

VD Henrik Perbecks anförande vid Beijer Alma AB:s årsstämma den 22 mars 2018

Bästa aktieägare,

Låt mig allra först tacka styrelsen och alla er aktieägare för förtroendet att leda Beijer Alma. Det är ett fint jobb ni har gett mig, i en välskött, professionell verksamhet med långsiktiga, industriella ägare. Det är jag både glad och stolt över.

Jag vill också tacka den tidigare koncernchefen Bertil Persson, dotterbolagscheferna Kjell-Arne Lindbäck, Carl Modigh, Staffan Andersson, deras ledningsgrupper och övriga medarbetare. Det är era fina insatser som gjort att Beijer Alma länge haft en så stark lönsamhet.

Vår ekonomichef Jan Blomén har varit tillförordnad vd de senaste månaderna. Jag vill tacka dig särskilt för dina insatser och för att du även lotsat koncernen in i 2018.

För mig känns det onekligen speciellt att stå här och hålla ett anförande inför en så diger samling aktieägare efter bara några veckor på jobbet.

Jag kommer strax att sammanfatta utvecklingen 2017, men också berätta lite mer om mig själv, mina erfarenheter och första intryck av Beijer Alma.

När det gäller verksamheten 2017 så blev det glädjande nog det bästa året hittills i koncernens historia.

Lesjöfors utvecklades starkt under hela året. I takt med att industrikonjunkturen stärktes förbättrades efterfrågan inom affärsområde Industrifjädrar. Den här ökningen var stabil och jämnt fördelad på branscher och geografiska regioner.

Utvecklingen inom Chassifjädrar var också mycket positiv. Försäljningen till alla geografiska marknader ökade. Lesjöfors tog dessutom marknadsandelar och sammantaget låg försäljningen i det här affärsområdet på rekordnivåer.

Habia Cable inledde året bra. Faktureringen till telekomsektorn steg. Även försäljningen till övrig industri växte. Senare skedde en tydlig försvagning, bland annat beroende på en ogynnsam produktmix. Leveranserna till kärnkraftsindustrin var låga samtidigt som de mer prispressade telekomleveranserna var höga.

Habia drabbades dessutom av driftstörningar som minskade faktureringen. Under året genomfördes kostnadsneddragningar och ytterligare besparingar planeras.

Habia har på senare år också gjort satsningar på det nya området Offshore. Därför känns det extra positivt att vi förra veckan kunde berätta att en ny offshoreorder tecknats – på i storleksordningen 100 miljoner kronor – för leverans under 2019.

I Beijer Tech gav de senaste årens kostnadsbesparingar i affärsområde Industriprodukter effekt. Här kan vi till och med tala om en rejäl "turn around" med en tydlig resultatförbättring.

Samtidigt utvecklades försäljningen inom Flödesteknik positivt. Under våren förvärvades dessutom Svenska Brandslangfabriken (Svebab), som är en ledande tillverkare av bland annat brandslang. Förvärvet fick snabbt en positiv påverkan på Beijer Tech och vi kan – så här ett år senare – konstatera att det varit en mycket bra affär.

För helåret uppgick koncernens fakturering till 3 971 Mkr. Justerat för valutakurser och företagsförvärv är det 10 procent högre än under närmast föregående år. Resultatet blev 517 Mkr och det är 16 procent högre än under 2016. Orderingången ökade med 14 procent under 2017 och vinsten per aktie steg till 12,89. Som denna tioårsöversikt visar har utvecklingen i koncernen varit positiv under lång tid.

Med den här starka trenden i ryggen känns det självklart extra positivt att 2017 blev det bästa året hittills i Beijer Almas historia. Jag vill än en gång tacka alla ni som gjorde detta möjligt.

Efter genomgången av 2017 förstår jag att många nu är nyfikna på vem jag är och vad jag har för planer för koncernen. Jag ska strax berätta lite mer om mig själv, men vill redan nu säga att jag väntar med att prata framtidsplaner för Beijer Alma.

Även om jag hunnit bekanta mig med verksamheten så är det i det kommande strategiarbete som kursen för koncernen läggs. Det här arbetet ska vara klart efter sommaren.

Däremot ska jag berätta lite mer om mig själv. Jag 45 år, civilingenjör i botten och har arbetat med försäljning och företagsledning i internationella företag i många år. Jag har bott utomlands länge – i Ryssland, Schweiz och i Storbritannien. Idag bor jag i Stockholm med min familj, reser fortfarande mycket i arbetet och har alltid löparskorna i bagaget för lite sightseeing och hälsans skull.

Nu senast har jag varit vd och koncernchef i ViaCon Group som tillverkar och säljer rör, broar och andra produkter för väg- och järnvägsbyggen. Innan dess var jag vd och regionchef i Dometic-gruppen, men har också arbetat som försäljningsdirektör i Trygg Hansa, varit handelssekreterare i Ryssland och Storbritannien och managementkonsult inom McKinsey.

Det finns två teman som präglat min karriär och som har bäring på mitt nuvarande uppdrag i Beijer Alma. Det ena temat är internationalisering, det andra är arbetet med tekniska, värdeskapande produkter.

Internationalisering har inneburit att jag både byggt upp internationella verksamheter från grunden och vidareutvecklat befintliga företag.

ViaCon finns i 18 länder. Under min tid gjordes flera industriella förvärv som stärkte koncernen, men också avknoppningar av verksamheter som hade bättre möjligheter att utvecklas hos andra ägare.

Jag arbetade mycket med att bygga upp en långsiktig företagsstruktur och med att utveckla kärnaffären i rätt riktning – ett arbete som alltså handlat om både förvärv och avknoppningar för att skapa så starka positioner som möjligt.

Dometic gav mig delvis andra erfarenheter. Företaget tillverkar och säljer kylskåp, luftkonditioneringar och annan utrustning till båtar, husbilar och tunga fordon.

Jag var ansvarig för Dometic Emerging Europe. Det innebar konkret att jag höll i etableringen i olika länder i Östeuropa. Här stod valet ofta mellan att växa via förvärv eller genom organisk utveckling, där man bygger upp den egna verksamheter helt från grunden.

Det finns för- och nackdelar med bägge alternativen. Företagsköp ger naturligtvis snabbare etableringar, men att hitta rätt förvärvskandidat – och en företagskultur som passar – är avgörande för slutresultatet.

Bygger man däremot upp en verksamhet från grunden kan man forma företagskulturen från start, men en sådan etablering tar å andra sidan längre tid.

Som ett kvitto på arbetet i Dometic kan jag berätta att fyra landsorganisationer skapades – två via förvärv och två genom organisk utveckling.

Det andra temat i min karriär har alltså varit arbetet med tekniska, värdeskapande produkter, där jag varit mest aktiv inom försäljning och ledning.

Ofta har det handlat om teknikprodukter som varit ledande på sina marknader. Det är produkter där priset inte är konkurrensfördelen, utan kvalitet, design, specialanpassning eller andra mervärden kunderna är beredda att betala för. Och dessa mervärden gäller det att slå vakt om – t ex genom att aldrig tumma på kvaliteten och satsa långsiktigt på produktutveckling.

Lika viktigt är det att ha kompetenta medarbetare inom försäljning, teknik och service, som förmedlar dessa mervärden.

Vid sidan av dessa två teman har jag varit chef och ledare i olika branscher och kulturer. I den rollen är en av huvuduppgifterna att få individer att växa och utvecklas. Och det försöker jag göra utan att leta efter kulturella skillnader och fördomar, utan se till drivkrafterna och ansvarstagandet hos var och en.

Jag är van att ge förtroenden och forma gemensamma beslut med medarbetarna, men vill också se ett tydligt engagemang och ”driv” för nå snabba resultat utifrån riktlinjerna vi dragit upp tillsammans.

Det är nu ungefär tre veckor sedan jag tillträdde som vd och koncernchef. Under de gångna månaderna har jag dock hunnit besöka ett tiotal anläggningar och på så sätt fått en första bild av verksamheten.

Att arbeta internationellt är ett naturligt steg för många svenska företag i sin tillväxt och jag kan konstatera att Beijer Alma inlett sin internationalisering på ett starkt sätt. Lesjöfors är nära nog en global verksamhet. Habia är starka i Europa och i Kina. Beijer Tech finns i Norden med särskild tyngdpunkt på Sverige.

Vi arbetar mycket med kundanpassade produkter och erbjudanden – särskilt i Lesjöfors och Habia – men även i Beijer Tech, där kompetensen och förmågan att sätta ihop rätt paket till kunderna är viktig.

Att sälja marknadsledande produkter med hög kundanpassning är speciellt. Förenklat kan man säga att vi inte säljer de billigaste produkterna, utan de bästa lösningarna! Det ställer krav på att vi är ”på tårna” och kan skilja ut oss via olika mervärden – och som sagt genom att aldrig kompromissa med kvaliteten.

Det är genom sådana mervärden vi får vårt existensberättigande, blir lönsamma och konkurrenskraftiga.

Att skapa rätt förutsättningar för koncernbolagen och deras produkter är nu en av mina huvuduppgifter. Lika viktigt är det att arbeta vidare med Beijer Almas internationalisering och stärka den fina plattform vi byggt upp. Och det ska vi göra genom att driva på tillväxten via väl valda förvärv och starkare organisk utveckling. Det ger våra bolag möjligheter att bredda sig ytterligare – geografiskt och produktmässigt.

I närtid handlar mycket för mig nu om att snabbt lära mig koncernen utan och innan, hålla tempot uppe och på plats ute i verksamheten stödja dotterbolagen i pågående initiativ och affärer.

Under vårvinterns företagsbesök har jag träffat många duktiga, stolta och engagerade medarbetare. Flera av dem har gått den långa vägen, kanske börjat som säljare och med tiden avancerat till fabrikschef eller vd. För mig är det inspirerande att träffa människor som brinner för det de gör. Nu ser jag fram mot fler sådana möten, bland annat vid våra anläggningar i Kina som jag besöker nästa vecka.

Snart påbörjas alltså strategiarbetet, som tar sikte på hur Beijer Alma ska verka som en aktiv ägare inom industrin. Vi har redan många framgångsrika år bakom oss. Min utgångspunkt är därför att det snarare handlar om evolution, än revolution.

Och målet med denna evolution är att skapa bästa långsiktiga värde för er aktieägare – via en strategi som ger tillväxt och fortsatt hög lönsamhet i Beijer Alma.

Tack så mycket!