



Verkställande direktörens redogörelse, bolagsstämma 2021

Coronapandemin har, som för de flesta andra företag, fått en mycket negativ påverkan på koncernens verksamhet under år 2020. KABE Group vidtog direkt omfattande åtgärder för att anpassa vår verksamhet utifrån den osäkra situationen. Först och främst för att skydda medarbetarna och anpassa verksamheten i fabriker och på kontor. Vi har genomfört ett genomgripande arbete tillsammans med fackliga representanter och skyddsombud, för att göra arbetsplatsen så säker som möjligt. Vi har byggt upp en separat lokal där personalen erbjudits möjligheten att testa sig på arbetsplatsen. Testningen har gjorts både i förebyggande syfte och vid misstänkt smitta. Vi har desinficerat arbetsplatser och arbetsområden regelbundet och vi införde tidigt munskydd och visir som obligatoriskt. Visiren tillverkar vi själva i vår 3D-printer.

Vi tvingades under våren 2020, under två veckor, stänga produktionen. Detta berodde inte på ordersituationen, utan vi fick inte insatsmaterial på grund av att våra underleverantörer tvingades stänga sina verksamheter. Efter pandemiutbrottet har brister på material från leverantörer fortsatt att påverka produktionen på ett negativt sätt.

Reserestriktionerna har medfört att konsumenternas intresse för husvagnar och husbilar ökat. Idag är den allmänna benämningen av detta fenomen "Swemester" eller "Hemester". Intresset för mer nationella eller lokala semesteraktiviteter har ökat i hela Europa, så utvecklingen i Sverige är inte något undantag. Tack vare att fler familjer har börjat ändra sitt semesterbeteende, så kommer sannolikt intresset för mobilt boende i husvagn och husbil fortsatt öka de kommande åren.

Senaste året är det många nya konsumenter som besökt våra återförsäljare och/eller besökt våra webbsidor. Under 2020 ökade antal personer som besökte KABEs hemsida med 33 % till drygt 1 miljon, och det är för närvarande c:a 1.700 personer per dag som konfigurerar sin drömhusvagn eller husbil. Under året ökade antalet följare på Facebook med 25 % och antal visningar på KABE-TV (Youtube) uppgick till c:a 270.000, en ökning med 148 %. Utvecklingen av antalet besökare på Adrias webbsidor har varit ännu högre än för KABE. Detta är nog en spegling av att det är många nya husvagnsköpare som attraheras av Adrias design och prisnivå.

När fler familjer väljer att tillbringa sin fritid i husvagn eller husbil, bör marknaden för fritidsfordon fortsätta att öka de kommande åren. I en husvagn eller husbil kan man leva enskilt med sin familj. Man lagar mat, sover och har hygienrum med både dusch och toalett, vilket underlättar distanseringen men samtidigt kan man umgås med andra personer på ett säkert sätt.

Beroende på de genomförda skattehöjningarna (Bonus Malus och WLTP-regelverket) i Sverige minskade husbilsförsäljningen kraftigt under 2018, 2019 och början av 2020. Bonus Malus och WLTP har medfört att skatten har fyrdubblats under de tre första

KABE

GROUP AB

åren på nya husbilar. För att anpassa produktionsvolymerna till de förändrade försäljningsvolymerna tvingades vi göra stora personalneddragningar. På ett år sänkte vi produktionstakten för husbilar med c:a 50 %, men det gick ändå inte tillräckligt fort utan lagernivåerna blev för höga. Nya regler för husbilar med malusbeskattning har dock från 1 mars 2021 införts. De nya reglerna innebär kortare karenstider för avställning av fordon och ger möjligheten till en väsentligt minskad skattekostnad för ägare av nya husbilar, vilket borde påverka efterfrågan positivt.

Vi har breddat modellsortimentet genom att utveckla nya husbilar baserade på Mercedeschassier. Den största delen av utvecklingskostnaderna för de nya husbilsmodellerna (Halvintegrerade, Helintegrerade och Vans) belastade resultatet för 2019 och 2020.

Tack vare den ökade försäljningen under 2020 har lagersituationen hos återförsäljarna nu stabiliserats och kommit ner till nivåer anpassade till marknadssituationen, varför vi under 2020 har börjat öka produktionsvolymen igen.

Kapitalbindningen i lager och kundfordringar ökade under 2018 och 2019, på grund av att vi inte tillräckligt snabbt kunde anpassa produktionsvolymen till den kraftiga försäljningsminskningen av husbilar. Under 2020 har försäljningen varit högre än produktionsvolymen, vilket gjort att kapitalbindning nu är anpassad till nuvarande verksamhetsnivå.

Vi har det bästa återförsäljarnätet i Norden och vi kommer fortsätta att utbilda och stödja våra återförsäljare. Återförsäljarna är för oss en buffert när marknaden går ner samtidigt som de möjliggör att vi snabbt kan öka försäljningen och förstärka vår marknadsposition vid konjunkturuppgångar

KABE

En väsentlig del av KABEs strategi är att vi snabbt skall kunna förändra produktionsvolymerna när konjunktoren förändras. Större investeringar genomförs sent i konjunkturcykeln. Därav står vi finansiellt starka och rustade för att åter snabbt höja produktionsvolymerna när marknaden vänder. KABEs lönsamhet är direkt relaterad till 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 lönsamhetskurvan linjär utan det finns vissa trappstegsnivåer i förhållandet mellan produktion och resultat.

KABEs produktfilosofi är att tillverka marknadens mest välutrustade och kompletta produkter. Både vad gäller utrustningsnivå, kvalitet 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. Efter de stora utvecklingsprojekt vi genomfört på både husvagns- och husbilssidan är behovet av nya projekt den kommande femårsperioden lågt.

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, dock ger Flexline-systemet KABE en konkurrensfördel genom att återförsäljarna kan erbjuda kunderna anpassade inredningar och utrustningsalternativ. Dagens modellprogram är mycket konkurrenskraftigt och vårt bästa någonsin. Vår målsättning är att alltid ha ett stort fokus på produktutveckling med en hög innovationsgrad och erbjuda marknaden en komplett produktportfölj.

Affinity Vans i Polen

Under 2019 startade vi produktion av Vans i Polen. Försäljningen av Vans växer på samtliga marknader i Europa. Produkterna saluförs under varumärket Affinity. Vi producerade c:a 100 enheter senaste modellåret och från och med våren 2021 dubblas produktionsvolymen. Totalt är det 50 personer anställda i Polen.

Coachman

Under år 2018 köpte vi drygt 21,5 % av aktierna i den engelska husvagnstillverkaren Coachman.

Coachman marknadsförs i prestigeklassen i England och företaget har sedan många år haft en mycket positiv försäljningsutveckling, med en bibehållen god resultatnivå. Coachman har kontinuerligt ökat marknadsandelarna i Storbritannien. Samarbete mellan KABE och Coachman har gjorts både vad gäller utveckling av komponenter och inköp från underleverantörer.

Under år 2021 förvärvade KABE samtliga utestående aktier i Coachman. Långa anställningskontrakt har gjorts med befintligt management för att säkra kontinuiteten i verksamheten. Under de kommande åren kommer investeringar att göras för att öka produktionskapaciteten i Storbritannien och utvecklingssamarbeten kommer att genomföras för att bredda Coachmans produktportfölj och stärka Coachmans position på den engelska marknaden.



Adria

Adria har under de senaste åren haft en fantastisk framgång på marknaden och Adria är sedan flera år 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 att erbjuda marknaden. Fler och fler återförsäljare upptäcker att det är kostsamt och i grunden oekonomiskt att binda kapital i konkurrerande produktsortiment.

Kama Fritid

Verksamheten bedrivs i ändamålsenliga lokaler på Torsviksområdet söder om Jönköping. Kama Fritids grossistverksamhet har utvecklats väl under året. Även försäljningen av tillbehör har påverkats positivt av "Hemester-trenden".

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

Kama Fritid driver 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 Kama Fritids butikskoncept fortsätter att öka. Det finns nu 115 butiker i drift och flera nya butiker planeras. Kama Fritid 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 Kama Fritids webbhandelsplats. Sedan tidigare kan godset hämtas hos återförsäljarna och därmed får kunden godset fraktfritt och återförsäljarna sköter all support.

Under 2020 har vi byggt upp en separat Webbhandel där konsumenterna direkt betalar godset och får det hemskickat. Handeln sker på webben direkt med den lokala återförsäljaren med Kama Fritid som distributionspartner. Därav, om kunden får problem med leveransen eller har frågor, så kan kunden vända sig direkt till sin lokala återförsäljare. Därmed konkurrerar inte webbförsäljningen med det ordinarie distributionssättet genom återförsäljare samtidigt som kunden får en närhet till support och service.

Framtid för koncernen

Kortsiktigt kommer koncernens verksamhet påverkas av brister, leveransförändringar och kraftiga prishöjningar av insatsmaterial. Dock ser vi med tillförsikt på framtiden. Pandemin har lett till ett generellt ökat intresse för Mobile Living bland konsumenterna i hela Europa. Vår konkurrenssituation är fortsatt stark tack vare utveckling och lansering av nya modeller och produktkategorier för alla våra varumärken. Med vår starka marknadsposition, finansiella ställning, kompletta produktportfölj och höga inneboende innovationstakt står KABE Group väl rustad för att möta nya kunder och vi är fullt fokuserade på att följa vår strategiska inriktning att bygga en starkare internationell KABE Group.

Alf Ekström
VD och koncernchef