



2017 / 2018



MELLBY GÅRD



INNEHÅLL

VD HAR ORDET	4
HISTORIK	6
ÅRET I KORTHET	8
MELLBYMODELLEN	10
VÅRA INNEHAV	12
VÅRT RESULTAT	13
VÅRA BOLAG - TJÄNSTER	
ACADEMEDIA	16
KLARAHILL	20
STUDENTCONSULTING	22
EXCALIBUR /TRUDE	24
VÅRA BOLAG - DETALJHANDEL	
LUND FASHION	26
OSCAR JACOBSON	28
CHEVALIER	30
SMARTEYES	32
KAPPAHL	34
VÅRA BOLAG - INDUSTRI	
FLOWBIRD	36
FERALCO	38
ROXTEC	40
HEDSON	42
DUNI	44
VÅRA BOLAG - BYGG	
NIKKARIT	46
ÄLVSBYHUS	48
VÅRA BOLAG - LANTBRUK	
SÖDERBERG & HAAK	50
BM AGRI	52
ERIKSBERG VILT & NATUR	54
MELLBY GÅRD JORDBRUK	56
MELLBY GÅRD I SAMHÄLLET	58
VI PÅ MELLBY GÅRD	62
STYRELSE	64
BOLAGSÖVERSIKT	66

ETT INTRESSANT ÅR SOM BYGGER VIDARE PÅ VÅR LÅNGSIKTIGA AFFÄRSMODELL

Huvuddelen av Mellby Gårds bolag utvecklades positivt under det gångna året och i linje med våra förväntningar.

Det var ett rekordår vad gäller både resultat före skatt och rörelseresultatet (EBITDA), som blev 1 513 miljoner kronor, en förbättring från föregående år (1 276).

Feralco gjorde sitt bästa resultat i historien. Cale, som under året var med i en större strukturaffär, visade en kraftig resultatförbättring och levererade också ett rekordresultat. Även Smarteyes presterade ett betydligt bättre resultat än föregående år genom lönsamhetsförbättringar i samtliga marknader. Det är också glädjande att Eriksberg, som vi ägt och investerat i under tio års tid, bidrog med ett positivt rörelseresultat.

Två bolag drog ner resultatet jämfört med föregående år. Roxtecs viktigaste marknadssegment har under flera år varit beroende av investeringar inom olja- och gassektorn som, givet det lägre oljepriset, fortsatt att krympa under året. Roxtec har dock framgångsrikt ställt om mot andra slutmarknader och vi har på senare tid även börjat se positiva tendenser inom segmentet Marine Oil & Gas Offshore. Även Söderberg & Haaks marknad är utmanande. Lantbrukarna i Sverige har det tufft, plus att företaget har nya varumärken och arbetar för att komma närmare slutkunden. Det är en medveten omställning som tar tid och resurser och som kommer att fortsätta en tid framöver. Det är också värt att nämna företagets relativt goda utveckling inom entreprenadmaskiner, som är en närliggande marknad till jordbruksmaskinerna.

En av de stora förändringarna under året var sammanslagningen av Mellby Gårds Cale och franska Parkeon som tillsammans nu blir Flowbird. Affären slutfördes i januari 2018 och har redan utvecklats bättre än förväntat. Flowbird är nu globalt klart störst på marknaden för parkeringslösningar i stadsmiljö.

Vi har under året också ökat vårt ägande i de börsnoterade innehaven AcadeMedia och KappAhl. I AcadeMedia blev vi under hösten 2017 största ägare. Styrelsen gjordes då om och vi tog huvudansvaret för bolaget. I KappAhl ökade vi vårt ägande från cirka 20 till cirka 30 procent, en betydande investering. Dessutom förvärvade vi precis innan räkenskapsårets slut det svenska klädesföretaget Oscar Jacobson.

Möjligheten att förvärva bolag har under året fortsatt att präglas av höga värderingar och stor konkurrens. Vi är mycket glada över förvärvet av Oscar Jacobson, men har i övrigt inte sett något som varit tillräckligt attraktivt för Mellby Gård. Vår bedömning är att vi även under nästa år kommer att vara fortsatt avvaktande med större förvärv. I samarbete med våra portföljbolag kommer vi dock att vara öppna för tilläggsförvärv eller strukturaffärer.

Oscar Jacobson är ett mycket fint och anrikt varumärke med en 115-årig historia. Bolaget har under de senaste tio åren förändrats i en intressant riktning och skapat produkter som tilltalar flera målgrupper. De främsta anledningarna till förvärvet är att fortsätta att utveckla företagets starka position i Sverige och att göra en internationell expansion. De första stegen är redan tagna med butiker i Norge samt försäljning i Tyskland respektive klassiska Selfridges i London.

Vi tänker annorlunda när vi gör affärer, vi vill vara lite motvalls. Vi vågade gå in i AcadeMedia när andra inte ville närma sig välfärdsföretag med tanke på den politiska debatten. Många har sina tveksamheter mot parkeringsautomater och hur de står sig i dagens digitala värld. Vi hade möjlighet att lämna den marknaden, men valde istället att satsa på att vara med som storägare i nybildade Flowbird, nu världens största företag på marknaden. Vi satsar ännu mer inom detaljhandel och varumärken med ökat ägande i KappAhl, sammanslagningen av Flash och Dea Axelssons till Lund Fashion och nu förvärvet av Oscar Jacobson.

Vågar man tänka annorlunda med gott självförtroende kan man göra bra affärer. När alla stirrar på och samlas runt vissa branscher så sjunker samtidigt värderingarna och konkurrensen i andra.

Detta synsätt är bara möjligt med en affärsmodell som Mellby Gårds. Vi har en mycket lång horisont, och fokuserar inte på att göra exit inom en specifik tidsperiod.

Att tänka och agera annorlunda för att långsiktigt bygga lönsamma bolag. Det har Mellby Gård gjort i över 30 år och det kommer vi fortsätta att göra.

Malmö i oktober 2018


Johan Andersson,
VD, Mellby Gård AB



NÅGRA HISTORISKA MILSTOLPAR



1986

Mellby Gård AB grundas av Rune Andersson när han köper gården Mellby Gård i Sösdala. Mellby Gård AB är då ett renodlat jordbruksbolag med djur och spannmål.

1989

Mellby Gård AB och Carl Bennet AB bildar Andersson & Bennet AB med 50 procents ägarandel var. Fram till 1997 sker all expansion inom Andersson & Bennet AB.

1994

Förvärv av 50 procent i Älvsbyhus.

1995

Förvärv av 100 procent av Söderberg & Haak. Tillsammans med Älvsbyhus utgör dessa två innehav de äldsta inom dagens Mellby Gård.

1997

Andersson & Bennet AB delas upp genom att en del tillgångar förs över till Mellby Gård AB och en del till Carl Bennet AB.

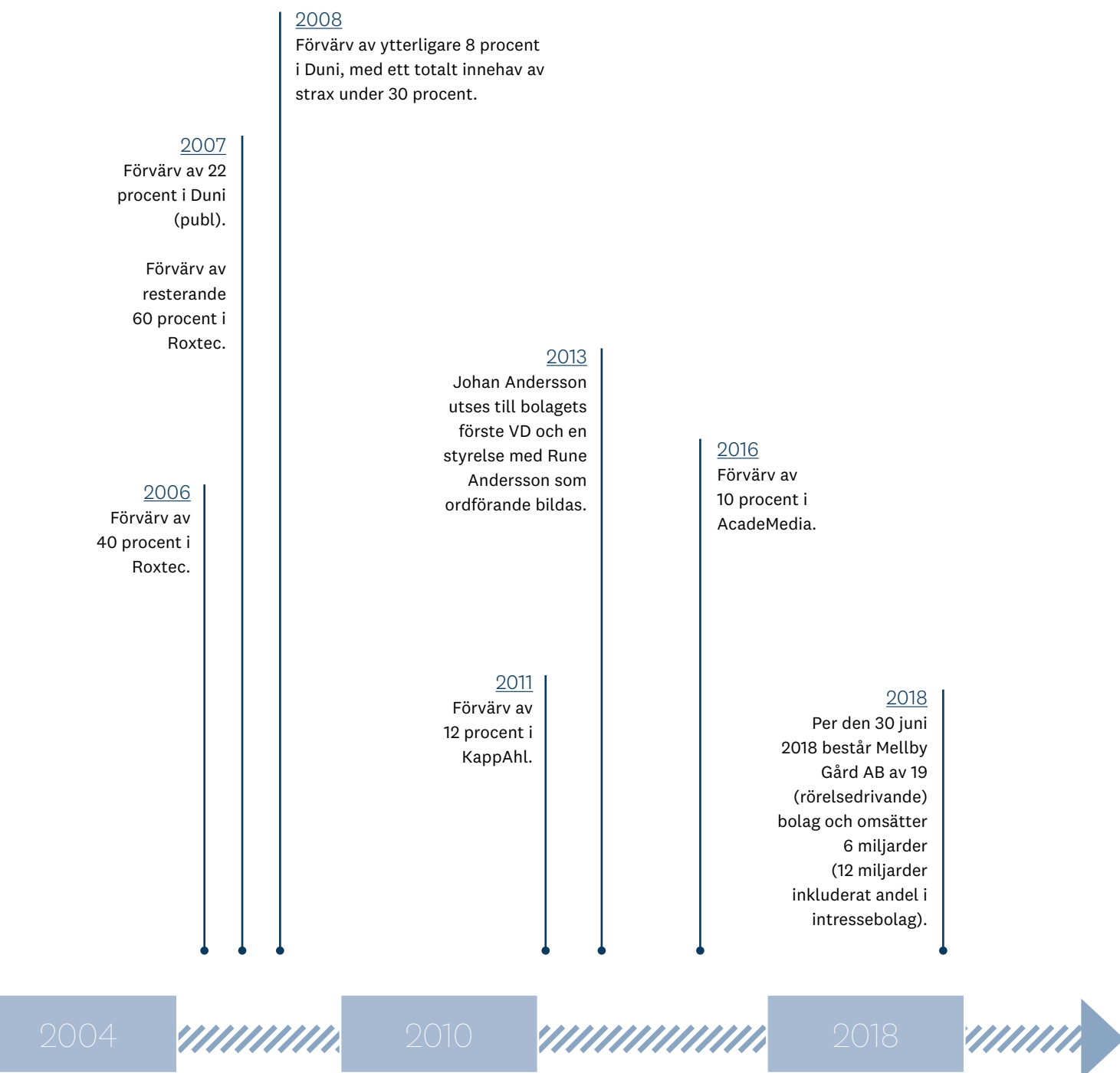
2000

Förvärv av 49 procent i Feralco.

1986

1992

1998



ÅRET I KORTHET

- » Mellby Gårds totala omsättning uppgick till 6 miljarder kronor (12 miljarder inkluderat andel i intressebolag). Resultatet, EBITDA, uppgick till 1,5 miljarder kronor.
- » Dotterbolaget Cale gick samman med franska Parkeon och bildade den nya koncernen Flowbird med en global marknadsandel på 70 procent avseende parkeringsterminaler. Mellby Gårds ägande i Flowbird är efter affären cirka 23 procent. Mellby Gårds representant i styrelsen är Johan Andersson.
- » Under året ökade Mellby Gård sitt innehav i KappAhl med ytterligare 9 procent. Mellby Gård äger därmed strax under 30 procent i KappAhl.
- » Mellby Gård ökade i september 2017 ägandet i börsnoterade AcadeMedia till 21 procent i samband med att EQT avyttrade sitt innehav. Mellby Gård blev därmed den största enskilda ägaren i AcadeMedia och Anders Bülow har efter det tillträtt som ordförande.
- » I juni 2018 förvärvades herrkonfektionsföretaget Oscar Jacobson varvid Mellby Gårds vice VD Thomas Gustafsson tillträdde som ordförande i bolaget.
- » Strax innan verksamhetsåret började slogs det sedan 2003 helägda Flash ihop med Dea Axelssons och bildade Lund Fashion, ett bolag där Mellby Gård har möjlighet att hantera flera koncept inom damkläder. Flash har 75 butiker i Sverige och tre butiker i Danmark medan Dea Axelssons har 25 butiker i Sverige.





Melby Gård

SÅ SKAPAR MELLBY GÅRD LÅNGSIKTIGA VÄRDEN

Mellby Gård är en familjeägd, långsiktig investerare som månar om att bevara entreprenörsandan i portföljbolagen. En grundläggande del av affärsmodellen är att vara den störste ägaren i respektive bolag. Då har vi rätt möjligheter att sätta den strategiska agendan och ta helhetsansvar för bolagets utveckling.

LÅNGSIKTIGT ÄGANDE UTAN TANKE PÅ EXIT

En annan grundläggande del är att Mellby Gård inte köper bolag för att sälja vid en viss tidpunkt. Alla bolag har utmaningar, möter tuffare tider, omställningsperioder, nedgångar på marknaden. Det går helt enkelt inte alltid som vi har tänkt oss, men Mellby Gård som ägare är mindre stressade eftersom vi arbetar med en långsiktig horisont.

Vi utmanar kontinuerligt våra bolag, men stöttar också när bolaget måste göra nödvändiga förändringar och eventuella investeringar för att långsiktigt försvara sin ledande position eller fortsätta att utvecklas.

AKTIV ÄGARSTYRNING MED FOKUS PÅ ATT LÖSA FÖRETAGENS PROBLEM

Vi är aktiva ägare. Vi har en nära kontakt med våra bolag, främst genom dess VD, men också genom att vi driver ett aktivt styrelsearbete. Mellby Gård strävar alltid efter att ha ordförandeposten i portföljbolagens styrelser.

Som ägare borrar vi ner i detaljerna för att förstå bolagens marknader och verksamheter. Det är ofta i detaljerna som underlagen till de särskiljande strategiska besluten finns.

Att ha problem är oftast inte något problem, men det är ett stort problem om man inte förstår att man har problem.

I vår ägarstyrning fokuserar vi på de områden i portföljbolagen som inte fungerar eller där det finns outnyttjade möjligheter. Det skapar en dynamik i vår relation med ledningen och bidrar till att kontinuerligt förbättra verksamheten.

FRÅN LOVANDE TILL LEDANDE

Vårt mål är att ta våra bolag från lovande till ledande. Det beskriver i vilken riktning bolagen ska utvecklas samtidigt som det bekräftar samtliga portföljbolags värde i gruppen. Oavsett om det är ett mindre eller ett större bolag, om det är lovande eller ledande, så har alla lika stort värde och berättigande. Det kan ta många år att bli ledande, men bolaget ska vara lovande under den resan, så att vi tillsammans kan se målet framför oss.

För oss är det en stor skillnad mellan ”lovande” och ”förhoppning” – vi undviker förhoppningsbolag. Bolaget ska ha bevisat sin affärsmodell och nått en viss storlek vad gäller omsättning. För att vara lovande måste vi kunna se att det kan bli ledande. Lovande innebär att det ska finnas något unikt i affärsmodellen. Det kan vara i produkten, logistiken, organisationen eller annat.

Ledande betyder att bolaget ska vara etta eller tvåa i sin vertikal. Då kan det påverka förutsättningarna i vertikalen för till exempel pris, teknisk utveckling och innovation.

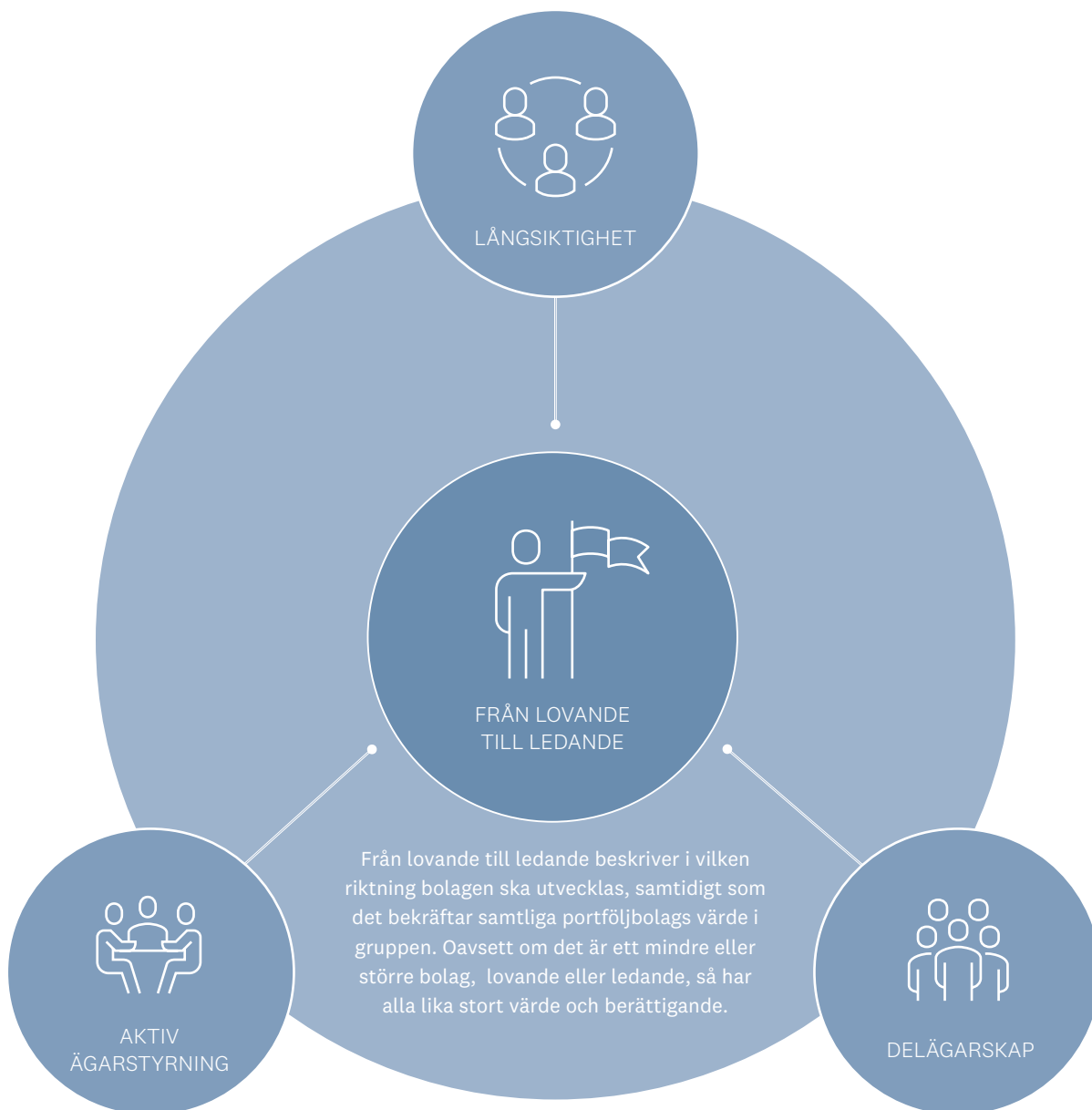
DELÄGARSKAP GER GEMENSAM RIKTNING

Det är viktigt att skapa en gemensam känsla för bolaget mellan ägare och ledning, det är vi tillsammans som ska utveckla bolaget. Därför lägger vi ner mycket tid på att hitta en incitamentsstruktur med fokus på ägande för ledningen, så att vi verkligen arbetar gemensamt mot samma mål.

INNEHAV I FLERA VERTIKALER SPRIDER RISKERNA

Mellby Gård har valt att finnas i fem olika vertikaler: industri, detaljhandel, bygg, jordbruk och tjänster. Ur en övergripande portföljsyn är det viktigt med en balans mellan vertikaler för att sprida riskerna. För närvarande finns det inte några planer på att satsa i andra vertikaler, men vi utesluter inte att det kan göras på sikt.

En grundläggande del är att Mellby Gård inte köper bolag för att sälja vid en viss tidpunkt. Vi utmanar kontinuerligt våra bolag, och stöttar när bolaget måste göra nödvändiga förändringar och eventuella investeringar.



Vi är aktiva ägare. Vi har en nära kontakt med våra bolag, främst genom dess VD, plus att vi driver ett aktivt styrelsearbete. Mellby Gård strävar alltid efter att ha ordförandeposten i portföljbolagens styrelser.

Det är viktigt att skapa en gemensam känsla för bolaget mellan ägare och ledning, det är vi tillsammans som ska utveckla bolaget.

VÅRA INNEHAV

DETALJHANDEL

CHEVALIER
> 90 %

LUND FASHION
> 90 %

KAPPAHL
29,6 %

SMARTEYES
> 90 %

OSCAR JACOBSON
> 90 %

INDUSTRI

FLOWBIRD
22,6 %

DUNI
29,9 %

FERALCO
> 90 %

HEDSON
65 %

ROXTEC
> 90 %

TJÄNSTER

EXCALIBUR
50 %

KLARAHILL
78 %

TRUDE
53 %

STUDENTCONSULTING
46,5 %

ACADEMEDIA
21 %

LANTBRUK

BM AGRI
33 %

SÖDERBERG & HAAK MASKIN
> 90 %

BYGG

NIKKARIT
> 90 %

ÄLVSBYHUS
50 %

VÅRT RESULTAT

FINANSIELLA NYCKELTAL

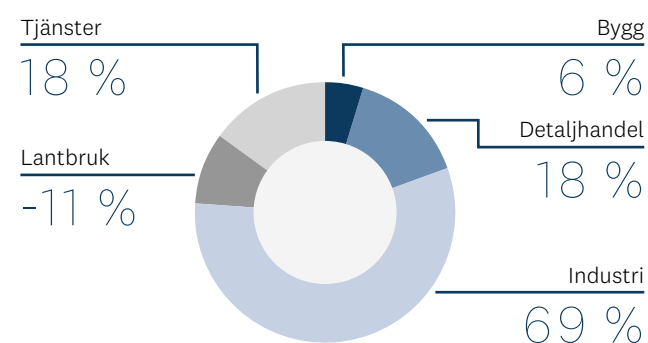
MSEK	2013/2014*	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018**	Proforma 2017/2018
Omsättning	4 617	5 494	5 685	6 056	6 008	12 256
EBITDA	1 119	1 357	1 173	1 276	1 513	1 711
EBITDA %	24 %	25 %	21 %	21 %	25 %	14 %
EBIT	992	1 210	1 018	1 121	1 367	1 400
EBT	956	1 206	1 185	1 113	1 506	1 506
Eget kapital	4 932	5 523	6 298	6 424	7 642	
Netto (- Skuld) / kassa	-335	173	655	-564	-1 249	
Balansomslutning	8 260	8 208	8 649	9 115	11 049	
Soliditet	60 %	67 %	73 %	70 %	69 %	

* Omstrukturering har skett under året genom försäljning av dotterbolag till närstående bolag för att därigenom bättre möta den strategiska målsättningen inom Mellby Gård AB-koncernen

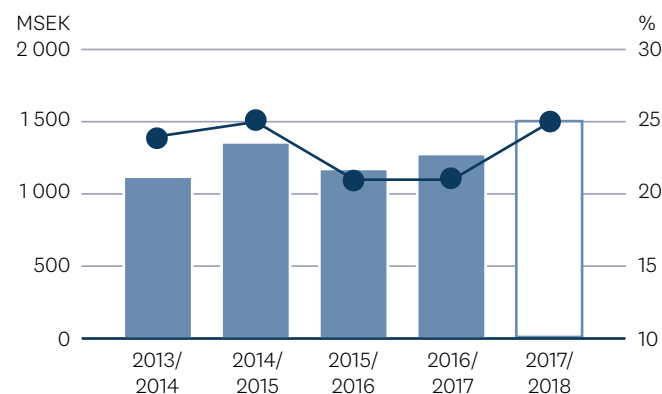
** Inkl. intäkter och kostnader av engångskaraktär samt avyttring värdepapper (preliminärt bokslut 2017/2018)

Proforma inkluderar konsolidering av intressebolags resultaträkningar motsvarande ägarandel för att ge bättre bild av Mellby Gårds totala engagemang.

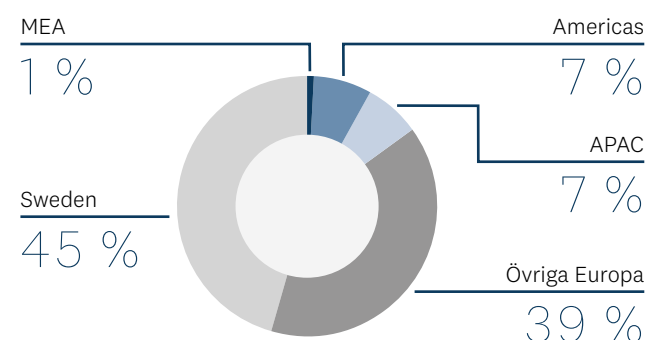
EBITDA 2017/2018 (%)



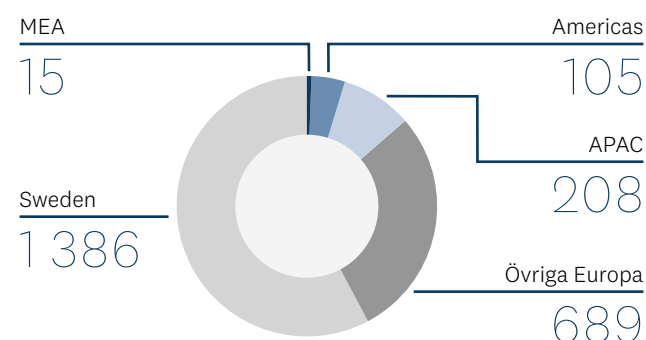
EBITDA (MSEK)



OMSÄTTNING 2017/2018 (%)



ANSTÄLLDA 2017/2018 (ANTAL)





VÅRA
BOLAG

ENTREPRENÖRSKAP DRIVER KVALITET I SKOLAN

AcadeMedia är norra Europas största utbildningsföretag och är noterat på Nasdaq Stockholm Mid Cap. Mellby Gård utökade under året sitt ägande till 21 procent av aktierna. VD Marcus Strömberg ser entreprenörskapet som en viktig drivkraft för kvalitet och kreativitet, och han förväntar sig fortsatt expansion.

AcadeMedia driver 285 förskolor i Sverige, Norge och Tyskland och 216 grundskolor och gymnasier i Sverige. Till det kommer vuxenutbildning på cirka 150 platser i Sverige. Totalt omfattar verksamheten drygt 76 000 skolelever och föreskolebarn, samt 100 000 årliga deltagare i vuxenutbildningen.

”Den valfrihetsreform som infördes i Sverige i början av 1990-talet är helt unik. Den betyder att alla kan välja skola oavsett hur stor den egna plånboken är. Alla kan välja det som passar just dem eftersom vi har många olika utförare inom ett och samma system, skolpengssystemet. Föräldrar väljer för- och grundskolor i rätt läge, gymnasieungdomar väljer gymnasium utifrån sina framtidsdrömmar. AcadeMedias tillväxt beror på att många väljer våra skolor, och för att de ska välja oss måste vi ha hög kvalitet”, säger Marcus Strömberg.

I Sverige kulminerade debatten om vinster i välfärden under året när riksdagen tog ställning mot regeringens förslag att sätta ett tak för hur stor vinst ett offentligfinansierat privat skol- eller omsorgsföretag får göra. Debatten är dock troligen inte över för det. Mellby Gårds representant i AcadeMedia, styrelseordförande Anders Bülow, anser att debatten även fortsatt måste tas på allvar.

”Mellby Gårds utgångspunkt är att en utbildningsanordnare i den här storleken har ett mycket stort samhällsansvar. AcadeMedia måste bidra till att göra skolan bättre. Om vi misslyckas med det har bolaget inget existensberättigande och kommer heller inte

att göra någon vinst. Men om vi ska lyckas förbättra Sveriges skolor måste debatten handla om kvalitet snarare än vinst”, säger han.

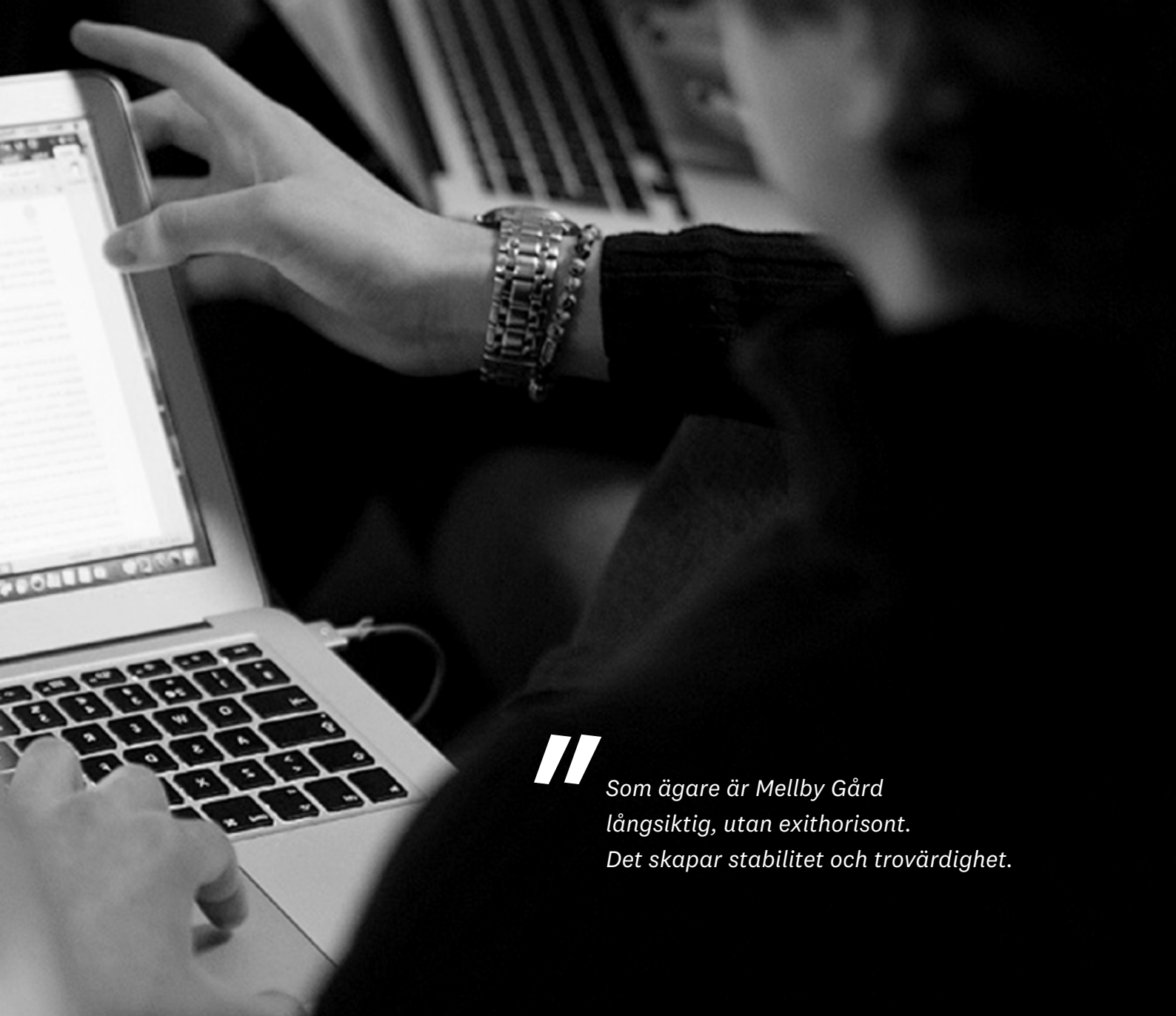
En viktig fråga för många som engagerat sig i debatten, om den svenska välfärden i allmänhet och skolan i synnerhet, är vilka krav som ska ställas på ägare av företag i välfärdssektorn. Både Marcus Strömberg och Anders Bülow ser stora fördelar med AcadeMedias nuvarande ägarbild.

”Bolaget är börsnoterat vilket skapar transparens. Dessutom är huvudägaren Mellby Gård långsiktig och utan exithorisont. Det skapar stabilitet och trovärdighet”, säger Anders Bülow.

De pekar båda på att AcadeMedia hittills aldrig gjort någon utdelning till ägarna. Hela resultatet efter skatt, som för 2017/2018 var 430 miljoner kronor, återinvesteras i verksamheten.

Året som gått har visat en positiv utveckling. AcadeMedia har vuxit både genom att starta 15 nya förskolor i Sverige, Tyskland och Norge, och sju nya gymnasieskolor i Sverige. Därutöver har 51 gymnasier och förskolor kommit in via förvärv. Inom vuxensegmentet har antalet elever inom SFI, svenska för invandrare, ökat inte minst på grund av den stora flyktingvåg som kom 2015.





“

*Som ägare är Mellby Gård
långsiktig, utan exithorisont.
Det skapar stabilitet och trovärdighet.*

”Inom förskolan växer vi i Norge och har etablerat oss framgångsrikt i Tyskland. Den nordiska förskolemodellen, där vi kombinerar omsorg med lärande, är en förebild internationellt och jag ser en fortsatt organisk tillväxt framöver. Vi utesluter inte etableringar i ytterligare länder”, säger Marcus Strömberg.

Inom grundskolan och gymnasiet kommer antalet elever att öka på grund av den demografiska utvecklingen. Hur stor andel av dessa barn och ungdomar som väljer någon av AcadeMedias skolor kommer bland annat att bero på hur hög kvalitet skolorna har. En annan viktig faktor är tydlighet i erbjudandet.

”Vi behöver bli bättre på att visa vad våra olika skolor och varumärken erbjuder. En blivande gymnasist ska kunna göra ett välinformerat val, och då måste vi kunna visa vad som särskiljer våra olika skolor”, säger Marcus Strömberg.

En utmaning för alla inom utbildningssektorn är den ökande bristen på legitimerade och behöriga lärare. I kombination med en politisk vilja att höja läraryrkets attraktivitet är detta på väg att driva upp lönerna

”Ökande lärarlöner är i grunden av godo, men det tar tid innan aktörer som vi kompenseras för detta via skolpengen. Det bidrar till att vi den närmaste tiden i första hand måste säkra kvaliteten i vårt erbjudande och i andra hand expandera ytterligare inom grundskola och gymnasium”, säger Anders Bülow.

Inom vuxenutbildningen blev året en omställningsperiod på grund av att flera stora kontrakt löpte ut medan nya kontrakt kommer att fasas in under nästa år. Dotterbolaget Hermods sfi-utbildning i Malmö drabbades av att anställda chefer lämnade felaktiga uppgifter om vilka lärare som arbetade på enheten till Malmö stad.

”Det som hände var mycket olyckligt och beklagligt, men vi agerade snabbt och med fullständig transparens. AcadeMedia är den ledande aktören inom vuxenutbildning och åtnjuter ett stort förtroende från kunder som kommuner och Arbetsförmedlingen. Det är helt avgörande att vi lyckas vårda det förtroendet”, säger Marcus Strömberg och fortsätter:

”För AcadeMedia finns inget egenvärde i att växa. För oss handlar det om att hålla hög kvalitet och på så sätt förtjäna allmänhetens förtroende. Om sedan marknaden växer kommer även vi att växa, men bara som en sideeffekt av vårt fokus på kvalitet.”

VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » AcadeMedia gick samman med Vindora. I Vindora ingår Praktiska Gymnasiet, Hagströmska Gymnasiet samt Movant som bedriver yrkesutbildningar för vuxna.
- » Genombrott för organisk tillväxt i Tyskland, med en lång rad etableringar av förskolor.
- » Framgångsrikt arbete med kvalitetssäkring och stabila medarbetarantal trots att antalet lärare blir allt lägre.
- » Koncernens Färdplan 2020 uppdaterades. I den beskrivs AcadeMedias mål, som är att bli ledande inom kvalitet, attraktivitet, effektivitet och innovation. I dokumentet beskrivs också hur dessa mål ska uppnås.
- » Utveckling av existerande varumärken inom för- och grundskola. Utveckling och sammanslagning av varumärken inom gymnasieskolan.
- » Mellby Gårds representant Anders Bülow tillträdde som ordförande.

VD Marcus Strömberg



FAKTA

AcadeMedia är norra Europas största fristående utbildningsaktör med verksamheter i Sverige, Norge och Tyskland.

Koncernens skolor har olika varumärken och dessa drivs som dotterbolag. Bland dessa finns till exempel Pysslingen, Vittra, ProCivitas, Rytmus, NTI-gymnasiet och Eductus.

AcadeMedia är ett intressebolag i Mellby Gårds portfölj sedan 2017.

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
Anders Bülow, ordförande, och Johan Andersson.

Huvudkontor: Stockholm
Omsättning 2017/2018: 10 810 MSEK
Antal anställda: 16 286
Antal elever: 176 000
Antal enheter: 501



LÖNSAMHET EN FÖRUTSÄTTNING FÖR VÄRDIGHET

Klarahill är bolaget som konsoliderar Sveriges begravningsbyråer. På en starkt fragmenterad marknad växer behovet av samarbete och ett långsiktigt ägarskap. I en tid av digitalisering och effektiva processer står Klarahill upp som en garant för värdiga och personliga avsked.

Klarahill bildades 2014 av en grupp familjeföretagare inom SBF, Sveriges begravningsbyråers förbund. De såg behovet av samarbete och inte minst en gemensam digital plattform. Anhöriga till människor som gått bort hittar idag sin begravningsbyrå på nätet, och de ofta familjeägda byråerna får svårt att nå ut eftersom de med små resurser inte klarar webbutveckling och sökordsoptimering. Därför är det en stor fördel för en mindre byrå att ingå i Klarahills varumärke och nätverk.

Samtidigt som Klarahill ser behovet av en konsolidering av marknaden finns också förståelsen för att en begravningsbyrå är en verksamhet som kräver ett helhjärtat entreprenörskap. Därför är det viktigt att entreprenören stannar kvar i verksamheten som delägare. VD för Klarahill är Niklas Steenberg:

”Vi brukar likna det vid ICA-modellen. Det är entreprenörer som förenas i en koncern där delägandet kan se lite olika ut beroende på förutsättningarna, men där alla får del av centrala funktioner samtidigt som det egna entreprenörskapet finns kvar”, säger han.

Mellby Gård investerade initialt 50 miljoner kronor i Klarahill 2015. Idag har bolaget 30 hel- och delägda begravningsbyråkontor i Skåne, Småland, Västsverige och Stockholm. Sven Knutsson är styrelseordförande och en av Mellby Gårds representanter i bolaget och han är nöjd med utvecklingen.

”Vi har investerat löpande i Klarahill i takt med att bolaget expanderat. Nu har Klarahill nått den kritiska massa som krävs för att på egen hand fortsätta expandera med lönsamhet och vi kan se att det går att få ut mer synergieffekter”, säger han och fortsätter:

”Det är fascinerande att se hur isolerade de enskilda byråerna har varit historiskt. De har inte utbytt erfarenheter och de anser ofta att det är fult att tala om pengar och vinst. När vi kommer in har vi mycket positivt att bidra med, men vi rör också om i gamla invanda mönster.”

Just detta, lönsamhet och affärsmässighet, har varit en pedagogisk utmaning att komma över. I en bransch som handlar om livets förgänglighet och sorg har det ansetts ovärdigt att tala om pengar. Följden har blivit olycklig: En låg lönsamhet i de byråer som verkligen bryr sig om mötet med de anhöriga har tillsammans med digitaliseringen skapat utrymme för nya aktörer som tillhandahåller direktkremering – en kostnadseffektiv men opersonlig digital process där de anhöriga inte ens går till begravningen.

”Därför måste vi våga tala om lönsamhet. Om vi ska ha kvar begravningsbyråer som värnar om avskedsceremonin och de anhörigas önskemål måste de driva en långsiktigt hållbar affär. Klarahill ska vara det seriösa premiumalternativet, och det kommer aldrig att bli en högmarginalaffär, men på sikt är lönsamheten en garant för värdigheten”, säger Sven Knutsson.



*Vi brukar likna det
vid ICA-modellen.*

Klarahills idé bygger på regionalt samarbete och utbyte av best practice. Byråer som tidigare agerat helt självständigt kan nu till exempel dela transportbilar och inte minst dela på jouren som annars gör att en oberoende begravningsentreprenör i princip aldrig är ledig. Expansionen måste därför ske geografiskt sammanhållet, utifrån de platser där bolaget redan finns. En ny region bygger på att en större byrå kan knytas till koncernen som regionalt huvudkontor. Under året köpte Klarahill Blixt Begravningsbyrå med fyra kontor i bland annat Trollhättan och Vänersborg. Detta blev Klarahills insteg i Västsverige.

”Det är Mellby Gård som har gjort det här projektet möjligt. Det är inte många andra ägare som kombinerar egenskaperna långsiktighet, finansiell styrka, trovärdighet och en förståelse och sympati för affärsidén. Ett riskkapitalbolag med en exithorisont skulle aldrig klara att samla de entreprenörer som vi knutit till oss, med den yrkes stolthet som de har”, säger Niklas Steenberg och Sven Knutsson fyller i:

”Vi har tagit fram ett dokument med vår värdegrund där vi säger att de anhöriga behöver en mjuk klippa, någon som visar förståelse och omtanke men som framför allt kan ordna allt det praktiska i en tid av sorg. På Mellby Gård ser vi Klarahill som en mjuk klippa för entreprenörerna i sin tur, genom att förstå deras situation och ta hand om det praktiska.”

Vid sidan av Klarahill har dotterbolaget Verahill växt fram. Bolaget bildades 2016/2017 och sköter familjejuridik. Under det gångna året har verksamheten tagit fart och bolaget har idag 25 anställda.

”Verahill har växt fram genom behovet av att hantera den juridik som uppstår i samband med dödsfall. Men vi ser stora expansionsmöjligheter inom generell familjejuridik som äktenskapsförord, samboavtal, bodelning och deklaration”, säger Niklas Steenberg.

VD Niklas Steenberg



FAKTA

Klarahill bildades 2014 och har som affärsidé att konsolidera en starkt fragmenterad begravningsbransch. Koncernen ska vara det seriösa premiumalternativet för människor i sorg. Det åstadkoms genom att de enskilda entreprenörernas engagemang bibehålls genom delaktighet och delägarskap i en ”ICA-modell”. Dotterbolaget Verahill bildades 2016/2017 och sköter familjejuridik i samband med dödsfall som bouppteckningar och arvsfrågor, en del av livets juridik för familjen.

Klarahill är en del av Mellby Gård sedan 2015.
Mellby Gårds representanter i styrelsen:
Sven Knutsson, ordförande, och Johan Andersson.

Huvudkontor:..... Stockholm
Omsättning 2017/2018: 128 MSEK
Antal anställda: 100
Antal kontor:..... 31

VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » Förvärvet av Blixt Begravningsbyrå möjliggjorde etablering i Västsverige.
- » Stora resurser lades på utvecklingen av nätportalen klarahill.se.
- » Årsmötet med Klarahills entreprenörer den 12 december 2017, då de samlade entreprenörerna vittnade om att Klarahill generellt blivit accepterat som en seriös aktör i branschen.
- » Expansion och take off i dotterbolaget Verahill som hanterar familjejuridik.

NORDENS LEDANDE TALANGKANAL



StudentConsulting började för drygt 20 år sedan med studentbemanning. Idag är bolaget ett av Nordens mest lönsamma bemannings- och rekryteringsföretag. Framgångsreceptet för VD:n och grundaren Tobias Lindfors är en metodisk satsning på digital jobbmatchning.

Tobias Lindfors personifierar en riktig entreprenörssaga. Till exempel omsatte företaget 32 miljoner kronor år 2005. Nu är bolagets omsättning uppe i miljarden och det som företaget sålde på helåret för 13 år sedan gör man nu på tio dagar.

Idag har affärsidén breddats till att inte bara bemanna och rekrytera studenter utan även färdigutbildade akademiker och yrkesutbildade. Företagets rekryterings- och bemanningssystem heter TalentChannel™. Det har utvecklats successivt genom åren och matchar flexibelt och snabbt de jobbsökande med arbetsgivare. År 2006 var StudentConsulting först ut i branschen med Video-CV, ett digitalt CV där den jobbsökande spelas in. Det är ett sätt att digitalisera den vanliga jobbintervjun och ger de sökande möjlighet att presentera sina personliga egenskaper och i kombination med att de jobbsökande kostnadsfritt får göra tester ökar möjligheten att få jobb på personliga egenskaper.

”Vi såg tidigt att våra kandidater inte konkurrerar med 15 års arbetslivserfarenhet, de konkurrerar med sin personlighet och en personlig erfarenhet. Därför ville vi skapa ett kompletterande moment”, säger Tobias Lindfors.

För kunderna blir bemanning ”just in time” allt viktigare, som ett komplement till kundernas ordinarie personal. I rekryterings- och bemanningssystemet TalentChannel™ kan kunderna följa jobbmatchningen i realtid och där StudentConsulting kan bemanna personal inom en timme eller ett par timmars varsel, till exempel när en kund på morgonen behöver vikarier till samma dag.

VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » Tobias Lindfors tilldelades Kungliga Patriotiska Sällskapets näringslivsmedalj för framstående entreprenörskap.
- » Branschens nöjdaste kunder för tredje året i rad (enligt Evimetrix).
- » StudentConsulting - Norrbottens största privata arbetsgivare 2017.
- » Vinnare av Entrepreneur Of The Year Norr och med i Sverigefinalen 2017.

”Vårt system är branschledande och det kombinerat med att vi har Skandinavien största talangkanal med över 400 000 kandidater gör att vi kan uppnå högst flexibilitet, snabbhet och tillgänglighet i branschen. Vi har fått in flera kommuner som värdesätter snabbheten och effektiviteten när de söker vikarier till skolorna. Det här är en service som har ett högt värde för kunden vilket avspeglar sig i att vi har branschens nöjdaste kunder tre år i rad (enligt Evimetrix)”, säger Tobias Lindfors.

Medan rekryterings- och bemanningsbranschen kämpar med låga EBITDA-marginaler omkring 3-5 procent kan StudentConsulting visa upp en marginal på 7,2 procent för 2017/2018.

StudentConsulting finns på 176 uppdragsorter i Norden och har 39 kontor dit jobbsökande kan gå för personlig intervju. Kombinationen med den digitala matchningen gör företaget till en riktig arbetsförmedling och är nyckeln till framgången.

// Med 400 000 arbetssökande
är vi Sveriges ledande
talangkanal.



”Vi har alltid jobbat proaktivt med rekrytering. Vi har över 400 000 arbetssökande i vår databas så jag vill mer kalla det en talangkanal. Vi har även en ny tjänst för löpande CV-bevakning åt våra kunder som lägger in specifikationer på vad de söker. När det blir matchning får vi en success-fee på 1-3 månadslöner beroende på tjänst”, säger Tobias Lindfors.

Under året slöt StudentConsulting ett exklusivt avtal med arbetsgivarorganisationen Företagarna med 70 000 medlemsföretag. Bland befintliga kunder finns till exempel Ikea, H&M, PostNord, Trygg Hansa och it-företaget CGI.

Framgångarna har gett företaget och Tobias Lindfors en rad utmärkelser genom åren. Fyra gånger har StudentConsulting utsetts till Gasellvinnare i Norrbotten av Dagens Industri, tre gånger har det blivit Sveriges snabbast växande företag, utsett av Ahréns Rapid Growth och år 2010 blev Tobias Lindfors årets Företagare i Sverige.

Den senaste utmärkelsen kom i april 2017, när kronprinsessan Viktoria delade ut Kungliga Patriotiska Sällskapets näringslivs-medalj till Tobias Lindfors för framstående entreprenörskap.

”Jag känner en otrolig stolthet och har varit entreprenör halva mitt liv, har precis fyllt 40 år och jag har hållit på i 20 år. Jag blir rörd över att företagarefrågorna, jobbskapande och långsiktighet belönas. Jag tror att det är jätteviktigt, för det är just i ägarledda små och medelstora bolag som jobben växer fram i Sverige. Det här priset betyder otroligt mycket för mig och jag tror också att det inspirerar andra att starta företag och jobba långsiktigt”, säger Tobias Lindfors.

Han ser fram emot en mycket spännande framtid som inte minst kommer att formas av vilka politiska beslut som fattas framöver. Exempelvis är Arbetsförmedlingens framtid ifrågasatt och Tobias Lindfors står redo som ett privat alternativ.

Att StudentConsulting är en del av Mellby Gård betyder mycket för Tobias Lindfors.

”Några av mina förebilder är Rune Andersson och Ingvar Kamprad. Själv vill jag jobba liknande dem, att långsiktigt utveckla bolag med ledande ambitioner, driva bolag och skapa jobb. Där tycker jag de två har varit inspiratörer för mig”, säger han.

VD Tobias Lindfors



FAKTA

StudentConsulting är ett av Nordens ledande bemannings- och rekryteringsföretag och specialiserat på studenter, akademiker och yrkesutbildade. StudentConsulting är verksamt inom bemanning, rekrytering, omställning och matchning samt entreprenad. Rekryteringsnätverket består av 13 800 beställare och cirka 400 000 arbetssökande på 176 uppdragsorter i Sverige, Norge, Danmark och Finland.

StudentConsulting är en del av Mellby Gård sedan 2010. Mellby Gårds representanter i styrelsen: Johan Andersson och Anders Bülow.

Ordförande: Bengt Wallentin
Huvudkontor: Luleå
Omsättning 2017/2018: 975 MSEK
Antal kontor: 39
Antal rekryteringar 2017: 11 314 personer

REDO FÖR EN NY RÄNTEMILJÖ

Fondbolaget Excalibur Asset Management erbjuder kapitalförvaltning på räntemarknaden till både institutioner och småsparare. Fonderna Excalibur och Trude har haft ett par tuffa år i den rådande lågräntemiljön men båda står redo med en förvaltningsmodell som kommer att ge positiv avkastning när ränteläget stiger.

De båda bolagen Excalibur Asset Management och Trude Asset Management är skilda juridiska enheter och ägs parallellt var för sig med röstmajoritet av Mellby Gård. I sina verksamheter arbetar dock de båda bolagen nära varandra och har liknande men kompletterande förvaltningsmodeller.

Av ett totalt förvaltad kapital på 3,5 miljarder kronor förvaltar Excalibur 2,5 miljarder och Trude 500 miljoner kronor. Resterande 500 Mkr förvaltas diskretionärt i en blandfond för kapitalförvaltningsbolaget Lancelot Asset Management.

Både Excalibur och Trude är verksamma på räntemarknaden, som jämfört med aktiemarknaden har en väsentligt lägre risk. Skillnaden mellan de båda fonderna är grovt förenklat att Excalibur investerar på obligationsmarknaden i värdepapper med hög kreditvärdighet som till exempel statsobligationer, medan Trude är en kredit-hedgefond som investerar i exempelvis företagsobligationer och derivatinstrument.

”Tillsammans erbjuder vi exponering mot hela räntemarknaden. Tack vare vårt mycket erfarna förvaltningsteam kan vi erbjuda förvaltning som inte ens de stora bankerna klarar av”, säger Thomas Pohjanen, som är VD på Excalibur Asset Management och en av grundarna.

De båda fonderna har en absolutavkastande förvaltningsmodell vilket innebär att det investerade kapitalet ska växa. Detta till skillnad mot många andra fonder som har relativ avkastning, alltså att deras mål är att slå ett index. En sådan förvaltning kan betraktas som framgångsrik även om det förvaltade kapitalet minskar i absoluta tal, så länge avkastningen varit högre än jämförelseindex.

”Under våra 16 år har Excalibur haft positiv absolut avkastning under alla år utom ett. Vi kan nämligen ta positioner som ger positiv avkastning även när tillgångsvärdena faller. Under finanskrisen 2008/2009 hade vi till exempel en avkastning på över 10 procent per år”, säger Thomas Pohjanen.

Under 2017/2018 stannade totalavkastningen på blygsamma 0,5 procent. Orsaken är den mycket aggressiva penningpolitik som drivits av västvärldens centralbanker med minusräntor och obligationsköp.

”Det här året har handlat om att bevara och försvara kapitalet. Realavkastningen på statsobligationer har varit negativ och centralbankernas interventioner på marknaden har tryckt ned volatiliteten så att det även varit svårt att finna mer kortsiktiga svängningar att ta positioner i”, fortsätter Thomas Pohjanen.

Det pressade läget på räntemarknaden har dessutom dämpat intresset för ränteinvesteringar. Kunder som pensionskassor och försäkringsbolag såväl som småsparare har valt aktiemarknaden där avkastningen varit högre, men också till väsentligt högre risk. Man kan säga att investerarna har tvingats ut på riskskalan.

Allt detta står dock inför en förändring. Den amerikanska centralbanken Federal Reserve har börjat höja styrräntan och minska sina stödköp av obligationer. Den svenska Riksbanken förväntas börja höja styrräntan inom det närmaste året. Även den europeiska centralbanken ECB väntas dra ned på stödköpen.

”Vi ser slutet på sviterna efter finanskraschen 2009. Arbetsmarknaden är stark, främst i USA, inflationen är nära målet på 2 procent både i USA och Sverige och centralbankerna



“Vi erbjuder kunderna en exponering mot hela räntemarknaden.”

VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » USA:s centralbank Federal Reserve fortsatte sin normalisering av ränteläget.
- » Riksbanken och ECB signalerade att en normalisering av penningpolitiken kan vara på gång.
- » Arbetsmarknaderna i USA och Sverige förstärktes med låga arbetslöshetstal.
- » En stark arbetsmarknad drev i sin tur upp inflationsförväntningarna och inflationen steg mot 2-procentsmålet.
- » De nya reglerna för värdepappersmarknaden, Mifid 2, blev lag i EU. Trots det minskade transparensen på marknaden.

är redo att börja normalisera penningpolitiken. Detta kommer att skapa större rörelser i marknaden och därmed ge oss bättre förutsättningar att höja avkastningen”, säger Thomas Pohjanen och Trudes VD Anders Nordborg fyller i:

”Exponeringen mot kreditobligationer på marknaden är sex gånger större nu än 2008. Det kommer att krävas skicklighet att agera på marknaden framöver, men vi ser stora möjligheter.”

Ett tillvaknande på räntemarknaden gör även att de båda fonderna ser fram emot ett kapitalinflöde från kunderna.

”Det kan gå väldigt fort när kunderna får upp intresset för vår typ av förvaltning. Vi ser fram emot åtminstone 1 miljard kronor i Trude och 5 miljarder i Excalibur”, säger Thomas Pohjanen.

Mellby Gårds intresse för Excalibur väcktes redan år 2000 då Thomas Pohjanen drog sin affärsplan för Rune Andersson som gillade vad han såg. Fondbolaget ägdes dock till en början delvis av Lancelot men 2006 köpte Mellby Gård dessa aktier och Rune Andersson tillträdde som ordförande. Trude startades 2015.

”Mellby Gård är en del av vårt DNA. Vi har varit affärspartners alltsedan den första affärsplanen skulle omsättas i verkligheten.

Här finns den långsiktighet i investeringar som vår ordförande Rune Andersson ofta talar om”, säger Thomas Pohjanen.

”Mellby Gård har en långsiktighet i sina engagemang, vilket är ett starkt stöd när man startar en verksamhet som vi gör på Trude. Det är också en fördel att ha en stark ägare i ryggen när motparter synar oss”, säger Anders Nordborg.

VD Thomas Pohjanen



VD Anders Nordborg



FAKTA

Excalibur Asset Management och Trude Asset Management är två parallella fondbolag som ägs med röstmajoritet av Mellby Gård. Förvaltningen i Excalibur och Trude sker enligt lagen om förvaltare av alternativa investeringsfonder, AIFM. Excaliburs förvaltning startade 2001 och är främst inriktad på de institutionella räntemarknaderna i Europa och G7-området. Trude startades 2015 och är en kredithedgefond med global förvaltning baserad på avancerade kvantitativa modeller.

Excalibur är en del av Mellby Gård sedan 2008 och Trude sedan 2015. Mellby Gårds representanter i styrelsen: Rune Andersson, ordförande, och Johan Andersson.

Huvudkontor:..... Stockholm
Omsättning Excalibur 2017/2018:..... 44,6 MSEK
Omsättning Trude 2017/2018: 5 MSEK
Antal anställda: 9
Kapital under förvaltning:..... 3 500 MSEK
Antal fonder:..... 2 samt ett diskretionärt uppdrag

EFFEKTIV STRUKTUR MED POTENTIAL ATT HANTERA FLERA KLÄDESKONCEPT

2003 köpte Mellby Gård det familjeägda bolaget Flash. Under de senaste åren har man sett en möjlighet att addera ytterligare koncept och 2017 bildades Lund Fashion som nu driver två klädeskoncept, förutom Flash även Dea Axelssons.

”Med Lund Fashion har Mellby Gård skapat en infrastruktur med potential att hantera flera klädeskoncept”, säger Thomas Gustafsson, ordförande för Lund Fashion. ”Företagets fokus är att fortsätta att utveckla Flash och Dea Axelssons. Om det sedan klarar att hantera ytterligare koncept är en fråga som vi ska närma oss med stor försiktighet – och nyfikenhet. Det gäller att vara beredd om möjligheten uppstår.”

”När Mellby Gård köpte Flash var det ett mycket välskött företag med 30 butiker”, säger Thomas Gustafsson. ”Mellby Gårds grundfilosofi är att kontinuerligt utveckla och växa bolag. Den röda tråden är långsiktighet och att vara aktiv ägare i både med- och motgång.”

”Flash har idag en stabil verksamhet med 75 butiker över hela Sverige plus tre butiker i Danmark. Flash tar kontinuerligt marknadsandelar, men det är svårt att växa snabbt med ytterligare butiker, eftersom vi i princip redan täcker hela landet”, säger Fredrik Johansson, VD för Lund Fashion. ”Möjligheten att addera Dea Axelssons 25 butiker kom därför lägligt.”

Både Flash och Dea Axelssons vänder sig till ”kvinnan mitt i livet”, kläder för vardagen, privat och på arbetsplatsen. Kunderna är lojala och kommer tillbaka kontinuerligt.

”Med vår breda målgrupp skiljer vi oss från många av våra konkurrenter som vänder sig till unga kvinnor. Vår målgrupp är både spännande och köpstark.”

Klädesbranschen i Sverige har haft ett tufft år. Huvuddelen av Flash butiker har dock utvecklats bättre än branschen. Även resultatet har fortsatt på ett positivt sätt. För Dea Axelssons har mycket tid gått åt till att integrera och säkerställa verksamheten i den nya strukturen.

”Nu är vi igång med full fart och ser en mycket spännande tid framför oss”, säger Fredrik Johansson, VD för Lund Fashion. ”Det har varit en stor förändring att gå från ett till två koncept och att få alla internt att tänka i två olika koncept. Vår organisation har klarat det mycket bättre än förväntat. Många har sett det som en utmaning och en möjlighet att utvecklas.”

Alla produkter inom Lund Fashion är av egen design och säljs enbart inom respektive koncept. Inköps- och designavdelningen är därför centrala och de som arbetar där har lärt känna kunderna och deras behov. Arbetet med att skapa sortiment som tilltalar såväl befintliga som nya kunder fortsätter.

”Vi kan den svenska marknaden, det var ett stort skäl till att vi satsade på Dea Axelssons. Genom att fokusera på de bästa butikslägena säkrar vi att kunderna hittar våra butiker. Att arbeta med omni-kanaler, det vill säga flera kanaler mot kund, är A och O idag. Kunden börjar med att titta i telefonen och går sedan ner till butiken för att prova. Några köper produkterna på nätet, andra i butik. Det är inte antingen eller, det är både och, kanalerna kompletterar varandra.”

”Fokus för detaljhandeln idag är att skapa ett flexibelt arbetssätt för att snabbt kunna följa kundernas köpbeteende”, säger Thomas Gustafsson ”Vi ser kontinuerligt över vårt butiksbestånd. Resultatet kan bli att vi väljer fler eller färre butiker, det viktiga är att vi kan agera snabbt.”

Både Flash och Dea Axelssons har e-handel som växer kontinuerligt, men som fortfarande står för relativt blygsamma volymer. Flera kunder har gått över till att handla på nätet eller kompletterar sin handel där. Den mesta försäljning på nätet sker faktiskt på orter där Lund Fashion redan har butiker.



VIKTIGA HÄNDELSE 2017/2018

- » Ändrade namn till Lund Fashion för att på ett trovärdigt sätt kunna hantera flera butikskoncept.
- » Tog över driften av 25 Dea Axelssons-butiker.
- » Genomförde organisationsförändringar för att klara av att hantera flera butikskoncept.
- » Öppnade två nya Flash-butiker.

”Lund Fashion har en platt organisation”, säger Thomas Gustafsson. ”Historiken som familjeföretag spelar in, ledningen har alltid arbetat nära sina medarbetare, plus att det finns ett enormt fokus på butik och kund. Lund Fashion är i grunden ett entreprenörsföretag som agerar enkelt och smart. Våra medarbetare i butik vet att de är där för att ta hand om kunderna, inte för att fylla i onödiga rapporter.”

”På så sätt får vi medarbetare som trivs med att sälja och arbeta i butik”, säger Fredrik Johansson. ”Många av våra medarbetare, både centralt och i butikerna, har arbetat hos oss i flera år. Vi har vuxit snabbt, men behållit känslan av det lilla bolaget där alla känner alla. Vår organisation är som en upp-och-nedvänd triangel där butikerna är överst och resten av organisationen stödjer dem.”

”Det är ett privilegium att ha en ägare som agerar så långsiktigt som Mellby Gård och ett stöd inom många områden, inte minst vid olika avtalsförhandlingar”, säger Fredrik Johansson. ”Att vara en del av Mellby Gård skapar en trygghet för de anställda samtidigt som det självklart finns en förväntan från ägarna att vi levererar resultat. Vi vill kontinuerligt utvecklas och ta verksamheten ett steg vidare, att addera Dea Axelssons är ett tydligt bevis på det.”

”Det har varit en stor förändring att gå från ett till två koncept och att få alla internt att tänka i två olika koncept. Vår organisation har klarat det mycket bättre än förväntat. Många har sett det som en utmaning och en möjlighet att utvecklas. Nu är vi igång med full fart och ser en mycket spännande tid framför oss,” säger Fredrik Johansson.

VD Fredrik Johansson



FAKTA

Lund Fashion erbjuder färgstarkt kvinnligt basmode med trendigt inslag. Kläderna är i huvudsak egendesignade och säljs via egna butiker med två olika koncept: Flash och Dea Axelssons. Målgruppen är självständiga, aktiva kvinnor med ett ungt sinne som mår om sitt utseende.

Flash ingår sedan 2003 i Mellby Gård. Dea Axelssons förvärvades 2017 och i samband med detta bildades Lund Fashion AB som hanterar båda koncepten.

Mellby Gårds representanter i styrelsen: Thomas Gustafsson, ordförande, Erik Andersson och Orvar Magnusson.

Omsättning 2017/2018: 483 MSEK
Antal anställda: 274
Antal butiker: 103

Under de sista dagarna av räkenskapsåret 2017/2018 slutförde Mellby Gård förvärvet av konfektionsföretaget Oscar Jacobson. Det anrika varumärket har på senare tid breddats mot yngre målgrupper och bolaget står nu redo för en geografisk expansion.

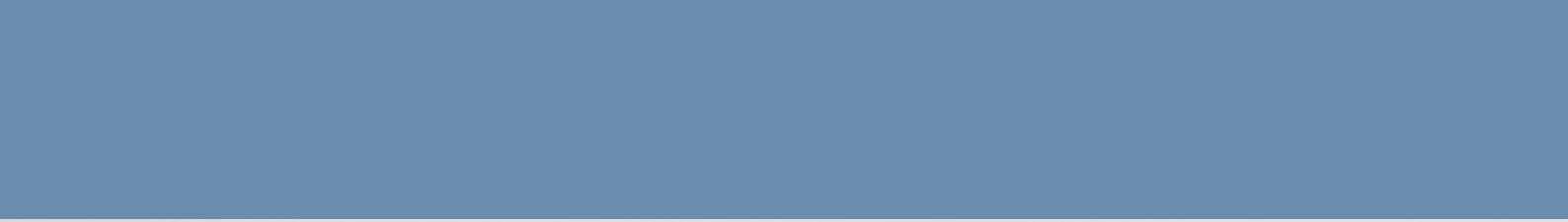
Oscar Jacobson grundades 1903 och är ett ledande varumärke inom herrmode i Norden och norra Europa. Hög kvalitet i design, tyger och passform kombineras med både tidlös elegans och ett attraktivt mode för modemedvetna män i alla åldrar. Därigenom attraherar Oscar Jacobson idag kvalitetsmedvetna konsumenter över tre generationer.

Bolaget omsatte 282 miljoner kronor 2017 med en lönsamhet som står sig väl bland framgångsrika modeföretag. Med Norden som huvudmarknad säljer bolaget sina produkter via drygt 250 oberoende återförsäljare, 10 egna butiker, 3 outlets och en egen nylanserad e-handelsbutik. VD för Oscar Jacobson är David Thunmarker som tidigare bland annat varit VD för modeföretaget Tiger.

”Oscar Jacobson har påbörjat en internationell expansion i Tyskland och England och vi ser goda initiala resultat i butiker och varuhus. Det här är ett nytt kapitel i bolagets långa och framgångsrika historia”, säger David Thunmarker.

Som ägare kommer Mellby Gård stödja bolagets erfarna ledning att genomföra denna affärsplan. Oscar Jacobson kompletterar dessutom Mellby Gårds övriga engagemang i modebranschen.

”Vi tror att Oscar Jacobson kommer att bli en bra affär på egna meriter. Dessutom tillför bolaget kunskapssynergier eftersom Mellby Gård äger företag som agerar i fler delar av modebranschens värdekedja. Branschen är i förändring och här finns både utmaningar och möjligheter som vi måste hantera. Med fem bolag inom den här vertikalen ökar vår insikt och vi får nya perspektiv kring hur vi bäst drar fördel av branschens omställning”, säger Mellby Gårds vice VD Thomas Gustafsson som sedan förvärvet gått in som ordförande i bolaget.



PÅ JAKT MED FÖRNUFT OCH KÄNSLA

Chevalier är ett varumärkesbolag för jaktkläder i premiumsegmentet. Företaget är ett av Mellby Gårds mindre innehav, men här gäller ledorden ”från lovande till ledande” i allra högsta grad. Målet är att dubbla omsättningen genom en expansion både geografiskt och produktmässigt.

Chevalier grundades 1950 och har sedan tidigt 1990-tal ägts och drivits av radarparet Lasse Björkman och Lars Elofsson. Mellby Gård förvärvade verksamheten 2015. De senaste 20 åren har Chevalier varit ett välkänt och etablerat varumärke för kvalitetsmedvetna jägare i Sverige och Norden.

”Jakt är en livsstil som många vill manifestera i funktionella kläder med ett tydligt klassiskt utseende. Vår ambition har genom alla år varit att klä jägare från topp till tå med de mest funktionella och snygga plaggen, till både jakt och annat”, säger Lasse Björkman.

Denna målgrupp växer dock inte i en takt som motsvarar Chevaliers ambitioner.

”För några år sedan var vi nöjda med vad vi åstadkommit, ett välkänt och lönsamt varumärke i Norden med Sverige som huvudmarknad. För att ta nästa steg behövdes en finansiering som går utöver det årliga kassaflödet. De resurserna har Mellby Gård”, fortsätter Lasse Björkman.

Idag har Chevalier försäljning i 30 länder i Europa via distributörer och agenter, och expansionen har bara börjat. Under räkenskapsåret 2017/2018 tog bolaget kostnader för framtiden. Försäljningen ökade med 7 procent med en liten marginalhöjning, men investeringar i lager, logistik, nyanställningar och ett nytt affärssystem belastade resultatet. Bolaget flyttade under året även huvudkontoret från Mölnådal till nyrenoverade och ändamålsenliga lokaler i Mölnlycke utanför Göteborg.

Geografiskt tar Chevalier allt mer marknad i bland annat östra Europa, Tyskland, England och Norge. Små skillnader i tonalitet kring vad ett varumärke står för kan dock vara avgörande för hur det uppfattas på olika marknader och därför pågår ett intensivt arbete med bolagets varumärkesplattform. Här poängteras äkthet, engagemang och att bolaget inte har kunder, utan jaktkamrater i en långsiktig relation. Stilfulla och funktionella kläder designas med diskreta men smarta detaljer och utan att kompromissa med kvalitet och passform.

”Vi talar internt om att fånga jaktens själ och den återspeglas i Chevaliers design redan idag. Vad vårt varumärkesarbete handlar om är att definiera ett budskap som är attraktivt på samtliga marknader och där varumärket ännu inte är så känt. Det får konsekvenser för allt från bildspråket i marknadsföringen till hur loggan ser ut och var den sitter på plaggen”, säger Sven Knutsson som är ordförande i bolaget.

VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » VD Johan Lind slutade, rekryteringen av en ny VD var vid denna årsboks pressläggning inte klar.
- » En ny exportchef rekryterades, Andreas Hanftoft.
- » Huvudkontoret flyttade till nya lokaler i Mölnlycke.
- » Lagret flyttades och samarbete med ny partner för tredjepartslogistik inleddes.
- » Byte och implementation av affärssystem.
- » Varumärkesplattformen definierades.



// Det handlar om
att fånga jaktens själ.

Expansionen ska också ske i en breddning av produktutbudet som innefattar dels kläder och accessoarer som används till vardags, men som ändå har livsstilens markörer, dels produkter för nya kundgrupper. En sådan ny målgrupp är till exempel hundägare.

Exempel på aktiviteter under året är att bolaget engagerat ett antal influencers i sociala medier, som riktar mot en yngre målgrupp, samt en specialkollektion designad av Bernadotte & Kylberg.

”Det här bolaget är inte känsligt för svängningar i konjunkturen. Styrelsens ambition är att bolagets försäljning ska öka med cirka 15 procent per år. På fem år ska det innebära en fördubbling av försäljningen med en lönsamhet som står sig väl i branschen”, säger Sven Knutsson.

Alla nystarter är förenade med omvälvningar. Under 2016 rekryterades en ny VD, Johan Lind, som emellertid slutade två år senare efter oenighet med styrelsen om bolagets fortsatta utveckling. Lasse Björkman återinträdde som tillförordnad VD och när detta skrivs pågår en rekrytering av en ny ordinarie VD.

Tillförordnad VD
Lasse Björkman



FAKTA

Chevalier utvecklar, designar och marknadsför kläder och tillbehör för jakt och fritid under eget varumärke. Bolaget grundades 1950 och har idag försäljning på ett 30-tal marknader med Sverige och övriga Norden som huvudmarknader.

Chevalier är en del av Mellby Gård sedan 2015
Mellby Gårds representanter i styrelsen:
Sven Knutsson, ordförande, och Erik Andersson.

Huvudkontor:..... Mölnlycke
Omsättning 2017/2018:76 MSEK
Antal anställda: 16

TAR NY POSITION MED SIKTE PÅ FRAMTIDEN

Smarteyes är den prisvärda optikkedjan med egen design. Sedan starten för elva år sedan har företaget haft målet att göra det lustfyllt att skaffa glasögon och sänka köptröskeln genom låga fasta priser. Efter en stark tillväxt har VD Thomas Kusoffsky ökat fokus på konsolidering och lönsamhet.

Smarteyes finns i Sverige, Danmark och Tyskland med totalt 83 butiker, varav 63 finns i Sverige. Affärsidén är sedan starten att skapa en kostnadseffektiv verksamhet genom att undvika mellanhänder. Med glasögonbågar i egen design tar Smarteyes kontroll över hela värdekedjan med tydliga kostnadsfördelar gentemot konkurrenterna. En strategi med låga fasta priser gör dessutom att kunderna upplever ett tydligt och attraktivt erbjudande.

Många upplever att det är krångligt och dyrt att köpa glasögon. Smarteyes vill att det ska vara enkelt, lustfyllt och prisvärt.

De tre marknaderna skiljer sig åt och befinner sig i olika faser. Danmark är den nyaste marknaden och där har de senaste åren varit tuffa. Under förra räkenskapsåret vidtogs flera lönsamhetshöjande åtgärder vilket bland annat innebar en omstrukturering där fem butiker stängdes. Under det senaste året har den danska marknaden överträffat alla förväntningar och visar ett positivt resultat på butiks nivå som är väsentligt bättre än såväl budget som föregående år.

Tyskland har de senaste åren visat en bra trend och föregående år nåddes ”break even”. Ledningen beslutade därför att öppna ytterligare två nya butiker i samma regioner där Smarteyes redan är etablerat. De butiker som funnits i Tyskland sedan tidigare går mot ännu ett rekordår. Den positiva trenden i landet ser därmed ut att fortsätta.

I Sverige är Smarteyes i färd med en ompositionering på marknaden. Det innebär en övergång från kommunisera ett lågt pris till det som kallas ”affordable design”. Det innebär ett breddat sortiment med högkvalitetsprodukter som håller ett något högre pris. Antalet prisgrupper har utökats från två till tre.

”Inför året hade vi höga förväntningar på att det skulle ge positiva effekter. Men det har tagit längre tid än förväntat att

maximera nyttan av den nya modellen. Därmed nådde vi inte riktigt förväntningarna på den svenska marknaden. Vi genererar dock ett resultat som är i nivå med förra årets rekordår och vi har lärt oss väldigt mycket under året, lärdomar som kommer användas för att ytterligare förbättra våra prestationer”, säger Thomas Kusoffsky.

Efter tio års snabb expansion fokuserar han nu på att maximera befintlig verksamhet och att stärka de finansiella prestationerna och balansräkningen för att möjliggöra nästa steg i tillväxten.

”Jag lägger också väldigt mycket kraft på att vi både internt och bland kunderna ska uppfattas som ett spännande designföretag, snarare än en optikkedja som generellt har en lite trist klang”, säger Thomas Kusoffsky och fortsätter:

”De senaste åren har vi satsat mycket på våra medarbetare och utvecklat en värderingsstyrd organisation, från supportkontor till butik. Ett roligt kvitto på att det arbetet fungerat är att vi under året placerade oss på fjärde plats som Sveriges bästa arbetsplats i kategorin Stora företag i Great Place To Works årliga analys och tävling. Det var tredje året i rad på topp-tio-listan, vilket vi är stolta över.”

E-handeln har ännu inte påverkat optikbranschen i någon högre grad. Det beror främst på att det finns tekniska begränsningar för att sälja progressiva glasögon och att köpet av glasögon är kopplat till en synundersökning. Tydliga förändringar i kundresan kan dock skönjas, där köpet startar digitalt och oftast i mobilen. Det gäller både bokningar av synundersökning och inspiration och jämförelse av sortiment och bågar.

Konkurrensen är hård. I Sverige heter de ledande aktörerna - förutom Smarteyes - Synsam, Synpotik och Specsavers. Marknadsföringsinvesteringarna ökade generellt under året med kampanj- och rabattdrivna aktiviteter från samtliga aktörer.



*“ Vi ska uppfattas
som ett spännande
designföretag, snarare
är en optikkedja.*

VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » Positiv omstrukturering i Danmark.
- » Nyutvecklad sortimentstrategi.
- » Ny prismodell i Sverige.
- » Två nya butiker i Tyskland.
- » Utsedd av Great Place to Work som Sveriges fjärde bästa arbetsplats i kategorin Stora Organisationer.

Därutöver har nya aktörer och koncept etablerats sig i Sverige och främst Stockholm. Apoteket har till exempel öppnat optikverksamhet i form av en ”shop in shop”.

Finansiellt har Smarteyes en relativt stor del av inköpen i euro och dollar medan försäljningen sker i lokal valuta. Främst eurokursen hade en negativ påverkan på lönsamheten. Trots det kunde bruttovinst och lönsamhet stärkas.

”Trots de utmaningar som finns förväntar vi oss att stärka vårt resultat under det kommande året. I Tyskland förväntar vi oss att den positiva trenden fortsätter. Motsvarande gäller för Danmark som återhämtat sig på ett bra sätt efter den stora omstruktureringen. I Sverige ska vi utnyttja vår ökade kunskap om de möjligheter vår nya prismodell ger samt fortsätta utveckla vårt sortiment och erbjudande. Jag förväntar mig att det kommer att generera ytterligare intäkter och ett starkare resultat i jämförelse med föregående år”, säger Thomas Kusoffsky.

Att Smarteyes är en del av Mellby Gård innebär trygghet, säger han. Främst har det gällt under den expansiva tillväxtfasen.

”Nu när vi blivit ett mer moget företag har vi dock förutsättningar att på ett mer fullständigt sätt stå på våra egna ben. I det skedet bidrar Mellby Gård främst med en hög kompetens genom sitt engagemang i styrelsearbetet.”

VD Thomas Kusoffsky



FAKTA

Smarteyes är en optikkedja som startade 2007 med affärsidén att ta kontroll över hela värdekedjan från kundmöte i butik till egen design och tillverkning. Med låga priser och egen design blir kunderbjudandet lustfyllt och spännande. Missionen är att tillhandahålla moderiktiga glasögon till alla. Visionen är att vara den mest rekommenderade optikern.

Smarteyes finns i Sverige, Tyskland och Danmark.

Smarteyes är en del av Mellby Gård sedan 2007. Mellby Gårds representanter i styrelsen: Thomas Gustafsson, ordförande, Rune Andersson, Johan Andersson och Erik Andersson.

Huvudkontor:..... Göteborg
Omsättning 2017/2018:613 MSEK
Antal anställda:369
Antal butiker:.....60
Antal sålda glasögon 2017/2018:.....260 000

EN BRANSCH I SNABB FÖRÄNDRING

KappAhl är en av Nordens ledande klädkedjor med totalt 363 butiker. Bolaget är noterat på Nasdaq Stockholm Mid Cap. Under ett år med stora utmaningar kring kläd- och modebranschen generellt, och med press nedåt på aktien, har Mellby Gård klivit fram och kraftigt ökat ägandet i koncernen.

KappAhl har anor från 1950-talet och är en av Sveriges mest kända butikskedjor. Inriktningen har med vissa variationer under åren varit kläder för hela familjen, både vuxna och barn. Under senare år har KappAhls försäljningsmix förändrats. Idag dominerar barnkläder och kläder och accessoarer för den mogna kvinnan.

Norge är KappAhls näst största marknad och KappAhl finns även etablerat i Finland och Polen. Under det senaste året har en lansering gjorts av Newbie - ett av KappAhl utvecklat varumärke för ekologiska barnkläder - i Storbritannien med egna butiker och e-handel.

Under 2016/2017 skördade KappAhl försäljningsframgångar som gjorde ett positivt avtryck på aktiekursen. Under det gångna året har bolaget emellertid mött både kort- och långsiktiga utmaningar. VD Danny Feltmann lämnade sin post i juni 2018 och när detta skrivs är Göran Bille tillförordnad VD.

Ledningsförändringen motiverades bland annat av att VD och styrelsen haft olika syn vad avser målgruppsprioriteringar, primärt avseende vem som är och bör vara KappAhls damklädeskund, en central fråga eftersom den verksamheten är det enskilt största affärsområdet i företaget. En annan viktig fråga där samsyn inte nåddes var behovet av en differentiering av kommunikation och butiksuttryck med hänsyn till att KappAhl vänder sig till flera olika målgrupper med olika beteenden.

Vädereffekter, som ofta påverkar branschen såväl positivt som negativt, fick i kombination med kollektionsförändringar och en alltför snabb omställning från tryckt till digital kundkommunikation negativa effekter som blev synliga i KappAhls resultat under första halvåret i bolagets brutna räkenskapsår. Aktiemarknadens dom över resultaten blev hård eftersom de kortsiktiga utmaningarna också sattes i relation till osäkerheten kring hur branschens framtida omställning från butiksförsäljning till e-handel kommer att utvecklas,

där innehavare av stora butiksnet kan komma att ha en kostnadsmässig nackdel jämfört med rena e-handelsföretag.

Som största enskilda ägare bedömde emellertid Mellby Gård att flera av problemen var tillfälliga och att KappAhl med hög kännedom och kompetens har bra förutsättningar att vända utmaningarna till möjligheter. Mellby Gård ökade därför innehavet under våren. Från maj 2017 till maj 2018 har ägarandelen ökat från drygt 20 procent till 29,6 procent.

”Omställningen mot e-handel är helt klart en av KappAhls långsiktiga utmaningar, men den fysiska butikens dagar är definitivt inte över. Skillnaden framöver är att butiker och e-handel måste stödja varandra och att vi i högre grad bör beakta skillnader i beteenden och preferenser mellan de olika målgrupper som KappAhl vänder sig till”, säger styrelseordförande Anders Bülow.

Ett exempel på funktioner som lanserats för att knyta samman butiker och e-handel är konceptet Click&Collect där kunden handlar på nätet och hämtar varorna i butik, vilket ger tillfälle till merförsäljning. Omvänt finns möjlighet till e-handel i butikerna med möjlighet att få varorna hemskickade. Därutöver finns nu möjlighet till betalning med mobilen via Klarna.

I butiks nätet har KappAhl under 2017/2018 börjat se positiva resultat av omstruktureringen av verksamheten i Polen. 30 stycken butiker har stängts och kvar finns cirka 25 butiker med omförhandlade hyreskontrakt i attraktiva butikslägen. Under året har också beslut fattats om etablering av några nya butiker på den polska marknaden.

KappAhl inledde också under 2017 lanseringen av varumärket Newbie med ekologiska barnkläder i Storbritannien med butiker i och kring London samt egen näthandel. Butikerna har inledningsvis utvecklats positivt medan det tar tid att bygga bredare kännedom och volymer i e-handeln.





KappAhl satsar hårt på hållbarhet. Över hälften av kläderna i sortimentet är hållbarhetsmärkta och andelen ökar kontinuerligt. KappAhl är medlem i den internationella organisationen Better Cotton Initiative som arbetar för en hållbar bomullsodling. I programserien Make it Feel Right berättar programledaren Annika Leone om hur man får kläder att kännas rätt, både för sig själv och för världen.

”Vi driver många bra projekt, men vi behöver bli bättre på att nå ut med våra berättelser så att kunderna uppmärksammar både hur hårt vi arbetar för miljön och hur attraktiva våra erbjudanden är”, säger Anders Bülow.

KappAhl's strategiska arbete framöver kan sammanfattas i tre K – Kollektion, Kommunikation och Kanaler.

VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » Omstruktureringen av butiks nätet i Polen färdigställdes.
- » Butikskonceptet för barnkläder Newbie Store lanserades i Storbritannien.
- » Click&Collect, e-handel med varuleverans i butik, lanserades.
- » Mobilbetalning via Klarna lanserades.
- » Höstens kundkommunikation - där tidigare tryckta utskick till klubblemmerarna istället sändes digitalt - föll inte ut som väntat. KappAhl fick backa ett steg och återgå till tryckta utskick för en långsammare omställning till digital kundkommunikation.
- » Under hösten 2017 accelererades kundernas förflyttning från butik till onlinekanaler.
- » Våren 2018 var först extremt kall, sedan extremt varm.
- » VD Danny Feltmann lämnade sin post och ersattes av tf VD Göran Bille.

Tillförordnad VD
Göran Bille



FAKTA

KappAhl grundades 1953 i Göteborg och är en av Nordens ledande modekedjor med 363 butiker under varumärkena KappAhl och Newbie Store. KappAhl har fysiska butiker i Sverige, Norge, Finland och Polen samt Shop Online. Affärsidén är att erbjuda prisvärt mode i egen design i dam- och herrkollektioner samt till barn. Över hälften av bolagets produkter är hållbarhetsmärkta.

KappAhl är noterat på Nasdaq Stockholm Mid Cap.

KappAhl är en del av Mellby Gård sedan 2013. Mellby Gårds representanter i styrelsen: Anders Bülow, ordförande, och Thomas Gustafsson.

Huvudkontor:..... Göteborg
Omsättning 2017/2018*:..... 4 771 MSEK
Antal butiker:..... 369
Antal anställda: 4 000 i tio länder

* Räkenskapsår sträcker sig från september till augusti

FÖRENADE KRAFTER FÖR FRAMTIDEN

Cale utvecklar och marknadsför parkeringslösningar över hela världen. Bolaget är ett av Mellby Gårds äldsta innehav som under året även genomgick den största förändringen. Genom en fusion med franska Parkeon bildades en parkeringsjätte med 70 procent av världsmarknaden. Det nya namnet på koncernen är Flowbird.

Johan Andersson var styrelseordförande i Cale och är nu Mellby Gårds representant som ledamot i det franska bolagets styrelse:

”Vi såg att branschen förändras i snabb takt och med digitaliseringen som drivkraft. Det ger upphov till ny konkurrens från både startups och de stora bilmärkena som är i färd med att skapa sina egna betallosningar för parkering”, säger Johan Andersson som var den som initierade fusionen.

Affären, som undertecknades i januari 2018, innebär att Mellby Gård blir minoritetsägare i Flowbird med cirka 23 procent av aktierna. Majoritetsägaren med 67 procent är den franska riskkapitalfonden Astorg.

”Astorg har i likhet med andra riskkapitalfonder en exithorisont. Det innebär en annorlunda miljö än vad som är normalt för oss på Mellby Gård som arbetar med långsiktigt ägande. Men i det här fallet ser vi så stora möjligheter, synergier och utbyte av tekniskt kunnande att vi kan motivera ett undantag från vår ägarfilosofi”, säger Johan Andersson.

Skapandet av Flowbird är visionärt och motiveras av industriell logik. Det är två välmående företag som är ledande på sina respektive marknader som går samman. Anton Kaya var fram till fusionen VD och koncernchef för Cale och blir i den nya koncernen vice VD för affärsområdet Digital City, med ansvar för forskning och utveckling:

”Verksamheten går mycket bra. Vi gjorde ett starkt resultat året innan och kom in i det här året med högt tempo. Både orderingång och resultat har förbättrats. Även utan fusionen med Parkeon skulle jag förvänta mig fortsatt tillväxt”, säger han.

Cales kärnaffär är parkeringsautomater som främst säljs till kommuner i offentliga upphandlingar. Cirka 60 procent av intäkterna kommer från försäljning av automater, resterande 40 procent kommer från service och it-systemtjänster. En modern parkeringsautomat är dock långt ifrån den analoga biljettmaskin den en gång var. Den nya generationen levererar inga biljetter utan kopplas till bilens registreringsnummer. Informationen är molnbaserad vilket effektiviserar övervakningen och ger i förlängningen möjlighet till information om lediga parkeringsplatser till bilföraren.

Icke desto mindre utmanas parkeringsautomaten av nya lösningar som till exempel mobilappar. Här finns Cale med varumärket WayToPark och Parkeon har flera egna varumärken. Dock har den fysiska automaten mycket kvar att ge, både försäljningsmässig och innovativt.

”Under våren tecknade vi ett avtal med staden Chicago om närmare 5 000 automater. Det är vår största enskilda order hittills. 2009 investerade staden i närmare 4 000 Cale-automater. Automaterna är en viktig beståndsdel i infrastrukturen runt reglerad och avgiftsbelagd parkering. Vi ser början på en något avtagande efterfrågan på mogna marknader där intresset för heldigitala lösningar ökar, men det finns ett fortsatt stort behov i många länder, inte minst i Asien och Sydamerika”, säger Anton Kaya.

Parkeringsautomaterna, och det nätverk som de utgör, har dessutom en central roll att spela i den framtida smarta staden. Urbaniseringen gör att världens städer växer och i samband med det ökar biltrafiken. Stora städer är i skriande behov av att effektivisera och reglera trafik och mobilitet. Med hundratusentals sammankopplade parkeringsautomater ges stora möjligheter för kommuner att samla intelligent information om trafikflöden, var



Vi såg att branschen
förändras i snabb takt
med digitaliseringen
som drivkraft.

VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » Cale säkrade flera viktiga ordrar från Stockholms Trafikkontor för närmare 1 000 biljettlösa parkeringsautomater.
- » Cale levererade system för digitala parkeringstillstånd för alla invånare i Oslo.
- » Cale och franska Parkeon gick samman och bildade koncernen Flowbird.
- » Cale säkrade den hittills största enskilda ordern på närmare 5 000 parkeringsautomater till Chicago.
- » Parkeringsappen WayToPark lanserades i Stockholm.

bilar parkeras, vid vilka tider och hur länge. En annan möjlighet är att kombinera parkeringsautomater med elbilsladdning.

”Över 15 procent av all bilkörning i städer sker när föraren letar efter en ledig parkeringsplats. Här finns stora miljövinster och logistisk effektivitet att hämta, och den här utvecklingen har vi bara sett början på”, säger Anton Kaya.

Han påpekar också att Flowbird tillhandahåller ett oberoende parkeringssystem, till skillnad från konkurrenter som Volkswagen och BMW som utvecklar sina egna parkeringstjänster, riktade mot sina egna fordon. I kundförhållandet till kommuner över hela världen är detta oberoende en stor tillgång. Johan Andersson summerar:

”Vi är i början av resan tillsammans med Parkeon och Astorg. Under det kommande året har vi ett stort arbete med integrationen av de båda bolagen. Vi på Mellby Gård har satt oss som nummer två i bolaget och får rätta oss efter det, men vi vet att vi är respekterade för vårt kunnande i branschen och jag är övertygad om att det här är rätt väg att gå för att behålla en ledande ställning i en bransch i snabb förändring.”

Vice VD Anton Kaya



FAKTA

Cale grundades i Sverige 1955 och är en av världens ledande leverantörer av parkeringsautomater, mobilapplikationer, tillståndslösningar, system för övervakning och bötfällning samt transaktionshantering. I januari 2018 beslutade Cale och franska Parkeon att gå samman med en gemensam omsättning på cirka 3 miljarder kronor. I mars 2018 aviserades Flowbird som det nya namnet på koncernen.

Cale är en del av Mellby Gård sedan 1997.

Mellby Gårds representant i styrelsen: Johan Andersson.

Huvudkontor:.....Paris
Omsättning proforma (jan - juni) 2018:.....155 MEUR
Antal anställda: 1 380
Antal installerade parkeringsautomater: 280 000

REGNIG VINTER ÖKADE RESULTATET

Feralco tillverkar och säljer produkter för vattenrening, främst oorganiska kemikalier. Efter nästan 20 år i Mellby Gårds portfölj gjorde bolaget sitt bästa resultat hittills under 2017/2018. Feralcos mål är att vara nummer ett eller två på marknader som i Europa kännetecknas av hög mognadsgrad. Strategin för fortsatt tillväxt går via förvärv.

Cirka 70 procent av Feralcos försäljning går till kommunala vattenreningsverk runt om i Europa. Bolaget är närvarande i samtliga större länder i Europa och säljer även till en rad länder i Afrika. Förutom till vattenrening går en del av försäljningen till pappers- och massaindustrin och övrig industri.

Feralco är lönsamt och har så varit under lång tid. Givet marknadens karaktär av stabil men knappt växande efterfrågan är antalet parametrar som kan påverka resultatet kortsiktigt begränsade. Väder och årstider kan dock ha en signifikant påverkan. Orsaken till att det gångna året gav rekordresultat var att vintern blev mycket regnig i stora delar av Europa vilket gjorde att mer föroreningar tillfördes i de vattendrag där dricksvatten hämtas. Behovet av vattenreningskemikalier ökade därmed.

”Vi verkar på en mogen marknad med begränsad organisk tillväxt. Samtidigt är vi försiktiga med att gå in på tillväxtmarknader. Det är klart att behovet av vattenrening är stort på många håll i världen, men det är också många aktörer som insett det. Därför är konkurrensen hård på tillväxtmarknader och det begränsar möjligheterna till lönsamma investeringar”, säger Stephen Childs som är en av bolagets två VD:ar.

Hans parhäst är Ludovic Huitorel och de har styrt Feralco tillsammans i mer än tio år. De gör klart att Europa är Feralcos huvudmarknad där bolaget kan dra nytta av en marknadsledande ställning i många länder.

”Det finns utrymme att växa i Europa, men genom en konsolidering av marknaden. Vi har gjort många framgångsrika förvärv genom åren och vi har en pipeline med bolag vi tittar på”, säger Ludovic Huitorel.

Det senaste förvärvet gjordes i juni 2018 då Feralco köpte det italienska företaget Braia srl som är ledande i Italien på oorganiska koagulanter som används i vattenrening och paperstillverkning.

”I Italien är marknaden för vattenreningskemikalier extremt konkurrensutsatt. Den här affären hjälpte oss att komma närmare kunderna på hela den italienska marknaden. Den innebar även att vi kunde bredda vår produktportfölj”, säger Ludovic Huitorel.

”Förutom konsolidering av vattenreningsmarknaden tittar vi även på möjligheterna att växa inom kompletterande industri-grenar där våra lösningar kan vara relevanta. Men av konkurrensskäl vill vi inte utveckla det i detalj”, säger Stephen Childs.

Han pekar också på att bolaget gjort investeringar i kärnverksamheten under året. Bland annat har kapaciteten i tillverkning av järnsalter ökat i både England och Frankrike. Under året har Feralco sålt sitt 50-procentiga ägande i joint venture-bolaget Akferal i Turkiet. Bolaget såldes till joint venture-partnern Akkim Chemicals. Orsaken till försäljningen var att marknaden i Mellanöstern är hårt konkurrensutsatt, samt att det politiska läget anses förbli instabilt under lång tid framöver.



*Vi verkar på en
mogen marknad.
Men det finns utrymme
att växa i Europa.*

VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » Förvärv av det italienska bolaget Braia srl.
- » Det 50-procentiga ägandet i Akferal i Turkiet såldes.
- » Flera investeringar i ny och kompletterande tillverkningskapacitet.
- » En regnig vinter gav rekordresultat.



VD:ar Ludovic Huitorel och Stephen Childs

FAKTA

Feralco är en av Europas största producenter av oorganiska vattenreningskemikalier, huvudsakligen olika slags aluminium- och järnsalter. Bolagets produkter används bland annat till att ge rent dricksvatten till mer än 120 miljoner människor. Produkterna används även vid behandling av avloppsvatten och i specialiserade industriella applikationer. Feralcos huvudkontor ligger i Helsingborg och gruppen har dotterbolag i åtta länder i Europa. Totalt har Feralco försäljning i 30 länder och produktion i 14 länder.

Feralco är en del av Mellby Gård sedan 2001.
Mellby Gårds representanter i styrelsen: Johan Andersson,
ordförande.

Huvudkontor: Helsingborg
Omsättning 2017/2018: 971 MSEK
Antal anställda: 187

TÄTA GENOMFÖRINGAR FINNER NYA MARKNADER

Roxtec är Mellby Gårds största dotterbolag sett till omsättningen. Bolaget tillverkar kabel- och rör genomföringar som används i tuffa miljöer. Efter flera års utmaningar inom marknadssegmentet offshore kan VD Mikael Helmerson konstatera att nya kunder inom andra industrigrenar kompenserar för nedgången inom olja och gas.

Roxtec grundades i samband med uppfinningen av Multidiameter™. Det är en lösning för anpassning till kablar och rör av olika dimensioner som är baserad på tätningsskivor med avskalbara lager. Modulerna är i två delar och placeras kring kablar och rör i en ram som monteras i öppningar i golv, väggar, tak, däck eller skott. När installationen försluts med hjälp av en kompressionsenhet skapas en genomföring som möter de krav en tung industri har avseende exempelvis skydd mot brand och vatten- eller gasläckage.

Eftersom genomföringen blir säker på i stort sett alla tänkbara tillämpningsområden är det en premiumprodukt. Affärsmodellen är att som produktbolag tillverka och sälja till allt från ägare till installatörer. Ofta handlar det om att bearbeta ingenjörer och teknikkonsulter så att de ritar in Roxtecs produkter redan i planeringen av ett projekt.

”Det finns andra billigare sätt att täta en genomföring på, till exempel med tätmassa. Men sådana lösningar säkrar oftast bara mot en riskfaktor, som brand eller vatten. Vårt säljarbete handlar därför mycket om att förklara för kunden vilka fördelarna är med det vi kallar multiple demands. Därför kan man säga att vi själva skapar vår marknad”, säger Mikael Helmerson.

Roxtecs produkter är gjorda för att klara mycket hårda miljöer under lång tid. Därför har produkterna varit ett självklart val för olje- och gasindustrin i både utvinning (upstream) och i raffinaderier (downstream). I takt med att oljepriset fallit har

dock investeringsviljan inom framförallt upstream minskat, vilket har påverkat Roxtecs försäljning.

”Vi insåg redan för fyra år sedan att oljeboomen inte kunde vara för evigt. Därför skapade vi affärsområden baserade på marknadssegment för att systematiskt kunna bearbeta nya kunder. Idag ser vi att det har gett resultat och det är det strategiska beslut som jag är mest glad över under min tid hittills i bolaget”, säger Mikael Helmerson.

De tre affärsområdena är Marine & Offshore, Power & Process Industries samt Industry & Infrastructure. Några exempel på tillämpningar som nu vinner mark är kryssningsfartyg, vindkraftverk, tåg, tunnelbyggen och datahallar.

”Offshore Oil&Gas var tidigare vårt största kundsegment. Idag är det vårt minsta. Under 2017/2018 minskade vår totala omsättning med några procent på grund av den fortsatta minskningen inom offshore, men nu har vi kompenserat på ett sådant sätt att jag bedömer att vi är redo att växa igen”, säger Mikael Helmerson och fortsätter:

”Under den här tuffa perioden har även vinsten minskat något, men då har vi också gjort stora investeringar i vår säljstyrka. Vi har försvarat marginalen på ett bra sätt.”

Mikael Helmerson ser Mellby Gård som en delförklaring till att företaget gått starkt ur omställningen.





Man kan säga
att vi själva
skapar vår marknad.

VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » Passerade 20 000 användare av mjukvaran RTD, (Roxtec Transit Designer), som underlättar för ingenjörer vid design av tätningar.
- » Stororder från kanadensiska flottan för AOPS (Arctic and Offshore Patrol Ships).
- » Framgångsrik lansering av nya produkter, bland annat för rörtätningar samt kabeltätningar under mark och över vattenlinjen inom Marinsegmentet.

”Kombinationen av långsiktighet och industriellt kunnande har varit ovärderlig. Det manifesteras i styrelsen där vi har Hans Stråberg som ordförande och bland andra Rune Andersson, Anders Bülow och Johan Andersson som ledamöter. Utan det stöd som detta gett både finansiellt och kompetensmässigt hade vår omställning varit en betydligt tuffare resa”, säger Mikael Helmerson.



VD Mikael Helmerson

FAKTA

Roxtec utvecklar, tillverkar och säljer modulbaserade tätningslösningar för kablar och rör. Exempel på branscher och tillämpningsområden är varv, oljeindustri, process- och tillverkningsindustrier, byggföretag, kraftverk och telekom. Roxtec har försäljning på över 80 marknader genom 27 dotterbolag och ett växande nätverk av agenter och distributörer.

Roxtec är en del av Mellby Gård sedan 2005.
Mellby Gårds representanter i styrelsen: Hans Stråberg, ordförande, Rune Andersson, Johan Andersson och Anders Bülow.

Huvudkontor: Karlskrona
Omsättning 2017/2018: 1 675 MSEK
Antal anställda: 759

REDO FÖR EN NY ERA I BILINDUSTRIN

Hedson utvecklar och säljer utrustning till främst billackerings- och däckverkstäder. Med anor från 1960-talet har företaget ledande varumärken inom hydrauliska lyftar, lacktorkning och hjultvättar. När Mellby Gård köpte ut bolaget från börsen 2014 var det ett företag som behövde förbättras på många områden. Idag står Hedson redo att möta de enorma förändringar som väntar bilindustrin.

Hedsons ledande varumärken är Herkules (billyftar), Drester (hjultvättar) samt IRT och Trisk som tillverkar lacktorkningsutrustning. Hedson har sitt huvudkontor i Arlöw utanför Malmö och säljer till 80 länder i alla världsdelar. Dotterbolag finns i Tyskland, Frankrike, Kanada och USA. Kunderna återfinns både bland små verkstäder och de stora biltillverkarna.

”Året har generellt sett varit bra. Framför allt har vi haft tillväxt i kundsegmenten industri och däckverkstäder. Det är högkonjunktur och den svaga kronan har gynnat oss som exportföretag, men det är framför allt vårt ständigt förbättrade kunderbjudande som är nyckeln till tillväxten. Samtidigt har vi märkt en aning dämpad investeringsvilja i bilverkstäderna”, säger VD Magnus Björnström.

Bilindustrin står inför den mest omvälvande förändringen sedan den föddes för 100 år sedan. Eldrift och självkörande bilar står inför kommersiella genombrott och detta ställer krav på radikalt annorlunda tillverknings- och reparationsprocesser än vid hanterande av traditionella bilar. Bland annat byggs de i flera olika material för att öka prestanda och minska vikt. Det innebär bland annat att lackeringslinjerna blir mer komplexa eftersom olika material ställer olika krav på lackeringsprocessen. Bland annat måste elbilar hanteras på ett mycket annorlunda

VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » 30 procents tillväxt inom industridivisionen.
- » Väsentlig utökning av distribution och partnernätverk i USA och Frankrike.
- » Utbildning av återförsäljare och partners i Partner Portalen och Hedson Academy.
- » Åtgärdat problem med leveranser av Herkules-lyftar efter outsourcing av tillverkningen i Tyskland.
- » Implementering av affärssystem till stöd för orderläggning och en effektiv verksamhet.

sätt där lyft och transport av fordonen blir viktigt för verkstäderna. Konsekvensen för Hedson är ökad efterfrågan på bolagets kunskaper och produkter. Bolaget lägger 6 procent av omsättningen årligen på nyutveckling.

”Det här kommer att ställa nya krav på att bilverkstäderna är uppgraderade. Dessutom ställer alla bilmärken redan idag allt högre krav på hur deras bilar får repareras för att behålla säkerhet och garantier. Ett exempel är Volkswagen-gruppen som har certifierat våra IRT-maskiner för att hårdha mer komplicerade lagningar. Genom att erbjuda högteknologiska lösningar blir vi det enda valet för VAG”, säger Magnus Björnström och fortsätter:



// Det är våra varumärken
som är originalen.
Allt annat är bara kopior.

”Allt detta kommer att driva en konsolidering av både verkstäder och underleverantörer. Vår marknad står inför en stor förändring och jag är mycket glad över att vi står rustade för att möta den.”

Hedsons utrustning bidrar dessutom till stora miljövinster. I utbudet finns till exempel utrustning för återvinning av lösningsmedel och rening av vatten och smuts från däckverkstäder.

Bland årets utmaningar har en outsourcing av tillverkningen i Tyskland inneburit vissa leveransproblem. Dessa är nu åtgärdade. Ett nytt affärssystem är under implementering för att möjliggöra ett effektivare orderflöde och därmed ökad tillväxt.

”Under året har vi satsat strategiskt på USA. Vi kom inte riktigt i mål som förväntat under 2017/2018, men vi har lagt grunden för en tillväxtresa som jag har stora förväntningar på under kommande år”, säger Magnus Björnström.

Han ser det som en stor fördel att Hedson ingår i Mellby Gårds portfölj. Bolaget är resultatet av en fusion mellan de tre varumärkena IRT, Drester och Herkules men var bristfälligt integrerat för tre år sedan. Tack vare ett långsiktigt ägarperspektiv har koncernen fått möjlighet att ta tillvara synergierna och ta sig an framtidens utmaningar.

VD Magnus Björnström



FAKTA

Hedson är en ledande leverantör av högkvalitativ utrustning för lack-, däck-, och bilverkstäder samt biltillverkare och övrig industri. Bolaget erbjuder lösningar inom härdning, lyft och tvätt i 80 länder. Varumärkena är Drester, Herkules, IRT och Trisk.

Hedson är en del av Mellby Gård sedan 2014.
Mellby Gårds representanter i styrelsen:
Hans Stråberg och Sven Knutsson.

Ordförande: Fredrik Hansson
Huvudkontor: Arlöv
Omsättning 2017/2018: 271 MSEK
Antal anställda: 141

TILLVÄXT GENOM ATT VARA DÄR KONSUMENTERNA ÄR

Duni tillverkar och säljer serveringstillbehör och måltidsförpackningar. Bolaget är noterat på Nasdaq Stockholm Mid Cap. Mellby Gård är den största enskilda ägaren med 29,9 procent av aktierna. Ny VD sedan oktober 2017 är Johan Sundelin. Hans uppdrag är att få en välfungerande verksamhet att expandera ytterligare.

Duni har en mycket stark kärna som levererat en rörelsemarginal i enlighet med målet, 10 procent, under lång tid. Bolaget är vertikalt integrerat vilket betyder att det förfogar över hela värdekedjan från ett eget pappersbruk till en säljkår som går direkt mot kunder som restauranger och butikskedjor med produkter som dukar, servetter och serveringsprodukter i återvinningsbara material.

I en bransch som kännetecknas av hård konkurrens med ett antal stora aktörer inom papper och kartong har Duni valt en nisch som är förhållandevis liten globalt. Genom att behärska komplexiteten i denna nisch och inrikta sortimentet mot premiumprodukter har Duni skapat en marknadsledande ställning i Norden och Europa.

”Som ny VD är det min uppgift att under det första året förvalta min föregångares strategi och förbättra resultatet. Parallellt med det arbetar jag med att ta fram en ny strategi för kommande år som ska fokusera på tillväxt med bibehållen lönsamhet”, säger Johan Sundelin som senast kommer från posten som VD för livsmedelsföretaget Santa Maria.

Tillväxtpotentialen är stor. På kort sikt ska Duni gasa där det redan går bra. Det handlar om bland annat premiumservetter, det miljöprofilerade ecoecho-sortimentet och kundanpassade lösningar med till exempel tryck av specialmönster och företagsnamn på matserverings- och bordsdukningsprodukter. På kort sikt finns även organisk tillväxtpotential i Asien och Oceanien.

VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » Johan Sundelin tog över som VD efter Thomas Gustafsson i oktober 2017.
- » Förvärv av 75 procent av aktierna i Biopac UK Ltd. i England.
- » 50 Mkr investerades i pappersbruket Rexcell i Skåpafors i Dalsland genom en uppgradering av airlaidmaskinen.
- » En större investering gjordes i en logistikfastighet i Osnabrück i Tyskland.

”På lång sikt handlar det om att vi ska stärka vår förmåga att möta kundernas behov och nya trender. Vi har ett stort miljöfokus som vi kommer att utveckla ytterligare. Digitaliseringen ger oss nya möjligheter i kundbemötande och tillverkning, och hur vi kan koppla samman dessa”, säger Johan Sundelin.

Under 2017 förvärvade Duni det brittiska företaget Biopac som är inriktat på kundanpassade hållbara förpackningslösningar. Förvärvet ligger i linje i med Dunis fokusområden; kundanpassning, hållbarhet och den växande trenden med take away-förpackningar av mat i en urban miljö.

Johan Sundelin utesluter inte att en god del av framtida tillväxt kan komma från förvärv.





// *Det handlar om att möta både kundernas behov och nya trender.*

”En tanke kan vara att identifiera mindre, men intressanta och snabbväxande, företag och med Dunis marknadsnärvaro växla upp dem på flera marknader”, säger han.

Duni har genom åren gått igenom en rad olika strategiska faser. Från att ursprungligen varit produktionsorienterat blev Duni riskkapitalägt och därmed i hög grad finansiellt orienterat.

”Med Mellby Gård som huvudägare efter börsnoteringen 2007 är Duni nu ett mer kundorienterat företag. Det kommer vi fortsätta vara. En stark huvudägare som ställer tydliga krav är även en garant för långsiktighet. Det ger mig ett bra stöd när jag arbetar med strategin framåt”, säger Johan Sundelin.

VD Johan Sundelin



FAKTA

Duni är en ledande leverantör av attraktiva och funktionella produkter för dukning och take away. Varumärket Duni finns i 133 länder och är marknadsledande i Nord- och Centraleuropa. Duni har anställda i 35 länder. Företaget är noterat på Nasdaq Stockholm Mid Cap.

Duni har egen tillverkning främst i det helägda pappersbruket Rexcell i Dalsland. Tillverkning sker även i Tyskland, Polen, Thailand och Nya Zeeland.

Affärsområden:

Table Top erbjuder koncept och produkter främst till hotell, restaurang och catering. Meal Service erbjuder koncept för måltidsförpackningar och serveringsprodukter för take away, färsk färdigmat och catering. Consumer erbjuder konsumentprodukter till detaljhandeln. New Markets erbjuder koncept med inriktning på nya marknader utanför Europa.

Duni är en del av Mellby Gård sedan 2007.

Mellby Gårds representant i styrelsen: Johan Andersson.

Ordförande: Magnus Yngen

Huvudkontor: Malmö

Omsättning 2017: 4 613 MSEK

Antal anställda: 2 350

TRE UTVECKLINGSFASER I ETT BOLAG

Nikkarit är bolaget med finskt ursprung som tagit en nisch inom byggsektorn genom att montera lister och ta betalt per löpmeter istället för per arbetad timme. Det blir effektivt och lönsamt samtidigt som det blir billigare för kunden. Efter en kraftig tillväxt i Sverige ställer VD Mikael Olrog in sikten på Norge.

Nikkarit grundades i Finland 1990, etablerade sig i Sverige i början av 2000-talet och ingår i Mellby Gård sedan 2014. Bolaget har hittat en smal nisch på byggmarknaden och genom specialisering inom denna nisch når bolaget ett konkurrenskraftigt erbjudande i kvalitet, effektivitet och pris. Det handlar om att montera lister, karmar och foder i kommersiella byggprojekt.

Detta arbetsmoment är ofta det sista som utförs på ett bygge och Nikkarits kunder, som är de större och mellanstora byggbolagen, uppskattar att kunna flytta sina egna snickare till nästa projekt och låta Nikkarit stå för det slutliga finsnickeriet. Affärsmodellen att ta betalt per meter uppsatt list gör det lönsamt för Nikkarit att jobba snabbt, samtidigt som det kan bli billigare för kunden jämfört med timfakturerering. Nikkarits medarbetare är i hög grad specialiserade med en effektiv egenutvecklad arbetsutrustning. Summan blir högre kvalitet på kortare tid till lägre pris.

Mikael Olrog började i Nikkarit 2015 och tillträdde som koncernchef i augusti 2017. Tillsammans med honom jobbar tre dotterbolagschefer i Finland, Sverige och Norge.

”I Finland har vi sedan ganska länge en dominerande ställning, och marknaden är dessutom mogen. Därför har vi breddat verksamheten där till att även innefatta fönstermontage”, säger han.

I Sverige har Nikkarit drabbats av växtvärk efter flera år med en tillväxt på 20-30 procent. Det gångna året har därför handlat

VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » Mikael Olrog tillträdde som koncernchef i augusti 2017.
- » Genombrottsorder i Norge.
- » Framgångsrik lansering av fönstermontage i Finland utanför Helsingfors.
- » Upphandling och pågående implementering av ett affärssystem i Sverige.
- » Ny VD för dotterbolaget i Sverige, Henrik Lindström och i Norge, Kjetil Holmström.

om att investera i förnyad intern administration och ett helt nytt affärssystem för att kunna hantera de ökade volymerna.

”Vi såg att vi hade lite svårt att hinna med. Därför har vi bromsat tillväxttakten i Sverige. Även under det kommande året blir det fokus på att sätta nya rutiner kring affärssystemet och intern kompetensutveckling. Vi har satt en ganska försiktig budget i Sverige för 2018/2019 och räknar med att vi därefter kommer tillbaka med förnyad kraft för tillväxt i Sverige”, säger Mikael Olrog.

Den omtalade inbromsningen av bostadsbyggandet i Sverige har däremot, när detta skrivs, ännu inte påverkat bolaget.

”Vi följer utvecklingen noga eftersom vi ser att våra kunder påverkas. Själva är vi ännu för små i Sverige för att påverkas av den sortens trender. Men det gör också att jag ser med stor tillförsikt på den framtida potentialen”, fortsätter Mikael Olrog. I Norge däremot positioneras bolaget för snabb tillväxt.



*Vi finns på tre
marknader som
har helt olika
förutsättningar.*

Etableringen i landet skedde för drygt två år sedan och under det gångna året fick bolaget en genombrottsorder som var större än hela dotterbolagets årsomsättning dittills.

”Våra tre dotterbolag har helt olika förutsättningar. I Finland är vi dominerande på lister och måste bredda oss för att växa, i Sverige står vi i övergången från att vara en liten regional aktör till att vara verksamma i många av storstäderna och i Norge är vi ännu en startup. Det kräver olika strategier i varje land”, säger Mikael Olrog.

Det är bland annat på grund av det som han uppskattar att bolaget ingår i Mellby Gård. I styrelsen finns erfarenheter från alla de tre utvecklingsstadierna. Och här finns den långsiktighet som krävs för att till exempel låta den svenska verksamheten konsolideras och komma ikapp.

”Att Nikkarit ingår i Mellby Gård var ett tungt vägande skäl till att jag tog det här jobbet. Här finns kompetens och finansiell kraft. Mellby Gård står också för en bra värdegrund som jag delar. Man ska vara renhårig och göra schysta affärer, vilket inte alltid är fallet i byggbranschen”, säger Mikael Olrog och fortsätter:

”I Mellby Gård råder en familjär och prestigelös men samtidigt professionell stämning. När vår styrelse samlas är de måna om att stanna för att prata med våra montörer och arbetsledare. Det bidrar positivt på alla sätt.”

Koncernchef Mikael Olrog



FAKTA

Nikkarit grundades i Finland 1990 och etablerades i Sverige 2005. Bolaget är ett specialföretag inom listning och karmmontering vid alla typer av byggnationer, vid såväl nyproduktion som renovering.

Det unika konceptet bygger på fasta meterpriser där både material och montering ingår. Det innebär högre kvalitet till lägre pris jämfört med en traditionell affärsmodell.

Nikkarit är en del av Mellby Gård sedan 2014.
Mellby Gårds representanter i styrelsen:
Hans Stråberg, ordförande, och Sven Knutsson.

Omsättning 2017/2018: 215 MSEK
Antal anställda: 240

SER OM SITT HUS INFÖR UTMANANDE TIDER

Älvsbyhus är Sveriges ledande småhustillverkare. Bolaget har haft svarta siffror varje år sedan starten för 74 år sedan. Oron på den svenska bostadsmarknaden har dock påverkat negativt under året. VD Kent Johansson investerar i fabrikerna för att möta framtida utmaningar kring ytterligare skärpning av energikrav på småhus.

Grunden i Älvsbyhus affärsmodell är att kostnadseffektivt tillverka enfamiljshus av hög kvalitet till marknadens lägsta pris. Det åstadkoms genom en hög grad av prefabricering i produktionen. Idag har Älvsbyhus egna fabriker i Bjärnum i norra Skåne, Vålberg i Värmland, Kauhajoki i Finland samt i Älvsbyn där koncernen även har eget sågverk och betonggjuteri.

Koncernen har försäljning genom dotterbolag i Sverige, Finland och Norge med totalt ett 40-tal försäljningskontor. De tre marknaderna utvecklas på olika sätt beroende på den ekonomiska utvecklingen i respektive land, regelförändringar och inte minst kundernas olika preferenser. I Norge är marknaden stabil och har så varit över en längre tid.

”I Finland har marknaden varit utmanande ända sedan finanskrisen för tio år sedan. Ett importstopp från Ryssland förvärrade den finska situationen ännu mer. Men på senare tid har den finska marknaden visat prov på återhämtning och de finska hushållen börjar våga investera i sitt boende. Finska hushåll har traditionellt varit mycket försiktiga kring att ta lån, men här börjar vi se en förändring”, säger Kent Johansson.

I Sverige är trenden den motsatta. Efter tio års konjunkturuppgång med fallande räntor har bostadsmarknaden nått vad många kallat överhettning med tungt skuldsatta hushåll. Politiska åtgärder som amorteringskrav och skuldkvotstak har införts vilket på kort tid fått bostadsmarknaden att bromsa rejält.

VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » Ett markbolag bildades för köp av tomter i attraktiva lägen.
- » Den nya modellserien Framtidshusen implementerades fullt ut i samtliga fabriker.
- » En anpassning inför eventuellt lägre aktivitet bland kunderna påbörjades. Här ingår effektiviseringar och nya investeringar som t ex utökad transport på järnväg och uppförande av ett nytt kallager i Älvsbyn.
- » Älvsbyhus blev uppmärksammat av stiftelsen Fair Pay för jämställd sponsring sedan företaget beslutat sponsra Luleå Hockeys herrar och damer i lika utsträckning. 67 procent av Älvsbyhus sponsring går idag till damidrott.

”Det är en sanning med modifikation att marknaden tvärbromsat generellt. Den utvecklingen syns främst i bostadsrätter i storstäderna. Vi som säljer småhus och främst utanför storstäderna märker inte uppbromsningen i samma utsträckning. Vi säljer fortfarande många hus på många orter i Sverige”, säger Kent Johansson.

Inbromsningen på den svenska marknaden har emellertid inte gått Älvsbyhus spårlöst förbi. En husförsäljning som i Sverige 2017 blev cirka 600 hus prognostiseras för helåret 2018 till cirka 500 hus.





Vi som säljer småhus märker inte av inbromsningen på bostadsmarknaden på samma sätt.



Parallellt med den svenska inbromsningen har Älvsbyhus tagit fram en helt ny generation husmodeller som kallas Framtidshusen. Utmärkande för dessa är att de har tjockare väggar och därmed har förbättrade energivärden som bedöms klara nya riktvärden som Boverket väntas besluta inom ett par år. Under året som gått har samtliga fabriker ställts om för produktion av den nya modellserien. Året som gått har inneburit en utfasning av de gamla modellerna och en infasning av de nya. Tillsammans med inbromsningen på marknaden har det inneburit en lägre omsättning och lönsamhet under 2017/2018 jämfört med året innan.

”När Framtidshusen togs fram ville vi skapa en nordisk husmodell som skulle fungera som en grundplatta för alla tre marknader, vilket innebar att Finland fick ett antal modeller utan bastu vilket visade sig vara felsatsat. Bastun utgör en viktig detalj i det finska boendet och vi har tagit fram två nya enplanshus för den finska marknaden som har bastu som standard. Vi ser också en liten ljusning i höst och siktar på bättre orderingång 2018/2019 än fjolåret”, säger Kent Johansson.

För att säkerställa en snabb och effektiv åtkomst av tomter att bygga på har Älvsbyhus under året startat ett markbolag som köper tomter i attraktiva lägen.

”I många kommuner prioriteras inte småhustomter när detaljplanerna läggs, eller så överlåter de småhusen helt till den öppna marknaden. Med ett eget markbolag skapar vi bättre förutsättningar för vår husförsäljning”, säger Kent Johansson.

Som ett Mellby Gård-företag får Älvsbyhus stöd genom styrelsearbetet där kunskap erbjuds inom finansiella frågor, valuta- och konjunkturresonemang samt ett brett kontaktnät. Kent Johansson är ett av tre syskon som idag äger hälften av företaget tillsammans med Mellby Gård.



VD Kent Johansson

FAKTA

Älvsbyhus grundades 1944 av Göran Johansson, farfar till dagens VD Kent Johansson. Det som till en början var en snickeriverksamhet övergick på 1960-talet till husproduktion. I dag är Älvsbyhus Sveriges största småhustillverkare och utvecklar, tillverkar och säljer färdigmonterade trähus av hög kvalitet till marknadens lägsta pris. Det möjliggörs av en kostnadseffektiv prefabricering av vitala delar samt att företaget står för hela bygget från grund till inflyttningsfärdigt hus. Ett eget sågverk gör koncernen självförsörjande på trävirke. Älvsbyhus har försäljning i Sverige, Finland och Norge genom ett fyrtiotal försäljningskontor.

Älvsbyhus är en del av Mellby Gård sedan 1995. Mellby Gårds representanter i styrelsen: Erik Andersson, ordförande, Johan Andersson och Anders Bülow.

Omsättning 2017/2018:1 056 MSEK
Antal anställda: 30
Antal sålda hus 2017/2018:810

PREMIUMVARUMÄRKEN OCH NY TEKNIK

Söderberg & Haak är en importör och återförsäljare av jordbruks- och entreprenadmaskiner. Bolaget är Mellby Gårds äldsta helägda innehav med 23 år i portföljen. Bolaget genomgår en tuff period, men styrelsens strategi är att med offensiva investeringar ta tillbaka marknadsandelar.

För tre år sedan drabbades Söderberg & Haak av uppsagda kontrakt kring några viktiga varumärken som bolaget importerat till Sverige under lång tid. Två tredjedelar av omsättningen försvann och året därpå visade resultaträkningen upp en förlust för första gången under bolagets 150-åriga historia.

Situationen är fortsatt utmanande. Bolaget har ersatt utbudet med flera nya premiumvarumärken, bland annat tyska Deutz-Fahr på traktorer och japanska Komatsu på entreprenadmaskiner, men det tar tid och det kostar att etablera nya varumärken på en marknad som kännetecknas av långa produktcykler.

Med offensiva investeringar, understödda av Mellby Gård, siktar Söderberg & Haak på att återta sin position som en av de ledande aktörerna i branschen. Söderberg & Haak finns idag på cirka 40 platser i Sverige där hälften av anläggningarna är majoritets- eller helägda.

Bolagets satsning på premiumsegmentet och i hög grad specialiserade varumärken är ett led i att ligga i framkant när ny teknik såsom IoT och självkörande, autonoma fordon förändrar arbetssätt i både lantbruket och entreprenadindustrin.

Branschen är utsatt för en stark prispress. I en sådan miljö är det långsiktigt avgörande att ha teknikledande varumärken. Söderberg & Haak ska även ha den bästa servicen och kompetensen när kundernas branscher genomgår teknikskiften.

Under året har Söderberg & Haak etablerat nya kompletta försäljnings- och serviceanläggningar i Falköping, Hörby och Rosersberg samt förvärvat en återförsäljare i Karlstad.

Ytterligare kompletteringar av utbudet med något varumärke kan bli aktuellt och fler etableringar och förvärv kan inte uteslutas, men den närmaste tiden ska fokus ligga på att anpassa och integrera den växande organisationen.

Vid övertagandet av agenturerna hade Deutz-Fahr och Komatsu marknadsandelar i Sverige på endast ett par procent trots att de på andra håll i världen är marknadsledande. Målet är att Deutz-Fahr ska ha en marknadsandel på 10 procent och Komatsu 10-15 procent.

Detta innebär att omkring hälften av försäljningen kommer att utgöras av entreprenadmaskiner, vilket är en historiskt helt ny produktmix för Söderberg & Haak. Denna omställning är orsaken till att VD Hans Ripa den 1 september 2018 lämnade över sin post till Jonas Jaenecke som har en lång erfarenhet från entreprenadbranschen.

”Hans Ripa har åstadkommit väldigt mycket. Han har ställt om produktmixen och genomfört en expansiv omorganisation för att öka återförsäljarnätverket. Det arbetet går nu in i en ny fas med anpassning och finslipning av organisationen”, säger Erik Andersson, styrelseordförande i Söderberg & Haak.

”Söderberg & Haak är ett anrikt företag och Mellby Gård är en stark och långsiktig ägare. Det borgar för förtroende hos kunderna som kan vara förvissade om att bolaget som funnits i 150 år kommer att finnas kvar med service, support och reservdelar. Jag ser fram emot att utveckla potentialen i entreprenadverksamheten och effektivisera lantbruksorganisationen”, säger Jonas Jaenecke.



*Det pågår en stark prispres.
Vi måste ha den bästa
kompetensen och servicen.*



VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » Ett tufft utgångsläge från 2016/2017 fortsatte under året. Tunga investeringar i nya anläggningar och utbildning av medarbetarna på nya varumärken. Omsättningen steg, men resultatet försämrades.
- » Lantbruksåret 2017 var tufft med en svår höstskörd efter ogynnsamt väder. Skördekostnaden och en lägre kvalitet på grödorna blev kostsamt för lantbrukarna, vilket i sin tur minskade investeringsviljan.
- » Deutz-Fahr bytte hela produktprogrammet och etablerade en helt ny fabrik under 2016/2017. Resultatet blev en akut brist på produkter och dessa problem fortsatte in i 2017/2018.
- » Den svenska kronans värde mot euron föll under året vilket gjort importerade varor dyrare i Sverige. Detta slog mot Söderberg & Haaks konkurrenskraft.
- » Mjölkböndernas situation förbättrades under 2017/2018 efter flera mycket utmanande år. Det innebar att ett uppdämt investeringsbehov släpptes loss.
- » Konjunkturen inom bygg- och anläggning var mycket stark med hög efterfrågan på maskiner.
- » Den 1 september lämnade Hans Ripa över VD-posten till Jonas Jaenecke.

VD Jonas Jaenecke



FAKTA

Söderberg & Haak är Sveriges ledande privatägda importör och återförsäljare av maskiner till lantbruket och bygg- och anläggningsindustrin. Bolaget startade som en järn- och stålgrossist 1866.

Varumärken: Deutz-Fahr, Komatsu, Amazone, Dal-Bo, Geringhoff och Krone. Företaget servar även New Holland och Case IH.

Antal anläggningar: Företaget har totalt 40 anläggningar i Sverige med försäljning, service och reservdelsförsäljning. 21 av dessa är hel- eller majoritetsägda.

Söderberg & Haak Maskin AB är en del av Mellby Gård sedan 1995. Mellby Gårds representant i styrelsen: Erik Andersson, ordförande, och Sven Knutsson.

Huvudkontor: Staffanstorp
Omsättning 2017/2018: 1 179 MSEK
Antal anställda: 280

NYSTART MED UTMANINGAR

BM Agri är en grossist av spannmål, oljeväxter och gödning. Som privatägt bolag är det en utmanare på en marknad som domineras av medlemsägda kooperativ. Under året som gick fick bolaget både en ny delägare och en ny VD i Johan Andersson. Hans uppgift är att ta BM Agri till nästa nivå. Men så kom sommartorkan 2018.

BM Agri grundades för cirka 15 år sedan av Mats och Britt-Marie Eriksson. Mellby Gård kom in 2011 genom förvärv av en minoritetspost medan familjen Eriksson hade en majoritetspost på över 50 procent. Under fjolåret öppnades dock möjligheten att göra en stjärnrekrytering av Johan Andersson som har omfattande erfarenhet av jordbruksaffärer från tunga chefsposter från bland annat Scan, Danish Crown och Lantmännen. Rekryteringen innebar att Johan Andersson förvärvade 15 procent av aktierna varvid de båda andra ägarna minskade sina innehav. Familjen Eriksson minskade till 49 procent och Mellby Gård till 33 procent. Ingen enskild ägare har därmed egen majoritet i bolaget.

”Jag kan ju den här branschen och är övertygad om att BM Agri har en fin framtid. Efter många år som anställd är jag glad över att få möjlighet att också vara delägare”, säger Johan Andersson.

BM Agri handlar med främst vete, malkorn och raps genom att köpa in från lantbrukare runt om i hela Sverige. Bolaget har mycket små egna lager och hämtar istället direkt vid gårdarna. Det medger en kostnadseffektiv och flexibel verksamhet. De största enskilda kunderna är Viking Malt, som är en av världens ledande leverantörer av malt till ölbryggerier, Absolut Vodka samt olje- och fettföretaget AAK. En stor andel går även på export.

Därutöver är BM Agri en återförsäljare av gödsel där man köper in från bland andra norska Yara och säljer till svenska lantbruk.

”Våra konkurrensfördelar är bland annat att vi inte har någon anledning att pressa priset mot lantbrukarna när det gäller spannmål eftersom vi inte köper in själva för egen förädling. Dessutom kan vi som ett mindre bolag ha en personlig och bra kontakt med de som säljer till oss och ge dem smidig och snabbfotad service”, säger Johan Andersson.

Han påpekar att en nyckel till den här branschen är att ha god tillgång till hamnar eftersom spannmål i större mängder fraktas med båt, främst vid export. BM Agri har ett väl utvecklat nät av hamnfaciliteter via hyreskontrakt.

”Vi har förhållandevis små volymer jämfört med till exempel Lantmännen, men vi har högst exportandel av de företag som verkar i Sverige. När vi till exempel ska fylla en båt med 3 000 ton kör 80 lastbilar samtidigt och hämtar spannmålet direkt vid gårdarna runt om i Sverige”, säger han.

2017 blev ett år då lönsamheten återställdes efter ett tufft 2016 då ett lager av gödsel fick skrivas ned på grund av prisfall och att flera bolag inom Lantmännen slutade köpa spannmål på den öppna marknaden för att istället köpa internt inom den egna Kooperationen.

Johan Andersson tillträdde i maj 2018, samtidigt som solen parkerade över Sverige. Sommarens torka går till historien som den värsta i Götaland och Svealand sedan SMHI började mäta på 1700-talet. Det kommer att påverka verksamheten med minskade volymer och försämrade kvaliteter i kommande räkenskaper.



VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » Johan Anderson tillträdde som VD och gick in som ny delägare i maj 2018.
- » God spannmålsskörd 2017 med stor exportandel. Många båtar lastades i Västerås och Trelleborg.
- » Torkan sommaren 2018 började redan i maj och gick till historien som den värsta på många år, vilket satte press på lönsamheten.

”Vi lider med lantbrukarna som fått en halverad skörd till sämre kvalitet. Många har inte kunnat leverera det de sedan tidigare sålt på termin. Därmed har vi tvingats gå ur tidigare ingångna affärer vilket pressat lönsamheten både för oss och våra odlare”, säger Johan Andersson.

Johan Andersson tar alltså över ett företag som har gott om utmaningar. Trots det ser han framtiden an med tillförsikt:

”Vi ska titta på hur vi kan utveckla affären med fler produkter. Dessutom är det viktigt att vi tar nya steg i digitaliseringen”, säger han och fortsätter:

”Med min bakgrund från organisationer med tusentals anställda är det ovant men samtidigt spännande att jobba i ett litet företag som utmanar marknaden. Ur det perspektivet är det viktigt för mig att det finns långsiktiga ägare med styrka och stabilitet.”

VD Johan Andersson



FAKTA

BM Agri är ett handelsbolag med fokus på spannmål, oljeväxter och gödsel. BM Agri arbetar även med prissäkringar via olika råvarubörser och tillhandahåller marknadsinformation till de svenska odlarna. BM Agri verkar över hela Sverige med bondenyttan i fokus genom kostnadseffektivitet och en nära relation till odlare och kunder.

BM Agri är en del av Mellby Gård sedan 2011.
Mellby Gårds representanter i styrelsen: Erik Andersson.

Ordförande:Thomas Svensson
Huvudkontor:Skara
Omsättning 2017/2018:469 MSEK
Antal anställda:6
Antal ton sålt spannmål 2017/2018:200 000 ton

NORDENS STÖRSTA SAFARIPARK SIKTAR PÅ 200 000 BESÖKARE

Eriksberg Vilt & Natur är Nordens största safaripark. 60 000 gäster besökte under året Eriksberg för att bo på hotellet, hålla konferens, äta från viltmenyn i restaurangen eller göra en safaritur bland de cirka 1 500 vilda djuren. Nu investerar Eriksberg för att öka antalet besökare, målet är 200 000.

”Vi utvecklar verksamheten kontinuerligt för att göra anläggningen och reservatet till en upplevelse av högsta klass i varje detalj”, säger Eriksbergs VD Per-Arne Olsson. ”Under de senaste åren har vi gjort investeringar för cirka 300 miljoner kronor och under sommaren 2018 har vi färdigställt årets enskilt största investering, en helt ny entrébyggnad, Outdoor Eriksberg.

Basen för verksamheten är de vilda djuren och reservaten. Djuren finns med i alla verksamheter; i inredning, på rummen och i menyerna i restaurangerna. Djuren utvecklar långsiktigt den biologiska mångfalden och evolutionen får pågå relativt ”ostört” på Eriksberg. Tack vare det är Eriksberg idag ett viktigt riksintresse när det gäller biologisk mångfald och ett av de områden som gör mest undersökningar bland olika organismer, fåglar och djur. Eriksberg är en ”genbank”.

”Mellby Gård har nu ägt Eriksberg i tio år och har gjort en stor långsiktig kulturgärning. Genom omfattande investeringar har vi skapat något unikt, och upplevelserna förbättras hela tiden. Den här sortens verksamhet blir allt viktigare för den moderna människan. Många kunder vittnar om sina årliga besök för att varva ner och hämta kraft”, säger Per-Arne Olsson.

Målgruppen för Eriksberg är bred. Huvuddelen av besökarna idag är svenskar, men allt fler kommer från Tyskland och Danmark. På Eriksberg finns turism i form av bussresenärer som åker runt i parken ett par timmar eller äter i restaurangen. Här finns också

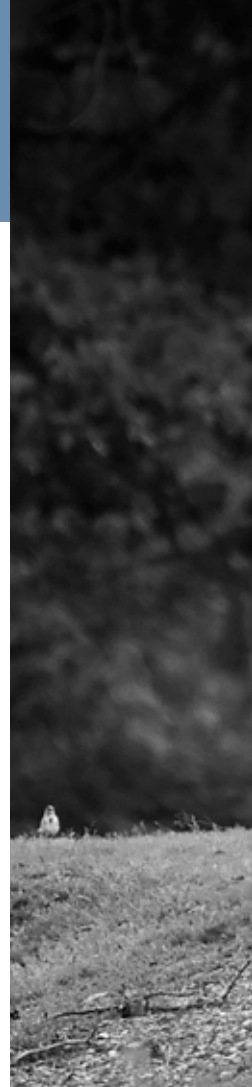
barnfamiljer med egen bil samt företag i mindre eller större grupper för att bygga lagkänsla eller planera verksamheten. Den internationella privata hotell- och upplevelsegästen blir allt vanligare och är i fokus för Eriksberg.

Sedan Mellby Gård tog över 2008 har antalet besökare tredubblats och omsättningen mer än tiodubblats. Honnörsordet är långsiktighet, vilket genomsyrar allt. Målet är att nå en omsättning på cirka 65-70 miljoner kronor inom några år.

Den största investeringen under året är den nya entrébyggnaden som stod klar i slutet av juni 2018. Arkitekten Thomas Sandell fick i uppdrag att skapa en byggnad som ska spegla Eriksberg genom modern arkitektur. Målet är att den ska bidra till att höja antalet besökare till 200 000 inom några år. Antalet öppna dagar under året ökas till 360. Entrén är nu kontinuerligt bemannad, vilket gör att Eriksberg kan välkomna besökarna på ett ännu mer personligt sätt.

”Vi har döpt den nya entrén till ”Outdoor Eriksberg”, säger Per-Arne Olsson. ”Där finns bland annat ett café samt en butik med egna viltprodukter, souvenirer och outdoor-kläder från Chevalier.”

”På längre sikt vill vi använda reservatets värden ännu effektivare, bland annat med nya sätt att bo i naturen, grillhyddor och flyttbara kamerahyddor för att komma nära





Mellby Gård har gjort en stor, långsiktig kulturgärning och genom omfattande investeringar har vi skapat något unikt. Den här sortens verksamhet blir allt viktigare för den moderna människan. Många kunder vittnar om sina årliga besök här för att varva ner och hämta kraft”, säger Per-Arne Olsson, VD för Eriksberg.



VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » Investering i ny entré, ”Outdoor Eriksberg”, som ska bidra till ökat antal besökare och ökad merförsäljning av hela gårdens utbud.
- » För att berika den vilda visentstammen i Ryssland har Eriksberg deltagit i en av de hittills största transportererna av visent. Totalt ska 17 djur, varav 12 från Eriksberg, sättas ut i det vilda.
- » Återskapande av viktiga översvåmningsområden, där bland annat gädda kan leka och lägga rom.
- » Satsning på internationell matturism, där samarbete med Ishotellet i Jukkasjärvi ska locka fler internationella gäster med hjälp av nordisk matkultur.
- » Eriksberg nominerades till det nationella Stora turismpriset.

djuren. En annan trend är ”glamping”; glamorous camping med ett handsytt tält i samma segelduk som Ostindiefararen och med arkitektritade sängar.”

”Vi vill även utveckla spektakulära foderhus med utseende som bygger på Eriksbergs ’själ’. Arkitekterna får tolka det på sitt sätt.”, säger Per-Arne Olsson. ”Det är viktigt att skapa platser där det alltid finns äkta upplevelser och möjlighet att fotografera, oavsett årstid och väder.”

VD Per-Arne Olsson



FAKTA

Eriksberg Vilt & Natur är ett naturreservat i Karlshamns kommun. Det är ett av norra Europas största vilthägn och Nordens största safaripark. Fastigheten är på 1 348 hektar, varav 409 hektar är vatten. Här finns ett rikt djurliv med bland annat kronvilt, dovvilt, davidshjort, vildsvin, visenter (Europas största avelsbesättning) och mufflonfår. Under sommaren är det totalt cirka 1 500 djur. Antalet besökare under året var cirka 60 000 personer. Verksamheten består av restaurang, hotell och konferens, event, turism, skog, naturvård och jakt.

Eriksberg är ett systerbolag till Mellby Gård sedan 2008. Mellby Gårds representanter i styrelsen: Sten Libell, ordförande, Rune Andersson och Johan Andersson.

JORDBRUK I STÄNDIG UTVECKLING

Mellby Gård Jordbruk bedriver storskaligt lant- och skogsbruk med huvudinriktning på gris- och nötdjursproduktion, skogsverksamhet och hästuppfödning. Efter flera år med fokus på om- och tillbyggnad samt renoveringar av befintliga byggnader samt nybyggnationer, inriktar sig verksamheten nu på tillväxt och utbyggnad.

”Konsumtionen av svenskt kött ökar, vilket är glädjande”, säger inspektör Petter Beckman som ansvarar för driften på Mellby Gård. ”Vi ser mycket positivt på framtiden vad gäller vår grisproduktion. Den svenska modellen för djurhållning, som innebär god djuromsorg och låg antibiotikaanvändning, är en viktig konkurrensfördel gentemot omvärlden. Det finns en fortsatt stor potential och därför ökar Mellby Gård grisproduktionen.”

Vädret satte en viss prägel på året, framför allt för verksamheten inom växtodling. Under sommaren och hösten 2017 var det ovanligt mycket regn, vilket försvårade skördarbetet.

”Inom skogsverksamheten har marknaden varit fortsatt stark, med hög efterfrågan på både massa och virke. Generellt sett är också lönsamheten bra. Vi har avverkat något mer än normalt, framför allt gäller det tall på grund av den förbättrade prisbilden.” säger Petter Beckman.

Mellby Gård tittar kontinuerligt på att utöka och förvärva mark. Det är en viktig del av tillväxtstrategin.

För att öka tillväxt och lönsamhet söker Mellby Gård nya sätt att öka efterfrågan på produkterna. Just nu ligger fokus på grisproduktionen.

”Vi har 15 tillsvidareanställda medarbetare som utför ett fantastiskt arbete”, säger Petter Beckman. ”Att hitta rätt medarbetare med rätt kompetens inom den gröna näringen är en utmaning och kraven ökar.”

Mellby Gård har även en omfattande hästverksamhet med avel och tävlingsverksamhet. Totalt har Mellby Gård cirka 100 hästar varav bland annat 25 avelsston samt avelshingsten Mellby Viking. Flera hästar finns utplacerade hos elittränare runt om i Sverige och utomlands.

”För några år sedan strukturerade vi om vår hästverksamhet med syfte att snabbare kunna bedöma vilka av hästarna som har bäst potential”, säger Jan-Olov Andersson, travtränare, Mellby Gård. ”Det har successivt gett allt bättre resultat och under 2018 har vi sett en betydlig ökning av vinstpremierna.”





“ Vi ser mycket positivt på framtiden
vad gäller vår grisproduktion.
Den svenska modellen för djurhållning
med god djuromsorg och låg
antibiotikaanvändning, är en viktig
konkurrensfördel gentemot omvärlden.
Det finns en fortsatt stor potential och
därför ökar vi grisproduktionen,
säger inspektör Petter Beckman.

VIKTIGA HÄNDELSER 2017/2018

- » Miljötillstånd erhöles för utökning av grisproduktion vid en av gårdens två anläggningar.

FAKTA

Mellby Gård Jordbruk ligger strax söder om Hässleholm, Skåne. Gården bedriver ett modernt storskaligt lantbruk med huvudinriktning på gris- och nötdjursproduktion, skogsverksamhet och hästuppfödning. Gården tillhör en av de största grisproducenterna i Skåne och föder upp cirka 17 000 slaktsvin per år. Total areal är drygt 4 000 hektar fördelat på cirka 80 procent skog, 15 procent åkermark och 5 procent betesmark. Mellby Gårds skogsbruksverksamhet är certifierade enligt FCS och PEFC och bedrivs effektivt med långsiktig planering. Markerna är viltrika och erbjuder jakt på älg, hjort, vildsvin och rådjur. Jakt bedrivs regelbundet under ledning av Andreas Molin.

Mellby Gård Jordbruk är ett systerbolag till Mellby Gård. Mellby Gårds representant i styrelsen: Rune Andersson, ordförande.

Petter Beckman,
Inspektör



Jan-Olov Alfredsson,
Travtränare



SAMHÄLLS- ENGAGEMANG INOM MÅNGA OMRÅDEN



SKANSEN – KYRKHULTSTUGAN FÅR NYTT LIV

Hösten 1890 kom doktor Artur Hazelius till Lilla Brödhults by i Kyrkhults socken i västra Blekinge. Han hade fått höra att det där skulle finnas ett välbevarat ”sydgötiskt” hus, det vill säga en låg stuga, sammanbyggd med en högre bod på varje sida. Sonen i huset, Thomas Svensson, har i ett brev berättat om Hazelius besök:

”Hazelius kommer till oss sent en kväll vid elvatiden på kvällen. Vi hade alla lagt oss, då knackades på förstudörren och min syster Bengta skyndade till dörren och frågade vem där var. Då svarades: Doktor Hazelius från Stockholm. Bengta öppnade dörren och Hazelius räckte henne ett kort varpå hans namn var skrivet. Och så frågade han Bengta om han finge gå in att bese stugan. Inkommen i stugan kom han i tal med far min, och far och Bengta följde Hazelius både i nedre och övre våningen av byggnaden och han förundrade sig av det här gamla byggnadssättet kan man förstå uti att han klappade i sina händer när han gick där i vråna. Till sist frågade Hazelius far min om han ville sälja stugan vilket sedan på vintern 1891 blev verkställt.”

Kyrkhultstugan var en av de första byggnaderna som uppfördes på Skansen 1891. Mellby Gård har under de senaste åren gått in som huvudsponsor av en upprustning av stugan, som stod i samma socken som Mellby Gårds grundare, Rune Andersson, är född och uppvuxen i. En återinvigning av Kyrkhultstugan på Skansen på Djurgården i Stockholm är planerad till sommaren 2019.

DRIVHUSET – DÄR STUDENTERS IDÉER VÄXER

Mellby Gård är partner till Drivhuset som hjälper nya entreprenörer att starta och driva företag eller på andra sätt förverkliga sina idéer. Genom att erbjuda vägledning, utbildning och en kreativ kontorsmiljö är Drivhuset med och skapar framtidens företag.

Framgångsfaktorn är en verklighetsanpassad process, där entreprenören löpande testar sina tankar mot målgruppens. På så sätt förkortas företagets startsträcka samtidigt som företaget utvecklas i samklang med marknaden. Genom sakkunnig kompetens och praktiskt arbete uppnår Drivhuset konkreta resultat i form av 1 000 nya företag i Sverige varje år.



//

Inom Mellby Gård har vi alltid haft ett samhällsengagemang. Det visar sig ibland i form av uttalanden om vad som är viktigt för svenskt näringsliv, svensk skattepolitik eller svensk skola. En annan dag kan det handla om helt andra, vardagligare saker. Det ser kanske inte ut som att våra filantropiska aktiviteter följer någon röd tråd, men i slutändan handlar det om att allt vi gör ska vara en katalysator till att nå framgång. Att se företag gå från lovande till ledande. Att nå nya banbrytande forskningsresultat. Att se mindre idrottsklubbar nå oväntade framgångar. Och kanske viktigast av allt, att se barn i utsatta delar av världen nå ett bättre liv och skapa förutsättningar för dem att kunna uppfylla sina drömmar.

Johan Andersson
VD, Mellby Gård AB

FC ROSENGÅRD – FÖR ETT JÄMLIKT MALMÖ

Vi tror på kraften i drömmar och vill vara med och skapa ett jämlikt Malmö som inkluderar alla områden och människor. Där alla barn och familjer vågar tro på sina drömmar och har mål för framtiden. Både på och utanför plan. Därför stödjer Mellby Gård FC Rosengård!

TEACH FOR SWEDEN – FÖR EN LIKVÄRDIG SKOLA TILL ALLA

Barns framgång i skolan ska inte begränsas av deras föräldrars utbildningsnivå, vilken skola de går i eller deras socioekonomiska bakgrund. Teach for Sweden vill att alla barn ska kunna välja sin egen framtid och tror på en värld där alla, oavsett bakgrund, har tillgång till en likvärdig skola.

Om alla barn får samma förutsättningar att lyckas i klassrummet skapas grunden för att bygga ett starkt demokratiskt samhälle med mångfald, kunskap och kreativitet, präglad av ett starkt ledarskap som driver Sverige framåt. Teach for Sweden verkar för en likvärdig skola genom bra ledarskap i klassrummen utifrån övertygelsen att alla barn kan. Mellby Gård tror på Teach for Swedens värdegrund och är partner till organisationen.

PROJECT PLAYGROUND – GER BARN OCH UNGA FRAMTIDSTRO

Mellby Gård är partner till Project Playground vars övergripande vision är en trygg värld där barn och unga växer upp med framtidstro och möjlighet att påverka sitt eget liv. Project Playgrounds huvudsakliga uppgift är att erbjuda en fristad där barn och unga kan utveckla självkänsla och ambitioner. En plats där barn tillåts vara barn, där ungdomar möts med förståelse, där de blir sedda och bekräftade.

I Sydafrika arbetar Project Playground med att stärka barn och ungas personliga och sociala utveckling genom kostnadsfri organiserad verksamhet efter skoltid fem dagar i veckan. Alla barn och unga mellan 4-21 år oavsett bakgrund och förutsättningar är välkomna till två aktivitetscenter utanför Kapstaden.

I samband med den flyktingvåg som kom till Sverige 2015 väcktes tanken att återanvända delar av erfarenheterna från Sydafrika i Sverige. Under 2016 fick Project Playground tillgång till en egen lokal i Hallonbergen och under 2017 har verksamheten där utvecklats till att omfatta cirka 150 unga som tillhör en grupp som saknar möjlighet att finansiera sin egen fritid.

DOKTORAND KOPPLAD TILL SLU

Mellby Gård stödjer en doktorandtjänst kopplad till Sverige Lantbruksuniversitets (SLU) KompetensCenter för Företagsledning (KCF). Temat för projektet är ”Hinder och möjligheter för företagande i de gröna näringarna”. Det handlar om att kartlägga och analysera hinder som finns för företagande i de gröna näringarna. Speciellt lantbrukssektorn kännetecknas idag av strukturer och förutsättningar som kan hindra företagare att nå lönsamhet och tillväxt.

Söderberg & Haaks styrelseordförande Erik Andersson, tillika styrelsemedlem i Mellby Gård, är med i projektets styrgrupp.

”I många branscher är entreprenörskap och innovationsflöde en förutsättning för att näringen ska bli framgångsrik och växande”, säger Erik Andersson. ”Vi vill därför bidra till att även de gröna näringarna utvecklas i positiv och lönsam riktning.”

LÄRARGALAN – NÄR ELEVERNA SJÄLVA FÅR VÄLJA

Utan utbildning kan inget land utvecklas. Därför är Mellby Gård huvudsponsor till den årliga Lärargalan. I Sverige, där utbildningen är gratis, kan det vara lätt att ta lärare för givet. Lärargalan vill påminna Sverige om vilket fantastiskt jobb våra lärare gör. Med en positiv och respektfull inställning gentemot lärarna kommer det svenska samhället att utvecklas. Fler kommer att välja läraryrket, antagningspoängen för att studera till lärare kommer att höjas och inte minst kommer våra lärare känna mer passion för sitt yrke.

Lärargalan arrangeras varje år och är en viktig inspiration för dagens lärare och elever. Alla mellanstadie-, högstadie- och gymnasieelever i Sverige får nominera sin favoritlärare. Med hjälp av elevernas och lärarnas motiveringar analyseras därefter vilka egenskaper som är grundläggande framgångsrecept för en intressant och lärorik undervisning.

IDROTTSFÖRENINGAR – LAGARBETE, BÅDE I VÅRA BOLAG OCH SAMHÄLLET

Vi på Mellby Gård tror på lagarbete, både när det gäller våra bolag som samhället i stort. Att barn och ungdomar deltar i lagsporter är viktigt. Därför stödjer vi en rad idrottsföreningar. Utöver FC Rosengård stöttar vi bland andra BK Union, IFK Hässleholm och Sösdala IF. Vårt största engagemang inom sport är vårt huvudsponsorskap av Trelleborgs FF som vi stöttat under mer än 25 år.



VI PÅ MELLBY GÅRD





Orvar Magnusson - CFO, Anna Blom - Group Controller, Johan Andersson - VD Mellby Gård AB, Rune Andersson - Grundare och styrelseordförande Mellby Gård AB, Magnus Brokelind - Skatteansvarig, Thomas Gustafsson - Vice VD Mellby Gård AB, Suzanne Arvidsson - Redovisningsekonom, Susanne Canerstam - VD-assistent, Rolf Andersson - Redovisningschef, Sven Knutsson - VD Mellby Gård Innovation & Tillväxt, Bo Bjelkenstav - Financial Market, Sten Libell - Administrativ direktör

STYRELSE





Anders Bülow, Rune Andersson, Erik Andersson, Johan Andersson,
Thomas Gustafsson, Hans Stråberg. På bilden saknas Gustav Andersson.

DOTTERBOLAG



CHEVALIER

Tillförordnad VD Lasse Björkman
Omsättning 76 MSEK
En del av Mellby Gård sedan 2015

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
Sven Knutsson, ordförande, och Erik Andersson.



EXCALIBUR

VD Thomas Pohjanen
Omsättning 44,6 MSEK
En del av Mellby Gård sedan 2008

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
Rune Andersson, ordförande, och Johan Andersson.



FERALCO

VD Stephen Childs och Ludovic Huitorel
Omsättning 971 MSEK
En del av Mellby Gård sedan 2001

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
Johan Andersson, ordförande.



HEDSON

VD Magnus Björnström
Omsättning 271 MSEK
En del av Mellby Gård sedan 2014

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
Hans Stråberg och Sven Knutsson.



KLARAHILL

VD Niklas Steenberg
Omsättning 128 MSEK
En del av Mellby Gård sedan 2015

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
Sven Knutsson, ordförande, och Johan Andersson.

Lund Fashion AB



LUND FASHION

VD Fredrik Johansson
Omsättning 483 MSEK
En del av Mellby Gård sedan 2003

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
Thomas Gustafsson, ordförande, Erik Andersson och
Orvar Magnusson.



NIKKARIT

Koncernchef Mikael Olrog
Omsättning 215 MSEK
En del av Mellby Gård sedan 2014

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
Hans Stråberg, ordförande, och Sven Knutsson.



OSCAR JACOBSON

VD David Thunmarker
En del av Mellby Gård sedan juni 2018

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
Thomas Gustafsson, ordförande, och Sven Knutsson.



ROXTEC

VD Mikael Helmerson
Omsättning 1 675 MSEK
En del av Mellby Gård sedan 2005

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
Hans Stråberg, ordförande, Rune Andersson,
Johan Andersson och Anders Bülow.



SMARTEYES

VD Thomas Kusoffsky
Omsättning 613 MSEK
En del av Mellby Gård sedan 2007

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
Thomas Gustafsson, ordförande, Rune Andersson,
Johan Andersson och Erik Andersson.



SÖDERBERG & HAAK

VDJonas Jaenecke
 Omsättning 1 179 MSEK
 En del av Mellby Gård sedan1995

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
 Erik Andersson, ordförande, och Sven Knutsson.



TRUDE

VDAnders Nordborg
 Omsättning 5 MSEK
 En del av Mellby Gård sedan2015

INTRESSEBOLAG

Academedia

ACADEMEDIA

VDMarcus Strömberg
 Omsättning10 810 MSEK
 En del av Mellby Gård sedan2017

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
 Anders Bülow, ordförande, och Johan Andersson.



BM AGRI

VDJohan Andersson
 Omsättning469 MSEK
 En del av Mellby Gård sedan2011

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
 Erik Andersson.



DUNI

VDJohan Sundelin
 Omsättning4 613 MSEK
 En del av Mellby Gård sedan2007

Mellby Gårds representant i styrelsen:
 Johan Andersson.



FLOWBIRD

VDMarius Koerselman
 Omsättning (jan -juni) 155 MEUR
 En del av Mellby Gård sedan1997 (Cale)

Mellby Gårds representant i styrelsen:
 Johan Andersson.

KappAhl

KAPPAHL

Tillförordnad VDGöran Bille
 Omsättning4 771 MSEK
 En del av Mellby Gård sedan2013

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
 Anders Bülow, ordförande, och Thomas Gustafsson.



STUDENTCONSULTING

VDTobias Lindfors
 Omsättning975 MSEK
 En del av Mellby Gård sedan2010

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
 Johan Andersson och Anders Bülow.



ÄLVSBYHUS

VDKent Johansson
 Omsättning1 056 MSEK
 En del av Mellby Gård sedan1995

Mellby Gårds representanter i styrelsen:
 Erik Andersson, ordförande, Johan Andersson och
 Anders Bülow.



MELLBY GÅRD

MELLBY GÅRD AB
Riggaregatan 53
211 13 Malmö
Tel 040-98 77 00
mail@mellby-gaard.se
www.mellby-gaard.se

ACADEMEDIA
Box 213
101 24 Stockholm
Besöksadress
Adolf Fredriks Kyrkogata 2
08-794 42 00
info@academedia.se
www.academedia.se

BM AGRI AB
Skaraborgsgatan 64
532 37 Skara
Tel 010-221 69 20
info@bmagri.se
www.bmagri.se

CHEVALIER SWEDEN AB
Konstruktionsvägen 3
435 33 Mölnlycke
Tel 031-706 12 60
chevalier@chevalier.se
www.chevalier.se

DUNI AB
Box 237
201 22 Malmö
Besöksadress:
Ubåtshallen,
Östra Varvsgatan 9 A
Tel 040-10 62 00
info@duni.com
www.duni.se

ERIKSBERG VILT & NATUR
Guöviksvägen 353
374 96 Trenså
Tel 0454-56 43 00
info@eriksberg.nu
www.eriksberg.nu

EXCALIBUR
ASSET MANAGEMENT AB
Birger Jarlsgatan 15, 2 tr
111 45 Stockholm
Tel 08-599 295 10
admin@excalfond.se
www.excalfond.se

FERALCO AB
Berga Allé 1
254 52 Helsingborg
Tel 042-24 00 70
info@feralco.com
www.feralco.com

FLOWBIRD
100 Avenue de Suffren
75015 Paris
Tel +33 1 58 09 81 10
info@flowbird.group
www.flowbird.group

HEDSON TECHNOLOGIES AB
Hammarvägen 4
232 37 Arlöv
Tel 040-53 42 00
info@hedson.com
www.hedson.com

KAPPAHL AB
Box 303
431 24 Mölndal
Besöksadress:
Idrottsvägen 14
Tel 010-138 87 11
info@kappahl.com
www.kappahl.com

KLARAHILL AB
Box 160
101 23 Stockholm
Tel 020-99 99 00
info@klarahill.se
www.klahill.se

LUND FASHION
Fältspatvägen 1b
224 78 Lund
Tel 046-12 43 40
info@lundfashion.se
www.flashwoman.se
www.deaaxelssons.se

NIKKARIT HOLDING AB
Bergkällavägen 35E
192 79 Sollentuna
Tel 010-207 47 10
www.nikkarit.com

OSCAR JACOBSON
Vevgatan 1
503 13 Borås
Tel 033 -23 33 00
info@oscarjacobson.com
www.oscarjacobson.com

ROXTEC AB
Box 540
371 23 Karlskrona
Besöksadress
Rombvägen 2
371 65 Lyckeby
Tel 0455-36 67 00
info@roxtec.com
www.roxtec.com

SMARTEYES AB
Östra Hamngatan 37
411 10 Göteborg
Tel 0775-70 71 00
info@smarteyes.se
www.smarteyes.se

STUDENT CONSULTING AB
Nordkalottvägen 1
972 54 Luleå
Tel 020-360 370
info@studentconsulting.se
www.studentconsulting.se

SÖDERBERG & HAAK
Maskin AB
Box 504
245 25 Staffanstorp
Besöksadress:
Industrivägen 2
Tel 046-25 92 00
mail@sodhaak.se
www.sodhaak.se

TRUDE ASSET MANAGEMENT AB
Birger Jarlsgatan 15, 2 tr
111 45 Stockholm
Tel 08-599 295 10
admin@trude.se
www.trude.se

ÄLVSBYHUS AB
Ställverksgatan 6
942 81 Älvsbyn
Tel 0929-162 00
info@alvsbyhus.se
www.alvsbyhus.se