# VD-kommentar

**Långsiktigt positiv trend i efterfrågan**



Sjukvårdssystemen i Europa har under kvartalet påverkats allt mindre av covid-19 och verksamheten ställs nu om till att successivt minska den vårdskuld av senarelagd planerad kirurgi som uppstått under pandemin. Omställningen tar dock tid och ökningen i antal genomförda operationer har varit långsam på grund av brist på läkare, sjuksköterskor och annan vårdpersonal. Minskningen av vårdskulden väntas ske gradvis under en längre period med ett ökat antal genomförda operationer.

AddLifes försäljning av produkter och tjänster, som främst efterfrågas av de skatte- och försäkringsfinansierade vårdsystemen samt inom forskning och läkemedelsutveckling, har inte påverkats nämnvärt av osäkerheten i omvärlden. Sjukvården är även i svårare tider ett prioriterat område och aktiviteten inom forskning och läkemedelsutveckling är fortsatt i en positiv trend. Majoriteten av AddLifes försäljning är relaterad till långsiktiga kundkontrakt eller till löpande försäljning av engångsartiklar och service kopplade till en installerad bas av instrument. Detta ger en god stabilitet i affären, men kräver ett aktivt arbete med omförhandling av priser då vi under året ser prisökningar från leverantörer. Dialogen med kunderna om denna utveckling är god och proaktivt arbete med marginalförbättring genom effektivisering, prissättning, produktmix och tjänsteerbjudande är en styrka hos AddLifes bolag.

**Förvärvsdriven och organisk tillväxt**

AddLifes försäljning under tredje kvartalet ökade med 14 procent jämfört med föregående år. Den organiska tillväxten, exklusive covid-19, var 2 procent. Den covid-relaterade försäljningen i affärsområde Labtech har som väntat fortsatt att sjunka, men den organiska tillväxten exklusive covid-19 uppgick till 5 procent. Minskningen i covid-relaterad försäljning har till fullo kompenserats av intäkter från förvärvade verksamheter inom affärsområde Medtech. Under semestermånaderna juli och augusti var efterfrågan avvaktande inom Medtech, men under september månad noterades en tydlig förbättring och även orderingången utvecklades positivt.

Rörelsemarginalen, som exklusive den återförda tilläggsköpeskillingen var 9,7 procent, påverkades negativt framförallt av den minskade covidförsäljningen i affärsområde Labtech och av en ovanligt låg volym i planerad kirurgi under sommarmånaderna samt leveransproblem hos vissa leverantörer inom Medtech.

Efter en lång tid med störningar i logistikkedjor har försenade leveranser i ökad utsträckning nått våra varulager i slutet av kvartalet. Detta är en positiv utveckling som möjliggör ökade leveranser till väntande kunder, men innebär på kort sikt ökade lagernivåer och därmed en större kapitalbindning än önskat.

Sammantaget utvecklades den underliggande affären väl i Labtech, men svagare i Medtech avseende både organisk tillväxt och lönsamhet. Pågående förbättringsåtgärder inom dessa områden har hög prioritet.

**Förstärkt position ger nya möjligheter**

Under de senaste åren har AddLife genomfört ett flertal förvärv i enlighet med strategin att etablera en stark position inom utvalda produktområden på den europeiska marknaden utanför Norden. Viktiga mål har varit att stärka affärsområdet Medtech inför en väntad återhämtning inom planerad kirurgi och att balansera den förväntade försäljningsnedgången i Labtech då effekterna av pandemin klingat av. Vi kan nu se effekterna av denna strategi och AddLife är idag en ledande europeisk aktör med över 60 procent av försäljningen utanför Norden och intäkterna fortsätter att växa trots nedgången i covid-relaterad efterfrågan. AddLife är idag en väsentligt större koncern med en god balans mellan affärsområdena Medtech och Labtech.

Ett strategiarbete pågår inom koncernen för att definiera hur AddLife bäst kan dra nytta av denna nya och förstärkta position. Koncernen har nu fler möjligheter att växa inom befintliga och närliggande geografier och segment och med en

stark ställning i flertalet europeiska marknader blir AddLife en ännu mer attraktiv partner för kunder och leverantörer. Den stärkta positionen ger även större möjligheter att marknadsföra egna produkter med potential till högre marginaler. AddLife ska även fortsatt ha ett tydligt fokus på nischer där bolagen har ledande positioner baserat på ett starkt produkterbjudande kombinerat med värdeskapande service och i ökande omfattning digitala lösningar. Prioriterade områden är nu att ta vara på alla de organiska tillväxtmöjligheter som tillkommit med de senaste tidens förvärv och aktiviteter inom bolagen för att öka lönsamhet och kassaflöde. Resultattillväxten (EBITA) ska långsiktigt uppgå till 15 procent per år och detta ska ske genom en kombination av organisk och förvärvad tillväxt.

Ambitionen i det korta perspektivet är att minska skuldsättningen samtidigt som vi arbetar proaktivt och långsiktigt för att utveckla vår pipeline av förvärvskandidater inom strategiskt utvalda segment. Inriktningen är att i huvudsak göra mindre eller medelstora förvärv som ofta kan läggas till befintliga verksamheter och de plattformar som nyligen förvärvats. Vi ser mycket positivt på framtida möjligheter till fortsatta värdeskapande förvärv då värderingar generellt förväntas komma ned på grund av det rådande marknadsläget.

Under kvartalet slutfördes förvärvet av JK Lab som förstärker portföljen inom forskningsprodukter och blir ett värdefullt tillägg till verksamheten inom Labtech. Under delårsperioden har fem förvärv genomförts, vilka beräknas tillföra en årlig nettoomsättning om cirka 850 MSEK.

**Framsteg inom Homecare**

Inom området Homecare bygger AddLife en unik portfölj av produkter och tjänster för att möjliggöra för den växande andelen äldre att i större utsträckning bo kvar hemma, med minskat beroende av sjukhusvård och hemtjänst, med fortsatt god livskvalitet och trygghet. Erbjudandet omfattar produkter för bostadsanpassning samt mobilitetshjälpmedel, sensorer samt en digitala plattform för uppkoppling av sensorer och trygghetslarm i hemmet, Camanio Care. Dessutom ingår lösningar för digital egenmonitorering av specifika hälsotillstånd, Camanio Health.

Den digitala plattformen Camanio Care gick under kvartalet in i en kommersiell fas. Lanseringen av tjänsten har påbörjats och avtal har redan slutits med sex kommuner i Sverige. Även Camanio Health expanderar sin kommersiella aktivitet och har under kvartalet ingått ett utökat samarbete med en tongivande region i Sverige. Vidareutvecklingen av de digitala lösningarna fortsätter och dessa framtidsinvesteringar belastade kvartalets resultat med 12 MSEK.

**Konkreta steg inom hållbarhetsarbetet**

Under kvartalet har AddLife beslutat om en ny hållbarhetsstrategi som kommer att introduceras under fjärde kvartalet. Strategin fokuserar på hållbara lösningar, hållbar kultur och hållbar tillväxt. Vi har även fortsatt arbetet med att stärka upp områden inom styrning och efterlevnad samt implementerat ett nytt hållbarhetsledningssystem.

Ett konkret exempel på övergången till mer hållbara produkter är dotterbolaget Mediplasts lansering av en ny innovativ typ av bandage där bomull ersatts med bambufiber. Det nya materialet har inte bara miljövänliga aspekter utan även patientfördelar såsom antibakteriella egenskaper och ökad komfort. Intresset från kunderna är stort och i oktober månad säkrades ett signifikant flerårigt upphandlingskontrakt med en tongivande region i Sverige.

**Sammanfattning**

Det är med stor glädje och entusiasm som jag den 1 september övertog rollen som VD på AddLife. Koncernen har under Kristina Willgårds ledning haft en fantastisk utveckling och jag vill tacka Kristina för hennes stöd under överlämningen. Under min första tid på AddLife har jag prioriterat att besöka våra bolag och haft mycket positiva möten med medarbetare och kunder. Jag har imponerats av medarbetarnas stora engagemang och kompetens. Jag ser en stark företagskultur som präglas av ett stort entreprenörs- och affärsmannaskap med en tydlig koppling till vår vision om att förbättra människors liv. I en omvärld med många osäkerhetsfaktorer är efterfrågan på AddLifes produkter i en stadigt växande trend. Med vår stärkta marknadsposition, djupa förståelse för produkter och kunder samt vår decentraliserade modell kommer vi effektivt kunna dra nytta av de många möjligheter som marknadssituationen ger. Nu påbörjar vi arbetet med att utveckla koncernen till nästa nivå!



*Fredrik Dalborg*

VD och koncernchef