

ÅRSBOK 2018 / 2019



MELLBY GÅRD

# MELLBY GÅRD I KORTHET

Mellby Gård är en familjeägd, långsiktig investerare som månar om att bevara entreprenörsandan i våra bolag. En grundläggande del är att vara den störste ägaren i respektive bolag. På så sätt får vi rätt möjligheter att sätta den strategiska agendan och ta helhetsansvar för bolagens utveckling.

### GRUNDADES 1986

Mellby Gård grundades 1986 när Rune Andersson köpte gården Mellby Gård i Sösdala. Inledningsvis bedrevs endast jordbruksverksamhet i bolaget och expansionen skedde under några år inom Andersson & Bennet. 1995 förvärvades 50 procent av Älvsbyhus och 100 procent av Söderberg & Haak, två bolag som fortfarande finns i koncernen.

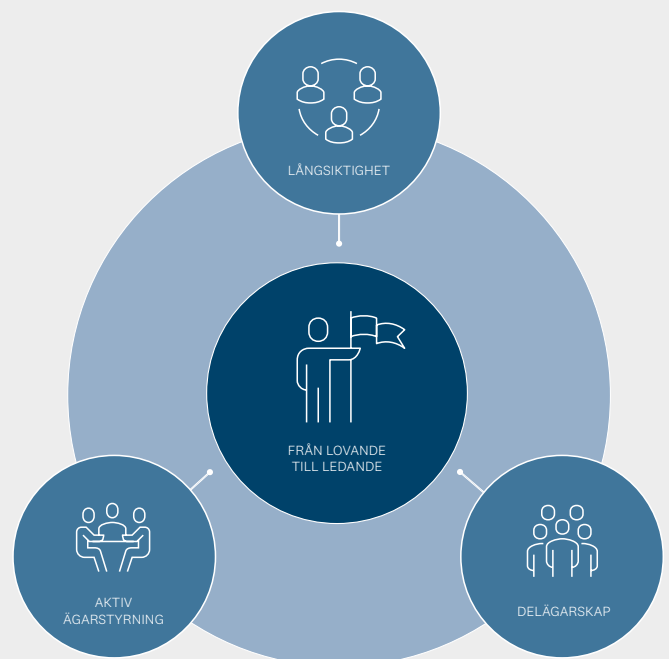
### FRÅN LOVANDE TILL LEDANDE

De tre hörnpelarna i vår affärsmodell, Mellbymodellen (se mer på sidorna 10-11), är långsiktighet, aktiv ägarstyrning och delägarskap.

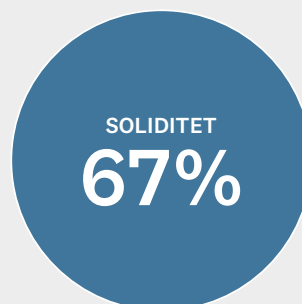
Vårt mål är att ta våra bolag från lovande till ledande. För oss är det grundläggande att successivt utveckla våra innehavs hela potential. Det gör vi genom att vara aktiva ägare, ha en nära dialog med bolagens ledningar och genom delägarskap skapa möjlighet för dem att ta del av det värde de skapar.

### INNEHAV I FLERA VERTIKALER SPRIDER RISKERNA

Mellby Gård finns idag i fem olika vertikaler: industri, konsumentvaror, bygg, jordbruk och tjänster. Ur en övergripande portföljsyn är det viktigt med en balans mellan dessa för att sprida riskerna. För närvarande finns det inte några planer på att satsa i nya vertikaler, men det är inte uteslutet att det kan göras på sikt.



# ÅRET I KORTHET



- » Mellby Gårds totala omsättning uppgick till 6 147 MSEK (13 512 MSEK inkluderat andel i intressebolag). Resultatet, EBITDA, uppgick till 1 005 MSEK.
- » Under året gick Mellby Gård in som delägare i Perituskliniken tillsammans med Mats Paulsson och Göran Grosskopf från Peabsfären samt Antonia Axson Johnsson och Göran Ennerfelt från Axel Johnsonsfären. Målet är att kliniken ska öppna under 2020.
- » Dotterbolaget Chevalier gick samman med Open Air Group som ägs av investmentbolaget Nalka inom IKEA-koncernen. Genom samgåendet blev Mellby Gård näst största ägaren i nya Open Air Group.
- » Mellby Gård avyttrade innehavet i Ferronordic och blev istället näst störste ägare i Necst Motors. Necst säljer Volvo Construction Equipment och Volvo Lastvagnar i östra Afrika.
- » Strax efter verksamhetsåret förvärvade Mellby Gård över 90 procent av aktierna i KappAhl i syfte att avnotera bolaget från Stockholmsbörsen.



## INNEHÅLL

VD HAR ORDET.....	6
VÅRT RESULTAT.....	8
VÅRA INNEHAV.....	9
MELLBYMODELLEN.....	10
<b>VÅRA BOLAG - TJÄNSTER</b>	
ACADEMEDIA.....	14
AROS KAPITAL.....	16
EXCALIBUR/TRUDE.....	18
KLARAHILL.....	20
PERITUSKLINIKEN.....	22
STUDENTCONSULTING.....	24
<b>VÅRA BOLAG - KONSUMENTVAROR</b>	
OPEN AIR GROUP.....	28
KAPPAHL.....	30
LUND FASHION.....	32
OSCAR JACOBSON.....	34
SMARTEYES.....	36
<b>VÅRA BOLAG - INDUSTRI</b>	
DUNI.....	40
FERALCO.....	42
FLOWBIRD.....	44
HEDSON.....	46
ROXTEC.....	48
<b>VÅRA BOLAG - BYGG</b>	
NIKKARIT.....	52
ÄLVSBYHUS.....	54
<b>VÅRA BOLAG - JORDBRUK</b>	
BM AGRI.....	58
SÖDERBERG & HAAK.....	60
<b>ÖVRIG VERKSAMHET</b>	
ERIKSBERG HOTEL & NATURE RESERVE.....	64
JORDBRUKET.....	66
MELLBY GÅRD I SAMHÄLLET.....	68
VÅR HISTORIA.....	70
STYRELSE.....	72
VI PÅ MELLBY GÅRD.....	74
BOLAGSÖVERSIKT.....	76

# YTTERLIGARE ETT STARKT ÅR TROTS FLERA UTMANANDE OMVÄRLDSFAKTORER

Jag är överlag nöjd med vårt senaste räkenskapsår. Huvuddelen av våra bolag utvecklades starkt och i linje med förväntningarna. Resultatmässigt nådde vi dock inte riktigt samma nivå som förra året, då resultatet även påverkades positivt av reavinst. Justerat rörelseresultatet (EBITDA) i år blev 1 005 (1 141) miljoner kronor.

Under andra halvan av vårt räkenskapsår, det vill säga första halvåret 2019, har vi sett flera positiva signaler. Några är att Smarteyes levererat över våra förväntningar, Feralco framgångsrikt genomfört prishöjningar och tagit nya kontrakt samt att Roxtec visat god tillväxt efter att under några år fått kämpa för att behålla sin omsättningsnivå.

Omställningen inom Arbetsförmedlingen, som påverkat AcadeMedia negativt, kan bli positiv för StudentConsulting. Förändringen innebär att Arbetsförmedlingen mer ska vara tillsynsmyndighet och lägga ut uppdrag på privata aktörer, en utveckling som StudentConsulting är väl positionerat för att dra nytta av.

Ett antal omvärldsfaktorer under året har inneburit utmaningar för några av våra innehav. Högre råmaterialkostnader har påverkat ett par bolag, främst Duni och Feralco. Mer långsiktiga omställningar sker inom den svenska jordbruksmarknaden och detaljhandeln.

Inom jordbruksmarknaden är förändringen dramatisk, och Söderberg & Haak har lagt om sin strategi. Bolaget har under året avsatt stora resurser för sin omställning och redan avyttrat eller lagt ner några anläggningar.

Utvecklingen inom detaljhandeln är utmanande och intressant, men det handlar inte enbart om online eller offline. Det är en komplex fråga som innefattar allt från väder till hur konsumenten fördelar sina pengar mellan upplevelser och konsumtion. Vi bedömer att det kan finnas ett uppdämt behov och om man har investerat klokt i sitt varumärke i kombination med stärkta satsningar på omnikanalstrategier kan man komma starkt ur detta när vinden vänder.

Aros Kapital är ett spännande bolag som haft ett bra år och växer med god lönsamhet. Aros är ett kreditmarknadsbolag med fokus på utlåning och factoring. De större bankerna visar ett begränsat intresse

av mindre och medelstora lån och vi tar successivt marknadsandelar i detta segment. Vi tittar nu på att bredda verksamheten med fler produktområden och nya geografiska marknader.

Långsiktigheten är grundläggande för oss på Mellby Gård. Omvärlden ska kunna lita på att vi inte lämnar våra bolag utan har ambitionen att utveckla dem i evighet. Men marknaderna förändras hela tiden och därmed även den industriella logiken. Det måste vi naturligtvis parera för, och det var därför vi under föregående år gjorde affären inom parkeringslösningar, en sammanslagning av två bolag till Flowbird.

Under slutet av detta räkenskapsåret gjorde vi en liknande affär när Chevalier slogs ihop med Open Air Group, som också är verksamt inom jaktkläder och ägs av investmentbolaget Nalka inom IKEA-koncernen. I och med affären blir Mellby Gård näst största ägare i nya Open Air Group. Synergierna handlar här främst om att skapa ännu bredare marknadsföring och distribution samt att öka fokus inom e-handeln.

Vi har även investerat i att bygga den intressanta Perituskliniken tillsammans med Mats Paulsson och Göran Grosskopf från Peab samt Antonia Ax:son Johnson och Göran Ennerfelt från Axel Johnsonsfären. Vi äger tre lika delar och har börjat bygga verksamheten vid Medicon Village i Lund.

Perituskliniken ska primärt leverera högklassig kirurgi och behandling av prostatacancer, och i förlängningen skapa förutsättningar för att också behandla andra cancerformer. Vår ambition är primärt att fylla luckan för det behov som finns på den svenska marknaden, där det behövs mer kapacitet för att klara av vårdgarantin. Målet är att kliniken ska öppna under 2020.

Vårt innehav i Ferronordic avyttrades under året och vi har istället blivit näst störste ägare i Necst Motors. Necst säljer Volvo Construction Equipment och Volvo Lastvagnar i östra Afrika. En spännande verksamhet där vi nu bygger upp en affär i en, för oss, ny geografi.

En annan intressant investering är Anocca, ett av Mikael Blomkvists senaste bolag. Anocca utvecklar en teknik som är i linje med det senaste inom cancerforskning, det vill säga immunterapi, där kroppens eget immunförsvar används för att bryta ner olika cancerformer.

Efter räkenskapsårets utgång köpte Mellby Gård ut KappAhl från börsen genom ett publikt bud som accepterades av över 90 procent av aktieägarna. KappAhl blir därmed ett helägt dotterbolag inom Mellby Gård och det är glädjande att aktieägarna tyckte att vi lade ett attraktivt bud.

Vi ville köpa ut KappAhl från börsen för att vi anser att det omställningsarbete som påbörjats lämpar sig bäst i onoterad miljö. Vidare har vi helt enkelt en positivare syn på bolaget och dess framtidsutsikter än vad marknaden hade. Vi tror inte minst på de egenutvecklade varumärkena, som till exempel Newbie. KappAhl har också en ökad försäljning utanför Norden och en växande e-handel. Utöver det ser vi ur Mellby Gårds synvinkel synergieffekter med övriga konfektionsbolag inom gruppen och det ska bli mycket spännande att nu kunna driva den processen framåt.

Att vara ett företag inom Mellby Gård innebär att man har en aktiv ägare. Vi sitter som engagerade styrelseledamöter i alla våra bolag, oftast som ordföranden, och för en kontinuerlig dialog kring hur vi kan bli ännu bättre som ägare. Just nu funderar vi också på att tillföra extra resurser inom utvalda områden till huvudkontoret i Malmö. Vi kan alltid bli ännu bättre på att hitta nya möjliga investeringar och förbättra vårt sätt att ge affärsstöd till våra befintliga bolag.

Under det närmaste året kommer vi att fortsätta med att söka och genomföra kompletterande förvärv för våra befintliga innehav. Däremot kommer vi fortsatt att vara selektiva vad gäller helt nya, större investeringar. Längre fram utesluter jag dock inte större investeringar även inom helt nya områden, såväl av onoterade som noterade bolag. Men just nu fyller vi ladorna för att vara extra starka när marknaden ser annorlunda ut.

Malmö i oktober 2019



Johan Andersson,  
VD, Mellby Gård AB



# VÅRT RESULTAT

## FINANSIELLA NYCKELTAL

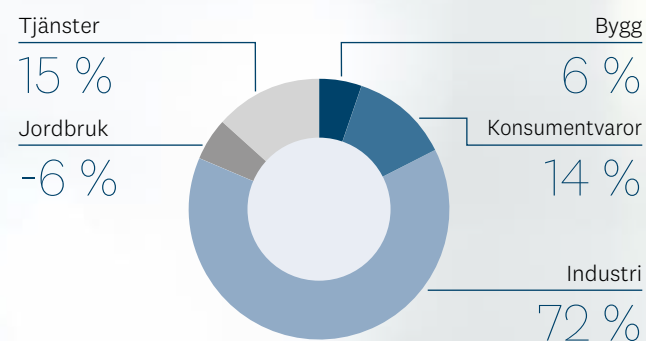
MSEK	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019*	Proforma 2018/2019***
Omsättning	5 494	5 685	6 056	6 009	6 147	13 512
EBITDA**	1 357	1 173	1 300	1 141	1 005	1 319
EBITDA %	25%	21%	21%	19%	16%	10%
EBT	1 206	1 185	1 113	1 475	776	776
Eget Kapital	5 523	6 298	6 424	7 619	7 384	
Netto (- Skuld) / kassa	173	655	-564	-1 249	-1 277	
Balansomslutning	8 208	8 649	9 115	11 070	11 046	
Soliditet	67%	73%	70%	69%	67%	

\* Preliminärt bokslut 2018/2019

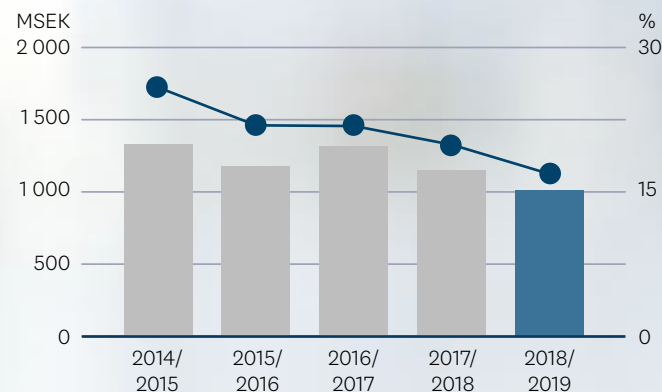
\*\* EBITDA motsvarar resultat före finansnetto, skatt och avskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar samt exkluderar kostnader och intäkter av engångskaraktär. I EBITDA ingår koncernens andel av intressebolagens EBT.

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

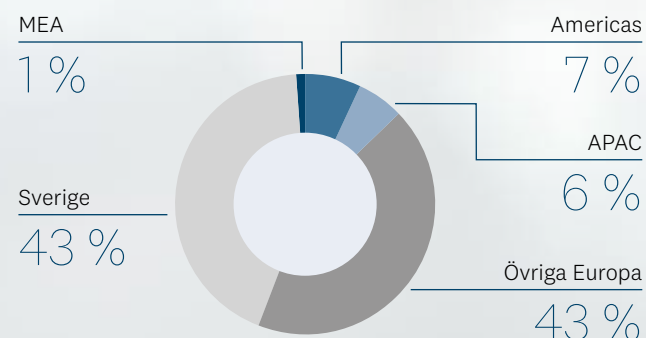
### EBITDA (PROFORMA) 2018/2019 (%)



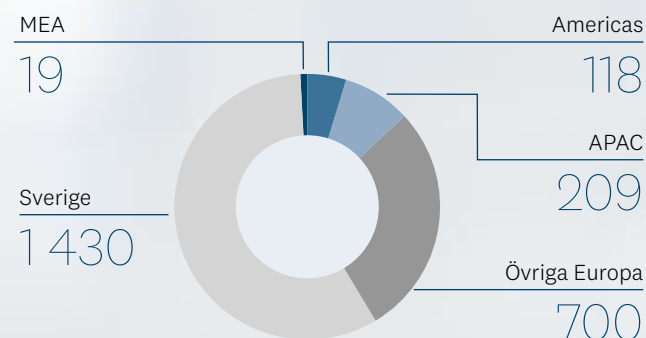
### EBITDA (MSEK)



### OMSÄTTNING 2018/2019 (%)



### ANSTÄLLDA 2018/2019 (ANTAL)





# VÅRA INNEHAV

## KONSUMENTVAROR

KAPPAHL  
29,6 %

LUND FASHION  
98 %

OPEN AIR GROUP  
22,5 %

OSCAR JACOBSON  
100 %

SMARTEYES  
93 %

## INDUSTRI

DUNI  
30 %

FERALCO  
94,2 %

FLOWBIRD  
22,6 %

HEDSON  
67,6 %

ROXTEC  
95,1 %

## TJÄNSTER

ACADEMEDIA  
21,1 %

AROS KAPITAL  
30,8 %

EXCALIBUR  
51 %

KLARAHILL  
78 %

PERITUSKLINIKEN  
33,3 %

STUDENTCONSULTING  
47,5 %

TRUDE  
53,4 %

## JORDBRUK

BM AGRI  
39,6 %

SÖDERBERG & HAAK  
100 %

## BYGG

NIKKARIT  
97 %

ÄLVSBYHUS  
50 %

# 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. Genom att vara det får 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 inte så stressade eftersom vi alltid arbetar med en långsiktig horisont. Vi utmanar kontinuerligt våra bolag, och stöttar när bolaget måste göra nödvändiga förändringar eller investeringar för att långsiktigt försvara sin ledande position eller fortsätta att utvecklas.

### AKTIV ÄGARSTYRNING MED FOKUS PÅ ATT LÖSA FÖRETAGENS PROBLEM

Vi är en aktiv ägare. Vi har en nära kontakt med våra bolag, främst genom dess vd och ett aktivt styrelsearbete. Mellby Gård strävar alltid efter att ha ordförandeposten i våra portföljbolags styrelser. Vi borrar 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 ofta 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 vägen dit 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, konsumentvaror, 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 och 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 BOLAG  
- TJÄNSTER

# ACADEMEDIA VILL SPRIDA DEN NORDISKA FÖRSKOLE-MODELLEN

Behovet av förskolor ökar i takt med att den europeiska arbetsmarknaden blir alltmer jämlik. AcadeMedia är norra Europas största utbildningsföretag och står redo att möta en snabbt ökande efterfrågan på förskolor. Bolaget ligger i framkant med en växande förskoleverksamhet i både Norge och Tyskland. På sikt kan ytterligare marknader bli aktuella.

”I Norden har vi utvecklat en världsledande förskolemodell som bygger på en kombination av lärande och omsorg. Denna modell sprider nu AcadeMedias framgångsrikt, och i Tyskland har vårt sätt att bedriva förskolor tagits emot väl av både vårdnadshavare, barn och andra intressenter, säger Marcus Strömberg”, vd för AcadeMedia.

”Vi ser goda möjligheter att utveckla vårt koncept vidare. Behovet av nya förskolor är stort, bara i Tyskland saknas fler än 350 000 förskoleplatser”, säger Marcus Strömberg.

På huvudmarknaden i Sverige positionerar sig AcadeMedia genom att förtydliga sina varumärkesprofiler. Under AcadeMedias paraply finns en lång rad varumärken där Vittra inom svensk grundskola och Pyslingens Förskolor kanske är de mest kända. Mängden varumärken har vuxit i takt med att AcadeMedia har förvärvat olika skolföretag. Under verksamhetsåret 2018/2019 har arbetet med att förtydliga varumärkesprofilerna intensifierats. På gymnasiesidan har varumärkena profilerats och tydliggjorts utifrån noggranna målgruppsanalyser för att möta efterfrågan från eleverna. Exempel på det är Klara Teoretiska Gymnasium och LBS som är inriktade på ämnesmässig bredd respektive nischinriktat varumärke. Gymnasieverksamheten är nu positionerad för den tillväxt som väntas i samband med den demografiska ökningen av antalet gymnasieungdomar och kommunernas behov av utökad kapacitet.

”Det är oerhört viktigt att vi förankrar våra koncept internt för att kunna leverera den kvalitet som vi vill stå för. Vi mäter och utvärderar kontinuerligt och är väldigt glada för de höga betyg vi får i våra kund- och medarbetarundersökningar. Vi är väldigt stolta över att allt fler gymnasieelever rekommenderar våra skolor och att majoriteten av våra medarbetare trivs med att arbeta hos oss”, säger Marcus Strömberg.

En annan utvecklingspotential finns i digitalisering och fjärrundervisning, främst inom gymnasiet och vuxenutbildningen. Målet är att AcadeMedias gymnasieutbud ska börja tillgängliggöras online hösten 2020. Ett nyligen startat initiativ är Linguista som ger modersmålsundervisning och studiehandledning på modersmål på distans. Tjänsten är både efterlängtd och efterfrågad då bristen på lärare i modersmål är stor.

Efterfrågan på bra skolor är också fortsatt hög och för att ytterligare höja kvaliteten och lönsamheten inom förskola och grundskola har koncernen uppdaterat sin strategiska analys. Förbättringsarbetet tar sin utgångspunkt i så kallat ”best practice”, där all den erfarenhet som finns samlad i AcadeMedias förskolor och skolor tas om hand på ett systematiskt sätt.

Bland allt positivt som händer inom koncernen, innehöll också verksamhetsåret 2018/2019 utmaningar. Främst har det handlat om vuxenutbildningen, där de politiska turerna kring Arbetsförmedlingen påverkat verksamheten negativt. Medan Arbetsförmedlingen kraftigt dragit ned sina utbildningsinsatser har AcadeMedia haft avtal som krävt att bolaget bibehåller en viss kapacitet trots att den inte fullt ut utnyttjats. Följden har blivit uteblivna intäkter medan kostnaderna inte kunnat anpassas proportionerligt.

Trots detta har efterfrågan på kommunala utbildningar och yrkeshögskoleutbildningar utvecklats väl och AcadeMedia har fler elever än någonsin i dessa verksamheter. Men sammantaget har vuxenutbildningssegmentets resultat fallit under verksamhetsåret. Marcus Strömberg ser trots det med tillförsikt på kommande år.





*I Norden har vi utvecklat en världsledande förskolemodell som bygger på en kombination av lärande och omsorg.*

”Vi har en bra utveckling inom kommunal vuxenutbildning och yrkeshögskola. Men året har tyvärr präglats av omstruktureringen av Arbetsförmedlingen. När våra avtal löper ut kan vi anpassa verksamheten efter efterfrågan, samtidigt som vi står beredda att utöka när efterfrågan kommer tillbaka”, säger Marcus Strömberg.

AcadeMedia har trots årets utmaningar en ljus framtid att se fram emot. I Sverige kommer den demografiska utvecklingen med allt fler barn i förskola, skola, och gymnasium att vara gynnsam. I Europa ökar behovet av förskolor i takt med att arbetsförhållanden blir alltmer jämställda mellan kvinnor och män. Flera länder tittar intresserat på den svenska modellen med skolpeng för grundskola och gymnasium.

#### **VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019**

- » Stark tillväxt inom gymnasiesegmentet till följd av Vindoraförvärvet hösten 2017 och satsningen på lärlingsutbildningar.
- » Tyskland växte mycket kraftigt organiskt genom start av nio nya förskolor och tillväxten kommer att fortsätta i en takt av tio till femton nya enheter per år.
- » Något stabilare politiskt ramverk i Sverige i och med januariöverenskommelsen.
- » Motvind inom de delar av vuxenutbildningen som jobbar mot Arbetsförmedlingen med omstruktureringar som följd.

Vd Marcus Strömberg



#### **FAKTA**

AcadeMedia är norra Europas största utbildningsföretag och är sedan 2016 noterat på Nasdaq Stockholm Mid Cap. AcadeMedia hade under 2018/2019 255 förskolor i Sverige, Norge och Tyskland och 109 grundskolor och 143 gymnasier i Sverige. Till det kommer vuxenutbildning på cirka 150 platser i Sverige. Totalt omfattar verksamheten cirka 180 000 förskolebarn, skolelever och vuxendeltagare. Mellby Gård är huvudägare i AcadeMedia med 21 procent av aktierna.

AcadeMedia är ett intressebolag i Mellby Gårds portfölj sedan 2017. Mellby Gårds representanter i styrelsen: Anders Bülow (ordförande) och Johan Andersson.

Huvudkontor: ..... Stockholm  
Omsättning 2018/2019: ..... 11 715 MSEK  
Antal anställda: ..... 16 900  
Ordförande: ..... Anders Bülow

# VILL BLI VÄRLDSBÄST PÅ ATT FINANSIERA SME-FÖRETAG

Aros Kapital är ett snabbväxande finansbolag med fokus på SME-segmentet, det vill säga krediter till små och medelstora företag. Bolaget har de senaste åren byggt en skalbar plattform för fortsatt tillväxt och är redo att ta sig an nya segment med fokus på smarta lösningar på kundernas behov.

”Vi vill bli världsbäst på factoring och krediter till små och medelstora företag. Tydligt fokus bidrar till vår tillväxt. Och kunderna uppskattar vår snabbhet, att vi är transparenta och har god service”, säger vd Daniel Güner som tillsammans med några andra medarbetare startade Aros som finansinstitut 2004.

Kunderna inom SME-segmentet har bland annat behov av fakturabelåning (så kallad factoring) för att stärka likviditeten eller för att sälja av kreditrisker vid export, lån kopplade till exempelvis byggprojekt och leasing. Företagskunderna kommer från många olika branscher, från trading och grossistverksamhet till bygg- och fastighetsbolag.

Lyftet för Aros kom 2015 när bolaget erhöll kapitalmarknadstillstånd och kunde växla upp. I den processen kom bolagets grundare i kontakt med Mellby Gård när han skulle resa det kapital som behövdes för att utveckla verksamheten.

”Vi åkte på road show för att resa 50 miljoner kronor och fick löften om några miljoner här och några miljoner där. Men så träffade vi Johan och Gustav Andersson som direkt efter presentationen sade: ‘vi tar 70 MSEK, men då vill vi vara ensamma’. Vi har stort stöd av Mellby Gård, inte bara som garant och starkt varumärke; det handlar även om förståelse för oss som bolag och vad vi behöver på vår resa”, säger Daniel Güner.

2018 blev ytterligare ett rekordår för Aros. Daniel Güner är ödmjuk inför framgångarna: ”Marknaden är stor, vi kommer från låga nivåer och har varit förskonade från kreditförluster”, säger han.

Under 2018 adderade bolaget ett nytt affärsområde – leasing. Det handlar om krediter i miljonklassen till företag som vill finansiera till exempel ny maskinpark, hotellinredning eller en fordonsflotta för exempelvis taxirörelse. Kreditbesluten kräver rigorös analys och tar därmed lite längre tid, men Aros är övertygat om att ha funnit en nisch på marknaden.

”Vi ser att det finns en lucka i marknaden mot verksamheter där bankerna redan är exponerade och därför avstår nya och utökade engagemang. Här kan Aros vara en bra partner till företag som vill investera”, säger Daniel Güner.

Under fjolåret ökade Aros antalet återförsäljare och partners till cirka 25. Bolaget vann även tre nya upphandlingar, uppdrag där Aros ansvarar för att färdigpaketerade kreditlösningar till etablerade bolag som i sin tur vill erbjuda sina kunder lån.

”Vi har valt att jobba med partners som marknadsför våra produkter, och har därför ingen egen marknadsavdelning”, säger Daniel Güner.

För att Aros ska kunna fortsätta växa krävs att bolaget har förmåga att hantera de två största riskerna som är förknippade med verksamheten: kreditrisker och regulatoriska risker. Under 2018 stärkte bolaget stödet för regelefterlevnad med nya system och översyn av policys, rutiner, dokument och internutbildning.

”Kraven har ökat kraftigt sedan vi startade bolaget och regelbördan är stor för ett bolag i vår storlek. Men reglerna måste efterlevas och för vår del handlar det om att ha rätt förutsättningar i form av bra system. Med de investeringar som vi har gjort i systemstöd så har vi byggt en skalbar struktur för att kunna växa och bli riktigt stora”, säger Daniel Güner och fortsätter:







” Vi har stort stöd av Mellby Gård, inte bara som garant och starkt varumärke; det handlar även om förståelse för oss som bolag och vad vi behöver på vår resa.

”Det finns mycket mer att göra med fokus på SME-bolagens behov. Det handlar till exempel om leasingområdet, men vi kommer även att titta på lösningar för längre krediter. Och på sikt är andra geografiska marknader än den svenska intressanta för oss. Allt handlar om kapital och förtroende. Mellby Gård bidrar till att sätta en kvalitetsstämpel på oss, men också med kompetens och erfarenhet”.

”Aros Kapital är ett fint bolag som är duktigt på att hitta luckor på marknaden och de har snabbt blivit digitala. Det är ett entreprenörsdrivet bolag som har stark passion för att utveckla nya lösningar med fokus på målgruppens behov. Aros har bättre förutsättningar att förnya erbjudandet än många andra i branschen, så vi ser fram emot en spännande resa”, säger Thomas Gustafsson, som är en av Mellby Gårds två representanter i styrelsen.

#### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Skalbar plattform etablerad för fortsatt tillväxt, inklusive utvecklat systemstöd för att hantera den växande regelbördan på finansmarknaden.
- » Tre vunna upphandlingar och fler nya partners. Med sina partners når Aros bra marknadspenetrering i SME-segmentet.
- » Nytt affärsområde etablerat inom leasing med sikte på större objekt.
- » Fortsatt snabb tillväxt. Omsättningen ökade 2018 till 151 MSEK (108) och vinsten till 59 MSEK (38).

Vd Daniel Güner



#### FAKTA

Med devisen ”Allt annat än en bank” som ledstjärna har Daniel Güner och hans medarbetare byggt Aros Kapital till ett snabbt växande finansbolag med fokus på lån, krediter och leasing för små och medelstora företag. Snabba besked, transparens och god service i kombination med smarta lösningar för kundernas behov är nycklarna till bolagets snabba tillväxt.

Aros Kapital är ett intressebolag i Mellby Gårds portfölj sedan 2015. Mellby Gårds representanter i styrelsen: Thomas Gustafsson och Gustav Andersson.

Huvudkontor: ..... Göteborg  
Omsättning 2018/2019: ..... 191,6 MSEK  
Antal anställda: ..... 33  
Ordförande: ..... Hans Berggren

# SÖKER RÄNTE- MARKNADENS ALFA

Fondbolaget Excalibur Asset Management erbjuder kapitalförvaltning på räntemarknaden till både institutioner och småsparare. Fonderna Excalibur och Trude investerar för absolut avkastning och söker marknadens alfa, vilket innebär att överträffa index. Den rådande lågräntemiljön gör det tufft att ha räntepapper som tillgångsslag, men de båda fonderna står redo för 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.

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.

Av ett totalt förvaltad kapital på 2,2 miljarder kronor förvaltar Excalibur 1,4 miljarder och Trude 410 miljoner kronor. Resterande 400 miljoner förvaltas diskretionärt i en blandfond för kapitalförvaltningsbolaget Lancelot Asset Management.

”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 avkastningen följer ett index. Excalibur och Trude söker dessutom marknadens alfa, vilket innebär att avkastningen ska överträffa marknaden som helhet.

”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 det senaste verksamhetsåret backade fonderna med ett par procentenheter. Orsaken till den negativa avkastningen är den mycket aggressiva penningpolitik som drivits av västvärldens centralbanker med minusräntor och obligationsköp.

”Det har varit tuffa förhållanden i flera år nu. 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. Mindre kunder väljer aktiemarknaden där avkastningen varit högre, men också till väsentligt högre risk. Större kunder som pensionskassor och försäkringsbolag väljer i allt större omfattning fastigheter och infrastrukturprojekt, hellre än räntepapper, detta trots att den typen av investeringar är betydligt mindre likvida.

”Vi har sett början på en normalisering av penningpolitiken runt om i världen. I USA har den amerikanska centralbanken Federal Reserve höjt styrräntan och skapat ett utrymme för investeringar i amerikanska räntepapper för fonderna. I Sverige började Riksbanken höja styrräntan i december 2018 men sedan har man flaggat för att det dröjer med ytterligare höjningar. Generellt innebar börsfallet under hösten 2018 att flera centralbanker drog ned på normaliseringstakten. Det gäller att ha tålamod”, säger Thomas Pohjanen.



” Tack vare vårt mycket erfarna förvaltningsteam kan vi erbjuda förvaltning som inte ens de stora bankerna klarar av.

Under året rådde det oro kring handelskriget mellan USA och Kina, och mellan USA och Mexiko. Inte heller kring Brexit blev det några tydliga besked. Trots den avvaktande stämningen på räntemarknaden är Thomas Pohjanen optimistisk på längre sikt. Det ligger i USAs och Kinas intresse att lösa handelskonflikten vilket skulle dra med sig global ekonomisk tillväxt. En lösning på konflikten är rimligen också en förutsättning för en stark amerikansk ekonomi när vi går in i 2020 och det stundande presidentvalet.

”Det återstår att se hur detta utvecklas. Det kan gå väldigt fort uppåt när kunderna får upp intresset för vår typ av förvaltning. Vi ser fram emot ett kapital under förvaltning på åtminstone 1 miljard kronor i Trude och 5 miljarder i Excalibur”, säger Thomas Pohjanen.



Vd Thomas Pohjanen



Vd Anders Nordborg

### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » USA:s centralbank Federal Reserve normaliserade ränteläget.
- » Riksbanken inledde en normalisering av ränteläget med en höjning i december 2018. Sedan har dock Riksbanken flaggat för att ytterligare höjningar dröjer.
- » ECB avvaktade med en normalisering av penningpolitiken.
- » Handelskriget mellan USA och Kina dämpade utvecklingen på aktiemarknaderna.
- » Det brittiska parlamentet röstade för att under inga omständigheter genomföra en hård Brexit. Oklarheter kvarstod dock.

### 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 investeringfonder, 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 2018/2019: ..... 19 MSEK  
 Omsättning Trude 2018/2019: ..... 4,1 MSEK  
 Antal anställda: ..... 8  
 Ordförande: .....Rune Andersson

# ETT ÅR AV INVESTERINGAR

Klarahill är en snabbt växande aktör bland Sveriges begravningsbyråer. Branschen är traditionsfylld och karaktäriseras av många fristående familjeföretag som har begränsade resurser att möta ny digital konkurrens. Vd för Klarahill är Niklas Steenberg. Hans mål är att modernisera Sveriges fristående begravningsbyråer genom att investera i digital tillgänglighet, kvalitet och ett personligt bemötande för människor i sorg.



Klarahill bildades 2014 av Niklas Steenberg tillsammans med en grupp familjeföretagare inom SBF, Sveriges begravningsbyråers förbund, när de såg behovet av samarbete för att sätta kraft bakom framtida investeringar, inte minst i en gemensam digital plattform. Anhöriga till människor som gått bort hittar i dag 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.

”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 Niklas Steenberg.

Mellby Gård investerade initialt 50 miljoner kronor i Klarahill 2015. I dag har bolaget 27 helägda begravningsbyråkontor i Skåne, Småland, Västsverige och Stockholm.

”Vi har tre fokusområden i vårt arbete att konsolidera och modernisera begravningsbranschen: Förvärv av byråer, investeringar i digitala verktyg samt att utveckla kundmötet. Under året som gått har vi fokuserat på de två senare delarna, digitala investeringar och kundmötet”, säger Niklas Steenberg.

Han har också drivit ett varumärkesarbete som går ut på att lyfta fram Klarahill som ett varumärke gentemot kund. Hittills har namnet Klarahill inte lyfts fram publikt, utan varit namnet på det holdingbolag som fungerar som ett paraply för de enskilda byråerna i nätverket. Den enkla anledningen till förändringen är att marknadsföring som till exempel sökordsoptimering blir betydligt effektivare och billigare med ett varumärke än med ett hundratal olika.

”Konkurrensen sker alltmer på internet eftersom det är där anhöriga söker en begravningsbyrå. Det finns aktörer som är duktiga på att komma högt i sökningarna, och i en sådan miljö går det inte att marknadsföra ett stort antal olika varumärken. De byråer som ingår i vårt nätverk kommer framöver att heta Klarahill i kombination med det ursprungliga namnet”, säger Niklas Steenberg.

Samtidigt investerar Klarahill i en fysisk modernisering av begravningskontoren och de anställda utbildas för att ytterligare förbättra mötet med de anhöriga. Ett värdigt bemötande i en trygg miljö är avgörande för människor i sorg, och det är vad Klarahill står för. Tack vare ett erbjudande med hög kvalitet kunde Klarahill öka sin marknadsandel under ett år då något färre dödsfall registrerades jämfört med året innan.

Bolaget flyttade under året sitt huvudkontor till nya större lokaler, inte minst för att ge plats åt det växande dotterbolaget Verahill som tillhandahåller familjejuridisk rådgivning. Verahill bildades så sent som 2016 och växer snabbt. Rekryteringar pågår som ska ta bolaget till cirka 50 anställda jurister och rådgivare under nästa verksamhetsår.



Som huvudägare kombinerar Mellby Gård egenskaperna långsiktighet, finansiell styrka, trovärdighet och en förståelse och sympati för alla de entreprenörer som vi knutit till oss.



”Vid dödsfall uppkommer många olika familjejuridiska frågor som vi hjälper de anhöriga med. Men expansionen är också en följd av att vi inriktar rådgivningen på generell familjejuridik som samboavtal, äktenskapsförord och bodelning”, säger Niklas Steenberg.

Även inom familjejuridiken sker en snabb digitalisering med inslag av artificiell intelligens, AI. Avtal och formulär kan skapas snabb och enkelt med digitala verktyg. Ett exempel är appen Until där man i mobilen kan sätta ihop ett samboavtal. En annan trend som ökar behovet av Verahills tjänster är att aktörer som banker, försäkringsbolag och fastighetsmäklare i allt högre utsträckning efterfrågar juridisk hjälp åt sina kunder.

”Det är Mellby Gård som har möjliggjort Klarahill och Verahill. Som huvudägare kombinerar Mellby Gård egenskaperna långsiktighet, finansiell styrka, trovärdighet och en förståelse och sympati för alla de entreprenörer som vi knutit till oss”, säger Niklas Steenberg.



Vd Niklas Steenberg

#### FAKTA

Klarahill AB 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, men också 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 2018/2019: ..... 144,6 MSEK  
Antal anställda: ..... 96  
Ordförande: ..... Sven Knutsson

#### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Flytt av huvudkontoret till nya lokaler i Sickla i Stockholm.
- » Investeringar i digital plattform, webbplattform och affärssystem.
- » Årsmötet den 14–15 september då över 100 anställda runt om i landet kunde träffas utbyta erfarenheter.
- » Beslut att investera i upprustning av kontoren.
- » Fortsatt kraftig expansion i dotterbolaget Verahill som hanterar familjejuridik.

# NY SPECIALISTKLINIK I LUND SKA KORTA KÖERNA TILL CANCEROPERATIONER

Under andra halvåret 2020 ska den nya Perituskliniken starta sin verksamhet på Medicon Village i Lund. Målet är att skapa en av landets modernaste och bäst utrustade expertkliniker, som inledningsvis ska fokusera på behandling av urologiska sjukdomar, primärt prostatacancer.

Mellby Gård har gått in som delägare i Perituskliniken tillsammans med Mats Paulsson och Göran Grosskopf från Peabsfären samt Antonia Ax:son Johnsson och Göran Ennerfelt från Axel Johnsonsfären.

”Satsningen innebär en betydande resursförstärkning för vården i Sverige och ett komplement till den offentliga sjukvården inom såväl diagnostik som behandling,” säger Peritusklinikens vd Åsa Dahm. ”Visionen är att skapa vård utan väntan och inledningsvis kommer Perituskliniken att prioritera diagnos och kirurgisk behandling av prostatacancer. Avsikten är att så småningom kunna erbjuda behandling och uppföljning av andra cancersjukdomar, som gynekologisk cancer och bröstcancer.”

Idén till Perituskliniken kommer från Per-Anders Abrahamsson, professor emeritus i urologi och medicinskt ansvarig för den nya kliniken.

”Jag har sett hur den offentliga sjukvårdens kris eskalerat under de senaste åren och insett behovet av den här verksamheten. Vi kommer att bli ett viktigt och konkret resurstillskott till den offentliga vården”, säger Per-Anders Abrahamsson.

Perituskliniken kommer att arbeta inom tre delar; diagnostik, operation och mottagning. Att ange exakt vårdkapacitet vid full drift beror på flera faktorer, bland annat kan det ta tid att trimma in rutiner och samordna arbetet i en avancerad specialistklinik av det här slaget.

Bedömningen just nu är att kliniken ska kunna hantera totalt cirka 3 000 patienter per år, det vill säga cirka 60 patienter per dag. Dessa fördelas på 30 patienter för diagnos (magnetkameraundersökning (MR) och skiktröntgen med eller utan spårsubstans (PET-CT)), 13 patienter per dag för operation (fyra operationssalar och möjlighet för nio patienter att övernatta samt sex post-operativa platser) samt 15–20 patienter per dag för mottagning beroende på behandling och undersökningstyp.

När kliniken är i full drift bedöms den sysselsätta totalt mellan 30 och 35 personer. Det handlar om röntgenpersonal, strålfysiker, radiologer, sjuksköterskor, undersköterskor, kirurger och narkosläkare.

Perituskliniken byggs i en befintlig fastighet på Medicon Village, där allt i de befintliga lokalerna rivs ut till stomrent, så att man därefter ska kunna bygga upp en avancerad klinik, ett helt nytt sjukhus. Även om kliniken är relativt sett liten till ytan, 2 000 kvadratmeter, ska man där få in mycket av den funktionalitet som finns på ett stort sjukhus. Allt ska finnas på plats, fast i mindre skala, vilket gör projektet komplext.





PERITUSCLINIC

“ Visionen är att skapa vård utan väntan.

Illustration: Reflex Arkitekter

”Det är därför glädjande att vi redan från början har lyckats få kontakt med och engagera flera erfarna specialister som varit med om att etablera liknande verksamheter tidigare. Det är en stor trygghet att ha sådana experter vid sin sida”, säger Åsa Dahm.

Enligt avtalet ska Perituskliniken få tillgång till sina lokaler den 1 juli 2020. Därefter ska lokalerna inredas och när det är klart kan verksamheten starta. Kliniken ska redan från början arbeta med den senaste teknologin inom området minimalt invasiv kirurgi, så kallad ”titthålskirurgi”.

”Det innebär bland annat att vi ska arbeta med robotkirurgi för operationer av prostatacancer, vilket bidrar till att patienterna opereras snabbare, enklare och säkrare”, säger Åsa Dahm.

”Perituskliniken kommer även att ligga i framkanten inom digitaliseringen, vilket innebär att allt vi gör lagras på ett effektivt och säkert sätt. Målet är att kliniken även ska arbeta med forskning och utveckling, och med cirka 140 olika företag inom bland annat life science på Medicion Village finns det en god närhet till den världen. Det finns idag företag inom området som tagit kontakt och vill inleda samarbete i framtiden. Dessutom har flera företag visat intresse för att inleda klinisk forskning tillsammans med och hos oss”, säger Åsa Dahm.



Vd Åsa Dahm

**FAKTA**

Perituskliniken siktar på att öppna under andra halvåret 2020 och då vara en av landets modernaste och bäst utrustade expertkliniker. Inledningsvis kommer kliniken att fokusera på diagnos och kirurgisk behandling av cancersjukdomar, företrädesvis prostatacancer. Inom kort ska kliniken även kunna erbjuda behandling och uppföljning av andra cancersjukdomar.

Peritus = latin för ”expert, skicklig”

Perituskliniken är ett intressebolag i Mellby Gårds portfölj sedan 2018. Mellby Gårds representant i styrelsen: Johan Andersson (ordförande).

Lokalisering: .....Medicon Village i Lund

Ordförande: .....Johan Andersson

# BRANSCHENS NÖJDASTE KUNDER FÖR FJÄRDE ÅRET I RAD

StudentConsulting har en avgörande roll att spela i förändringen på den svenska arbetsmarknaden. Med digitala verktyg ligger bolaget i framkant inom nationell rekrytering och bemanning och står redo som ett privat alternativ när den statliga Arbetsförmedlingen stöps om.

StudentConsulting är ett av Skandinavians ledande bemannings- och rekryteringsföretag. Det hela började med förmedling av tim- och vikarietjänster för studenter i norra Sverige. Sedan dess har verksamheten utvecklats till nationell nivå i Sverige, Norge och Danmark, samt rekrytering av unga akademiker och yrkesutbildade. Under senaste året har StudentConsulting satt 11 554 personer i jobb.

Årsomsättningen på nästan 1 miljard kronor kommer i dag från bemanning, rekrytering, vikariefunktion och jobbmatchning. Tillväxten sedan starten för drygt 20 år sedan har varit enorm. I dag motsvarar tio dagars försäljning det som var en hel årsomsättning för 13 år sedan.

Tillväxten har vid fyra tillfällen belönats med Dagens Industris Gasellutmärkelse i norra Sverige för det företag som växer snabbast med lönsamhet och det gör att StudentConsulting i år har fått utmärkelsen mästartgasell och de bolag i Sverige senaste 20 åren som vunnit gasellpriset flest gånger av alla bolag.

Framgångsreceptet för vd:n och grundaren Tobias Lindfors är en metodisk satsning på digital jobbmatchning.

”Det är förvånande hur analog och manuell rekryteringsbranschen fortfarande är. Med våra digitala verktyg har vi kunnat göra vår verksamhet effektiv både för oss själva och för de jobbsökande. De jobbsökande kan med våra verktyg söka jobb över hela landet, eller i ett grannland, utan att fysiskt behöva åka landet runt för att gå på jobbintervjuer”, säger Tobias Lindfors.

Företagets rekryterings- och bemanningssystem heter TalentChannel™. Det har utvecklats successivt genom åren och matchar flexibelt och snabbt de jobbsökande med arbetsgivare där både video-CV och personliga tester är en del av matchningen. År 2005 var StudentConsulting först ut i branschen med video-CV, ett digitalt CV där den jobbsökande spelas in på video. Det är ett sätt att digitalisera den vanliga jobbintervjun och ger de sökande möjlighet att presentera sina personliga egenskaper som kan vara avgörande för en ung person som ännu inte kunna fylla på sitt vanliga CV.

För kunderna, till exempel företag och kommuner, blir bemanning ”just in time” allt viktigare, som ett komplement till kundernas ordinarie personal. I TalentChannel™ kan kunderna följa jobbmatchningen i realtid och där StudentConsulting kan bemanna personal inom en eller ett par timmars varsel, till exempel när en kund på morgonen behöver vikarier till samma dag. Bolaget har i dag 119 ramavtal med stora företag, organisationer, myndigheter eller kommuner. HR-chefer och andra beställare av rekrytering och bemanning runt om i landet får i allt snabbare takt upp ögonen för StudentConsultings digitala system.

Medan rekryterings- och bemanningsbranschen kämpar med låga marginaler med ett snitt i branschen på ca 3 procent kan StudentConsulting visa upp en EBITDA-marginal på cirka 6 procent för 2018/2019. Lönsamheten ökar i takt med att bolaget rör sig uppåt i värdekedjan med alltmer avancerade rekryteringsuppdrag.







// *De jobbsökande kan med våra verktyg söka jobb över hela landet, eller i ett grannland, utan att fysiskt behöva åka landet runt för att gå på jobbintervjuer.*

Nästa steg i bolagets utveckling är nu att vara med och utveckla den nya arbetsförmedlingen. StudentConsulting finns på 176 uppdragsorter i Skandinavien och får idag ut högst andel i jobb genom jobbmatchningsvolymerna som tilldelas från arbetsförmedlingen genom att den arbetssökande själv får välja aktör. Denna volym är idag liten men kommer att öka genom regeringens beslut att arbetsförmedlingen ska göras om i grunden och ersättas av privata aktörer. StudentConsulting får ut högst andel i jobb av alla aktörer. 57 procent av de arbetssökande får en sysselsättning, detta kan jämföras med branschens snitt på cirka 30 procent.

StudentConsulting finns med 176 uppdragsorter och 39 kontor dit jobbsökande kan gå för en personlig intervju, spela in ett video-CV och få hjälp att matchas till rätt jobb eller utbildning. Kombinationen många fysiska kontor med den digitala matchningen gör företaget till en modern arbetsförmedling, vilket kommer bli nyckeln till fortsatt framgång.

#### VIKTIGA HÄNDELSE 2018/2019

- » Branschens nöjdaste kunder för fjärde året i rad (enligt Evimatrix).
- » Utnämndes 2019 till Mästargasell av Dagens Industri och det bolag som vunnit flest gasellpriser av alla företag de senaste 20 åren.



Vd Tobias Lindfors

#### FAKTA

StudentConsulting är ett av Skandinavien ledande bemannings- och rekryteringsföretag och specialiserat på studenter, akademiker och yrkesutbildade. StudentConsulting är verksamt inom bemanning, vikarier, rekrytering, jobbmatchning/omställning och utbildning. Rekryteringsnätverket består av 13 800 beställare och cirka 400 000 arbetssökande på 176 uppdragsorter i Sverige, Norge och Danmark. Under 2018 rekryterades 11 554 personer till jobb genom StudentConsulting.

StudentConsulting är ett intressebolag i Mellby Gårds portfölj sedan 2010. Mellby Gårds representant i styrelsen: Johan Andersson.

Huvudkontor: ..... Luleå  
Omsättning 2018/2019: ..... 889,8 MSEK  
Antal anställda: ..... 1 812 (omräknat i FTE)  
Ordförande: ..... Bengt Wallentin



**VÅRA BOLAG  
- KONSUMENTVAROR**

## PÅ JAKT MED NY AMMUNITION

Chevalier, som är ett varumärkesbolag inom jaktkläder, ingick under året ett samgående med fritidskoncernen Open Air Group. Genom affären kommer Chevalier in i ett större sammanhang med de strategiska synergier som behövs i en detaljhandel i snabb förändring.

Chevalier firar nästa år sitt 70-årsjubileum. Genom bolagets långa historia har jaktkläder av högsta kvalitet skapat en solid ställning som ett ledande premiumvarumärke i jaktvärlden. Mellby Gård förvärvade bolaget 2015 i samband med ett generationsskifte. Efter förvärvet har det gradvis blivit allt klarare att ett litet nischbolag i klädbranschen står inför stora utmaningar i form av konkurrens och kundernas ändrade köpvanor.

”Chevalier mår bra av att komma in i en större kontext och att få glädje av de skalfördelar som det medför. Det är ett starkt och anrikt varumärke och tillsammans med de andra innehaven inom Open Air Group kan vi dela resurser inom e-handelskompetens, inköp, design, CSR och finans. Man kan säga att Chevalier fått ny ammunition för fortsatt tillväxt”, säger Sven Knutsson som är Chevaliers ordförande och som efter affären även sitter i Open Air Groups styrelse.

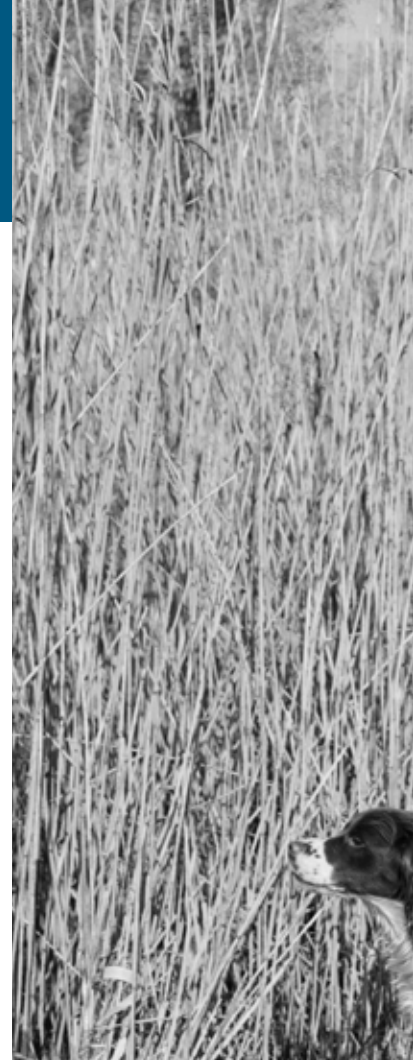
Open Air Group är ett holdingbolag som äger ett antal varumärken inom jakt och fritid på de nordiska marknaderna – inte minst i Finland. Bland varumärkena finns jaktklädesmärket Alaska som ligger i ett lägre prissegment än Chevalier och därför har en annan, kompletterande, kundgrupp, samt butiksvaremärket Widforss. Huvudägare till Open Air Group är investmentbolaget Nalka som har sitt ursprung inom Ikeagruppen. Genom samgåendet får Mellby Gård en ägarandel på 22,5 procent i Open Air Group.

”Mellby Gårds investeringshorisont är alltid evig. Vi säljer inte bolag. Men när det finns uppenbara strategiska fördelar och en industriell logik så tittar vi självklart på det. Samgåendet mellan Chevalier och Open Air Group är ett sådant exempel”, säger Sven Knutsson.

Vd för Chevalier sedan oktober 2018 är Niklas Nilsson. Han har en bakgrund sedan 30 år inom detaljhandel och varumärkesbolag. Redan i 20-årsåldern startade han en egen klädbutik i Ulricehamn. Sedan har karriären gått via bolag som Järnia, Team Sportia, Whirlpool, Philips, Expert, Elon och senast klädmärket Didriksons.

”Detaljhandeln förändras snabbt. Allt fler konsumenter handlar på nätet, och det innebär att fysiska butiker slås ut. De som ska överleva måste investera stort i upplevelsen i butiken. En affär som säljer jaktrelaterade produkter kanske behöver se över sitt serviceutbud för att vara relevant, och detta gäller all detaljhandel. Det här får effekter för hur vi ska jobba med marknaden som varumärkesbolag. Vi måste finnas i rätt butiker och på rätt plattformar”, säger Niklas Nilsson.

Under året har han prioriterat ett varumärkesarbete, där värdena i Chevalier har definierats eftersom det är extremt viktigt att ett varumärke står för tydliga värden som kunder vill identifiera sig med. Chevalier är ett märke som med stil och funktion är ett val för den medvetna jägaren som ser jakt som en livsstil och ett socialt sammanhang. Chevalier ska ta jägaren närmare naturen och återspegla jägarens själ.





“ Vi måste finnas i rätt butiker och på rätt plattformar.

”Under året har vi minskat säljstyrkan och istället ökat produktutvecklingen. Det har vi gjort för att säkerställa att Chevaliers värden verkligen återspeglas i kollektionerna”, säger Niklas Nilsson.

Chevalier har haft ett försäljningsmässigt mellanår med ungefär oförändrad försäljning jämfört med året innan. Resultatmässigt har året inneburit förlust sedan bolaget tagit stora engångskostnader. Lagret har flyttats och en partner för tredjepartslogistik har bytts ut. Samtidigt har bolaget bytt affärssystem.

Chevalier finns på cirka 30 marknader där de största är Sverige, Norge, Tyskland och östra Europa.



Niklas Nilsson, vd Chevalier

### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Chevalier gick samman med Open Air Group.
- » Niklas Nilsson tillträdde som vd i oktober 2018.
- » Ett stort varumärkesarbete slutfördes.
- » Lagret flyttades och samarbete med en ny tredjepartslogistik inleddes.
- » Implementationen av ett nytt affärssystem slutfördes.
- » Organisationen förändrades med fokus på produktutveckling, design och inköp.

### FAKTA

Chevalier utvecklar, designar och marknadsför kläder och tillbehör för jakt och fritid under eget varumärke. Bolaget grundades 1950 och har i dag försäljning på ett 30-tal marknader med Sverige, norra och östra Europa som huvudmarknader.

Chevalier är en del av Mellby Gård sedan 2015. Sedan 2019 ingår Chevalier i holdingbolaget Open Air Group, där Mellby Gård äger 22,5 procent. Mellby Gårds representant i styrelsen: Sven Knutsson.

Huvudkontor: ..... Mölnlycke  
 Omsättning 2018/2019\*: .....354 MSEK  
 Antal anställda: .....79  
 Ordförande: ..... Rickard Kemfors

\*Proforma. Inkluderar omsättning för Chevalier.

# VILL BLI BÄST PÅ ATT FÖRSTÅ KUNDERNAS BEHOV

Klädbranschens står inför stora utmaningar: hård konkurrens från e-handel, minskad konsumtion och ökat fokus på hållbarhetsfrågor. För Elisabeth Peregi, ny vd på KappAhl, handlar det om att sätta kunden i centrum och bygga strategin på det.

”Vår vision är att bli varje prioriterad målgrupps förstahandsval. Vi måste skapa en väldigt bra känsla hos kunderna – det handlar om modenivå, om passform och om rätt pris. Konkurrenterna är bara ett klick bort. Jag tog jobbet för att jag gillar branschen, och KappAhl är ett spännande företag med starkt varumärke som jag ser stor potential i”, säger Elisabeth Peregi, vd på KappAhl sedan april 2019.

Kundernas inköpsmönster har förändrats, de handlar färre gånger och snittköpen minskar. Klädköpen andel av konsumenternas plånbok minskar, istället ökar begagnat och rena byten. Att hyra plagg för enstaka tillfällen kommer sannolikt bli vanligare i framtiden.

Hållbarhetsfrågor blir allt viktigare. KappAhl har gått in som delägare i Renewcell, ett företag som producerar nya tyger av återvunna plagg. Svenska konsumenter slänger 8 kilo kläder per år och KappAhl erbjuder i dag möjligheten att lämna gamla använda plagg i butikerna.

”Förr handlade det om att människor inte hade råd att handla, i dag om att det ses som osunt. Nya generationer blir medvetna kunder – branschen står inför stora förändringar. Att vara nära kunden, ge god service och erbjuda en överlägsen kundupplevelse är viktigt. Ökad målgruppsanpassning är vägen dit”, säger Elisabeth Peregi.

KappAhls marknadsandel är liten men det finns stor potential i en värld med global handel. Kedjan har flera unika koncept som går bra, till exempel Newbie för de allra minsta och XLNT för kvinnor som efterfrågar större storlekar.

”Allt bygger på att vi är lyhörda för våra kunders önskemål och att vi förblir relevanta för dem. Hur vill kunden bli bemött? Hur mycket hjälp vill hon ha? Vilken guidning ska vi ge? Kunden förväntar sig att allt funkar”, säger Elisabeth Peregi och tillägger: ”Vi behöver även bli bättre på att omsätta kundinsikter i action. På en snabbväxande marknad är korta ledtider viktigt.”

Det kommer nya varor till butikerna hela tiden, om de inte säljs tas de undan för att inte stoppa upp flödet och säljs till extrapris. I normalfallet tar det sex månader från idé till leverans i butik, men ambitionen är att sänka ledtiden till fyra månader. KappAhl har även ett snabbspår där det bara tar tolv veckor från idé till leverans.

”Vi har en strategisk treårsplan. Den bygger bland annat på att vi ska bli bättre på att nyttja våra styrkor. KappAhl har en styrka i den egna designen, att vi själva ritar kläderna. Vi har även en styrka i mixen av fysiska butiker och online. Jag ser stor potential i detta”, säger Elisabeth Peregi.

KappAhl står starkt i Norden och ser potential i Polen och Storbritannien. Den framtida tillväxten handlar mer om nya kanaler än nya geografier. På sikt kommer kedjan att ha färre butiker i Norden, men på mer rätt läge, samtidigt som det finns potential att etablera fler butiker i Polen och Storbritannien.

Stora köpcentra står sig, där etableras gym, biografier och restauranger vilket gör att allt fler hänger där, inte minst i trångbudda storstäder. Det småskaliga och nära funkar också bra, medan de mindre stadskärnorna får det allt tuffare.

”Vi ska finnas där kunden finns, vilket innebär att vi behöver mötas på fler ytor än i dag, på nya och annorlunda ställen. Och vi kommer att behöva stänga där läget tappat sin relevans. Butiksnätet förändras och vi jobbar med både stora och små konceptbutiker”, säger Elisabeth Peregi.

Under året har KappAhl lanserat KappAhl Kids med fokus på barnkläder och etablerat en ny flaggskeppsbutik på köpcentret Nordstan i Göteborg. Kedjan jobbar även med shop-in-shop-lösningar för olika interna varumärken och har lanserat servicen click-and-collect, där kunden bokar på nätet och hämtar i butik.





// Vi ska finnas där kunden finns.

”Vi ska växa genom samarbeten, där vi drar nytta av andras plattformar och räckvidd. Ett exempel är Newbies samarbete med Borås tapeter. Vi jobbar också med rådgivning och försäljning på telefon, med hjälp av en nordisk kundtjänst kan vi hjälpa kunderna att klicka ihop en komplett garderob”, säger Elisabeth Peregi.

Medarbetarna spelar en nyckelroll i förändringsarbetet. När arbetssätt ska ändras är det oerhört viktigt att alla är involverade och engagerade:

”Jag vill att alla känner att de är här för att göra skillnad, att de känner sig uppskattade och kan påverka. Jag vill trycka ut mer av besluten till organisationen och vi måste prata mer med kunderna”, säger Elisabeth Peregi och tillägger avslutningsvis:

”Vi måste hela tiden ställa oss frågan: vad säljer – och vad säljer inte? Vad hade sålt istället? Kanske ska vi i framtiden hänga mer på skolgårdar och andra ställen där kunderna är för att observera vad som gäller?”

#### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Ny konceptbutik KappAhl Kids.
- » Ny flaggskeppsbutik lanseras i Göteborg.
- » Elisabeth Peregi tillträder som vd i april.
- » KappAhl går in som delägare i Renewcell som återanvänder gamla kläder.
- » Ny 3-årsplan framtagen.
- » Mellby Gård förvärvade över 90 procent av aktierna i KappAhl och påbörjade avnoteringen av bolaget från Stockholmsbörsen.

Vd Elisabeth Peregi



#### 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 ett intressebolag i Mellby Gårds portfölj sedan 2013. Mellby Gårds representanter i styrelsen: Anders Bülow (ordförande) och Thomas Gustafsson.

Huvudkontor: ..... Mölndal  
 Omsättning 2018/2019: ..... 4 819 MSEK\*  
 Antal anställda: ..... 2 884  
 Ordförande: ..... Anders Bülow

\*Räkenskapsår sträcker sig från september till augusti.

# OMSTÄLLNINGEN I DETALJHANDELN KRÄVER ÖKAT KUNDFOKUS

Flash AB ändrade 2017 namn till Lund Fashion AB med syfte på ett neutralt och trovärdigt sätt kunna driva flera koncept i samma bolag. Idag driver bolaget två klädeskoncept, Flash och Dea Axelssons. Båda koncepten vänder sig till ”kvinnan mitt i livet”, kläder för vardagen, privat och på arbetsplatsen.

Både Flash och Dea Axelssons har kunder som är lojala och kommer tillbaka regelbundet. Men klädesbranschen i Sverige är inne i en omfattande omställning.

”Generellt sett känner naturligtvis även vi av den utmaning som detaljhandeln för närvarande upplever”, säger Åsa Sånemyr, ny vd för Lund Fashion. ”Besöken i de fysiska butikerna minskar, vilket är ett område som vi måste arbeta med. Jag tycker dock att den stora övergripande omställningen inte ska fokusera på online eller offline, utan handlar mer om att hela detaljhandeln måste arbeta för att bli ännu mer intressant och relevant för fler och bredare konsumentgrupper.”

”Jag tillträdde som vd för Lund Fashion i maj 2019 och det första vi gjorde då var att genomföra en omfattande kundundersökning med fokusgrupper för att komma nära våra kunder och komma underfund med deras behov mer i detalj. Inom klädesbranschen har vi arbetat allt för mycket efter: ”det är den här kollektionen som gäller i år, så köp den!”.

”Det synsättet måste vi vända på och verkligen förstå vad kunderna vill ha. Då tänker jag inte bara på vilka nya klädeskollektioner vi tar fram, vilket ju är grunden, men jag tänker även på att vi ska nå konsumenterna där de verkligen finns; på nätet eller i våra fysiska butiker – eller kanske någon annanstans. Vi måste även arbeta med hur butikerna ser ut, var de ligger, när de har öppet med mera, med mera”, säger Åsa Sånemyr.

En spännande utmaning för Lund Fashion just nu är att arbeta med och utveckla skillnader mellan bolagets två varumärken. Mellby Gård har ägt och stärkt Flash sedan 2003, medan Dea Axelssons togs över 2017.

”Det finns stora möjligheter i att positionera de båda varumärkena tydligare, för närvarande överlappar kundgrupperna varandra en aning för mycket. Detta är något vi arbetar med och målet är att se till att de finns tydligare differentiering”, säger Åsa Sånemyr.

Alla produkter inom Lund Fashion har alltid varit egen design och säljs enbart inom respektive koncept. Inköps- och designavdelningen är därför central 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.

”Flash har bland annat skapat ett starkt byxkoncept med ett antal byxmodeller som är välkända bland kunderna. Byxkonceptet har utvecklats ytterligare under året och spänner nu över båda varumärkena, eftersom det är ett koncept som fungerar för kvinnor i alla åldrar och för flera olika stilar”, säger Åsa Sånemyr.

”Dea Axelssons har under året lanserat sin första egendesignade kollektion. Lanseringen har utgått från arbetet med att förstå vad kunden verkligen vill ha och vilka produkter som fungerar. Kollektionen lanserades under senare delen av året och vi har därför ännu inte hunnit utvärdera den ordentligt.”

Ytorna för Dea Axelssons butiker är generellt sett relativt stora. För att utnyttja ytorna ännu bättre har Lund Fashion under året arbetat med att etablera mindre Flashbutiker, ”shop-in-shops”, i några av Dea Axelssons butiker.

”Vi har tagit en del av ytan i en Dea Axelssonsbutik och använt den till att skapa en Flashbutik i miniformat”, säger Åsa Sånemyr. ”På någon ort har det inneburit att vi stängt den befintliga Flashbutiken i det köpcentret, området eller på den orten. På andra ställen att vi har öppnat en ny butik. De första resultaten har varit framgångsrika och försäljningen har totalt sett ökat.”





// *Det finns stora möjligheter  
i att positionera de båda  
varumärkena tydligare.*

E-handeln inom både Flash och Dea Axelssons växer kontinuerligt. Många av kunderna har helt gått över till att handla på nätet eller kompletterar sina köp där. Huvuddelen av försäljning på nätet sker på orter där Lund Fashion redan har butiker.

”Vi behöver göra en del digitala anpassningar för att bli ännu bättre på att möta det nya sättet att handla kläder. Flash har en god tillväxt på nätet och vi kommer att satsa mycket på den kanalen framöver. Jag ser en möjlighet till ökad tillväxt med relativt små medel.”

Företagets nya vd, Åsa Sånemyr, kommer närmast från det svenska varumärket Hope där hon under åtta år arbetade med utmaningar som på många sätt liknar de som Lund Fashion står inför.

”Jag har med mig flera års erfarenhet från Hope som jag bedömer att jag kan ha nytta av på Lund Fashion. Jag har under mina första möten i bolaget mött våra medarbetare i butikerna och jag ser ett stort driv. De är modiga, vågar fatta egna beslut och hitta nya lösningar. Det finns en entreprenörsanda som jag hoppas kunna stärka ytterligare”, säger Åsa Sånemyr.

#### VIKTIGA HÄNDELSE 2018/2019

- » Genomfört en omfattande kundundersökning med fokusgrupper för att i detalj förstå kundernas behov.
- » Dea Axelssons lanserade sin första egendesignade klädeskollektion.
- » Genomförde organisationsförändringar för att effektivisera inköps- och designarbetet för våra båda koncept.
- » Öppnade åtta Flash shop-in-shop i våra Dea Axelssons butiker.



Vd Åsa Sånemyr

#### FAKTA

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

Flash ingår sedan 2003 i Mellby Gård. Dea Axelssons förvärvades 2017 och i samband med detta ändrade bolagets namn till Lund Fashion AB, som hanterar båda koncepten. Mellby Gårds representanter i styrelsen: Thomas Gustafsson (ordförande), Erik Andersson och Orvar Magnusson.

Huvudkontor: ..... Lund  
Omsättning 2018/2019: ..... 430,8 MSEK  
Antal anställda: ..... 249  
Ordförande: ..... Thomas Gustafsson

## STIL, PERSONLIGHET OCH ARV

Orden i rubriken är herrkonfektionsföretaget Oscar Jacobsons ledord. De tre deviserna har till och med fått ge namn åt mötesrummen på företagets huvudkontor i Borås. Arvet vårdas genom att måna om den yrkeskunnighet och kvalitet som alltid funnits. Med stil och personlighet har Oscar Jacobson hittat fram till en ny generation stilmedvetna män.

Oscar Jacobson grundades 1903 och har sedan dess ekiperat män med kostymer av hög kvalitet. I början av 2000-talet kom dock kostym-modet att domineras av nya aktörer. Oscar Jacobson hängde inte med i utvecklingen mot smalare snitt för en yngre målgrupp och blev allt mindre relevant för modemedvetna kostymköpare.

”Oscar Jacobson var ett riktigt gubbmärke för tio år sedan. 2009 började vi arbetet med att göra om företaget från en konfektionsleverantör till ett varumärke som är relevant för män i alla åldrar”, säger Roger Tjernberg, tillförordnad vd för Oscar Jacobson.

Han var vd för Oscar Jacobson mellan 2008 och 2017. Dessförinnan arbetade han för Tiger i 22 år, varav tio år som vd, och tog det företaget från dammiga herrekiperingar till ett av Sveriges ledande modevarumärken. Nu har han lett Oscar Jacobson på samma resa och återinträtt i rollen som tillförordnad vd. Till sin hjälp har han en stark organisation och inte minst den kreativa chefen Mats Pettersson med vilken han bildat radarpar sedan de båda var med och vände Tiger.

Receptet för förnyad relevans i butikerna är till synes enkelt: Stilmässigt riktar sig varumärket inte till olika åldrar, utan till olika kroppsformer (även om dessa ibland hänger ihop). Med tre olika modeller - klassisk, medel och smal - kan alla män hitta en Oscar Jacobson-kostym som passar.

”En utmaning i förnyingen av varumärket har varit att vi funnits bland fel återförsäljare, i en gammalmodig typ av butiker. Det har vi ändrat på och vi har även öppnat ett tiotal egna butiker där vi själva bestämmer hur varumärket ska uppfattas”, säger Roger Tjernberg.

Sortimentet har dessutom breddats till mer lediga plagg som chinos, pikétröjor, accessoarer och funktionsplagg för utomhusbruk. Designen sker i Sverige, sömnaden av konfektion i Litauen, stickat tillverkas i Italien och funktionsplaggen tillverkas i Asien. Alla dressade herrplagg tillverkas i Europa av kvalitets- och hållbarhetsskäl.

Oscar Jacobson finns i dag i hela Norden samt i Tyskland och England. Medan Sverige och Norge är förhållandevis mogna marknader finns förutsättningar för tillväxt i Danmark och Finland och en rejäl expansion i övriga Europa. I England kom Oscar Jacobson under året in på den attraktiva varuhuskedjan Selfridges vilket var ett genombrott.

Mellby Gård köpte företaget i slutet av räkenskapsåret 2017/2018. Ordförande är Thomas Gustafsson. I styrelsen leder han det strategiska arbetet med att hitta rätt kanaler till marknaden. Den snabbt växande e-handeln är en utmaning för alla konfektionsföretag.

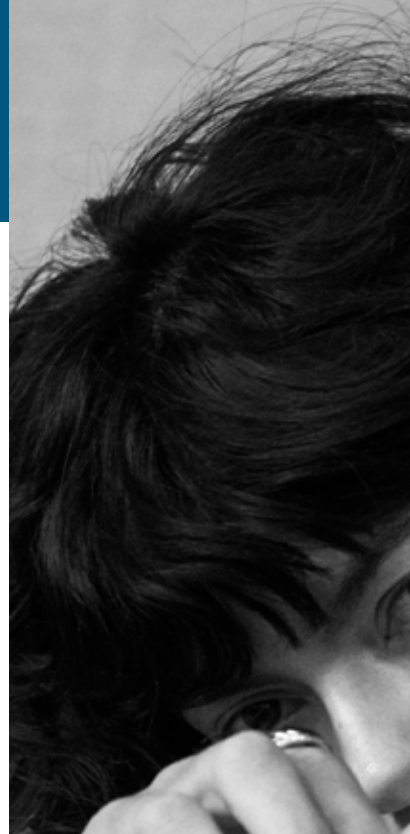
”Man kan inte säga att allt kommer att handla om e-handel i framtiden. Även långsiktigt handlar det om en mix av e-handel, egna fysiska butiker och återförsäljare. Det bästa sättet att komma in på en ny marknad är till exempel att finnas hos rätt återförsäljare, se till exempel på vårt inlägg på Selfridges i London”, säger Thomas Gustafsson.

Han pekar på att det kommer att krävas ökade konsument- och it-investeringar de kommande åren. Den utmaningen delar Oscar Jacobson med större delen av branschen.

”Det är dags att tänka mer långsiktigt och säkerställa ett kundmöte där digitalt och fysisk butik måste sitta ihop. Vi vet inte idag hur konsumenterna kommer att bete sig i framtiden, men vi ser dagens trender där rena e-handelsföretag öppnar fysiska showrooms och de traditionella företagen satsar på nätet. Då måste vi bygga digitala system som klarar av att vara flexibla och som gör det möjligt att möta kunden och leverera varorna på flera olika sätt”, säger han.

Oscar Jacobson kan i dag låta kunden sätta ihop sin egen kostym med val av fickor, knappar, skärningar och så vidare - i de egna butikerna. Nu inleds utvecklingen av ett it-system som ska ge stöd för samma service på nätet.

”Det kommer att bli större investeringar än normalt under de kommande tre åren. Det kommer att dämpa kassaflödet något, men på lång sikt är det helt nödvändigt”, säger Thomas Gustafsson.





“ Ett varumärke som är relevant för män i alla åldrar.

Räkenskapsåret 2018/2019 bjöd på oförändrad omsättning och lägre vinst. Bland orsakerna som tyngde fanns den varma sommaren som inte gynnade detaljhandeln. Följden av vädret, och den nya konkurrensen från e-handelsbolag, medförde långvariga rea-perioder som i princip inte hann upphöra innan nästa tog vid. Därutöver överlät Oscar Jacobson golfsortimentet på licensförsäljning under året. Det som kompenserade uppåt var en förändrad mix med tyngdpunkten förskjuten mot de egna kanalerna där lönsamheten är högre än vid försäljning via återförsäljare.

Mellby Gård hel- eller delägar idag fyra bolag inom konfektion och detaljhandel. Förutom Oscar Jacobson är det Kappahl, Lund Fashion och Open Air Group. Thomas Gustafsson framhäver att alla bolag är lika viktiga och att alla bolag ska vara självgående organisatoriskt sett. Att försöka hitta kostnadssynergier genom inköp, administration eller ekonomi ingår inte i strategin.

”När varje bolag är sitt eget växer entusiasmen, motivationen och stoltheten bland de anställda. Det är inget vi ska ändra på. Däremot har vi fyra bolag med både olika och liknande utmaningar. Bolagen har stora möjligheter att lära av varandra och tillsammans kan varje bolag enskilt nå sin fulla potential”, säger Thomas Gustafsson.

#### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Roger Tjernberg återinträdde som tf vd.
- » Genombrott i England, bland annat genom etablering på varuhuset Selfridges och Harvey Nicholls.
- » Genombrott för försäljning via e-handel.
- » Licensavtal för golfkläder i Kina och Storbritannien.
- » Varumärket etablerade sig framgångsrikt i Tyskland på 45 olika försäljningsplatser.

Tillförordnad vd  
Roger Tjernberg



#### FAKTA

Oscar Jacobson grundades 1903 och är ett av Sveriges mest anrika herrkonfektionsföretag. Hög kvalitet i design, tyger och passform kombineras med både tidlös elegans och ett attraktivt mode för modemedvetna män i alla åldrar. Bolaget har försäljning i Sverige, Norge, Danmark, Finland, Tyskland och England. Försäljningen sker via cirka 220 återförsäljare, tio egna fysiska flaggskepsbutiker, tre outlets samt i egen e-handel.

Oscar Jacobson är en del av Mellby Gård sedan 2018. Mellby Gårds representanter i styrelsen: Thomas Gustafsson (ordförande) och Sven Knutsson.

Huvudkontor: ..... Borås  
Omsättning 2018/2019: ..... 283,9 MSEK  
Antal anställda: ..... 84  
Ordförande: ..... Thomas Gustafsson

# UTVECKLING MED KUNDENS BEHOV I CENTRUM

Smarteyes befinner sig i en konsolideringsfas efter flera år av stark tillväxt. Parallellt med att bolaget har jobbat med att effektivisera verksamheten så har ett intensivt utvecklingsarbete skett i syfte att ta fram framtidens butikskoncept. Under 2018 invigdes en ny pilotbutik på Kungsgatan i Stockholm som är resultat av ett gediget analysarbete med fokus på kundernas behov.

”Vi kartlade sju olika typkunder och utifrån dessa kundinsikter identifierade vi sedan ett trettiotal förbättringspunkter. Vi har sett över allt: sortimentet, butikerna, servicen, bemötandet och vår prismodell. Pilotbutiken är vår möjlighet att testa och lära, för att på sikt förändra hela kedjan”, säger vd Thomas Kusoffsky.

Med satsningen på pilotbutiken hoppas Smarteyes även bidra till att stärka varumärket i Stockholm, där kedjan ser potential att utvecklas och växa: ”Vi har en resa att göra vad gäller marknadspenetrationen i storstadsområdena, inte minst i Stockholm men även i Göteborg och Malmö.”

Bland förändringsprojekten märks en ny sortimentsstrategi och nya sätt att köpa glasögon, allt grundat i de kundinsikter som analysarbetet gav upphov till.

”Kunderna gillar enkelhet, bra priser och paketerade lösningar som underlättar. Det har vi tagit fasta på och erbjuder nu tre prisnivåer för bågar respektive glas, samtidigt som vi har introducerat möjligheten att prenumerera på glasögon. Det är en helt ny typ av tjänst som ger kunderna ökad valfrihet, vilket i sin tur leder till högre kundlojalitet och snittköp per kund”, säger Thomas Kusoffsky.

Ny teknik bidrar också till ökad effektivitet, då optiker nu kan utföra synundersökningar på distans. Smarteyes 500 medarbetare är den enskilt viktigaste framgångsfaktorn, inte minst då det råder hård konkurrens om utbildade optiker. Smarteyes jobbar sedan flera år tillbaka med verktyg för att mäta och följa upp hur medarbetarna trivs utifrån elva olika målområden.

”Vi ser att medarbetarnas engagemang är helt avgörande för att kunderna ska vara nöjda, vilket i sin tur är grunden för lönsam tillväxt. Vi ser en tydlig korrelation mellan nöjda medarbetare och butikernas lönsamhet – när det inte funkar beror det oftast på brister i ledarskapet”, säger Thomas Kusoffsky och tillägger:

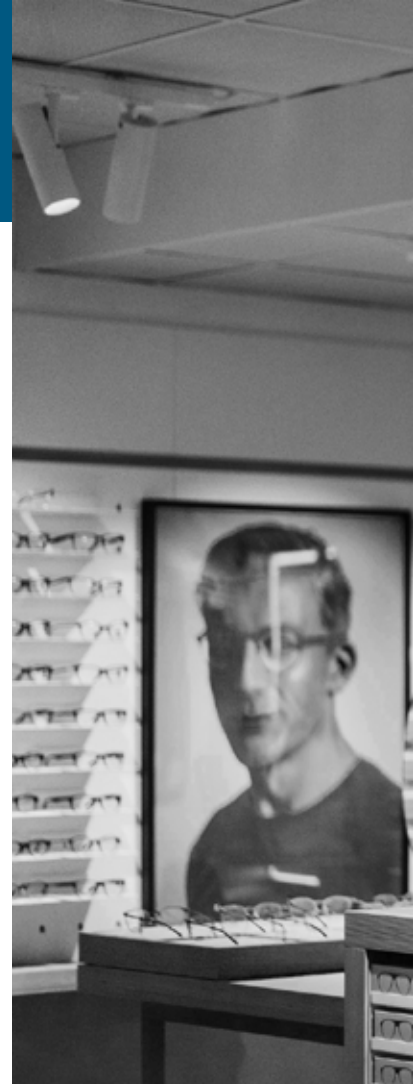
”2018 kom vi på fjärde plats i tävlingen Sveriges bästa arbetsgivare, i år kom vi på andra plats. Att Smarteyes är en bra arbetsgivare har bidragit till att vi inte längre har optikerbrist.”

Marknaden växer och Smarteyes ser stora möjligheter att ta andelar. Butiksrorelsen i Tyskland är lönsam och växer. I Danmark är Smarteyes på rätt spår efter en större omstrukturering som inleddes för tre år sedan. Olönsamma butiker stängdes och fokus har varit att göra de återstående tio butikerna lönsamma.

”Vi missbedömde den danska marknaden, som är mer kampanjdriven än den svenska. I linje med vår utveckling i Sverige så har vi justerat vår position och fyllt vårt erbjudande med andra värden än bara låga priser. Nu börjar vi se resultaten av förändringarna, med positivt kassaflöde och svarta siffror”, säger Thomas Kusoffsky.

I Sverige blev 2018 ett nytt rekordår för Smarteyes.

”Vårt utökade och breddade utbud, högre snittköp per kund och fortsatt fokus på kostnadskontroll bidrog till ett rekordresultat för våra 63 butiker på den svenska marknaden. Vi har en stark plattform, utmaningen framöver är att öka tillväxten som hittills varit till 100 procent organisk med egenägda butiker”, avslutar Thomas Kusoffsky.



Ready to  
readers.

01. Prova dig fram till din rätta styrka.
02. Hitta din favoritdesign bland våra bögar.
03. Välj en färg som passar dig.
04. Betala i kassan och börja läsa.



” *Kunderna gillar enkelhet,  
bra priser och paketerade  
lösningar som underlättar.*

Vd Thomas Kusoffsky



#### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Ny pilotbutik invigd i Stockholm för att utveckla framtidens butik och stärka varumärket.
- » Nytt rekordår för den svenska verksamheten, positiv utveckling i Tyskland och Danmark.
- » Utsedd av Great Place to Work som Sveriges andra bästa arbetsgivare i kategorin Stora Organisationer.

#### FAKTA

Smarteyes är en optikkedja som startade 2007 med affärsidén att ta kontroll över hela värdekedjan, från egen design till kundmötet i butik. Med bra service och ett brett sortiment kvalitetsglasögon till låga priser blir kunderbudandet lustfyllt och spännande. Missionen är att tillhandahålla designade kvalitetsglasögon 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 2018/2019: ..... 648,4 MSEK  
Antal anställda: ..... 369  
Ordförande: ..... Thomas Gustafsson



VÅRA BOLAG  
- INDUSTRI

# NY STRATEGI OCH PRISHÖJNINGAR PRÄGLADE 2018

Duni tillverkar och säljer serveringstillbehör och måltidsförpackningar. Bolaget är noterat på Nasdaq Stockholm Mid Cap och Mellby Gård är den största enskilda ägaren med 29,9 procent av aktierna. Duni har en mycket stark kärna som levererat en rörelsemarginal i enlighet med målet, 10 procent, under lång tid.

Ett antal omvärldsfaktorer gjorde dock att 2018 präglades av att parera kostnadsökningar inom flera viktiga områden. Tillväxten låg visserligen i nivå med de senaste åren, cirka 1,5 procent, medan det operativa resultatet sjönk till 430 MSEK.

”Den stora förklaringen till att resultatet sjönk är ett antal kraftiga kostnadsökningar, främst det snabbt ökande priset på pappersmassa”, säger Dunis vd och koncernchef Johan Sundelin. ”På ett år steg massapriset med cirka 40 procent, vilket innebär att det ökade lika mycket på tolv månader som det tidigare gjorde under nästan tolv år.”

Dessutom ökade energipriset med cirka 60 procent under samma period. För att motverka kostnadsökningarna vidtog Duni åtgärder med målet att höja rörelsemarginalen tillbaka mot det finansiella målet 10 procent.

”Först och främst fokuserade vi på att höja priserna på samtliga våra produkter. Vi genomförde höjningar vid två tillfällen, vilket var de enskilt viktigaste åtgärderna för att öka lönsamheten. De var fullt genomförda under det första kvartalet 2019.”

För att utveckla Duni långsiktigt och skapa hållbar framgång handlar det om att höja tillväxten. 1,5 procent är inte acceptabelt och inte långsiktigt hållbart.

”Därför lanserade vi under 2018 en ny strategi, ”Plattform för tillväxt 2019-2023”, med målet att göra Duni till ett ännu mer hållbart och kundinriktat företag.”

Strategin består av fem olika delar:

- » Kundupplevelsen i centrum
- » Ännu starkare miljöanpassning
- » Kundenpassade lösningar
- » Effektivare med digitalisering
- » En starkare organisation (Duni Way)

I grunden är detta den stora och långsiktiga förändringen av Duni, det vill säga att förflytta bolaget från ett fabriks-, massa-, bruks- och produktionsinriktat företag till att fokusera på kunderna och deras olika behov.

”Glädjande nog såg vi positiva effekter av både prishöjningar och strategi redan under första kvartalet 2019. Tillväxten i kvartalet var cirka tre procent, främst drivet av en ökning inom hållbara förpackningar. Genomförda prishöjningar och ett något sjunkande massapris bidrog till en något bättre lönsamhet”, säger Johan Sundelin.

”Förvärv är en viktig del av vår tillväxtstrategi, och kommer så att vara även framöver. Förvärven ska ske inom våra fokusområden, främst hållbara förpackningar, och rätt geografi, i första hand Asien/Oceanien.”

Under 2018 gjorde Duni två strategiska förvärv i linje med det; BioPac i England, och BioPak, i Australien och Nya Zeeland. Förvärven har stärkt koncernens erbjudande inom hållbara förpackningar och bidrar till att förflytta kunder inom plastprodukter till mer hållbara fiberlösningar. Båda bolagen har vuxit kraftigt, över 20 procent per år, och vuxit ytterligare sedan Duni förvärvade dem.

Geografiskt har Duni försäljning i 133 länder. För fem år sedan fanns det i princip inte någon större affär i Asien. Under 2018 var omsättningen där cirka 800 MSEK.







// *Förvärv är en viktig del av vår tillväxtstrategi.*

”Vi är nu väl etablerade i många länder i en region som växer betydligt fortare än Europa. Men Europa är fortsatt vår bas och det är viktigt att försvara våra kärnmarknader här. Vi ser även geografiska tillväxtpotentialer i Europa, till exempel i de södra och östra delarna”, säger Johan Sundelin.

#### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Lansering av ny tillväxtstrategi, ”Plattform för tillväxt 2019–2023”.
- » Förvärv av 75 procent av aktierna i BioPak Pty Ltd. med verksamhet i Australien och Nya Zeeland, 75 procent av aktierna i Biopac UK Ltd. i England.
- » Genomförande av pilotprojekt med cirkulära lösningar för en hållbar framtid.
- » Lansering av helt återvinningsbar kaffekopp under Volvo Ocean Race.

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.

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 ett intressebolag i Mellby Gårds portfölj sedan 2007. Mellby Gårds representant i styrelsen: Thomas Gustafsson.

Huvudkontor: ..... Malmö  
Omsättning 2018: ..... 5 263 MSEK  
Antal anställda: ..... 2 509  
Ordförande: ..... Magnus Yngen

# ÖVER EN MILJARD I OMSÄTTNING – GODKÄNT RESULTAT TROTS ÖKANDE RÅMATERIALPRISER

Feralco tillverkar och säljer produkter för vattenrening, främst oorganiska koagulanter. Efter nästan 20 år i Mellby Gårds portfölj passerade bolaget för första gången miljardvallen i omsättning och nådde 1 149 MSEK i total omsättning för 2018/2019.

Ökande priser på råmaterial var den största faktorn till att resultatet inte nådde upp till föregående års nivå, men tack vare ett effektivt arbete med prishöjningar och bibehållna kostnader utvecklades det andra halvåret resultatmässigt på ett mycket bra sätt. Strategin för framtida tillväxt är fortsatt inriktad på möjligheter till konsolidering av industrin och expansion i relaterade produkt- och serviceområden, främst genom attraktiva kompletterande förvärv.

Feralcos mål är att vara etta eller tvåa på de marknader i Europa som kännetecknas av hög mognadsgrad. Under året fortsatte tillväxten i enlighet med strategin med ytterligare ett förvärv, den här gången i Spanien.

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

Feralco har varit en pålitlig vinstmaskin under Mellbys ägande. Givet marknadens karaktär av stabil men begränsad tillväxt är antalet parametrar som kan påverka resultatet kortsiktigt begränsade. Väder och årstider kan emellertid ha en signifikant påverkan, vilket de hade på ett positivt sätt föregående år. Årets resultat har påverkats av kraftiga ökning av priser på råmaterial. Företaget har dock på ett snabbt och systematiskt sätt lyckats höja priserna, och under andra halvåret var lönsamheten tillbaka på en god nivå.

Vädret och årstiderna kan emellertid ha en betydande inverkan som under föregående räkenskapsår, och de oförutsedda och snabba prisökningarna för samtliga råvaror under detta räkenskapsår visar behovet av en fokuserad och flexibel organisation som ligger nära de olika geografiska marknadernas utveckling.

”Vår marknad är mogen och den organiska tillväxten är begränsad. Samtidigt är vi försiktiga när vi går på tillväxtmarknader. Behovet av vattenrening är stort och växer snabbt på många håll i världen, men det innebär också att det finns många andra aktörer på dessa marknader. Konkurrensen på dessa snabbt växande marknader är stor, vilket begränsar våra möjligheter att göra lönsamma investeringar där”, säger Stephen Childs, en av bolagets två vd:ar.

Stephen Childs leder Feralco tillsammans med Ludovic Huitorel. De har lett Feralco tillsammans i över tio år och båda understryker att Feralcos huvudmarknad är Europa och att det är där bolaget verkligen kan dra nytta av den marknadsledande ställning som bolaget har i många länder.

”Under det senaste året förvärvade vi det spanska företaget Gesitma S.L. som är specialiserat på industriell avfallshantering och har sitt säte i regionen La Rioja i norra Spanien. Gesitma är ett av de ledande oorganiska avfallshanteringsbolagen i Spanien och omsätter över fem miljoner euro, det och även om det inte är ett stort förvärv, är det strategiskt viktigt för oss”, säger Ludovic Huitorel.

// Vår marknad är mogen och den organiska tillväxten är begränsad.

Förvärvet ökar antalet produktionsenheter på den iberiska halvön från två till tre, och kommer att bredda Feralcos position samt stärka bolagets position inom avfallshantering.

Föregående år förvärvade Feralco det italienska företaget Braia S.r.l, ledande i Italien på oorganiska koagulanter som används i vattenrening och vid paperstillverkning. Under året har företaget effektivt integrerats i Feralco Italia.

”Det finns fortfarande utrymme att konsolidera den europeiska marknaden och vi har en pipeline med bolag som vi tittar på. Förutom konsolidering av vattenreningsmarknaden tittar vi även på möjligheterna att växa inom kompletterande industrigrenar där våra lösningar kan vara relevanta”, säger Ludovic Huitorel.

Han pekar också på att bolaget gjort flera investeringar i kärnverksamheten under året. Bland annat har kapaciteten i tillverkning av järnsalter ökat i både England och Frankrike.

#### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Förvärv av det spanska bolaget Gesitma S.L. och framgångsrik integrering av det italienska bolaget Braia srl.
- » Den totala omsättningen översteg för första gången en miljard svenska kronor.
- » Prishöjningar motverkade framgångsrikt kraftiga höjningar av råmaterialpriser.
- » Fortsatta investeringar i ny och kompletterande tillverkningskapacitet.



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 representant i styrelsen: Johan Andersson (ordförande).

Huvudkontor: ..... Helsingborg  
Omsättning 2018/2019: .....1 149 MSEK  
Antal anställda: ..... 214  
Ordförande: .....Johan Andersson

# VISAR VÄGEN TILL DEN SMARTA STADEN

Flowbird är världsledande på parkeringslösningar och har levererat närmare 70 procent av världens alla parkeringsautomater. Branschen förändras snabbt av digitaliseringen och Flowbird är i färd med att ta en ledande roll i den smarta staden.

New York City, Buenos Aires, Hong Kong och Chicago – det är några av de storstäder som under året 2018/2019 valt att upphandla eller komplettera Flowbirds lösningar. I Hongkong har företaget tecknat ett tioårskontrakt med kommunen om en totallösning för stadens parkeringar. Även i Buenos Aires är kontraktet på tio år och omfattar bland annat 1 900 fysiska terminaler.

”Det är viktigt med långa kontrakt eftersom vi tar ansvar för drift, underhåll och uppgradering av våra system, säger Bertrand Barthelemy som är koncernchef.

Flowbird har sitt huvudkontor i Frankrike efter den fusion som genomfördes i början av 2018 mellan det dåvarande helfranska bolaget Parkeon och svenska Cale – som är ett av Mellby Gårds äldsta innehav. Efter fusionen är Mellby Gård minoritetsägare med cirka 23 procent av aktierna. Huvudägare är det franska private equity-bolaget Astorg.

2018/2019 är därmed det första hela räkenskapsåret för den sammanslagna koncernen. Året har präglats av integration av såväl organisation som teknik och att förklara för kunderna vad den nya organisationen innebär.

”Vi har hittat mer synergier än vi trodde. Det gäller både kostnads- och intäktssidan och även inom den tekniska utvecklingen. Vi har till exempel kunnat integrera tekniska komponenter från båda sidor i nya terminaler där vi bytt ut dyrare delar från Parkeon och satt in både mer avancerade och prisvärda delar från Cale, och tvärtom. Därutöver har våra kunder tagit emot den nya koncernen och det nya varumärket väl, även om vi fått lägga kraft på att förklara vad vi är i dag, säger Bertrand Barthelemy.

Han är väl medveten om att framtidens parkeringslösningar är digitala och att den fysiska automaten därför kan ifrågasättas. Han pekar dock på att försäljningen av terminaler varit oförminskad under året och att de fysiska produkterna kommer att fortsätta sälja bra under överskådlig tid. Terminalernas roll håller dessutom på att förändras på ett sätt som kommer att göra dem fortsatt relevanta.

Mellby Gårds representant i Flowbirds styrelse är Johan Andersson. Han pekar på terminalens potential i den smarta staden:

”Flowbird har 70 procent av den installerade basen av parkeringsautomater i världen. Det finns en stor potential att använda dessa till mycket mer än bara att betala en parkering. Det är egentligen bara fantasin som sätter gränserna, säger han och fortsätter:

”Vi ska fokusera på den enorma mängd data vi hanterar samt systemintegration. Våra nya terminaler kan hantera olika typer av information, så framöver kan man hyra en cykel eller en bil, hämta biobiljetter eller delta i en opinionsundersökning från våra terminaler. Det blir en digital kiosk, säger Johan Andersson.

Framtiden är även mobil. Bilister över hela världen väljer i allt större omfattning bort terminalen för att endast registrera en parkering i mobilen. Även här utvecklar Flowbird egna lösningar under olika varumärken som successivt migrerar till ett gemensamt varumärke. Här är inte bara betalning en av lösningarna, utan Flowbirds välförgrenade nät av fysiska terminaler utgör en viktig del av ett ekosystem där fysiska och mobila lösningar talar med varandra. Det kan till exempel handla om registrering av parkeringstillstånd för boendeparkering. En kommun kan med information om efterfrågan





// *Våra kunder har tagit emot det nya varumärket väl.*

### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Ett tioårskontrakt säkrades med staden Hong Kong avseende parkeringskiosker och integrerade mobila system.
- » Ett tioårskontrakt säkrades med staden Buenos Aires avseende parkeringskiosker och integrerade mobila system.
- » Ett avtal med staden Chicago säkrades avseende cirka 5 000 moderna parkeringskiosker.
- » Ett femårskontrakt med staden New York säkrades om uppgradering av 14 000 parkeringskiosker med integrerade mobila system.

planera mängd och lokalisering av p-platser och bilister kan i mobilen, eller direkt i bilens system, få information om var det finns lediga parkeringsplatser. Fysiska terminaler kan även mäta luftföroreningar och skicka informationen till mobilapplikationen.

”Allt detta sammantaget innebär en mycket spännande framtid för Flowbird. Koncernen spenderar mycket pengar på forskning och utveckling”, säger Johan Andersson.

Bolaget har två affärsområden: Smart City som i huvudsak innehåller parkeringslösningarna, samt Transport Intelligence som tillverkar och säljer biljettautomater för kollektivtrafik. I runda tal står Smart City för 75 procent av omsättningen och Transport Intelligence för 25 procent.

Flowbirds huvudägare Astorg har en tioårig investeringshorisont och förr eller senare kommer det att bli tal om en exit. Mellby Gård kommer att förhålla sig till detta utifrån de omständigheter som gäller när detta blir aktuellt.

Koncernchef  
Bertrand Barthelemy



### FAKTA

Flowbird är resultatet av en fusion som beslutades i januari 2018 mellan svenska Cale och franska Parkeon. Cale grundades i Sverige 1955 och utvecklades under åren till av världens ledande leverantörer av parkeringsautomater, mobilapplikationer, tillståndslösningar, system för övervakning och bötfällning samt transaktionshantering.

Flowbird har genom Cale varit en del av Mellby Gård sedan 1997. Mellby Gårds representant i styrelsen: Johan Andersson.

Huvudkontor: .....Paris  
Omsättning 2018/2019: .....319,1 MEUR  
Antal anställda: .....1 246  
Ordförande: .....François de Mityr

# I FRAMKANT AV INNOVATION OCH UTVECKLING

Hedson utvecklar och säljer utrustning till främst billackerings- och däckverkstäder. Med anor från 1960-talet har bolaget ledande varumärken inom hydrauliska liftar, lacktorkning och hjulvättar. Idag sker försäljning till över 80 länder i alla världsdelar och framöver väntar en fortsatt expansion på den nordamerikanska marknaden.

I Hedsons portfölj finns världsledande varumärken inom billifftar (Herkules), hjulvättar (Drester) och härdningsutrustning (IRT). Hedsons tongivande roll i branschen har under åren resulterat i att flera aktörer försökt kopiera bolagets produkter. Konkurrenternas metoder sporrar Hedson till att löpande säkerställa en hög innovationstakt för att inte tappa försprånget.

”Man blir en auktoritet i branschen när man förstår kundernas behov och är drivande i utvecklingen. En konsekvens av detta har blivit att flera av våra konkurrenter försöker kopiera oss och sedan pressa priserna”, säger Magnus Björnström, vd för Hedson fram till september 2019.

”För oss är det viktigt att hela tiden hålla uppe kvaliteten och vara drivande inom innovation. Det gör att vi kan skapa värden för våra kunder och hålla avståndet till konkurrenterna”, säger han.

Bolaget lägger idag 6–8 procent av den årliga omsättningen på produktutveckling. Under året har det resulterat i ett flertal nya lanseringar som bidrar till stora miljövinster och effektivare resursförbrukning. Ökad efterfrågan på hållbara lösningar märks tydligt bland kunderna, som är allt från mindre verkstäder till de stora biltillverkarna.

”En av årets viktigaste lanseringar är ett reningssystem som kan hantera vatten från verkstadsmiljöer. Historiskt sett har verkstäder varit ganska smutsiga miljöer, men tack vare smarta lösningar börjar det förändras”, säger Magnus Björnström.

”Vi har också lanserat en ny typ av härdningsutrustning för UV-baserade material. Jämfört med traditionella metoder innebär detta att härdningstiden minskar från minuter till sekunder. På sikt sparar det stora resurser för våra kunder”, säger han.

De nya produkterna har mötts av positiva reaktioner från kunderna och ser ut att bli starka tillskott i bolagets produktportfölj. På Hedson är man därför optimistiska inför att kunna öka omsättningen med 5 procent under nästa år.

En utmaning i bolagets tillväxtarbete har varit avsaknaden av ett gemensamt internt affärssystem. Arbetet med att samla alla funktioner i samma system är numera i full gång och väntas vara klart under nästa verksamhetsår.

”Med det moderniserade affärssystemet kommer hela bolaget att finnas samlat under ett paraply. Det möjliggör ett effektivare orderflöde och ökad tillväxt”, säger Magnus Björnström.

I Hedsons tillväxtsatsning riktas fokus mot Nordamerika samt södra Europa, däribland Frankrike och Spanien. Bolagets expansion till andra sidan Atlanten är fortfarande i ett tidigt skede, men är av strategisk betydelse i en bransch som är starkt präglad av konsolidering.



// Tack vare våra medarbetare har vi idag några av branschens starkaste varumärken.



”Potentialen i Nordamerika är enorm och man kan alltid önska att den här typen av satsningar ska gå fortare. Men det kostar både tid och pengar att etablera sig på en helt ny marknad”, säger Magnus Björnström.

I september 2019 valde Magnus att ta sig an nya utmaningar, efter att ha varit vd på bolaget under nära 4,5 år. Han efterträddes av Lennart Eriksson, som närmast kommer från tjänsten som COO på Hedson – en tjänst som han i fortsättningen har parallellt med vd-uppdraget.

”Det känns hedrande att få leda Hedson framöver. Tack vare våra medarbetare och all den kunskap som finns i företaget har vi idag några av branschens starkaste varumärken. Jag ser fram emot att förvalta det förtroende som vi byggt upp och använda det för att ytterligare stärka vår internationella position”, säger Lennart Eriksson.

#### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Lennart Eriksson tillträdde som vd i september 2019.
- » Etablering i Spanien samt fortsatta satsningar på Frankrike och Nordamerika.
- » Lansering av vattenreningsystem för verkstäder.
- » Lansering av härdningsutrustning för UV-baserade material.

Vd Lennart Eriksson



#### 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. I Hedsons portfölj finns varumärkena Drester, Herkules, IRT och Trisk.

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

Huvudkontor: .....Arlöv  
Omsättning 2018/2019: ..... 268,2 MSEK  
Antal anställda: ..... 134  
Ordförande: ..... Fredrik Hansson

## NYA MARKNADER SKAPADE TILLVÄXT UNDER 2018

Roxtec är omsättningsmässigt Mellby Gårds största helägda dotterbolag. Bolaget tillverkar kabel- och rör genomföringar för miljöer med mycket höga och multipla krav. Företaget grundades i samband med uppfinningen av Multidiameter™, en lösning för anpassning till kablar och rör av olika dimensioner, baserad på tätningsmoduler med skalbara lager.

Modulerna är i två delar och placeras kring kablar och rör i en ram som monteras i öppningar i till exempel golv, väggar eller tak. När installationen avslutas med en kompressionsenhet skapas en genomföring som möter de krav en tung industri har när det gäller skydd mot exempelvis brand eller vatten- och gasläckage.

Roxtec hade tidigare en stor exponering mot olja och gas offshore, marknader där den övergripande tillväxten sjunkit dramatiskt under några år.

”Offshore Oil & Gas var tidigare vårt största kundsegment. Idag är det vårt minsta”, säger Roxtecs vd Mikael Helmerson. ”För att kompensera för nedgången har vi under de senaste åren breddat vår marknadsstrategi mot fler segment. Successivt har vi tagit marknadsandelar inom dessa, vilket under 2018 resulterade i att vi återigen kunde rapportera tillväxt.”

”Det är mycket glädjande att vår försäljning återigen växer. Det visar att vår strategiska omprofilering fungerar och att våra lösningar är eftertraktade inom flera marknader. De branscher som vi nu växer inom har höga säkerhetskrav kombinerat med goda framtida förutsättningar för ytterligare tillväxt”, säger Mikael Helmerson.

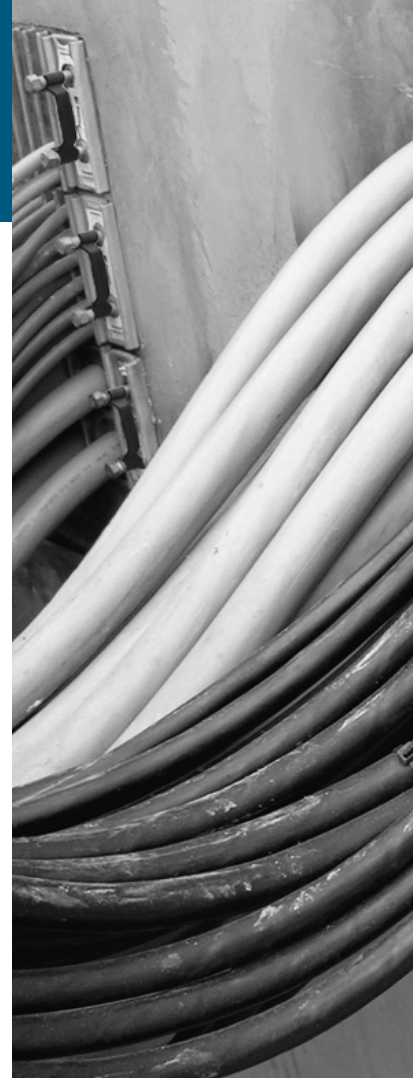
Roxtecs tre affärsområden är Marine & Offshore, Power & Process Industries samt Industry & Infrastructure. Några exempel på tillämpningsområden som vinner mark är kryssningsfartyg, vindkraftverk, tåg, tunnlar och datahallar.

För ett par år sedan startade Roxtec en särskild verksamhet för att arbeta med företagets eftermarknad. I det ligger framförallt inspektionstjänster, det vill säga att verifiera att de tätningslösningar som företaget har levererat fungerar på utlovat sätt även efter installations-, renoverings- och uppgraderingsarbeten.

”Vi såg ett behov hos våra kunder att säkerställa den långsiktiga kvaliteten på våra installationer. Successivt har vi skapat ett koncept för att systematiskt inspektera genomföringar – främst inom marin och offshore. Under 2018 tog denna eftermarknad fart på ett glädjande sätt och vi kommer att fortsätta att utveckla vår eftermarknadsaffär”, säger Mikael Helmerson.

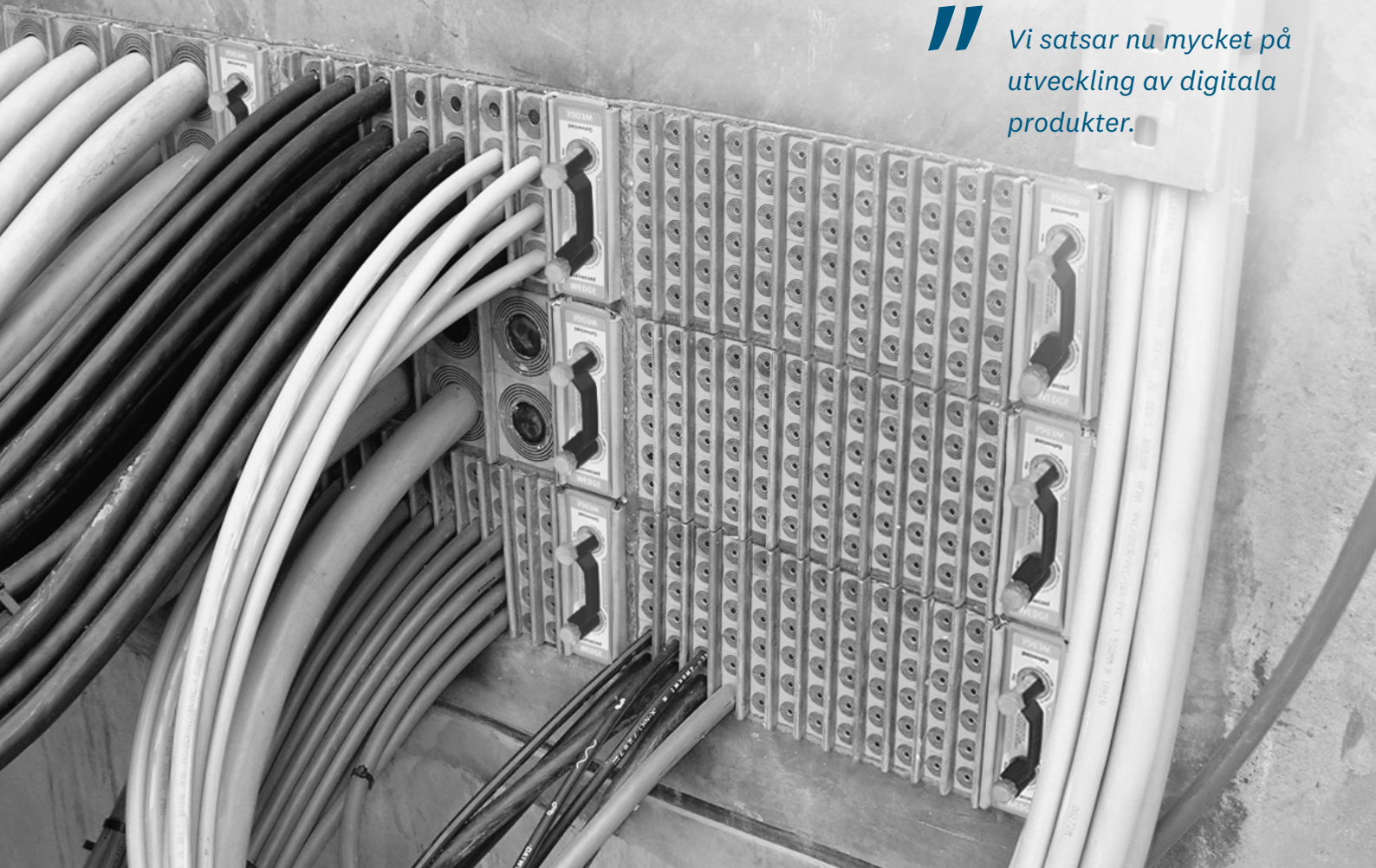
För att behålla sin marknadsledande position måste Roxtec kontinuerligt utveckla och lansera nya material och produkter.

”Övergripande arbetar vi med utveckling inom två områden”, säger Mikael Helmerson. ”Ett är att utveckla själva materialet för att göra det ännu bättre och framför allt bredare, det vill säga att det ska kunna klara ”multiple demands”, så att samma produkt klarar flera olika typer av påfrestningar, som exempelvis brand, frätande kemikalier och högt tryck.”





// Vi satsar nu mycket på utveckling av digitala produkter.



”Ett annat utvecklingsområde är att hitta nya applikationer så att vi kontinuerligt täcker kundernas behov av tätningslösningar. För oss kan det i många fall också innebära att vi behöver genomföra en certifiering för att produkten ska bli godkänd för en viss applikation. Det arbetet har lett till att vi har vuxit inom flera specifika nischer, som kryssningsfartyg, där hög komfort går hand i hand med höga säkerhetskrav. Vidare satsar vi nu också mycket på utveckling av ”digitala produkter”, d v s mjukvarulösningar som skapar mervärde till våra kunder”, säger Mikael Helmerson.

#### FAKTA

Roxtec utvecklar, tillverkar och säljer modulbaserade tätningslösningar för kablar och rör. Exempel på branscher och tillämpningsområden är varv, oljeindustri, process- och tillverkningsindustri, byggnation, energi 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 2006.  
Mellby Gårds representanter i styrelsen: Hans Stråberg (ordförande), Rune Andersson, Johan Andersson och Anders Bülow.

Huvudkontor: ..... Karlskrona  
Omsättning 2018/2019: ..... 1 866 MSEK  
Antal anställda: ..... 806  
Ordförande: ..... Hans Stråberg



Vd Mikael Helmerson

#### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Nytt laboratorium skapar förutsättningar för fortsatt kontinuerlig utveckling av säkerhetsprodukter. Laboratoriet fördubblar Roxtecs kapacitet att testa brandskyddsmaterial och -produkter.
- » Roxtec utsågs till ett av Sveriges ”best managed companies”, en utmärkelse som Deloitte delar ut i samarbete med Nasdaq.
- » Fortsatt framgångsrik lansering av nya produkter, bland annat rörtätningar samt genomföringar för användning under mark respektive över vattenlinjen inom marinsegmentet.



VÅRA BOLAG  
- BYGG

# DEN FINSKA MODELLEN SKA GE LYFT

Nikkarit har tagit en nisch inom byggsektorn genom att utföra montering av lister, dörrar och fönster och ta betalt per löpmetrar eller enhet, istället för timdebitering. Företaget riktar sig till de större byggbolagen i Finland, Sverige och Norge. Jan Gustafsson är ny vd sedan februari 2019 och ska se till att verksamheten bedrivs lika effektivt på alla marknader.

Nikkarit grundades i Finland 1990, etablerade sig i Sverige i början av 2000-talet och ingår i Mellby Gård sedan 2014. Genom hård specialisering når bolaget ett konkurrenskraftigt erbjudande i kvalitet, effektivitet och pris. Det handlar om att montera lister och karmar, dörrar och fönster i kommersiella byggprojekt.

Affärsmodellen att ta betalt per löpmetrar list, eller per fönster, samt specialiseringen av medarbetare och arbetsutrustning, innebär att Nikkarits installatörer kan jobba billigare och snabbare än vad kunderna själva klarar av. Samtidigt uppskattar kunderna att kunna flytta sina egna snickare till nästa byggprojekt och låta Nikkarit stå för det slutliga finsnickeriet. Summan blir högre effektivitet i hela byggkedjan, högre kvalitet på kortare tid och till lägre pris.

Affärsmodellen gör det lönsamt för Nikkarit att jobba snabbt. Det innebär höga krav på att installatörerna kan allokeras effektivt och att till exempel minimera restider mellan olika byggen. På den största marknaden, Finland, är detta ett väloljat maskineri. I Finland är Nikkarit marknadsledare inom sin nisch och utför 65-70 procent av list- och dörrmonteringen på alla nybyggda lägenheter i landet. Det handlar om totalt 60 kilometer list och 1 500 dörrar och fönster – per vecka.

I Sverige har Nikkarit vuxit snabbt på senare år, men drabbats av växtvärk. Det har gått lite fortare än vad bolaget hunnit med att leverera på ett effektivt och lönsamt sätt. Jan Gustafsson har arbetat på Nikkarit i Finland sedan 2011 och tillträdde posten som koncernchef i februari 2019. Hans uppdrag är att medverka till att affären i Sverige och Norge blir lika effektiv som den är i Finland.

”I Finland är vår affärsmodell inarbetad och välkänd i byggbranschen. Där har vi en marknadsandel på cirka 70 procent inom vår nisch. Under året har vi behållit en oförändrad omsättning och bra lönsamhet trots en svagt vikande byggmarknad. I Sverige växte vi snabbt under ett par år, men under det gångna året har lönsamheten inte hängt med”, säger han.

Avgörande för framgången i den finska modellen är att Nikkarit kan teckna årliga ramavtal med byggbolagen och inom dessa ramavtal allokera installatörerna på ett logistiskt maximalt effektivt sätt. Ramavtalen ger säljprocessen större effektivitet än att sälja gentemot varje enskilt byggprojekt. I Finland sker omkring 70 procent av försäljningen genom årliga ramavtal medan man i Sverige ännu är hänvisad till att sälja tjänsterna för varje enskilt byggprojekt.

”Min roll är att coacha fram den finska modellen i Sverige och Norge. Vi behöver fler pågående projekt än vad vi har installatörer till på varje enskild marknad, det är först då vi får möjlighet att jobba resurseffektivt. Här finns också en intrimning av materialinköp att göra”, säger Jan Gustafsson.

I Finland har Nikkarit fyra affärsområden: Lister, dörrar, fönster och bastu till småhus. I Sverige och Norge finns ännu bara lister och dörrar. Jan Gustafssons ambition är att på sikt inleda fönsterinstallationer även i Sverige och göra den svenska verksamheten lika stor som den finska. I Norge är bolaget fortfarande i en uppstartsfas, men även här ska den finska modellen bli vägledande.



// I Finland är vår affärsmodell inarbetad och välkänd i byggbranschen.



Koncernchef  
Jan Gustafsson

#### 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.

Huvudkontor: ..... Sollentuna  
Omsättning 2018/2019: ..... 213,1 MSEK  
Antal anställda: ..... 217  
Ordförande: ..... Hans Stråberg

#### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Jan Gustafsson tillträdde som koncernchef i februari 2019.
- » Ny ledningsorganisation i Norge.
- » Nikkarit förvärvade exklusiva rättigheter till en ny innovativ fönsterlyft.

# PIGG 75-ÅRING INNOVATIV ETTA PÅ DEN SVENSKA SMÅHUSMARKNADEN

Efter några tuffare år ser Älvsbyhus en ljusning på marknaden. Med nya husmodeller och delvis ny strategi kan det 75-årsjubilerande bolagets vd Kent Johansson se framtiden an med tillförsikt.

2018 var ett tufft år för Älvsbyhus. Bolaget fullföljde under året investeringen i moderna huselement som lever upp till alla krav på energieffektivitet. Uppstarten var komplicerad, vilket ledde till förseningar som delvis påverkade leveranserna till kund.

Den svenska marknaden för småhus påverkades dessutom fortsatt negativt av krav på egen insats och tuffare amorteringskrav, vilket drabbar småhustillverkarna.

”Jag hade statsministern på besök och tog då upp frågan med honom. Han var väl medveten om problematiken, inte minst då det hör till socialdemokratisk idétradition att alla ska ha råd att bygga sitt eget hus. Och även om vi inte tror på någon snabb förändring av nuvarande regelverk så ser vi en ljusning på marknaden 2019”, säger vd Kent Johansson.

Det finns emellertid även positiva faktorer som ger draghjälp: räntan har parkerat på rekordlåga nivåer och det finns ett stort uppdämt behov av fler bostäder. Fler kommuner hörsammar också behoven av att ställa prisvärd tomtmark till förfogande som möjliggör för privatpersoner att bygga styckehus. Samtidigt bidrar bostadsbristen och de uppskrivade bostadspriserna i storstäderna till att fler orter blir attraktiva för nyproduktion.

”Vi ser tydliga effekter av att tillväxteffekterna sprider sig längre ut från storstädernas centra, där orter som exempelvis Eskilstuna, Norrtälje och Uppsala växer och blir attraktiva för nyproduktion. Samtidigt lägger vi delvis om vår strategi för att möta de nya villkoren, bland annat genom att i högre utsträckning förvärva mark som vi erbjuder kunderna”, säger Kent Johansson.

Ett exempel är att det markbolag som Älvsbyhus startade för två år sedan har förvärvat mark i Norrköping som nu detaljplaneras för byggnation av ett femtiotal småhus.

”En annan strategisk förändring är insikten att det är mycket lättare att sälja nya hus som står helt färdigställda. Vi bygger därför visningshus i större omfattning än vi gjorde tidigare”, säger Kent Johansson.

Älvsbyhus fortsätter att satsa på nya husmodeller och strävar efter att arbeta med samma bottenplatta för ökad effektivitet. Skillnaderna mellan olika marknader medför emellertid behov av lokala anpassningar för den svenska respektive norska och finska marknaden.

”Vi lanserade ett litet hus riktat mot äldre kunder i tvåpersonshushåll på den finska marknaden som söker en mindre och yteffektiv bostad. Det handlar om ett enplanshus på 63 kvadratmeter – givetvis med bastu – som nått stor framgång”, säger Kent Johansson.

Den finska marknaden präglas av försiktighet och sparsamma kunder som inte sällan amorterar av ett bolån på 15 års tid. För Älvsbyhus gäller det att öka volymerna med hjälp av nya attraktiva produkter. Under 2018 nådde bolaget en försäljning på cirka 80 hus i Finland.

Den norska marknaden präglades av viss avmattning under 2018, även om de norska hushållen fortsatt har god ekonomi och spenderar mycket pengar på boende. Typhuset i Norge är följaktligen större än i såväl Finland som i Sverige. Försäljningen riktar sig både till familjer och till äldre par. 2018 nådde Älvsbyhus en försäljning på cirka 140 hus i Norge.



// Om vi lyckas hålla förstaplatsen även under 2019 så har vi varit Sveriges största husleverantör 20 år i följd.



Den svenska marknaden är Älvsbyhus största med en försäljning 2018 på cirka 450 hus, i huvudsak till en målgrupp bestående av småbarnsfamiljer som är förstagångsköpare av hus. Älvsbyhus har medvetet kompletterat produktportföljen med hus som riktar sig mer mot premiumsegmentet. Under 2019 togs ett nytt gavelställt typhus fram som passar mindre tomter.

”Om vi lyckas hålla förstaplatsen även under 2019 så har vi varit Sveriges största husleverantör 20 år i följd”, säger Kent Johansson.

Älvsbyhus har varit ett Mellby Gård-företag sedan 1995 och relationen är viktig för bolaget: ”Vi binder mer kapital i dag i form av markköp och visningshus och då innebär Mellby Gård en trygghet som bidrar till vår utveckling. Vi har dessutom samma filosofi när det gäller synen på ekonomin”, avslutar Kent Johansson.

#### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Älvsbyhus firar 75 år som bolag.
- » Fabriken i Vålberg läggs i malpåse och 44 medarbetare avslutar sin anställning i början av 2019.
- » 10 nya husmodeller introducerades på marknaden.
- » Förvärv av mark i Norrköping för byggnation av drygt 50 småhus.



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, säljer och tillverkar 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 ett intressebolag i Mellby Gårds portfölj sedan 1995. Mellby Gårds representanter i styrelsen: Erik Andersson (ordförande), Johan Andersson och Anders Bülow.

Huvudkontor: .....Älvsbyn  
Omsättning 2018/2019: ..... 1 078,7 MSEK  
Antal anställda: ..... 302  
Ordförande: ..... Erik Andersson





VÅRA BOLAG  
- JORDBRUK

# MED STABILITET OCH TILLVÄXT SOM LEDORD

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. Med en förstärkt organisation ska BM Agri nu fortsätta växa under stabila och lönsamma former.

”Få händelser har påverkat oss och branschen så mycket som fjolårets värmebölja. Följdeckterna av sommarens torka kom att överskugga den dagliga verksamheten långt in i 2019. Det långsiktiga strategiarbetet fick dröja – fokus var att säkerställa och kvalitetssäkra leveranser till våra kunder” säger Johan Andersson, delägare i BM Agri och bolagets vd till oktober 2019.

BM Agri handlar främst med vete, malkorn, foderspannmål 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 ger en kostnadseffektiv och flexibel verksamhet, och skulle visa sig bli särskilt värdefullt efter torkan 2018.

”Lantbrukarna fick halverade skördar med sämre kvalitet. Sett till landet i stort blev spannmålsskörden den lägsta på över 60 år. Det blev omöjligt för lantbrukarna att leverera den produkt som de ingått avtal i. Sammantaget uppskattas torkan ha kostat dem 10 miljarder kronor i uteblivna inkomster”, säger Johan Andersson.

”De dåliga skördarna ställde både oss och våra konkurrenter inför samma utmaning. Det blev svårare att försörja kunderna med varor av rätt mängd och rätt kvalitet. Men vi kunde anpassa oss bättre till situationen, tack vare att vi är en liten organisation med förhållandevis låga fasta kostnader och nära relationer till lantbrukarna”, säger han.

Under ett år där branschen i stort såg resultaten stört dyka kunde BM Agri istället uppvisa ett plusresultat på 2,3 miljoner kronor under 2018.

”Det är ett resultat som vi, med tanke på omständigheterna, är nöjda med.”

Efter ett påfrestande 2018 bjöd 2019 istället på revansch för lantbrukarna. Tack vare gynnsamma temperaturer och rikliga mängder nederbörd blev skördarna på flera håll i landet större än ett normalår, vilket innebar en lättnades suck för hela branschen. Vid årets slut beräknas skördenivåerna uppgå till strax över 6 miljoner ton – vilket är nära en fördubbling mot det extrema fjolåret.

Under året tog BM Agri fortsatta steg mot att bli alltmer digitaliserade, vilket kommit att bli en konkurrensfaktor enligt Johan Andersson.

”Såväl leverantörer som kunder börjar ställa allt större krav på att vi kan erbjuda användarvänliga it-lösningar. Att ligga i framkant av den utvecklingen är en absolut nödvändighet.”

Under 2019 gjordes också flera rekryteringar i syfte att stärka organisationen inför framtiden. Försäljnings- och marknadsavdelningen fick tillskott i form av Per-Arne Gustavsson – en veteran inom branschen, med lång erfarenhet från Lantmännen och senast som spannmålschef på Svenska Foder.

”I den här branschen är relationer nyckeln till alla affärer. Produkten vi och våra konkurrenter säljer är ofta identisk. Det gäller att istället förstå leverantörernas förutsättningar och kundernas behov, för att kunna bygga förtroende och lojalitet. Per-Arnes kompetens och förståelse för hela värdekedjan är svåröverträffad”, säger Johan Andersson.



### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Per-Arne Gustavsson tillträdde som vd i oktober 2019.
- » Verksamheten uppvisade ett plusresultat trots branschens utmaningar efter 2018 års värmebölja.
- » Nya rekryteringar inom marknad, försäljning och administration.

På sikt bäddar satsningarna för att BM Agri bli en allt större aktör på marknaden. Men bolagets tillväxtresa får inte ske på bekostnad av lönsamheten understryker Johan Andersson, som i oktober 2019 lämnade vd-posten för att istället fokusera på strategiska frågor från styrelsenivå i bolaget.

”Det senaste året visar att vi har hittat ett koncept som fungerar, även när det blir motigt. Det finns en bra grund att bygga vidare på. Stabilitet och tillväxt är ledorden på vägen framåt”, säger han.

I oktober blev det klart att den nytillträdde marknadschefen Per-Arne Gustavsson tar över som vd för bolaget.

”Jag ser det som en förmån att få leda ett svenskt lantbruksföretag med mycket erfarenhet och sinne för affärer. Efter mina nu 30 år i branschen, hoppas jag kunna bidra med ett stort kontaktnät, både i Sverige och på våra exportmarknader. Min ambition är att dra nytta av min erfarenhet av större bolag samtidigt som vi fortfarande ska vara ett flexibelt företag, med korta beslutsvägar”, säger Per-Arne Gustavsson.

Vd Per-Arne Gustavsson



### 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 bondenytta i fokus genom kostnadseffektivitet och en nära relation till odlare och kunder.

BM Agri är ett intressebolag i Mellby Gårds portfölj sedan 2011. Mellby Gårds representant i styrelsen: Erik Andersson.

Huvudkontor: ..... Skara  
Omsättning 2018/2019: ..... 476,6 MSEK  
Antal anställda: ..... 6  
Ordförande: ..... Thomas Svensson

# MOBILA SÄLJ- OCH SERVICE- ENHETER OCH UPPVÄXLING INOM ENTREPRENAD

Söderberg & Haak är en importör och återförsäljare av jordbruks- och entreprenadmaskiner. Bolaget är Mellby Gårds äldsta helägda innehav med 24 år i portföljen. Vd Jonas Jaenecke har under året navigerat bolaget genom en tuff omstrukturering men ser nu med tillförsikt på arbetet med aktiv marknadsbearbetning.

I lantbruksbranschen passerade sommartorkan 2018 inte obemärkt förbi. Böndernas ansträngda situation gav en minskad efterfrågan på nya jordbruksmaskiner och tillbehör, vilket blev ett hårt slag mot en marknad som redan präglas av stor konkurrens.

Även för Söderberg & Haak kom böndernas minskade efterfrågan olägligt. Under 2015 drabbades bolaget av uppsagda kontrakt kring viktiga varumärken och man har sedan dess kämpat mot några år av minskad omsättning. För att vända utvecklingen genomförde Söderberg & Haak under första halvan av 2019 en omstrukturering av bolaget.

”Situationen var inte hållbar. Marknaden för lantbruksmaskiner har på senare år blivit överetablerad och samtidigt har bönderna några påfrestande säsonger bakom sig. Det har påverkat såväl marginaler som försäljningssiffrorna i fel riktning. Genom omstruktureringen har vi anpassat kostymen för lantbruksverksamheten samtidigt som vi viktat över mer fokus mot entreprenadbranschen”, säger vd Jonas Jaenecke.

Under omstruktureringen såldes delar av det ägda återförsäljarnätet av till lokala företrädare som driver vidare verksamheten i egen regi. Söderberg & Haak ökar istället närvaron mot kunderna genom mobila sälj- och servicecenter.

”Vår mobila lösning gör oss flexibla och ger en helt annan tillgänglighet. Det är viktigt för oss att kunna erbjuda våra kunder den bästa servicen och kompetensen, även om vi inte har en permanent anläggning på deras ort”, säger Jonas Jaenecke.

”Genom ökad mobilitet och större fokus på tillbehör kommer vi också kunna ta marknadsandelar i geografiska områden där vi historiskt sett varit svagare.”

Utmaningarna i Söderberg & Haaks lantbruksverksamhet har inte märkts av på entreprenadsidan, som idag står för mer än hälften av bolagets omsättning och visar på starkt tillväxt.

”Branschen för entreprenadmaskiner har vuxit de senaste åren och allt tyder på att den stabiliseras på en hög nivå. För oss har utvecklingen inneburit en möjlighet att växla upp inom entreprenad”, säger Jonas Jaenecke.

Som ett led i arbetet att utveckla entreprenadverksamheten har Söderberg & Haak på kort tid etablerat tre kompetenscenter i Staffanstorps, Kungälv samt Rosersberg utanför Stockholm. Här samlas försäljning och service med särskild teknisk expertis på Komatsu – det japanska varumärke som bolaget är återförsäljare för i Sverige sedan 2016.

Internationellt är Komatsu nummer två i världen inom entreprenad. Men i Sverige har varumärket tidigare hamnat i skuggan av dess konkurrenter på grund av bristande marknadsbearbetning. Detta vill Söderberg & Haak ändra på.

”Globalt sett är Komatsu ett oerhört starkt och efterfrågat varumärke. Vi jobbar hårt för att det ska få en lika framträdande roll i Sverige. Det arbetet börjar ge resultat nu”, säger Jonas Jaenecke.



// Det är viktigt för oss att kunna erbjuda våra kunder den bästa servicen och kompetensen.



”Våra kompetenscenter för Komatsu gör att vi nu har en plattform för både service och försäljning på strategiska platser vid storstadsregionerna. Det är här över hälften av alla entreprenadmaskiner i Sverige säljs och genomgår service. Genom vår närvaro ska vi på sikt bli nummer tre i Sverige inom entreprenad och nå tvåsiffriga marknadsandelar med Komatsu.”

#### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Omstrukturering av lantbruksverksamheten, där delar av det ägda återförsäljarnätet såldes av till lokala företrädare.
- » Ökad närvaro mot kunder genom nya mobila sälj- och servicecenter.
- » Utvecklad entreprenadverksamhet, med fokus på varumärkena Komatsu och Bomag.

Vd Jonas Jaenecke



#### FAKTA

Söderberg & Haak är Sveriges ledande privatägda importör och återförsäljare av maskiner till lantbruket och bygg- och anläggningsindustrin. Bolaget marknadsför varumärken som Komatsu, Deutz-Fahr, Krone, Amazone, Dal-Bo och Geringhoff. Söderberg & Haak har cirka 40 anläggningar i Sverige med försäljning, service och reservdelsförsäljning.

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

Huvudkontor: ..... Staffanstorp  
Omsättning 2018/2019: ..... 1 041 MSEK  
Antal anställda: .....257  
Ordförande: .....Sven Knutsson



**ÖVRIG  
VERKSAMHET**

# ETT BESÖKS- OCH NATURCENTRUM I STÄNDIG UTVECKLING

Eriksberg Hotel & Nature Reserve i Blekinge är Nordens största safaripark. 60 000 gäster besökte under året Eriksberg för att bo på hotellet, hålla konferens, äta från viltmenyn i restaurangen, handla souvenirer i butiken eller göra en safaritur bland de vilda djuren. Målet är att öka antalet besökare och vd Per-Arne Olsson välkomnar därför regionens nya satsningar som ska främja turistnäringen i länet.

Mitt inne i naturreservatet, där verksamheten grundar sig i att främja och utveckla djur- och naturlivet samt den biologiska mångfalden, ligger Eriksbergs hotell- och restaurangverksamhet. Den påkostade anläggningen inhyser ett 30-tal rum, varav 10 sviter, och hade under året cirka 6 000 övernattande gäster. Inte sällan är hotellgästerna en del av de många konferenssällskap som söker sig hit. Framöver är målet att attrahera ännu större andel privatpersoner.

”Idag har vi en beläggingsgrad på drygt 40 procent. På sikt ska vi upp till ca 60 procent. Många hotellverksamheter fokuserar bara på beläggingsgraden. Det är lika viktigt att titta på priset som du kan ta för en övernattnings i förhållande till beläggningen. På Eriksberg erbjuder vi miljöer och upplevelser som du inte hittar någon annanstans i Norden”, säger vd Per-Arne Olsson.

I strategin som ska få fler privatpersoner att övernatta ingår nya boendalternativ som låter gästerna komma ännu närmare naturen och reservatets rika djurliv.

”Nästa steg i hotellupplevelsen är naturboenden. Bland annat genom att introducera glamping; glamorous camping. Det är ett handsytt tält i samma segelduk som Ostindiefararen, med arkitektritade möbler och inredningsdetaljer i mässing. Tältet ligger på ett cirka 2000 miljoner år gammalt berg med spektakulär utsikt över Färksjön”, säger Per-Arne Olsson.

Sammantaget hade Eriksberg 60 000 besökare under året. Huvuddelen är svenskar men allt fler kommer från Danmark, i synnerhet från Köpenhamn. Målet är att inom några år höja besöksantalet. Erbjudanden som attraherar helt nya kundgrupper utgör en viktig del av tillväxtsatsningen, däribland naturboenden, hyrcyklar och utökade badmöjligheter.

”För att få fler besökare måste vi kontinuerligt utveckla verksamheten och erbjuda en upplevelse av högsta klass. Det är viktigt att vi har något som tilltalar såväl lokala och regionala, som nationella och internationella besökare”, säger Per-Arne Olsson.

Entrébyggnaden, känd som Outdoor Eriksberg, stod klar i juni 2018 och har bland annat ett café samt en butik med egna viltprodukter, souvenirer, kläder från Chevalier och en utställning om Karen Blixens gudson, Andrew Holmberg med fru. Outdoor Eriksberg fungerar som ett nav för hela anläggningen och flera aktiviteter utgår ifrån byggnaden. På sikt är målet 200 000 besökare till Outdoor Eriksberg.

Det är inte bara de egna satsningarna som väntas ge en tillströmning av besökare till anläggningen. Under året lanserade flera blekingska kommuner tillsammans med bland andra Visit Blekinge mobilappen ”ARK56”, en satsning som ska främja turistnäringen i länet.







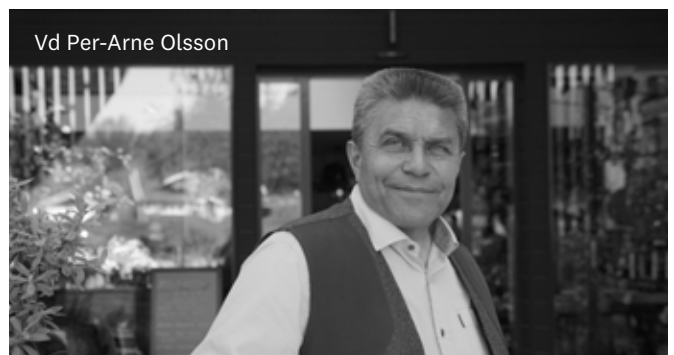
”På Eriksberg erbjuder vi miljöer och upplevelser som du inte hittar någon annanstans i Norden.

”ARK56 kommer inte bara ge ett lyft till oss utan till hela regionen. Nu kan man med ett knapptryck få förslag på hur man ska ta sig från Mörrum i väst till Kristianopel i öst. Det gör hela skärgården mer tillgänglig”, säger Per-Arne Olsson.

”På sikt kommer det innebära ett större flöde av turister under hela året. Det ger oss stor potential att växa på alla våra verksamhetsområden”, säger han.

#### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Utvecklat hotellerbjudande med satsningar på nya boendalternativ.
- » Nominerade till årets FAB hotell och ett av de 29 bästa hotellen i Norden.
- » Årets krog utsedd av Skåneländska Gastronomiska Akademin.
- » Nominerade till årets hållbarhetsarbete i Blekinge.
- » Premiär för besöksnärlingsprojektet ARK56.



Vd Per-Arne Olsson

#### FAKTA

Eriksberg Hotel & Nature Reserve 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 1 600 djur. Antalet besökare under året var cirka 60 000 personer. Verksamheten består av restaurang, hotell och konferens, event, turism, skog, naturvård och jakt.

Eriksberg Hotel & Nature Reserve är ett systerbolag till Mellby Gård sedan 2008. Mellby Gårds representanter i styrelsen: Sten Libell (ordförande) och Johan Andersson.

Omsättning 2018/2019: ..... 38,5 MSEK  
 Antal anställda: ..... 34  
 Ordförande: ..... Sten Libell

# MED SIKTE PÅ TILLVÄXT OCH PÅ MÅLLINJEN

Mellby Gård Jordbruk bedriver storskaligt lant- och skogsbruk med huvudinriktning på gris- och nötdjursproduktion, skogsverksamhet och hästuppfödning. Den omfattande hästverksamheten har bland annat lagt grunden för framgångssagan Mellby Free.

På Mellby Gård har de senaste årens fokus legat på att skapa rum för tillväxt. Befintliga byggnader har renoverats och flera nya har tillkommit på gården. En av målsättningarna har varit att utöka grisproduktionen för att möta en allt större efterfrågan på svenskt kött.

Men i likhet med svenskt lantbruk i stort präglades Mellby Gårds år av földeeffekterna från sommartorkan 2018. En konsekvens blev att foderkostnaderna ökade med 40 procent, vilket belastade verksamhetens resultat negativt och har inneburit att tillväxtsatsningarna på grisproduktionen får dröja.

”Efter förra årets ovanligt långa och svåra torka har vi ägnat mycket tid åt att säkerställa och kvalitetssäkra foder åt våra djur. Det har varit en utmaning men våra medarbetare har gjort ett fantastiskt jobb”, säger inspektör Petter Beckman som ansvarar för driften på Mellby Gård.

”Framtiden för vår grisproduktion är fortfarande ljus. Den svenska modellen för djurhållning, som innebär god djuromsorg och låg antibiotikaanvändning, är en viktig konkurrensfördel gentemot omvärlden”, säger han.

I skogsverksamheten var lönsamheten fortsatt god under året men i likhet med jordbruket lämnade torkan och värmen sina spår även här.

”Delar av skogsbeståndet drabbades av angrepp från granbarkborren, vilket resulterade i att granarna dog. Vi inledde en systematisk inventering för att minska skadorna”, säger Petter Beckman.

”Framgent ser vi positivt och arbetar långsiktigt med skogsverksamheten. Vi fokuserar kontinuerligt på att utöka och förvärva mark. Det är en viktig del av tillväxtstrategin”, säger han.

Medan effekterna av torkan blev årets orosmoln blev travhästen Mellby Free istället årets solskenshistoria. Bara under 2018 lyckades den 4-åriga talangen generera över 6 miljoner kronor i vinstpremier. Hon blev därmed den tredje mest vinstgenererande hästen i Sverige under samma år.

”Mellby Free utmärkte sig redan som föl. Det syntes direkt att hon var något utöver det vanliga. Men att det skulle gå såhär bra hade vi aldrig vågats hoppas på”, säger Jan-Olov Alfredsson, travtränare på Mellby Gård.

Med flera vunna tävlingar under 2019 har Mellby Frees fortsatta framgångar inte låtit vänta på sig.

”Hon har potential att gå hur långt som helst. Men det viktiga är att vi tar det i hennes takt. Om hennes form inte är på topp, då startar vi inte”, säger Jan-Olov Alfredsson.

På Mellby Gård har man anledning att fira vinsterna lite extra. För några år sedan omstrukturerades hästverksamheten för att snabbare kunna identifiera hästarna med bäst tävlingsförutsättningar. En satsning som i viss mån redan börjar ge resultat.



*Mellby Free utmärkte sig redan som föl. Det syntes direkt att hon var något utöver det vanliga. Men att det skulle gå såhär bra hade vi aldrig vågats hoppas på.*

”Det är för tidigt att säga om Mellby Frees framgångar är ett kvitto på att vår omstrukturering burit frukt. Det tar många år innan man med säkerhet kan avgöra om vi har ett upplägg som fungerar. Men vi ser tecken på att det går åt rätt håll”, säger Jan-Olov Alfredsson.

Totalt har Mellby Gård cirka 100 hästar varav bland annat 20 fölston och 15 föl. Flera hästar finns utplacerade hos elittränare runt om i Sverige och utomlands.

#### VIKTIGA HÄNDELSER 2018/2019

- » Flerfaldiga vinster för Mellby Free.
- » Delar av skogsbeståndet drabbades av angrepp från granbarkborren.

#### 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 8 000 hektar fördelat på cirka 80 procent skog, 15 procent åkermark och 5 procent betesmark. Markerna är viltrika och erbjuder jakt på älg, hjort, vildsvin och rådjur.

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

Petter Beckman,  
Inspektor



Jan-Olov Alfredsson,  
Travtränare



# ETT STARKT SAMHÄLLENGAGEMANG

Mellby Gård har alltid haft ett starkt samhällsengagemang. Det visar sig bland annat genom uttalanden om vad vi tycker är viktigt för till exempel svenskt näringsliv, svensk skattepolitik eller svensk skola. I andra fall kan det handla om helt andra, mer vardagliga saker.

”Ett huvudmål med våra filantropiska aktiviteter är att de på något sätt ska vara en katalysator för att nå framgång”, säger Mellby Gårds vd Johan Andersson. ”Att se företag gå från lovande till ledande. Att nå nya banbrytande forskningsresultat. Att se mindre idrottsklubbar nå oväntade framgångar. Och, viktigast av allt, att se barn i utsatta delar av världen få förutsättningar till ett bättre liv och möjligheter att uppfylla sina drömmar.”

”Vi fortsätter att stödja verksamheter som i första hand har en anknytning till Mellby Gård, våra bolag eller det som är viktigt för vår familj. Det handlar främst om entreprenörskap samt forskning och utbildning. Vi strävar efter att successivt fokusera på färre men större engagemang. Det gör vi för att kunna vara mer aktiva i projekten, vilket ökar förutsättningar för framgång.”

Mellby Gård har som mål att varje år avsätta cirka två procent av koncernens vinst till stöd av olika slag, vanligtvis blir det cirka 20 miljoner kronor om året.

Under 2018/2019 har Mellby Gård stöttat Ung Företagsamhet, Lärargalan och Hjärnfonden, tre projekt som presenteras mer i detalj nedan. Utöver dessa har vi bidragit inom många andra områden, bland annat ett flertal forskningsprojekt, ett doktorandprojekt vid SLU/Alnarp, ett doktorandprojekt kring

friskolereformen, Blekingska Nationen, FC Rosengård, Global Child Forum, Hungerprojektet, Project Playground, Institutet för Näringslivsforskning, Trelleborgs FF samt Willefonden.

## UNG FÖRETAGSAMHET

Ung Företagsamhet är en politiskt obunden, ideell utbildningsorganisation som ger barn och ungdomar möjlighet att träna och utveckla sin kreativitet, företagsamhet och sitt entreprenörskap. Det gör man genom läromedel, lärarhandledningar, fortbildning, möjligheter till stipendier, utbyte med andra länder samt inspiration för lärare, elever och skolledare.

Ung Företagsamhet finns över hela Sverige via ett nationellt kansli och 24 regionala föreningar. Organisationen stöttar elever och lärare med över 100 engagerade medarbetare, alla med en bred kompetens inom entreprenörskap.

Sedan 1980 har gymnasieelever utbildats i entreprenörskap genom utbildningen ”UF-företagande” och sedan 2010 finns aktiviteter även på grundskolan. Organisationen finansieras via offentliga medel och stöd från det privata näringslivet.

”Ung Företagsamhet stimulerar på ett bra och konkret sätt entreprenörskap i unga åldrar, ett arbete som ligger i linje med vår familjs syn. Ung Företagsamhet har dessutom en tydlig koppling till vårt innehav i AcadeMedia”, säger Johan Andersson.





## LÄRARGALAN

Lärargalan är Sveriges största gala för lärare, då man under en kväll hyllar Sveriges mest framstående lärare framröstade av landets elever. Idén till galan kom från bristen på uppmärksamhet för lärarna. Den före detta eleven Beata Kull ville belysa vikten av läraryrket och bidra till att höja dess status. På bara ett par år har elevernas nomineringar vuxit från 700 till 30 000.

Beata är tacksam för den hjälp som lärarna gav henne hon under skoltiden. Tack vare dem nådde hon sin fulla potential för att kunna bli det hon ville. Genom Lärargalan vill hon ge tillbaka och lyfta fram förebilder. Lärargalan ger Sveriges elever en unik möjlighet att visa vad de gillar i skolan och på så sätt skapas framgångsrecept för hur en bra lärare undervisar.

”Mellby Gård vill genom Lärargalan stödja läraryrket och höja statusen för ett viktigt yrke”, säger Johan Andersson. ”Även Lärargalan har en direkt koppling till vårt innehav i AcadeMedia.”

## HJÄRNFONDEN

Mer än var tredje svensk kommer någon gång i livet drabbas av en hjärnsjukdom. Det kan vara stroke, Alzheimers sjukdom, epilepsi, migrän, depression, beroende eller anorexi. Antalet demenssjuka ökar kraftigt – år 2050 beräknas en kvarts miljon svenskar vara drabbade.

Många tror att hjärnsjukdomar mest drabbar äldre. Men vart tionde barn som föds i Sverige har någon form av hjärndiagnos. I varje skolklass finns barn som lider av autism, ADHD eller dyslexi. Andelen 16-24-åringar som uppger sig besväras av psykiska besvär och depression har tredubblats på tjugo år.

Hjärnfonden stödjer forskning om hela hjärnan. Kunskapen om hjärnan är fortfarande låg och många hjärnsjukdomar är tabubelagda. Forskning om hjärnan är en förutsättning för att få fram nya effektiva behandlingar. Hjärnfonden är den enda organisation som stödjer forskning och information om hela hjärnan – både den friska och den drabbade.

”Hjärnan är ett forskningsområde som behöver mer resurser och Hjärnfonden stödjer forskning kring sjukdomar som vi än så länge inte vet så mycket om”, säger Johan Andersson. ”Dessutom finns det en viss koppling till sjukdomsbilden inom familjen.”

# 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.

**1995**

Förvärv av 50 procent i Älvsbyhus.

Förvärv av 100 procent av Söderberg & Haak. Tillsammans med Älvsbyhus utgör dessa 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

## 2008

Förvärv av ytterligare 8 procent i Duni, med ett totalt innehav av strax under 30 procent.

## 2007

Förvärv av 22 procent i Duni (publ).

Förvärv av resterande 60 procent i Roxtec.

## 2013

Johan Andersson utses till bolagets förste vd. En styrelse med Rune Andersson som ordförande bildas.

## 2016

Förvärv av 10 procent i AcadeMedia.

## 2006

Förvärv av 40 procent i Roxtec.

## 2011

Förvärv av 12 procent i KappAhl.

## 2019

Förvärv av över 90 procent av aktierna i KappAhl. KappAhl avnoteras från Stockholmsbörsen.

2004

2010

2019









Hans Stråberg, Rune Andersson, Johan Andersson, Erik Andersson,  
Thomas Gustafsson, Gustav Andersson, Anders Bülow

## VI PÅ MELLBY GÅRD



**RUNE ANDERSSON**  
Styrelseordförande Mellby Gård AB



**JOHAN ANDERSSON**  
Vd Mellby Gård AB



**THOMAS GUSTAFSSON**  
Vice vd Mellby Gård AB



**ANNA BLOM**  
Group Controller



**MAGNUS BROKELIND**  
Skatteansvarig



**ORVAR MAGNUSSON**  
CFO



**ROLF ANDERSSON**  
Redovisningschef



**STEN LIBELL**  
Administrativ direktör



**SUSANNE CANERSTAM**  
Vd-assistent



**SUZANNE ARVIDSSON**  
Redovisningsekonom



**SVEN KNUTSSON**  
Vd Mellby Gård Innovation & Tillväxt

## DOTTERBOLAG



### EXCALIBUR

Vd..... Thomas Pohjanen  
 Omsättning 2018/2019.....19 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 2018/2019.....1 149 MSEK  
 En del av Mellby Gård sedan.....2001  
 Mellby Gårds representanter i styrelsen: Johan Andersson  
 (ordförande)



### HEDSON

Vd..... Lennart Eriksson  
 Omsättning 2018/2019.....268,2 MSEK  
 En del av Mellby Gård sedan.....2014  
 Mellby Gårds representanter i styrelsen: Hans Stråberg och  
 Sven Knutsson



### Klarahill

### KLARAHILL

Vd..... Niklas Steenberg  
 Omsättning 2018/2019.....144,6 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..... Åsa Sånemyr  
 Omsättning 2018/2019.....430,8 MSEK  
 En del av Mellby Gård sedan.....2003  
 Mellby Gårds representanter i styrelsen: Thomas Gustafsson  
 (ordförande), Erik Andersson och Orvar Magnusson

## NIKKARIT

### NIKKARIT

Koncernchef.....Jan Gustafsson  
 Omsättning 2018/2019.....213,1 MSEK  
 En del av Mellby Gård sedan.....2014  
 Mellby Gårds representanter i styrelsen: Hans Stråberg  
 (ordförande) och Sven Knutsson



### OSCAR JACOBSON

Tillförordnad vd.....Roger Tjernberg  
 Omsättning 2018/2019.....283,9 MSEK  
 En del av Mellby Gård sedan.....2018  
 Mellby Gårds representanter i styrelsen: Thomas Gustafsson  
 (ordförande) och Sven Knutsson



### ROXTEC

Vd..... Mikael Helmersson  
 Omsättning 2018/2019.....1 866 MSEK  
 En del av Mellby Gård sedan.....2006  
 Mellby Gårds representanter i styrelsen: Hans Stråberg  
 (ordförande), Rune Andersson, Johan Andersson och Anders Bülow



### SMARTEYES

Vd..... Thomas Kusoffsky  
 Omsättning 2018/2019.....648,4 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

Vd..... Jonas Jaenecke  
 Omsättning 2018/2019.....1 041 MSEK  
 En del av Mellby Gård sedan.....1995  
 Mellby Gårds representanter i styrelsen: Sven Knutsson  
 (ordförande) och Erik Andersson



### TRUDE

Vd..... Anders Nordborg  
 Omsättning 2018/2019.....4,1 MSEK  
 En del av Mellby Gård sedan.....2015

## AcadMedia

### ACADEMEDIA

Vd..... Marcus Strömberg  
 Omsättning 2018/2019..... 11 715 MSEK  
 En del av Mellby Gård sedan..... 2017  
 Mellby Gårds representanter i styrelsen: Anders Bülow (ordförande)  
 och Johan Andersson

## AROS KAPITAL

### AROS KAPITAL

Vd..... Daniel Güner  
 Omsättning 2018/2019..... 191,6 MSEK  
 En del av Mellby Gård sedan..... 2015  
 Mellby Gårds representanter i styrelsen: Thomas Gustafsson och  
 Gustav Andersson



### BM AGRI

Vd..... Per-Arne Gustavsson  
 Omsättning 2018/2019..... 476,6 MSEK  
 En del av Mellby Gård sedan..... 2011  
 Mellby Gårds representant i styrelsen: Erik Andersson



### DUNI

Vd..... Johan Sundelin  
 Omsättning 2018/2019..... 5 263 MSEK  
 En del av Mellby Gård sedan..... 2007  
 Mellby Gårds representant i styrelsen: Thomas Gustafsson



### FLOWBIRD

Koncernchef..... Bertrand Barthelemy  
 Omsättning 2018/2019..... 319,1 MEUR  
 En del av Mellby Gård sedan..... 1997 (Cale)  
 Mellby Gårds representant i styrelsen: Johan Andersson

## KappAhl

### KAPPAHL

Vd..... Elisabeth Peregi  
 Omsättning 2018/2019..... 4 819 MSEK  
 En del av Mellby Gård sedan..... 2013  
 Mellby Gårds representanter i styrelsen: Anders Bülow (ordförande)  
 och Thomas Gustafsson



### OPEN AIR GROUP

Vd..... Camilo Sjödin  
 Omsättning 2018/2019\*..... 354 MSEK  
 En del av Mellby Gård sedan..... 2015 (Chevalier)  
 Mellby Gårds representant i styrelsen: Sven Knutsson



### PERITUSKLINIKEN

Vd..... Åsa Dahm  
 En del av Mellby Gård sedan: ..... 2018  
 Mellby Gårds representant i styrelsen: Johan Andersson  
 (ordförande)



### STUDENTCONSULTING

Vd..... Tobias Lindfors  
 Omsättning 2018/2019..... 889,8 MSEK  
 En del av Mellby Gård sedan..... 2010  
 Mellby Gårds representant i styrelsen: Johan Andersson



### ÄLVSBYHUS

Vd..... Kent Johansson  
 Omsättning 2018/2019..... 1 078,7 MSEK  
 En del av Mellby Gård sedan..... 1995  
 Mellby Gårds representanter i styrelsen: Erik Andersson  
 (ordförande), Johan Andersson och Anders Bülow

\*Proforma. Inkluderar omsättning för Chevalier.







# MELLBY GÅRD

MELLBY GÅRD AB  
Riggaregatan 53, 211 13 Malmö (t.o.m dec 2019)  
Anna Lindhs Plats 4, 211 19 Malmö (f.o.m jan 2020)  
Tel 040-98 77 00  
mail@mellby-gaard.se  
www.mellby-gaard.se

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

AROS KAPITAL  
Johan på Gårdas Gata 5A  
412 50 Göteborg  
Tel 031-83 36 70  
info@aroskopital.se  
www.aroskopital.se

BM AGRI AB  
Skaraborgsgatan 64  
532 37 Skara  
Tel 010-221 69 20  
info@bmagri.se  
www.bmagri.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 HOTEL &  
NATURE RESERVE  
Guöviksvägen 353  
374 96 Trensum  
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  
Besöksadress:  
Sickla Stråket 3  
131 54 Nacka  
Tel 020-99 99 00  
info@klarahill.se  
www.klarahill.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

OPEN AIR GROUP  
Sveavägen 168  
113 46 Stockholm  
info@openairgroup.se  
www.openairgroup.se

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

PERITUSKLINIKEN  
Scheelevägen 8  
223 63 Lund  
www.perituskliniken.se

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@smarteeyes.se  
www.smarteeyes.se

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

SÖDERBERG & HAAK  
MASKIN AB  
Box 504  
245 25 Staffanstorps  
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  
Ställverksvägen 6  
942 81 Älvsbyn  
Tel 0929-162 00  
info@alvsbyhus.se  
www.alvsbyhus.se