

Verkställande direktörens redogörelse, bolagsstämma 2020

Verksamhetsåret 2019 var sannolikt ett av de mest turbulenta i koncernens historia. Första halvåret var omsättningsmässigt och resultatmässigt en av de bästa perioderna någonsin, medan det andra halvåret innefattade en kraftigt sänkt försäljnings- och produktionsvolym och därmed försämrat resultat.

En del av KABEs verksamhetsidé är att vi snabbt skall kunna förändra produktionsvolymerna när konjunkturen förändras. Större investeringar gör vi sent i konjunkturcykeln. Därmed står vi finansiellt starka och rustade för att åter snabbt höja produktionen när marknaden vänder uppåt.

KABEs lönsamhet på egentillverkade produkter påverkas av effektivitetsutnyttjandet i produktionen. Vår ambition är att ha en hög andel rörliga kostnader, då har vi möjligheten att i varje produktionsintervall nå en acceptabel lönsamhet. Däremot är inte sambandskurvan linjär utan det finns vissa trappstegsnivåer i förhållandet mellan produktion och resultat.

Under de senaste åren har vi genomfört ett stort investeringsprogram för att öka volym och produktivitet för husbilar. Resultatutveckling av den ökade husbilproduktionen har varit positiv och vi lyckades även öka effektiviteten genom investeringarna. Under 2019 tvingades vi reducera personalen för att anpassa produktionsvolymerna till den förändrade marknadssituationen framförallt för husbilar. Vi började genomföra vissa produktionsanpassningar redan hösten 2018, men den 40 %-iga nedgången av totalmarknaden på husbilar i Sverige under 2019 kunde vi inte fullt ut anpassa oss till.

Minskningen av husbilsförsäljningen i Sverige hänger samman med de under 2018 genomförda skattechöjningarna (Bonus Malus och WLTP regelverket) i Sverige. Bonus Malus och WLTP har medfört att skatten har fyrdubblats under de tre första åren på nya husbilar. Regeringen har tidigare låtit Skatteverket snabbutreda möjliga åtgärder för att mildra skatten. Skatteverkets förslag är nu ute på remiss och blir det ändring kommer den att träda i kraft första hälften av år 2021.

Under året har vi minskat antalet medarbetare i produktionen med c:a 25 % och det är framförallt produktionen av husbilar som har påverkats.

Eftersom produkterna blir allt mer komplexa och sofistikerade för att möta individuella kundkrav blir personalneddragningar ganska svåra att genomföra och det tar relativt lång tid att lära upp personal för nya arbetsmoment vid marknadsuppgång. Detta förstärks av snabba förändringar av marknaden. I och med att vi inte helt har klarat av att anpassa oss till den kraftiga försäljningsminskningen av husbilar, har vår kapitalbindning ökat. Det kommer att ta något år att komma ner på en kapitalbindning som är anpassad till nuvarande verksamhetsnivå.

För att möta marknadsnedgången har vi breddat modellsortimentet genom att utveckla nya husbilar baserade på Mercedes-chassier (tidigare har vi endast haft Fiat-chassier). Utvecklingen och produktionsstart av dessa nya integrerade husbilar har belastat resultatet under andra halvan av 2019. Under hösten startade vi även utveckling en Van (mindre husbil) baserad på Mercedes. Även detta belastar resultatet under andra halvåret 2019.

Vi har även under året startat produktion av Vans (baserad på Fiat) i Polen. Bilen marknadsförs under namnet Affinity och är en välutrustad Van med en unik bäddlösning. De första bilarna har levererats under april månad 2020.

KABEs produktfilosofi är att tillverka marknadens mest sofistikerade och kompletta produkter. Både vad gäller utrustningsnivå och kundanpassning. Vi arbetar med en hög självförädling för att därmed kunna erbjuda marknadens mest kundanpassade produkter i varje marknadssegment.



Vi har utveckling i egen regi av både husvagnar och husbilar. Med de projekt vi genomfört på husvagnssidan är behovet av nya projekt den kommande femårsperioden mindre. För husbilarna fortsätter vi att utveckla nya karosser och planlösningar på Mercedes-chassier och det kommer att pågå under något år till.

På inredningssidan fortsätter vi att utveckla vårt eget modulsystem "Flexline". Genom detta system kan vi erbjuda marknadens bredaste produktprogram, samtidigt som vi upprätthåller en effektiv produktionsprocess även vid låga volymer.

Systemet ställer stora krav på vår utvecklingsavdelning, men Flexline-systemet ger oss en konkurrensfördel genom att återförsäljarna kan erbjuda kunderna anpassade inredningar och utrustningsalternativ. Dagens modellprogram är mycket konkurrenskraftigt, kanske det bästa någonsin. Vår målsättning är att fortsatt ha ett stort fokus på produktutveckling med en hög innovationsgrad. Det senaste året har vi exempelvis utvecklat ett patenterat ventilationsystem och lanserat fler modeller anpassade för den unika förbränningstoaletten Cinderella.

Adria, med tillverkning i Slovenien i en av Europas största och modernaste fabriker av fritidsfordon, har under de senaste åren haft en fantastisk framgång på marknaden och under 2019 blev Adria det mest sålda fabrikatet både för husvagnar och husbilar i Sverige, Norge och Finland.

Adrias produkter är "Value for money" i varje segment. Adrias kompletta modellprogram innehåller standardiserade enheter som säljs med olika tillvalspaket. Fördelen med detta är bl.a. att vid en lagersituation hos en återförsäljare kan övertaliga enheter lättare säljas till andra handlare.

Adria har en omfattande utveckling av både modeller och konstruktioner. Adrias stora volymer möjliggör lansering av speciella konstruktioner och lösningar även på billigare modellserier.

Adria har under senare år även utvecklat nya modeller inom Van-segmentet. Dessa har fått ett mycket gott mottagande på marknaden och Adrias marknadsandel inom detta nu växande segment har ökat.

Adria är den importorganisation som återförsäljarna har störst förtroende för. Resurser har använts för att skapa webbaserade system som underlättar för återförsäljarna att själva hantera både beställningar och eftermarknadsfrågor rörande enskilda enheter.

Under senare år har fler och fler återförsäljare blivit exklusiva KABE och Adria återförsäljare. Genom de båda fabrikatens kompletta produktprogram behöver inte återförsäljarna några andra fabrikat. Fler och fler återförsäljare upptäcker att det är kostsamt och i grunden oekonomiskt att binda kapital i konkurrerande produktsortiment.

Försäljningen av Adria Mobile Homes har inte kommit upp till förväntade nivåer under året. Flera Campingplatser har blivit mer restriktiva med investeringar och valt att skjuta på dessa en tid.

Kama Fritids grossistverksamhet har utvecklats väl under året. All verksamhet är nu flyttad till de nya lokalerna på Torsvik utanför Jönköping.

Kundbasen för Kama Fritid är ägare till samtliga husvagnar och husbilar oavsett fabrikat. Beståndet av fordon ökar kontinuerligt, för utskrotningen är lägre än antal fordon som tillförs på marknaden.

Kama har under flera år en utveckling av produkter under de egna varumärkena WeCamp, Gocamp och Royal Camping. Varumärkena innehåller olika produktsortiment. Sortimentet av egna produkter utvecklas löpande i samarbete med ledande tillverkare från hela världen.

Intresset från återförsäljarna att använda sig av Kamas butikskoncept fortsätter att öka. Det finns nu 115 butiker i drift och flera nya butiker planeras. Kama har även ett Shop-in-shop koncept där vi lånar ut inredning till mindre butiker, verkstäder, campingplatser, etc.

Antal butiker som är anslutna till Kamas webbaserade Order to Store uppgår nu till över 120 i Sverige, Norge och Finland. Systemet möjliggör för konsumenten att beställa produkter på Kamas webbhandelsplats. Godset hämtas sedan i sin tur hos återförsäljarna och därmed får kunden godset fraktfritt och återförsäljarna sköter all support.

Nuvarande situation för KABE-koncernen

Corona-pandemin har, som för alla andra företag, fått en mycket negativ påverkan på vår verksamhet. För att skapa så säker arbetsplats som möjligt följer vi myndigheternas rekommendationer. Vi har även i vår egen 3D-printer tillverkat skyddsvisir till alla medarbetare i produktionen.

Beroende på att underleverantörerna i Europa stängde sina verksamheter, tvingades vi de två första veckorna i april månad stänga produktionen och korttidspermittera personal. Rädslan för att smittas av Corona eller att smitta andra personer har medfört att ett ökat antal personer valt att stanna hemma från arbetet, vilket har lett till ett försämrat produktivitetsutfall under de senaste månaderna.

Corona-pandemin kommer på kort tidshorisont påverka vår verksamhet. Långsiktigt kan försäljningen av kapitalprodukter utvecklas negativt på grund av en försämrad konjunktur.

Men samtidigt talar mycket för att intresset för mobilt boende kommer att öka. I en husvagn eller husbil kan man leva enskilt med sin familj. Man lagar mat, sover och har hygienrum med både dusch och toalett. Fler personer kommer nog också att välja att semestra nationellt, vilket säkert kommer att öka intresset för olika typer av fritidsfordon.

Vi ser redan idag nya konsumenter som besöker våra återförsäljare. Om fler familjer kommer att tillbringa sin lediga tid och semestra nationellt, kommer det med största sannolikhet öka intresset för våra produktkategorier på lite längre sikt.

Vi har ett mycket starkt återförsäljarnät i Norden. Vi kommer fortsätta att utbilda och supporta våra återförsäljare, för att ytterligare förbättra vår konkurrenssituation.

Även om koncernen i detta nu påverkas kraftigt av Corona-krisen ser vi med tillförsikt på framtiden, detta trots att försäljningsvolymen och resultatet kommer bli lägre 2020 än tidigare år. Vår konkurrenssituation har förbättrats tack vare att både KABEs och Adrias modellprogram utvecklats och förfinats. Försäljningen av husvagnar följer en normal efterfrågan, medan efterfrågan av nya husbilar fortsatt kommer att påverkas negativt så länge skatten inte förändras. Kama Fritids försäljning av fritidstillbehör bedöms fortsatt utvecklas väl, genom att intresset för mobilt boende långsiktigt kommer att öka.

Alf Ekström
VD och koncernchef