

ADDLIFE I KORTHET

En ledande aktör inom Life Science

AddLife är ett svenskt medicinteknikbolag verksamt på den europeiska marknaden. AddLife äger, utvecklar och förvärvar bolag inom nischade segment vars erbjudande vänder sig till aktörer inom främst hälso- och sjukvårdssektorn, från forskning till vård.



Koncernens entreprenördrivna dotterbolag erbjuder högkvalitativa, kostnadseffektiva lösningar och produkter till både privat och offentlig sektor. Produktportföljen består dels av egentillverkade produkter och dels av produkter som är tillverkade av andra producenter. Tjänsteportföljen innehåller bland annat rådgivning, service och utbildning på samtliga marknader där dotterbolagen är verksamma. På dessa sätt skapar AddLife mervärde för kunder i hela Europa och bygger koncernens långsiktiga tillväxt. AddLife är närvarande i cirka 30 länder i Europa.

AddLife i korthet

- Är verksam 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 entreprenördriven 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 aktör 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

AddLifes kärnvärden är: Enkelhet – Ansvarstagande – Engagemang – Nytänkande. AddLifes framgång bygger på en välförankrad företagskultur. Koncernens kärnvärden styr AddLifes entreprenöriella affärsmodell.



ÅRET I KORTHET

AddLife 2022

De senaste årens expansion genom förvärv har placerat AddLife på kartan som en europeisk aktör med verksamhet inom fler nischer och geografiska marknader. 2022 har varit ett föränderligt år där våra bolag har fått visa på handlingskraft och kontinuerligt anpassat sig till ändrade marknadsförutsättningar. Bolagen har bevisat sig som pålitliga och kompetenta partners som erbjuder kunderna hög leveranssäkerhet även i tider av stora förändringar och osäkerhet i leveranser och logistikflöden. Sammanfattningsvis uppgick tillväxten till 14 %, varav 4 % var organisk (exklusive covid-19).

14 %
OMSÄTTNINGSTILLVÄXT

9 084

NETTOOMSÄTTNING
MSEK

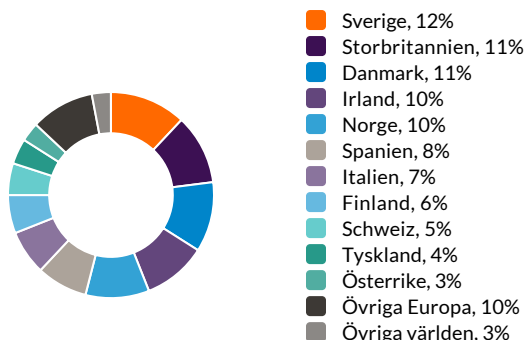
1 221

EBITA
MSEK

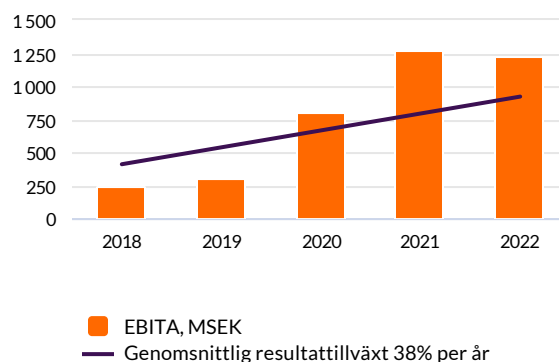
909

OPERATIVT KASSAFLÖDE
MSEK

Som förväntat har covid-19 försäljningen minskat kraftigt under året och istället ersatts med förvärvad tillväxt inom affärsområdet Medtech. Den covid-19 relaterade försäljningen hade goda marginaler då den kunde hanteras av befintlig organisation utan ökade kostnader, medan våra nyförvärv levererar mer normala marginaler.

ADDLIFE NETTOOMSÄTTNING
PER MARKNAD 2022

RESULTATTILLVÄXT EBITA



Affärsläget på samtliga marknader har under året varit föränderligt i takt med att pandemin har avtagit. Bolagen inom Labtech levererade i början av året stora mängder covid-19 relaterade produkter och under andra halvåret minskade effekterna av pandemin och den vanliga verksamheten drev den underliggande tillväxten. Omsättningsökningen inom Medtech är framförallt driven av senaste årens förvärv, som lett till att AddLife nu är väl positionerat för att hjälpa kunderna att möta den stora vårdsskuld som byggts upp under pandemin.



LABTECH

3 880

NETTOOMSÄTTNING
MSEK

MEDTECH

5 210

NETTOOMSÄTTNING
MSEK

VD-ORD

AddLife har stärkt sina positioner under 2022 och avslutar året i en positiv trend

AddLife avslutade året med stärkta positioner i marknaden och i en positiv trend. Under året har förvärv bidragit starkt till tillväxten och under fjärde kvartalet ökade den organiska tillväxten i båda affärsområdena. Bolaget levererade under året ett stabilt kassaflöde och lönsamheten förbättrades inom affärsområdet Medtech som, till skillnad mot vårt andra affärsområde Labtech, inte hade stora positiva effekter av pandemin under föregående år. AddLife är väl positionerat för marknadssituationen efter pandemin och våra bolag kommer kunna möta ökande efterfrågan inom växande segment såsom exempelvis planerad kirurgi, diagnostik, forskning och utveckling inom cellbiologi samt hemsjukvård.

Ledande europeisk aktör med attraktiva positioner i en stabil och växande marknad

Under de senaste åren har AddLife utvecklats från ett nordiskt bolag inom ett fåtal nischer till en ledande europeisk aktör med verksamhet i cirka 30 länder. Affärsmodellen bygger fortsatt på att ta ledande positioner i utvalda nischer. Idag verkar vi inom ett större antal nischer och geografiska marknader, vilket ger ytterligare stabilitet och långsiktig tillväxtpotential. Marknadstillväxten är god i våra utvalda nischer, drivet av långsiktiga samhällstrender som åldrande befolkning samt nya och mer effektiva teknologier. Marknadspositionen kombinerat med nära och långsiktiga kundrelationer ger en stabilt växande efterfrågan som är relativt opåverkad av ekonomisk utveckling och andra omvärldsfaktorer.

Bolagen väl positionerade för marknadssituationen efter pandemin

Våra bolag har under pandemin visat prov på snabbhet och handlingskraft och har kunnat hjälpa kunderna att möta ett mycket stort behov av covid-19 relaterade produkter och samtidigt hanterat signifikanta utmaningar i logistikkedjorna. Bolagen har bevisat sig som pålitliga leverantörer och partners under utmanande tider och kundrelationerna har därmed stärkts. Stora volymer har kunnat hanteras i befintlig organisation, vilket har varit positivt för marginalerna men även visar på kapacitet för framtida tillväxt.

Under 2022 har vi kunnat se effekterna av pandemin gradvis avta och i slutet av året har sjukvården återgått till normal verksamhet. Med denna normalisering skiftar fokus i vården till planerad kirurgi som under pandemin skjutits på framtiden och där en vårdskuld byggts upp med många patienter på väntelistor för kirurgiska ingrepp. AddLife har under de senaste två åren gjort signifikanta förvärv inom produkter för kirurgi och under slutet av 2022 har vi nu som väntat sett en tydligt ökad efterfrågan på produkter relaterade till dessa ingrepp. Sjukvårdssystemen i stora delar av Europa lider av personalbrist vilket gör att vårdskulden inte kommer kunna hanteras på kort sikt, utan väntas istället minska gradvis under en längre period med ett större antal genomförda operationer.

Personalbristen i vården ger ett ökat intresse för effektivitetshöjande produkter, tjänster, digitala lösningar och hemsjukvård, även det ett område där AddLife har positionerat sig för ökad efterfrågan. Pandemin har dessutom drivit en ökad medvetenhet, ny teknologi och en större installerad bas av instrument för diagnostik vilket förväntas ha en positiv effekt på efterfrågan.



Förstärkt organisation

Med den senaste tidens förvärv har AddLife fått tillgång till många nya tillväxtpotentialer och har även tillförts nya erfarna och kompetenta internationella team i de olika bolagen. För att på bästa sätt tillvarata framtida potential för organisk tillväxt och lönsamhetsförbättring, samarbeten mellan bolagen samt nya förvärv har AddLife utvecklat och förstärkt organisationen inom affärsområdet Medtech där de största förvärven skett. Nya ledande roller har tillsatts med internationellt och operativt erfarna medarbetare från bolag inom koncernen, vilket är i linje med vår kultur och decentraliserade och entreprenörsdrivna modell.

Förvärv, strategi och framtid

Under 2022 har AddLife slutfört fem förvärv, vilka alla passar väl in i vår affärsmodell och kultur. Dessa förvärv har ytterligare stärkt positionen inom kirurgi, homecare samt biomedical & research vilka är nischer med goda tillväxtutsikter. Under året har även en analys och prioritering av segment och geografier för framtida förvärv genomförts.

AddLife ska även fortsatt ha ett tydligt fokus på lönsamma nischer där koncernen har ledande positioner baserat på ett starkt produktbjudande kombinerat med värdeskapande service och i ökande omfattning digitala lösningar. AddLifes resultat tillväxt (EBITA) ska långsiktigt uppgå till 15 procent per år och detta ska ske genom en kombination av organisk och förvärvad tillväxt. Sedan AddLife börsnoterades har vi haft en genomsnittlig resultat tillväxt på cirka 38 procent per år.

Högsta prioritet i det korta perspektivet är att ta vara på alla de organiska tillväxtpotentialer som tillkommit med de senaste tidens förvärv och dessutom få ut positiva effekter av de aktiviteter som implementerats inom bolagen för att öka lönsamhet och kassaflöde. Ett viktigt mål är att minska skuldsättningen och samtidigt arbeta proaktivt och långsiktigt för att utveckla vår pipeline av förvärvskandidater inom utvalda nischer.

I enlighet med AddLifes långsiktiga och historiskt framgångsrika modell är inriktningen att i huvudsak göra mindre eller medelstora förvärv som kan läggas till befintliga verksamheter och de plattformar som nyligen förvärvats. Vi ser positivt på möjligheterna till attraktiva förvärv framöver då värderingar generellt sett gått ned på grund av rådande marknadsläge.

Affärsmodell och kultur

Den snabbriklighet och förmåga att anpassa sig till kundbehov och marknadsförutsättningar som bolagen inom AddLife alltid visat är ett bevis på styrkan i vår affärsmodell och decentraliserade kultur.

AddLifes affärsmodell och decentraliserade kultur förenar det stora bolagets styrka med medarbetarnas engagemang och affärsmannaskap i våra lokala bolag. Moderbolaget är en aktiv ägare och dotterbolagen ansvarar för sin egen affärsverksamhet inom ramen för de mål som koncernen definierat för tillväxt, lönsamhet och hållbar utveckling.

Vår affärsmodell och unika kultur har under lång tid varit en framgångsfaktor som särskiljer oss från andra bolag. Denna unika styrka kommer vi att bevara och bygga vidare på.

Sammanfattning

Under pandemiåren gjorde AddLife vinster som vi använde till att stärka våra positioner i lönsamma nischer genom förvärv. AddLife är nu mycket väl positionerat för marknadsläget efter pandemin och ser framtiden an med stor förväntan.

Under 2022 har bolagen inom AddLife-koncernen gjort ett fantastiskt arbete, anpassat sig till förändrade marknadsförutsättningar och ständigt stärkt och utvecklat kunderbjudande och relationer. Jag vill tacka alla medarbetare för värdefulla insatser under året och gratulera bolagen till fina resultat. Den positiva trenden under året är ytterligare ett styrkebevis för vår decentraliserade affärsmodell med delegerat ansvar och starka kundrelationer. AddLife kan summera ett positivt 2022 med god förvärvad och organisk tillväxt och går stärkt in i 2023.

Stockholm, mars 2023



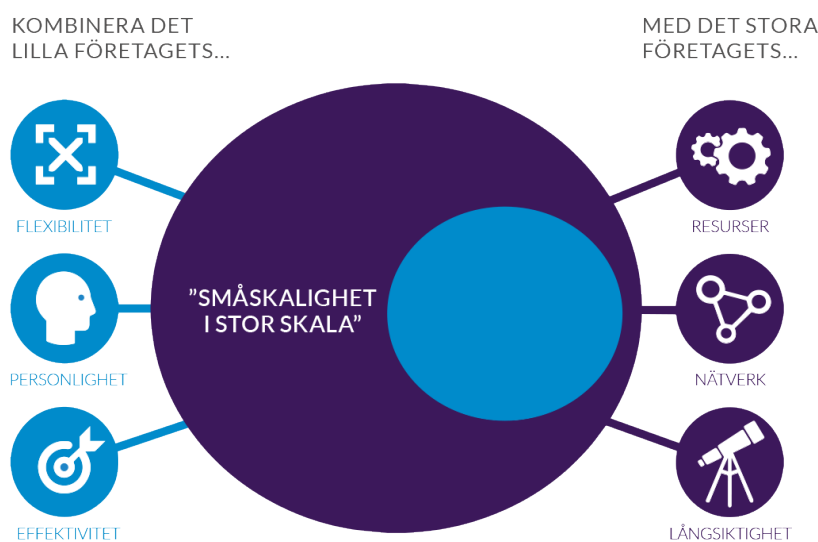
Fredrik Dalborg
VD och koncernchef

AFFÄRSMODELL

Långsiktig lönsam tillväxt

AddLife utvecklar och förvärvar lönsamma, marknadsledande bolag inom utvalda nischer i Life Science. Vårt mål är att uppnå en långsiktig lönsam tillväxt och hållbar utveckling.

AddLife förenar det stora bolagets styrka med entreprenörens engagemang och affärsmannaskap. Moderbolaget agerar som aktiv ägare med fokus på att varje dotterbolag utvecklas och ökar sin lönsamhet. Dotterbolagen ansvarar för sin egen affärsverksamhet inom ramen för de krav som koncernen ställer på tillväxt, lönsamhet och hållbar utveckling.



Kombinationen av det stora bolagets styrka med entreprenörens engagemang och affärsmannaskap är en viktig framgångsfaktor för AddLife-koncernen

En helhet som fungerar

Vi kombinerar dotterbolagens flexibilitet, personlighet och effektivitet med AddLifes samlade resurser, nätverk och kompetens. AddLife är en aktiv ägare som prioriterar affärsutveckling tillsammans med bolagen. På så sätt kan koncernen optimeras för långsiktig hållbar tillväxt och lönsamhet. Vår decentraliserade bolagsstruktur medför dessutom att vi inte blir beroende av enskilda kunder och leverantörer.

Marknadsledande inom utvalda nischer

Life Science-marknaden är stor och relativt fragmenterad och AddLife har totalt sett små marknadsandelar i Europa. Vi verkar inom ett flertal attraktiva nischer inom olika produktsegment och har etablerat en stabil och växande försäljning inom dessa. Idag är vi marknadsledare i ett flertal specifika nischområden i olika geografier inom biomedicinsk forskning och laboratorieanalys, diagnostik, till exempel blodgasanalys, medicinteknik, såsom kirurgi samt välfärdsteknologi.

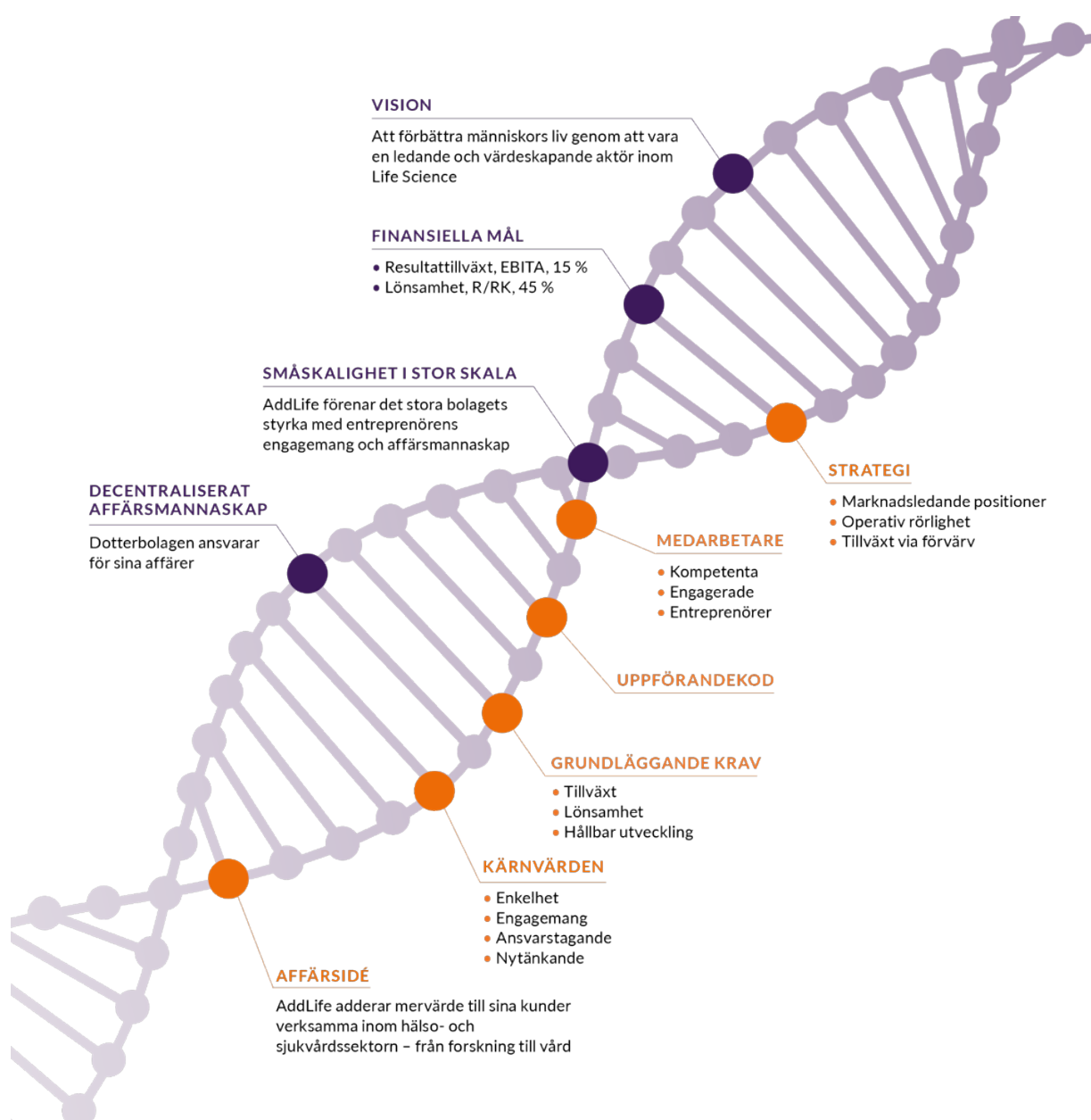
Kundkontakten sker i våra operativa dotterbolag

Alla kontakter och affärsrelationer med kunder sker i våra operativa dotterbolag, inte genom AddLife. Våra kunder finns både i privat och offentlig sektor; framförallt sjukhus, hemvård, laboratorier inom sjukvård, forskning, universitet, högskolor samt läkemedels- och livsmedelsindustrin. Majoriteten finns inom den offentliga sektorn där försäljning sker genom offentlig upphandling.

SMÅSKALIGHET I STOR SKALA

AddLifes organisation är decentraliserad och entreprenörsdriven. Varje dotterbolag ansvarar för den egna affärsverksamheten inom ramen för koncernens krav på tillväxt, lönsamhet och hållbar utveckling. Samtidigt har de tillgång till AddLifes samlade resurser, nätverk och kompetens genom moderbolaget. Moderbolaget säkerställer finansiell stabilitet, resurser och verktyg som gör det enklare och effektivare för dotterbolagen att bedriva sin verksamhet. Moderbolaget driver affärsskolan, AddLife Academy, med en viktig sammanhållande funktion och tillhandahåller kurser för samtliga medarbetare. Kombinationen av det stora bolagets styrka med entreprenörens engagemang och affärsmannaskap är en viktig framgångsfaktor för AddLife-koncernen.

AddLifes DNA



STRATEGI

Uppnå hållbar tillväxt

AddLifes strategi bygger på tre grundläggande principer som utgör en plattform för vår verksamhet. Strategin hjälper oss att fatta rätt beslut för att säkerställa att vi bedriver en hållbar verksamhet och uppnår våra ambitiösa finansiella mål.



1. Vara marknadsledande

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

- skapa värde och bygga upp positioner inom utvalda nischer
- vara en kvalificerad leverantör och rådgivare till våra kunder inom utvalda områden
- bygga upp försäljningen genom nära relationer med kunder, tillverkare och leverantörer, samt genom att leverera marknadsledande produkter

2. Arbeta agilt och mobilt

Operativ rörlighet är ett agilt tillvägagångssätt som gör det möjligt för AddLife att skapa bättre förutsättningar för verksamhets- och lönsamhetstillväxt. För att uppnå detta mål:

- agerar våra dotterbolag snabbt och flexibelt för att ta vara på nya affärsmöjligheter
- är vi aktiva ägare och utvecklar våra dotterbolag och verksamheten som helhet

3. Växa genom förvärv

Förvärv är viktiga för att vi ska uppnå vårt finansiella mål avseende långsiktig resultattillväxt. För att uppnå detta mål:

- söker vi kontinuerligt efter nya Life Science-bolag som har ledande positioner inom utvalda nischer
- har vi en framgångsrik förvärvsprocess byggd på mångårig erfarenhet
- förvärvar vi bolag för att vidareutveckla dem på lång sikt

MARKNAD

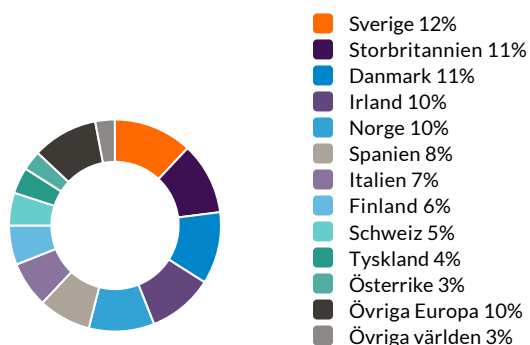
Väl positionerad för marknadssituationen efter pandemin

AddLife är en ledande aktör inom Life Science, väl positionerat för marknadssituationen efter pandemin och med en stark närvaro i Europa.

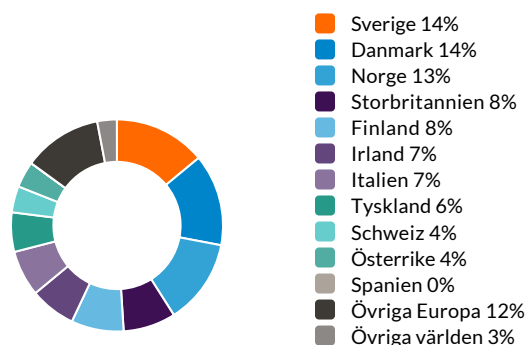


Den europeiska expansionen stärker både nya och befintliga leverantörsrelationer samt skapar ett större internt nätverk med ökade möjligheter att sälja både egna och distribuerade produkter på nya marknader. Försäljningen på marknaderna utanför Norden utgjorde under 2022 61 procent av nettoomsättningen att jämföra med 51 procent föregående år.

FÖRSÄLJNING PER LAND 2022

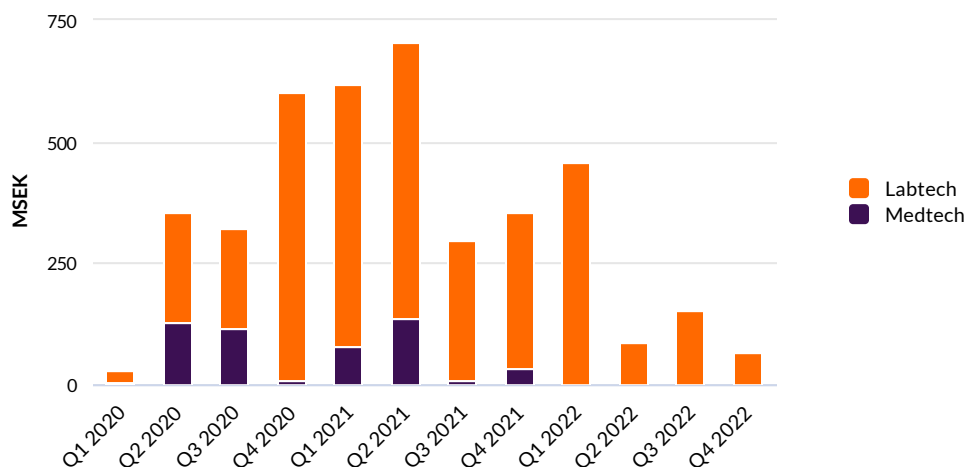


FÖRSÄLJNING PER LAND 2021



Under covid-19-pandemin ökade intresset för diagnostik och virusforskning vilket fortsatt resulterade i hög omsättning inom affärsområdet Labtech i början av året. Inom affärsområdet Medtech har covid-19 pandemin däremot resulterat i inställda operationer, begränsad access till kunder och sämre möjligheter till utprovning och installation av produkter inom hemvård.

COVID-19 RELATERAD OMSÄTTNING



AddLife har under covid-19 pandemin levererat stora volymer av produkter till hälso- och sjukvården för hantering av covid-19. Efter första kvartalet 2022 har marknaden gått in i ett nytt skede då effekterna av pandemin gradvis avtagit.

Marknadsöversikt

Enligt Medtech Europe¹ uppgår den europeiska Medtech-marknaden till cirka 150 miljarder euro, vilket motsvarar den potentiella marknaden för AddLifes hela affärsområde Medtech och delar av affärsområde Labtech (IVD diagnostik). Under de senaste 10 åren har denna marknad vuxit årligen med drygt 5 procent och de fem största marknaderna är Tyskland, Frankrike, Storbritannien, Italien och Spanien. Det är en fragmenterad marknad med cirka 34 000 medicinteknikföretag, av vilka 95 procent är små och medelstora bolag. Stora internationella aktörer och även ibland mindre nischade bolag säljer ofta produkter under egna varumärken och kontrollerar hela kedjan från tillverkning till distribution. På marknaden finns också oberoende distributörer som, liksom AddLife, erbjuder produkter från flera tillverkare.

I Europa spenderas i genomsnitt 11 procent av BNP per land på hälso- och sjukvård. Knappt 8 procent av de totala kostnaderna för hälso- och sjukvård allokeras till medicintekniska produkter. Gemensamt för AddLifes marknader är att såväl vård som akademisk forskning till stor del finansieras med offentliga medel. Det innebär att en väsentlig andel av affärerna sker genom upphandling. På många marknader blir de offentliga upphandlingarna större i omfång, ofta med långa kontraktstider. Idag finns också en trend från prisbaserad utvärdering till modeller där hållbarhet samt kvalitet på service och support får ökad betydelse för kunden.

Hälso- och sjukvård är normalt sett högt prioriterat även i sämre tider och efterfrågan är därmed stabil oavsett konjunkturläge.

En post-pandemisk marknad

Under första kvartalet 2022 påverkades vården av ytterligare en pandemivåg, men under resten av 2022 avtog pandemins effekter och sjukvården återgick till en mer normal verksamhet.

För AddLife har därmed en signifikant del av efterfrågan skiftat från covid-19 relaterade produkter till produkter för planerad kirurgi. Under senare delen av 2022 har vi sett en omställning av vårdsystemen och en återgång till mer normal verksamhet. AddLifes bolag har en god position för detta marknads läge när fokus läggs på hantering av den vårdskuld som byggts upp under pandemin och när personalbrist gör att kraven på process- och resurseffektivitet ökar.

Ett exempel på resurseffektiva och högteknologiska produktområden är minimalinvasiv kirurgi (exempelvis titthålskirurgi, interventionell radiologi, endoskopisk kirurgi eller robotkirurgi). Flera av AddLifes bolag är verksamma i dessa områden och ser en ökad efterfrågan i takt med att planerade operationer återupptas.

I den nya marknadssituationen som uppstår finns det tydliga fokusområden för de europeiska hälsosystemen. AddLife står väl positionerat för att bemöta dessa nya behov av effektivitetshöjande produkter, tjänster, digitala lösningar och hemsjukvård.

Fem fokusområden i den nya marknadssituationen

1. Hantering av vårdskulden

Vårdskulden har ökat i hela Europa som en effekt av pandemin. Under pandemin har vårdskulden successivt byggts på och en återhämtning förväntas ske gradvis under flera år.

Situationen kan variera mellan olika länder, men mönstret med en signifikant vårdskuld och personalbrist är densamma. Som exempel stod cirka 750 000 personer² i juni i år i kö för operation i Spanien, vilket är en ökning på över 12 procent jämfört med samma period 2021. I december 2022 hade NHS i Storbritannien en vårdkö på över 7,2 miljoner initierade ärenden som väntade på vård. Detta är ett av hälsosystemen som påverkats mest inom planerad vård, vilket kan ses i följande statistik angående genomförda undersökningar och behandlingar:

Undersökningar och behandlingar i Storbritannien	Andra året av pandemi (mar 2021 - feb 2022) vs 2019	Första året av pandemi (mar 2020 - feb 2021) vs 2019
Kardiologi (undersökning)	-41 %	-30 %
Kardiologi (behandling)	-29 %	-19 %
Katarakt	-43 %	-1 %
Gastrointestinal endoskopi (undersökning)	-46 %	-21 %
Gastrointestinal endoskopi (behandling)	-41 %	-7 %
Höft- och knäoperation	-65 %	-27 %

Källa: OECD Health Systems Resilience Questionnaire 2022

I princip samtliga länder inom Europa har lanserat olika initiativ för att minska vårdskulden. Exempel på initiativ är ökad finansiering till vården, nyanställning av vårdpersonal, utökade arbetstimmar för existerande personal, ökad involvering av privata vårdgivare eller utökade möjligheter till digitala vårdbesök.

2. Brist på sjukvårdspersonal

Bristen på sjukvårdspersonal är påtaglig i hela Europa och kommer att påverka marknaden under lång tid framöver. I september 2022 varnade WHO Europa³ för en "tickande bomb" där 40 procent av läkarna i en tredjedel av regionen är nära pensionsåldern. Pandemin har förvärrat situationen med överbelastning och mer stress hos vårdpersonalen. I England fanns vakanser på cirka 40 000 sjuksköterskor och 8 000 läkare under 2022. I Nederländerna rapporterades 61 000 öppna platser för vårdpersonal⁴. WHO uppskattar att det 2030 kommer saknas 10 miljoner personer inom vården globalt⁵.

Satsningar inom utbildning samt höjning av vårdpersonalens status och kompensation kommer sannolikt att behöva genomföras. Dessutom kommer åtgärder som förändrade arbetssätt, digitaliserad vård och nya samarbetsformer med privata vårdgivare och leverantörer att krävas.

3. Accelererad digitalisering

Pandemin har i viss mån accelererat digitalisering inom vården, framför allt genom digitala vårdbesök, men även behovet av förbättrade system och snabbare analyser och beslutsunderlag har tydliggjorts. Det finns idag en bredare acceptans för att digital teknik måste vara en del av lösningen för att hantera vårdssituationen, exempelvis genom uppkopplad patientövervakning, uppkopplade laboratorieinstrument och webbaserade analystjänster. Digitaliseringen möjliggör också nya sätt att samla in, dela och analysera data.

EU är en av de drivande aktörerna i detta skifte och återhämtningspaketet som lanserats fokuserar bland annat på digitalisering inom sjukvården. I maj 2022 presenterade EU-kommissionen initiativet *European Health Data Space* (EHDS), kanske ett av EU:s mest ambitiösa projekt hittills. Syftet är att möjliggöra delning av patientdata mellan patienter och sjukvårdssystem över hela Europa samt skapa tillgång för sekundär användning av data för forskning och utvecklare inom regionen.

Digitaliseringen påverkar också vårdgivarnas sätt att köpa och tillgodogöra sig tjänster. Service och tjänster som utbildning, användarstöd och produktunderhåll ökar därmed i betydelse.

Egenmonitorering, välfärdsteknik och digitala lösningar är några av de effektivitetshöjande områden där AddLifes bolag stöttar sjukvårdssystemen på ett hållbart och resurseffektivt sätt.

4. Leveranskedjor i fokus

Osäkerhet i leveranser har de senaste åren varit en stor utmaning för vården. Denna osäkerhet är ett resultat av komponentbrist, logistikstörningar och den geopolitiska situationen. I denna osäkra situation har AddLifes bolag bevisat sig som pålitliga leverantörer vilket stärkt kundrelationer i många marknader. Lokal närvaro med regional produktion eller lagerhållning kan komma att bli en allt viktigare konkurrensfördel framöver.

AddLifes decentraliserade affärsmodell, som möjliggör snabb rörlighet och anpassning, skapar trygghet och värde för våra kunder.

5. Hållbarhet tillbaka

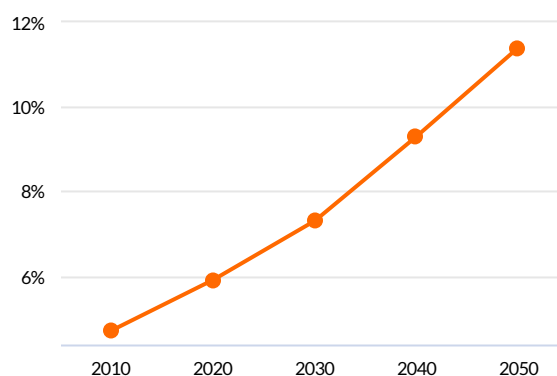
Hållbarhetsfrågor inom vårdsektorn fick till viss del komma i andra hand under pandemin, då fokus främst har varit patientvård och tillgång på sjukvårdsmaterial. I takt med att pandemins effekter minskar ser vi återigen hur intresset för hållbarhet inom vården ökar. Under 2022 har vi sett flera exempel på upphandlingar med hållbarhetskriterier och vi förutspår att detta kommer att öka.

AddLife har under 2022 lanserat en uppdaterad hållbarhetsstrategi för att successivt öka fokus inom området och stötta alla pågående initiativ i gruppen, exempelvis inom nya materialval och cirkulära affärsmodeller.

Åldrande befolkning

Andelen äldre i Europa, framförallt kategorin över 80 år, kommer dramatiskt att öka. Från att 2020 utgöra 5,9 procent av EU:s medborgare kommer denna kategori 2030 utgöra 7,3 procent och till 2050 ha fördubblats, då var tionde EU-medborgare kommer vara över 80 år. Detta kommer även att öka andelen multi- och kroniskt sjuka. Sammantaget förväntas en större och äldre befolkning medföra att behovet av vård och omsorg ökar.

ANDEL EU MEDBORGARE 80+



Källa: The ageing report EU commission 2021

Området hemvård förväntas växa när vårdgivare behöver effektivisera verksamheten. Hemvård kan omfatta sjukvård, diagnostik och behandling i hemmet samt olika hjälpmedel, bostadsanpassning och övervakning. Detta ger patienten möjlighet att bo kvar hemma under längre tid, vilket förväntas ge högre livskvalitet för individen och bli mer kostnadseffektivt för vårdssystemet. AddLife har en stark position inom detta område och är väl förberedda för att fortsätta stötta denna samhällsutveckling.

Växande användningsområde för diagnostik

Diagnostikmarknaden växer drivet av teknikutveckling, som möjliggör fler typer av tester och även gör testmetoderna både billigare och enklare att använda. AddLifes bolag levererar produkter samt rådgivning, service och andra tjänster i denna växande marknad. Ett exempel är personaliserad medicin, där individuella tester identifierar en viss genetisk markör för att avgöra vilken medicin som blir mest verksamt för en patient. Ett annat exempel är snabbtester för en alltmer utbredd antibiotikaresistens.

Inom klinisk kemi råder stark prispress på standardiserade tester som utförs på centrallaboratorier. Samtidigt sker en decentralisering av mer patientnära analyser, som ofta sker på en sjukhusavdelning eller vårdcentral och där behovet av snabba testresultat är avgörande för vidare behandling av patienten. Diagnostik kommer på sikt också möjliggöras genom hemmonitorering där patienten själv tar vissa tester vars resultat delas digitalt med vårdgivaren. Patientnära diagnostik är ett prioriterat område för AddLifes bolag.

Bioprocessing är en växande marknad där AddLifes bolag bland annat levererar produkter för forskning och inom process- och kvalitetskontroll. Framöver finns möjligheter att gå in i dispenseringslösningar eller GMP (Good Manufacturing Practice) tillverkade enzymer för den växande produktionen av mRNA vacciner.

Produkt- och marknadskrav

På marknaden finns ett antal inträdesbarriärer såsom offentliga upphandlingskrav, höga krav på produktsäkerhet, regelefterlevnad och övervakning. I Europa regleras medicintekniska produkter av EU-direktiv och förordningar.

Nya EU-förordningar för medicintekniska produkter, MDR, och för In vitro-diagnostikprodukter, IVDR, har försenats. På sikt ser vi att dessa för vissa produkter kommer kräva förnyad och mer komplex prövning av CE-certifiering, vilket kan vara både dyrt och betungande för små aktörer med begränsade resurser och leda till att större globala aktörer väljer bort mindre, lokala marknader.

AddLife stödjer Ukraina

Under 2022 donerade AddLife medicinteknisk utrustning till ett marknadsvärde om cirka 7,5 miljoner SEK till Ukraina. Den första donationen i början av mars 2022 genomfördes i samordning med Ukrainas ambassad i Stockholm och Ukrainas utrikesdepartement. Den andra sändningen, som skickades i slutet av året, genomfördes i samarbete med den svenska ideella organisationen OperationAid till ett sjukhus i Kharkiv. Vår ambition är att fortsätta donera medicinteknisk utrustning till Ukraina på regelbunden basis under 2023.



¹ <https://www.medtecheurope.org/wp-content/uploads/2022/09/the-european-medical-technology-industry-in-figures-2022.pdf>

² <https://www.epdata.es/datos/listas-espera-sanidad-publica/24/espana/106>

³ <https://www.who.int/europe/news/item/14-09-2022-ticking-timebomb--without-immediate-action--health-and-care-workforce-gaps-in-the-european-region-could-spell-disaster>

⁴ <https://www.hollandtimes.nl/2022-edition-8-october/healthcare-provision-under-pressure-from-staff-shortages/>

⁵ <https://www.who.int/news/item/02-06-2022-global-strategy-on-human-resources-for-health--workforce-2030>

FINANSIELLA MÅL

Långsiktiga finansiella mål

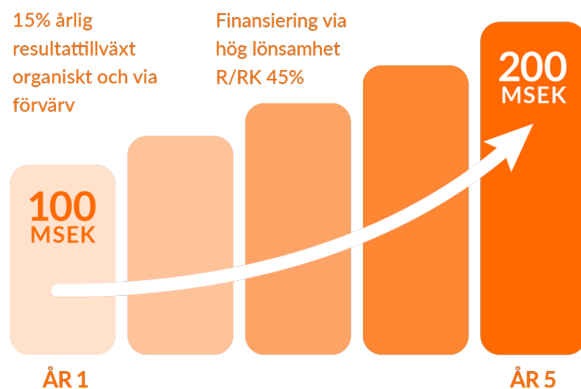
Resultattillväxt 15% och hög lönsamhet fördubblar resultatet

Målet är att EBITA resultatet långsiktigt ska växa med 15 procent per år. En tillväxt på 15 procent per år innebär att vi fördubblar bolagets resultat på fem år. Tillväxten skall genereras både organiskt och via förvärv. Förvärven finansieras till stor del med egna medel via vår höga lönsamhet, R/RK på minst 45 procent.

38 %

ÅRLIG TILLVÄXT
2016-2022

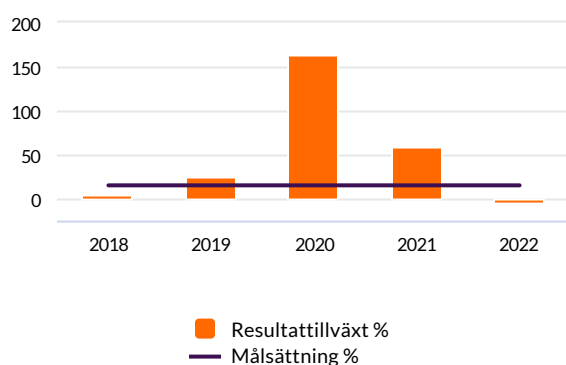
Målet är att fördubbla AddLifes resultat på fem år och genom hög lönsamhet finansiera tillväxten med egna medel



Resultattillväxt EBITA 15 procent

Resultattillväxten (EBITA) ska långsiktigt uppgå till 15 procent per år. För 2022 nåddes inte målet för resultattillväxt på grund av att försäljning relaterat till covid-19 hade väsentligt större positiv resultatpåverkan i 2021 jämfört med 2022.

RESULTATTILLVÄXT



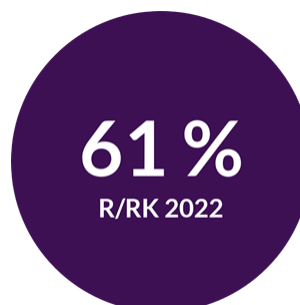
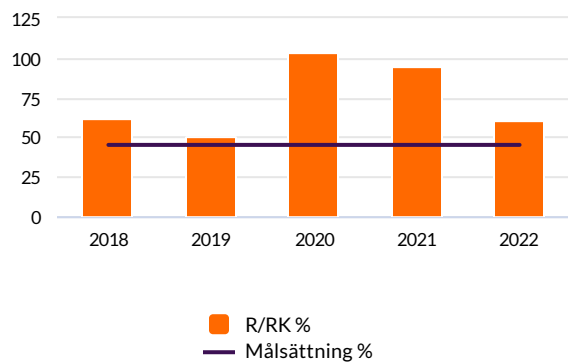
-4 %

RESULTAT-
TILLVÄXT 2022

Lönsamhet 45 procent

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

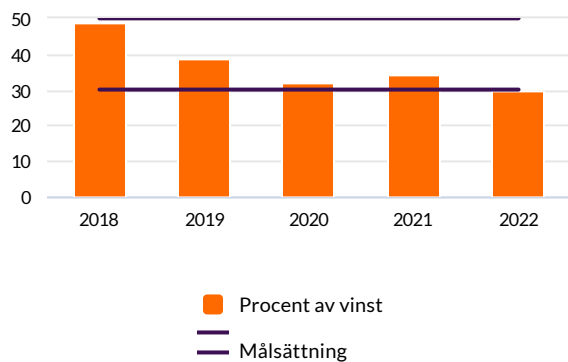
R/RK



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. Utdelningen för 2022 uppgår till 30 procent av koncernens resultat efter skatt.

UTDELNING



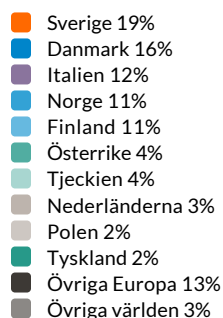
AFFÄRSOMRÅDE

Affärsområde Labtech

Affärsområdet Labtech erbjuder produkter, lösningar och tjänster inom bland annat diagnostik, biomedicinsk forskning och laboratorieanalys. Kunderna är till exempel sjukhus, forskningslaboratorier, läkemedelsföretag och aktörer inom livsmedelsindustrin, huvudsakligen i Norden och övriga Europa.



Dotterbolagen inom Labtech har ett nära samarbete med kunder och leverantörer genom välutvecklade lokala försäljnings- och serviceorganisationer. Bolagen har starka marknadspositioner och högkvalificerad personal. Inom affärsområdet erbjuder vi produkter och lösningar, inklusive utrustning, förbrukningsvaror och reagenser, som används för att diagnostisera sjukdomar och bedriva forskning. Vi tillhandahåller också utbildning och teknisk service för att underlätta effektiv användning av utrustningen. Som distributör har vi möjlighet att snabbt reagera på en föränderlig marknad och leverera kundanpassade lösningar. Cirka 75 procent av försäljningen kom från offentliga upphandlingar under 2022.

LABTECH NETTOOMSÄTTNING
PER MARKNAD

LABTECH I SIFFROR

Nettoomsättning: 3 880 MSEK

EBITA: 667 MSEK

EBITA marginal: 17,2%

Anställda: 767

**Andel av koncernens
nettoomsättning:** 43%

Marknadsutveckling 2022

Labtech hade en stark start på året med stor andel covid-19 relaterade produkter, vilket sedan minskat succesivt i takt med att smittspridning har minskat. Under senare delen av året har covid-19 testningen framförallt varit fokuserad på vårdpersonal och patienter i behov av sjukhusvård. Testningen förväntas framöver utföras i kombination med test för andra respiratoriska sjukdomar, varför denna försäljning inte kommer att särredovisas framgent.

I takt med att pandemin avtagit har övriga delar av verksamheten kommit igång med ökad efterfrågan inom diagnostik, forskning och läkemedelsutveckling. Till följd av marknadsläget finns det dock en ökad osäkerhet kring statsfinansierade och akademiska forskningsbudgetar. Efterfrågan har ökat på mer traditionella laboratoriereagenser samt produkter för gensekvensering, cellterapi och cancerimmunologi, samt instrumentering. Försäljningen av våra egna avancerade instrument har haft stark tillväxt i USA, Europa och Kina. Den organiska tillväxten exklusive covid-19 uppgick för helåret 2022 till 6 procent.

Personalbristen i vården påverkar även diagnostikverksamheten och driver på behovet av en omställning till effektivare processer. Utvecklingen märks genom ökande intresse för tidsbesparande teknologier och den service och de tjänster som våra dotterbolag erbjuder. Behovet av utbildning och support blir allt viktigare för våra kunder som måste bedriva komplicerad verksamhet i en miljö präglad av personalbrist och hög personalomsättning.

AddLife kan erbjuda leverantörer en stark kommersiell organisation med lokal närvaro i 29 europeiska länder. Nya distributionsavtal för innovativa produkter har etablerats i flera länder och förväntas tillföra en ytterligare intressant potential för framtida tillväxt.

Två förvärv har genomförts inom Labtech under året. I april förvärvades det tyska bolaget BioCat, som är en specialiserad distributör av produkter och tjänster för forskning inom Life Science. BioCat marknadsför och säljer en bred portfölj av instrument och reagenser inom de snabbväxande områdena genomics, proteomics och cellbiologi till forskningsinriktade kunder inom universitet och högskolor, läkemedelsindustrin och biotech. Förvärvet stärker AddLifes närvaro i Tyskland samtidigt som det öppnar för samarbetsmöjligheter med våra övriga bolag i Europa som är verksamma inom samma produktsegment. I juli förvärvades också det svenska bolaget JK Lab, en specialiserad distributör av instrument och tjänster inom materialprovning. Bolaget har integrerats in i det befintliga Labtech-bolaget Bergman Labora.

Service och utbildning - allt viktigare del av erbjudandet

Behovet av utbildning och stöd blir allt viktigare för våra Labtech-kunder, som driver komplex verksamhet i en miljö med ökande krav på efterlevnad av standarder och lagstiftning.

AddLifes danska bolag Holm & Halby är en ledande serviceleverantör och distributör av laborieutrustning, med ett dedikerat och välutbildat team som tillhandahåller omfattande

expertis inom konsultation, utbildning och service. Varje år utför Holm & Halby 10 000 serviceinsatser som omfattar förebyggande underhåll och reparationer. Bolaget erbjuder även mervärde för kunder genom praktiska utbildningsseminarier. LAF (laminärt luftflöde) körkortet introducerades 2012, efter att ha identifierat en möjlighet att utbilda slutanvändare om deras hälsa och säkerhet vid användning av biologiska säkerhetskåp. Ett LAF-skåp kan erbjuda skydd mot de potentiellt farliga material som laborierpersonal arbetar med men fullständigt skydd uppnås endast genom korrekt användning. Under de senaste tio åren har över 800 LAF-körkort utfärdats och totalt 1 100 körkort för olika typer av laborieutrustning.



Stark position i Europa – ett värde för leverantörer och kunder

AddLifes bolag har en stark kommersiell organisation med säljare, marknadsföringsresurser, kundsupport och servicepersonal i ett stort antal europeiska länder. Bolagen inom Labtech har under 2022 driviten gemensam kampanj för att komma i kontakt med nya leverantörer och höja medvetenheten om vår stärkta europeiska position med närvaro i 29 länder. Kampanjen lanserades under tredje kvartalet, över sociala mediekanalet och vår hemsida. Det var en ny och lyckad ansats som resulterade i ett antal nya kontakter och möjlighet till nya distributionsavtal för flera bolag. Kampanjen ledde till över 10 000 visningar på LinkedIn och denna affärsutvecklingsansats kommer att fortsätta under 2023.



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

LABTECHS PRODUKTSEGMENT

- Hematologi
- Patologi
- Patientnära diagnostik (POC)
- Cellbiologi
- Genetik
- Mikrobiologi
- Virologi
- Molekylärbiologi
- Klinisk kemi
- Immunologi
- Förbrukningsartiklar
- Analysinstrument



AFFÄRSOMRÅDE

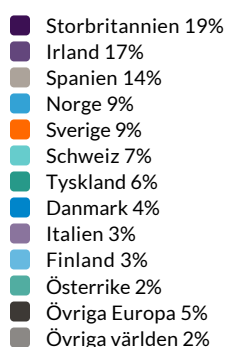
Affärsområde Medtech

Inom affärsområdet Medtech erbjuder dotterbolagen produkter och tjänster inom medicinteknik, samt hjälpmedel och digitala lösningar inom hemvård. Medtechs erbjudande vänder sig främst till offentligt finansierad sjukvård, hemvård och omsorg i Europa.



Dotterbolagen inom affärsområdet Medtech verkar genom lokal kännedom och närvaro kombinerat med koncernens globala räckvidd. Dagens hälso- och sjukvård är nationella angelägenheter med globala och gemensamma utmaningar. Det gör att produkt- och tjänstebehovet är i stort sett likvärdigt oavsett geografisk marknad. Bolagen erbjuder egna produkter, ett brett utbud av produkter från andra leverantörer samt tjänster så som 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. Sammantaget kräver produktutbudet en gedigen medicinsk kunskap för att vägleda kunderna rätt. Försäljningen sker till cirka 85 procent genom offentliga upphandlingar.

MEDTECH NETTOOMSÄTTNING PER MARKNAD



MEDTECH I SIFFROR

Nettoomsättning: 5 210 MSEK

EBITA: 573 MSEK

EBITA marginal: 11,0%

Medarbetare: 1 433

Andel av koncernens nettoomsättning: 57%

Marknadsutveckling 2022

Under inledningen av året var verksamheten inom Medtech starkt påverkad av pandemin, där de höga smittotalen innebar lågt antal operationer och en växande vårdskuld. I takt med att pandemin har avtagit har aktiviteten inom affärsområdet ökat även om det också har varit tydligt att vårdsystemen har haft behov av återhämtning. Tillväxten inom Medtech har

främst varit driven av de förvärv som gjorts under det senaste året, vilket har varit en strategi för att kompensera den minskade covid-19 försäljningen främst inom Labtech. Den organiska tillväxten, exklusive covid-19 försäljning, uppgick för helåret 2022 till 2 procent. Den elektiva kirurgin har under hösten kommit igång och vi ser ökad efterfrågan inom främst ortopedi, respiration och endoskopi, medan oftalmologi och neuro har haft en svagare utveckling. Sjukvårdssystemen i stora delar av Europa lider dock av personalbrist vilket gör att vårdskulden är fortsatt stor. En minskning av vårdskulden väntas ske gradvis under en längre period med succesivt ökande antal genomförda operationer. Besöksrestriktioner har under året lättat och kunder har blivit mer mottagliga för besök vilket gör att kundbesök, seminarier, mässor och marknadsföring nu ökar. För våra bolag inom hemvård innebär det större möjlighet till utprovning av produkter vilket är positivt efter drygt två år av olika restriktioner på våra marknader.

Investeringarna i vidareutveckling av de digitala lösningarna inom hemvård har som planerat fortsatt under 2022 och belastar lönsamheten, motsvarande cirka en procentenhet på EBITA-marginalen i Medtech. De digitala lösningarna är nu i en tidig kommersiell fas och implementeras i flera regioner och kommuner i Sverige samtidigt som planerna på internationell expansion utformas. Försäljningsutvecklingen var god inom hemvård och förväntas fortsätta utvecklas positivt drivet av ett behov att frigöra vårdplatser, effektivisera interaktionen mellan patient och vårdpersonal samt att förbättra kliniska resultat och öka livskvaliteten hos patienter och brukare.

Under året har tre förvärv genomförts till affärsområdet Medtech.

I början av året slutförde vi förvärvet av det spanska bolaget MBA Incorporado S.L, en ledande oberoende aktör inom ortopedisk- och akutkirurgi med verksamhet i Spanien, Portugal och Italien. Under året har verksamheten inom avancerad kirurgi utvecklats väl och bolaget har även introducerat en ny produktgrupp inom neurokirurgi.

I mars slutfördes förvärvet av Telia Health Monitoring som utvecklar och levererar en digital plattformslösning som möjliggör egenmonitorering för patienter med kroniska sjukdomar såsom hjärtsvikt, högt blodtryck, KOL, diabetes och IBD. Verksamheten har integrerats in i dotterbolaget Camanio och går nu under namnet Camanio Health. Lansering av tjänsten har påbörjats och den är i en tidig kommersiell fas, samtidigt som vi fortsatt investerar i dess funktionalitet.

Vårt största förvärv under 2021, Healthcare 21, har under året genomfört ett tilläggsförvärv; det irländska bolaget O'Flynn. O'Flynn är en oberoende specialistdistributör som erbjuder försäljning och uthyrning av produkter samt tekniska tjänster till sjukhussektorn, privatkunder och vårdhem på Irland.

Kvalificerade tjänster hjälper vården att öka effektiviteten

Hälso- och sjukvårdssystemen i stora delar av Europa lider av brist på personal, vilket innebär att köerna av patienter som väntar på kirurgiska ingrepp är långa. En gradvis minskning av köerna förväntas över en längre tid när antalet kirurgiska ingrepp ökar successivt. Att öka antalet kirurgiska ingrepp och samtidigt hantera personalbrist kommer att ställa höga krav på sjukvårdssystemen.

I denna situation blir värdet av att kunna erbjuda utbildning i specifika kirurgiska metoder och stöd under kirurgiska ingrepp än mer värdefullt. Kombinerat med detta blir hög effektivitet, snabbhet och pålitlighet i leveranser allt viktigare. AddLifes spanska företag MBA Surgical Empowerment har ett mycket kvalificerat och erfaret team av säljare och produktspecialister som kan erbjuda utbildning och stöd i operationssalarna. Med hjälp av ett avancerat logistiksystem och varulager på fem strategiskt utvalda platser kan leverans till MBAs kunder i samtliga marknader alltid garanteras inom 24 timmar. MBA erbjuder också ett utlåningsprogram avsett att göra utrustning som kan behövas vid akuta fall tillgänglig för sjukhus. Med leveranser i rätt tid tillsammans med specialiserat stöd i operationssalarna är MBA engagerade i att stödja hälso- och sjukvårdssystemen att minska patientköerna.



Digitala lösningar ger effektivisering kombinerat med förbättrad livskvalitet

Digitalisering är ett viktigt verktyg som kan hjälpa sjukvårdssystemen att hantera de utmaningar som en åldrande befolkning kombinerat med personalbrist medför. Inom området hemsjukvård bygger AddLife en unik portfölj av produkter och tjänster för att möjliggöra att en växande andel äldre och kroniskt sjuka kan bo hemma i högre utsträckning och minska beroendet av sjukhusvård och hemtjänster, samtidigt som de upprätthåller en god livskvalitet och hög säkerhet. Camanios lösning för egenmonitorering har varit ledande på den svenska marknaden sedan 2015 och riktar sig till en rad olika patientgrupper, inklusive hjärtsvikt, högt blodtryck, KOL, diabetes, IBD och mödravård. Patienten registrerar sin puls, blodtryck, syresättning, blodsocker tillsammans med flera olika diagnostiska tester som sedan delas med vårdgivaren.



Genom mödravårdslösningen erbjuder Camanio större säkerhet och bekvämlighet för kvinnor som under sin graviditet behöver extra uppföljning. Lösningen erbjuder stöd för vårdplaner och möjlighet till rutinkontroller på distans. Barnmorskan övervakar uppdateringarna via vårdportalen och kan chatta, justera behandling eller boka ett fysiskt uppföljningsbesök vid behov. Tekniken ger större säkerhet, minskar risken för komplikationer, akutbesök och oplanerade inläggningar. Camanio är en spännande tillväxtmöjlighet för AddLife genom sitt digitala erbjudande som innebär förenkling av processer, kostnadsminskningar och bättre resursutnyttjande för vården samt bättre livskvalitet för patienter och brukare.

MEDTECHS STYRKOR

- Medarbetare med lång medicinsk erfarenhet, lokal kännedom, hög servicegrad samt produktutvecklare 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

MEDTECHS PRODUKTSEGMENT

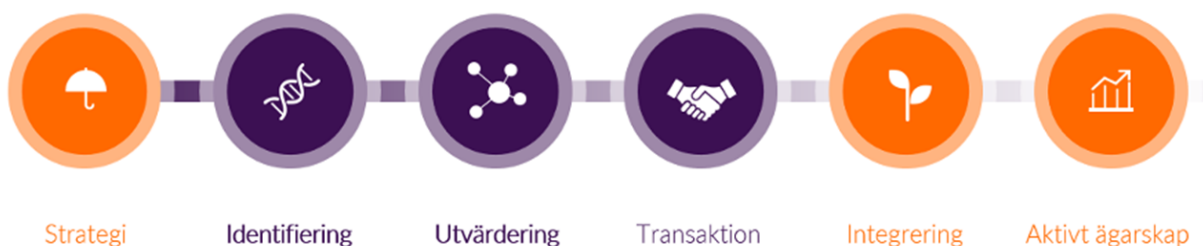
- Intensivvård
- Endoskopi
- Interventionell radiologi
- Kirurgi
- Oftalmologi
- Ortopedi
- Respiration
- Sårvård
- Välfärdsteknologi
- Hjälpmedel för kök och badrum
- Hjälpmedel för barn med funktionsvariationer



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 nära dialog med ägarna utifrån våra grundläggande värderingar och decentraliserade styrmodell. Inför ett förvärv är det också viktigt att vi har en gemensam vision för bolagets framtid.



Identifiering

AddLife söker ständigt efter intressanta bolag att förvärva och som vill utvecklas tillsammans med oss. Nya bolag tillför nya marknadsnicher, närvaro på nya geografiska marknader och/eller kompletterar befintligt produkt- och tjänsteutbud. Vi söker efter välskötta europeiska life-science bolag med en stark position i en marknadsnisch. Bolaget ska ha en god lönsamhet, en hållbar affärsmodell och en företagskultur i linje med vår. Vi ser även ett fortsatt engagemang från ledning och nyckelpersoner som ett viktigt kriterium.

Vi har ett kontinuerligt inflöde av nya intressanta bolag att potentiellt förvärva från vårt nätverk av egna bolag, en strukturerad egen sökprocess, AddLifes nätverk på olika nivåer samt från externa företagsrådgivare och mäklare. Ett önskemål är att tidigt i processen komma till en nära och exklusiv dialog med bolagets ägare.

Utvärdering

När ett potentiellt förvärv 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, produkterbudande, kunder, väletablerade leverantörsrelationer, kunskaps- och teknikinhåll, konkurrenter, ESG (hållbarhet), 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 även är av stor vikt i utvärderingen.

Transaktion

I transaktionsfasen kommer vi slutligen överens om ett pris som gör att affären blir värdeskapande för båda parter. Vi använder oss oftast av en förvärvsstruktur med en tilläggsköpeskillning som innebär att en del av köpeskillningen betalas ut om bolaget når en viss lönsamhetsnivå 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 vår decentraliserade affärsmodell har varje bolag eget ansvar för sin strategi och resultat samt behåller sitt eget varumärke och identitet. Verksamheten bedrivs fortsatt 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 entreprenöriella anda och sitt kund- och affärsfokus och blir inte belastade av administrativa processer och integrationsprojekt.

Aktivt och värdeskapande ägarskap

Genom att vara en del av AddLife får 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.

Årets förvärv

Under 2022 genomförde AddLife fem förvärv. Förvärven beräknas tillföra en sammanlagd årsomsättning om cirka 850 MSEK och cirka 355 medarbetare.

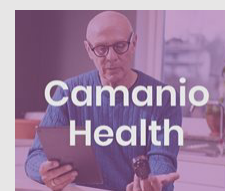
MBA Incorporado S.L



MBA är en ledande oberoende aktör inom ortopedisk- och akutkirurgi med verksamhet i Spanien, Portugal och Italien. Bolaget erbjuder lösningar, högkvalitativa produkter och adderar kundvärden genom hög klinisk kompetens samt service till både offentliga och privata kunder i Spanien, Portugal och Italien. Koncernen har verksamhet inom tio terapeutiska segment där ortopediska implantat för rekonstruktioner av bland annat höfter, knän och axlar, samt produkter och lösningar för framför allt rygg- och neurokirurgi, trauma samt anestesi är de huvudsakliga. Företagskulturen i MBA präglas av entreprenörsandan hög servicegrad och stort kundfokus.

- Förvärvstidpunkt: 20 januari
- Omsättning: cirka 670 MSEK
- Antal anställda: 285

Telia Health Monitoring



Verksamheten från Telia Health Monitoring har integrerats in i dotterbolaget Camano och bytt namn till Camano Health. Camano Health är digital plattformslösning som möjliggör egenmonitorering för patienter med kroniska sjukdomar såsom hjärtsvikt, högt blodtryck, KOL, diabetes och IBD.

- Förvärvstidpunkt: 1 mars
- Omsättning: 4 MSEK
- Antal anställda: 8



O'Flynn Medical

O'Flynn är en oberoende specialistdistributör som erbjuder försäljning och uthyrning av produkter samt tekniska tjänster till sjukhussektorn, privatkunder och vårdhem på Irland. Bolaget är ett tilläggsförvärv till Healthcare 21, som AddLife förvärvade år 2021. Företaget erbjuder medicinsk utrustning och förbrukningsvaror utöver uthyrning, rekonditionering och teknisk service av specialiserade produkter såsom madrasser och sängar. Bolagets starka marknadsposition i sin nisch passar strategiskt väl in i Healthcare 21 och ger intressanta möjligheter att expandera inom uthyrningsmarknaden och därmed bli den ledande leverantören på Irland.

- Förvärvstidpunkt: 1 april
- Omsättning: 64 MSEK
- Antal anställda: 36



BioCat GmbH

BioCat marknadsför och säljer en bred portfölj av instrument och reagenser inom de snabbväxande områdena genomics, proteomics och cellbiologi till forskningsinriktade kunder inom universitet och högskolor, läkemedelsbolag och biotech. Bolaget distribuerar produkter och tjänster från ett 70-tal leverantörer.

Förvärvet stärker AddLifes närvaro i Tyskland samtidigt som det öppnar för samarbetsmöjligheter med våra övriga bolag i Europa som är verksamma inom samma produktsegment.

- Förvärvstidpunkt: 1 april
- Omsättning: 90 MSEK
- Antal anställda: 20



JK Lab Nordic AB

JK Lab är en specialiserad distributör av instrument och tjänster inom materialprovning. Bolaget har integrerats in i Bergman Labora.

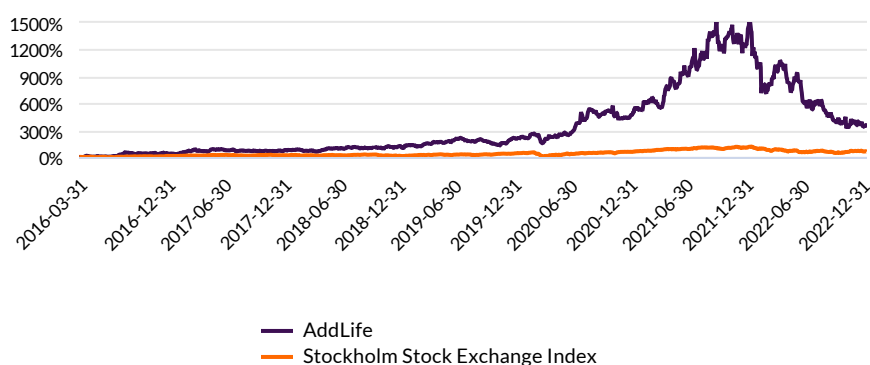
- Förvärvstidpunkt: 1 juli
- Omsättning: cirka 24 MSEK
- Antal anställda: 6

AKTIEN

AddLifes aktie

AddLife noterades på Nasdaq Stockholm, Nordic Mid Cap-listan, den 16 mars 2016. Bolagets börsvärde den 31 december 2022 var 13 298 MSEK (46 703). Den 3 januari 2022 flyttades AddLifes aktie till Large Cap-segmentet. Antalet aktieägare uppgick per 31 december 2022 till 13 131 (13 879).

KURSENTVECKLING I ADDLIFE



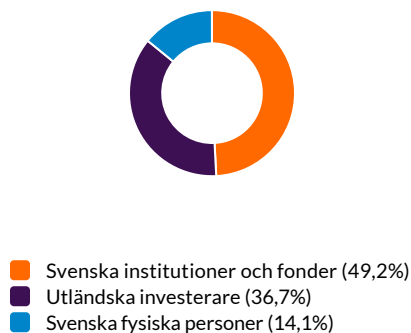
Kursutveckling och omsättning

AddLife minskade under räkenskapsåret i värde med 72 procent. Stockholmsbörsens index OMX Stockholm minskade under motsvarande period med 25 procent. Högsta betalkurs under året var 371,00 SEK och noterades den 3 januari. Den lägsta noteringen var 99,50 SEK och noterades den 28 oktober. Sista betalkurs före räkenskapsårets utgång var 108,60 SEK. Under räkenskapsåret från 1 januari till 31 december 2022 omsattes 71 miljoner aktier (58) till ett sammanlagt värde av ca 13 337 MSEK (15 633). Nedbrutet per handelsdag omsattes i genomsnitt 281 731 AddLife-aktier (229 050) till ett genomsnittligt värde av ca 53 MSEK (62). Genomsnittligt antal avslut per dag uppgår till 1 622 stycken (1 616).

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



Aktieägare 2022-12-31	Andel i %	
	kapital	röster
Roosgruppen AB	4,3	15,1
Tom Hedelius	1,7	12,6
SEB Fonder	9,7	7,3
State Street Bank & Trust Company	7,0	5,2
AMF - Försäkring och Fonder	6,9	5,2
Verdipapirfond Odin	5,4	4,0
AP-fonden	5,3	3,9
BNY Mellon NA (Former Mellon)	4,1	3,1
Didner & George Fonder	3,3	2,5
Handelsbanken fonder	3,1	2,3
Totalt 10 största ägarna	50,8	61,2

Källa: Euroclear

AKTIEN

Fyra anledningar att äga aktier i AddLife

1. Attraktiv icke-cyklisk tillväxtmarknad

Laboratorie- och medicinteknikmarknaden är relativt okänslig för konjunktursvängningar. Tillväxten tenderar att vara stabil och drivs främst av befolkningstillväxt och en åldrande befolkning. Dessa trender ökar efterfrågan på AddLifes produkter för sjukvård och forskning. Historiskt har marknaderna där vi är verksamma vuxit med 2-4 procent årligen.



- 1 Attraktiv icke-cyklisk tillväxtmarknad
- 2 Kassaflöde finansierar tillväxt
- 3 Tydlig strategi för att skapa ytterligare tillväxt
- 4 Stark marknadsposition och långa avtal

2. Kassaflöde finansierar tillväxt

AddLifes tillväxt är lönsam. Våra dotterbolag är starkt kassagenererande, vilket skapar utrymme för förvärv och investeringar.

3. En tydlig strategi för att skapa ytterligare tillväxt

AddLife har stor erfarenhet av förvärv med en etablerad process för att identifiera kandidater och genomföra framgångsrika transaktioner. Syftet är att förvärvade bolag ska fortsätta utvecklas utifrån sina styrkor med stöd av en finansiellt stark ägare, med gedigen förståelse för marknaden. Förvärven blir integrerade i koncernen och bidrar till vinsttillväxt enligt relevanta finansiella mål.

4. Stark marknadsposition och långa avtal

AddLifes dotterbolag har väletablerade säljorganisationer med hög teknisk kompetens och långvariga kundrelationer. Genom vår breda produktportfölj kan vi öka effektiviteten och skapa mervärde för hela koncernen.