stark kommersiell organisation med lokal närvaro i 30 europeiska länder. Som distributör har Labtech möjlighet att snabbt reagera på en föränderlig marknad och leverera kundanpassade lösningar. Nya distributionsavtal för innovativa produkter har etablerats i flera länder och förväntas tillföra en ytterligare intressant potential för framtida tillväxt.

Lönsamheten var fortsatt god under 2023 och högre än innan pandemin. Den organiska tillväxten, exklusive covid-19 relaterade försäljning och valutakursförändringar, uppgick för helåret 2023 till 10 procent. Den covid-19 relaterade försäljningen har nu upphört och redovisas som 0 MSEK (760).

10 %
ORGANISK
TILLVÄXT 2023

LABTECH
NETTOOMSÄTTNING PER
MARKNAD

Sverige	16%
Danmark	14%
Italien	12%
Finland	11%
Norge	9%
Österrike	5%
Tjeckien	4%
Nederländerna	3%
Tyskland	3%
Polen	3%
Övriga Europa	16%
Övriga världen	4%

LABTECH I SIFFROR

Nettoomsättning: 3 654 MSEK
EBITA: 473 MSEK
EBITA marginal: 12,9 %
Organisk tillväxt (exkl valuta och covid): 10 %
Medarbetare: 805
Andel av koncernens nettoomsättning: 38 %

Marknadsutveckling 2023

I takt med att pandemin avtog kom övriga delar av verksamheten igång igen, med ökad efterfrågan inom diagnostik, forskning och läkemedelsutveckling. Inom statsfinansierade och akademiska forskningsbudgetar var finansieringen generellt stabil och aktiviteten hög. Den osäkerhet gällande framtida forskningsfinansiering som fanns i vissa länder under året komplementerades av forskningssatsningar i andra länder, samt en mycket stark efterfrågan inom utveckling av nya behandlingsformer i läkemedelsindustrin och inom biomedicin.

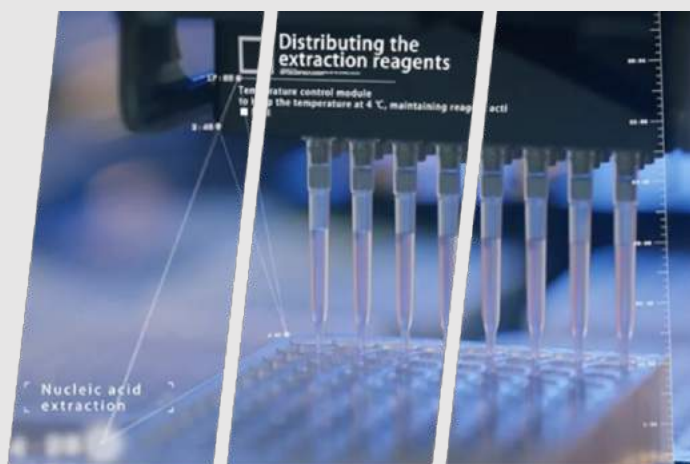
Försäljningen inom Labtech är främst inriktad på instrument med återkommande intäkter från förbrukningsvaror, vilket ger en långsiktig stabilitet i efterfrågan. På vissa marknader observerades dock en viss försiktighet vad gäller större investeringar, men AddLifes portfölj består framför allt av instrument och utrustning som inte kräver signifikanta investeringar och därmed påverkades verksamheten inte nämnvärt av detta.

Flera av de globala tillverkningsbolagen är i en fas av förändring vad gäller såväl organisationer som marknadsstrategier, vilket skapat möjligheter för dotterbolagen att ta sig an nya produkter och att öka sina marknadsandelar. Efterfrågan ökade på traditionella laboratoriereagenser samt produkter för gensekvensering, cellterapi och cancerimmunologi, samt instrumentering. Labtechs produktportfölj utvecklas kontinuerligt mot mer avancerade produkter och inom gensekvensering lanserades Next Generation Sequencing (NGS) under året i både Italien och Skandinavien. Försäljningen av egna avancerade instrument hade en stark tillväxt i USA, Europa och Kina.

Under året har AddLife identifierat prioriterade tillväxtsegment inom Labtech. Inom affärsenheten Diagnostics har bolaget identifierat mikrobiologi, molekylär diagnostik och genetisk testning som lönsamma tillväxtsegment. Inom affärsenheten Biomedical and Research har AddLife identifierat bland annat molekylärbiologi samt avancerade instrument för laboratorieanalys som tillväxtsegment. Gemensamt för de prioriterade segmenten är dotterbolagen redan har en position och därmed god kunskap, men att de idag utgör en mindre del av försäljningen (5 procent eller mindre). De har också en starkare tillväxt än den bredare diagnostikmarknaden samt förväntade marginaler som i de flesta fall är högre än 12 procent. Detta innebär att ökad närvaro inom dessa segment kommer att förbättra både tillväxtpotential och lönsamhet inom affärsområdet Labtech.

PRESTIGEFYLLEDA UTMÄRKELSER TILL EUROCLONE

Under året har EuroClone tilldelats flera prestigefyllda utmärkelser för bästa distributör från världsledande leverantörer, däribland 10x Genomics, MGI och Cell Signaling Technology, samtliga ledande inom bioteknik och innovation. Relationen med leverantörerna bygger på öppenhet, transparens och långvarigt partnerskap. Genom sitt engagemang och mångåriga erfarenhet inom sitt segment, har medarbetarna på EuroClone etablerat viktiga leverantörsrelationer, bland annat inom området för Next Generation Sequencing (NGS), som till exempel används för att diagnostisera genetiska sjukdomar.



LABTECHS PRODUKTSEGMENT



BIOMEDICAL AND RESEARCH

- Advanced instruments
- Plastic consumables
- General lab
- Cell biology
- Reagents

DIAGNOSTICS

- Microbiology
- Molecular/genetics
- Clinical chemistry
- Immunology
- Hematology
- Cytology and pathology
- Point of Care

LABTECHS STYRKOR

- Engagerade medarbetare med hög utbildningsnivå och många års erfarenhet inom sitt segment
- Produkter, service, utbildningsprogram och rådgivningstjänster av hög kvalitet
- Långsiktigt samarbete med ledande leverantörer och exklusiva distributionsrättigheter
- Välutvecklad teknisk serviceorganisation med lokal förankring
- Goda marginaler, stabilt växande efterfrågan, låg kapitalbindning



AFFÄRSOMRÅDE

Affärsområde Medtech

Inom affärsområdet Medtech erbjuder dotterbolagen produkter och tjänster inom medicinteknik, samt hjälpmedel och digitala lösningar för hemvård. Medtech har två affärsenheter – Hospital och Homecare. Erbjudandet inom Medtech vänder sig främst till offentligt finansierad sjukvård, hemvård och omsorg i Europa.



Dotterbolagen inom Medtech erbjuder egna produkter och ett brett utbud av produkter från andra leverantörer samt tjänster i form av utbildning, support och service. Produktsortimentet spänner från enklare förbrukningsmaterial till avancerade instrument för kirurgiska ingrepp samt välfärdsteknologi och hjälpmedel för äldre och personer med funktionsvariationer. Produktutbudet kräver en gedigen medicinsk kunskap för att kunna vägleda kunderna rätt. Försäljningen sker till cirka 85 procent genom offentliga upphandlingar.

En viktig trend under året var återhämtningen inom planerad kirurgi efter pandemin som AddLife planerat för, vilket resulterade i en ökad efterfrågan på Medtechs produkter i. Den organiska tillväxten, exklusive valutakursförändringar, uppgick för helåret 2023 till 9 procent.

Under året vidtogs viktiga strategiska åtgärder för att förbättra lönsamheten framåt. Inom ögonkirurgibolaget AddVision genomfördes under året omstruktureringsaktiviteter i huvudsak inriktade på förbättringar inom följande områden: en mer snabbriktad, decentraliserad och effektiv organisation, förbättrat kommersiellt erbjudande och arbetssätt samt kostnadsreduktion.

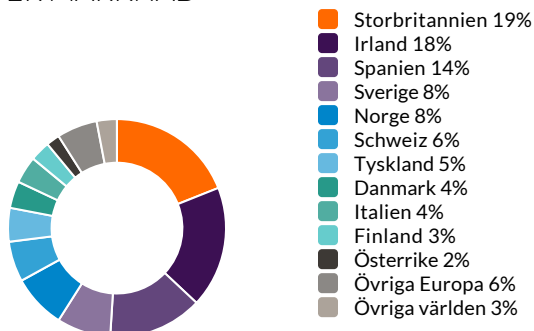
Under 2023 har även en noggrann genomgång av Homecares digitala utvecklingsprojekt genomförts.

Utvecklingsprojekten omfattar lösningar för egenmonitorering (Camano Health) och trygghetslarm (Camano Care). Som resultat av genomgången har båda utvecklingsprojekten lagts ned och därmed en avveckling av dotterbolaget Camano. Bolagen inom Homecare kommer även fortsättningsvis erbjuda en portfölj av digitala produkter och tjänster, men inte längre egenutvecklade.

Dessa lönsamhetsförbättrande åtgärder förväntas ge en total kostnadsminskning på 80 MSEK på helårsbasis som gradvis realiserar under 2024. Den totala positiva kassaflödeseffekten av åtgärderna förväntas bli 110 MSEK på årsbasis. Åtgärderna resulterade i en omstruktureringsreserv om 8 MSEK samt nedskrivning av materiella anläggningstillgångar om 19 MSEK och immateriella anläggningstillgångar om 106 MSEK i fjärde kvartalet 2023.



MEDTECH NETTOOMSÄTTNING PER MARKNAD



MEDTECH I SIFFROR

Nettoomsättning: 6 042 MSEK
 EBITA: 684 MSEK
 EBITA marginal: 11,3%
 Organisk tillväxt
 (exkl valuta och covid): 9%
 Medarbetare: 1 477
 Andel av koncernens
 nettoomsättning: 62%

Marknadsutveckling 2023

Inom affärsenheten Hospital tog återhämtningen inom planerad kirurgi fart under 2023, även om vårdköerna för kirurgiska ingrepp fortfarande var betydande över hela Europa, och till och med växte i vissa länder såsom i Storbritannien. Personalbrist bromsade återhämtningstakten och förväntas leda till en längre period av ökad kirurgisk aktivitet. Drivet av ökad aktivitet inom den planerade kirurgi steg efterfrågan inom främst produktområdena ortopedi, kirurgi, respiration och endoskopi. Besöksrestriktionerna lättade eller upphävdes under året, vilket gjorde att kunderna också blev mer mottagliga för besök, seminarier, mässor och produktdemonstrationer. De lättade restriktionerna påverkade även Homecare, då det gav möjlighet till hembesök för utprovning av utrustning. Inom Medtech har AddLife identifierat prioriterade tillväxtsegment som förväntas bidra till resultat tillväxten. Bland annat utgör ortopedi och endoskopi, med marginaler på över 10 procent, prioriterade tillväxtsegment för affärsenheten Hospital. Inom Homecare har bolaget identifierat välfärdsteknologi och konstruktion med marginaler mellan 6-10 procent som tillväxtsegment.

Förvärv

Under tredje kvartalet förvärvade AddLife samtliga aktier i bolaget Emmat Medical Ltd. Det förvärvade bolaget, som kommer att integreras med Healthcare 21 Groups verksamhet i Storbritannien, är verksamt inom kirurgi och omsätter cirka 28 MSEK med god lönsamhet och tillväxtpotential.

ROPOX FÖRBÄTTRAR LIVET FÖR DEM MED FUNKTIONSvariation

Ropox har över 60 års erfarenhet av att ta fram produkter som hjälper människor att leva ett självständigt liv. De är världsledande specialister och tillverkare av hjälpmedel och möbler, och de erbjuder skräddarsydda lösningar som underlättar för användarna och deras familjer. Ropox erbjuder ett omfattande utbud av bostadsanpassningar, vilka gör det möjligt för personer med funktionsvariation att leva ett mer självständigt liv. Ett exempel

är den höj- och sänkbara lösningen för köksbänkar som gör det möjligt för rullstolsbundna personer att nyttja sitt kök på bästa sätt.



MEDTECHS PRODUKTSEGMENT



HOSPITAL

- Surgery
- Orthopedic
- Hospital consumables
- Critical care

HOME CARE

- Endoscopy
- Woundcare
- Healthcare IT
- Ophthalmology
- Home adaptation
- Aid supply & equipment
- Welfare technology
- Construction

MEDTECHS STYRKOR

- Medarbetare med lång medicinsk erfarenhet, lokal kännedom, hög servicegrad samt produktutveckling inom välfärdsteknologi
- Brett sortiment bestående av såväl egenutvecklade produkter som produkter från andra välrenommerade tillverkare
- Stor flexibilitet kring kundanpassade lösningar liksom spetskompetens inom offentliga upphandlingar
- Europeiskt distributions- och servicenätverk för såväl egna som andra leverantörers produkter och tjänster
- Stor tillgänglig marknad med hög tillväxt, goda marginaler framförallt inom avancerade produkter



FÖRVÄRV

Förvärv

Förvärv är en viktig del av AddLifes tillväxtstrategi och vi har en väletablerad och strukturerad process för att såväl identifiera, förvärva, integrera och utveckla bolag. Processen inför ett nytt förvärv kan pågå under flera år. Vi önskar 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.



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 kompletterar befintligt produkt- och tjänsteutbud. Företrädesvis skall bolagen vara mindre eller medelstora med god lönsamhet, ha en hållbar 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, dels via AddLifes nätverk av dotterbolag, dels via bolagets egen strukturerade sökprocess, samt 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 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, produkt erbjudande, kunder, väletablerade leverantörsrelationer, kunskaps- och teknikinnehåll, konkurrenser, 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 hållbar 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 tilläggsköpeskillning som innebär att en del av köpeskillningen 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 sin 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 detta sätt bibehåller de förvärvade bolagen sin entreprenörsanda och sitt kund- och affärsfokus och blir inte belastade av administrativa processer och integrationsprojekt.

Kontinuerlig utveckling

I linje med AddLifes strävan att ständigt utvecklas, är utvärdering och förbättring en naturlig del av vår förvärvsprocess. Efter avslutade processer, oavsett om förvärvet har genomförts eller inte, hålls möten med fokus på lärdomar. Alla involverade parter bjuds 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.

FÖRVÄRV

Årets förvärv

Under 2023 genomförde AddLife ett förvärv. Förvärvet beräknas tillföra en sammanlagd årsomsättning om cirka 28 MSEK och har fyra medarbetare.

EMMAT MEDICAL LTD

Emmat Medical är en oberoende distributör som tillhandahåller kirurgiska instrument för sjukvårdspersonal över hela Storbritannien. Emmat Medical omsätter cirka 28 MSEK och har fyra anställda. Bolaget integreras i Healthcare 21 Group som ingår i affärsområdet Medtech.



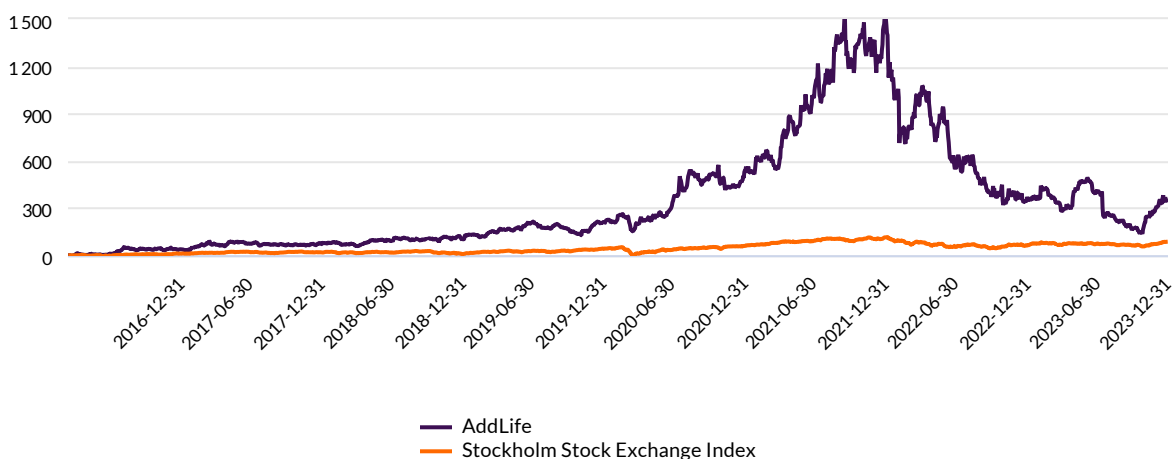
- Förvärvstidpunkt: 1 september
- Omsättning: cirka 28 MSEK
- Antal anställda: 4

AKTIEN

AddLifes aktie

AddLife noterades på Nasdaq Stockholm, Nordic Mid Cap-listan, den 16 mars 2016. Bolagets börsvärde den 31 december 2023 var 13 421 MSEK (13 298). Antalet aktieägare uppgick per 31 december 2023 till 14 142 (13 131).

KURsutVECKLING I ADDLIFE



Kursutveckling och omsättning

AddLife ökade under räkenskapsåret i värde med 1 procent. Stockholmsbörsens index OMX Stockholm ökade under motsvarande period med 15 procent. Högsta betalkurs under året var 140,60 SEK och noterades den 5 juni. Den lägsta noteringen var 56,00 SEK och noterades den 25 oktober. Sista betalkurs före räkenskapsårets utgång var 109,40 SEK. Under räkenskapsåret från 1 januari till 31 december 2023 omsattes 77 miljoner aktier (71) till ett sammanlagt värde av ca 7 529 MSEK (13 337). Nedbrutet per handelsdag omsattes i genomsnitt 305 911 AddLife-aktier (281 731) till ett genomsnittligt värde av ca 30 MSEK (53). Genomsnittligt antal avslut per dag uppgår till 1 063 stycken (1 622).

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.

ÄGARSTRUKTUR



- Svenska institutioner och fonder (51,6%)
- Utländska investerare (35,3%)
- Svenska fysiska personer (13,1%)

Aktieägare 2023-12-31	Andel i %	
	kapital	röster
Roosgruppen AB	4,5	15,7
Tom Hedelius	1,7	12,6
SEB Fonder	10,2	7,6
AMF - Försäkring och Fonder	8,3	6,2
Verdipapirfond Odin	7,3	5,4
Första AP-fonden	4,5	3,4
State Street Bank & Trust Company	4,5	3,4
Clients Fonder	4,3	3,2
JP Morgan Chase Bank	3,3	2,4
Fjärde AP-fonden	2,4	1,8
Totalt 10 största ägarna	51,0	61,7

Källa: Euroclear