

VD:s anförande vid årsstämman den 23 april 2015

2014 gav oss återigen ett kvitto på att vår långsiktiga ambition att skapa ledande positioner i utvalda segment ger resultat. Under 2014 gjorde vi återigen vårt bästa år, inte minst när det gäller lönsamheten som vi löpande förbättrat under de senaste åren. Vi fortsätter också investera för att växa in i nya geografier och i nya segment både organiskt och via förvärv.

Jag ska idag kort kommentera hur vi framgångsrikt utvecklat vår koncern strategiskt på ett sätt som vi även framåt kommer att fortsätta med. Jag ska också kort kommentera det förbättrade resultatet 2014, en utveckling som fortsatte under det första kvartalet 2015. Och jag ska adressera basen för vår verksamhet ett förbättrat och ökat värdeskapande för våra kunder. Jag ska också kommentera vårt samhällsansvars långsiktiga betydelse för vårt värdeskapande.

Men låt mig börja med att kommentera hur vi utvecklats till dagens världsledande leverantör av specialutvecklade polymerlösningar som tätar, dämpar och skyddar kritiska applikationer i krävande miljöer.

Lösningar för att täta handlar om att hålla tätt mellan två ytor, statiska eller i rörelse och samtidigt separera två olika vätskor, gaser eller andra medier från varandra. Som till exempel de hydrauliktätningar som säkerställer en mjuk och kontrollerad landning när man landar ett flygplan, eller de fasadtätningar som bidrar till att spara energi i byggnader.

Lösningar för att dämpa handlar primärt om att absorbera energi och på så sätt minska vibrationer, mildra stötar eller ta bort ljud. Så kan till exempel dämpande lager minska vibrationer och buller i alla sorters maskiner, bilar, tåg och andra fordon.

Lösningar som skyddar står emot inverkan av yttre krafter som till exempel naturkrafter. System för brandsäkerhet på en oljeplattform eller lantbruksdäck som skyddar åkerjorden är exempel på våra skyddande lösningar.

Vi bygger våra lösningar på fem kärnkompetenser där två är mer att betrakta som stödjande. Den ena är vår Polymertekniska spetskompetens. Vi är en föregångare inom såväl tillämpad polymerteknik som materialteknik på de områden där vi valt att närvara.

Den andra är vår lokala närvaro i kombination med vår globala räckvidd. Våra lokala team drar fördel av vår globala styrka och kompetens närhelst det behövs. Där har vi en fördel jämfört med många av våra konkurrenter som verkar mer lokalt eller regionalt. Vi kan bättre än de flesta av våra konkurrenter supporta våra kunder när de växer in i nya geografier.

Våra tre andra kärnkompetenser handlar om hur vi möter våra kunder och ökar våra intäkter. Den första av dessa vår tredje kärnkompetens, Applikationsexpertis är vår djupgående förståelse för våra kunders utmaningar både idag och i framtiden.

Vår fjärde kärnkompetens är kundintegration. Vi har ett nära samarbete med våra kunder på en rad olika sätt där den övergripande ambitionen är att underlätta för våra kunder att göra affärer med oss. En alltmer digitaliserad värld skapar nya möjligheter att kommunicera och samarbeta med våra kunder. Och det är ett område där vi lägger betydande resurser för att ligga i framkant av utvecklingen.

Den femte kärnkompetensen är Affärsacceleration. Vi levererar lösningar baserade på marknadsinsikter som bidrar till bättre affärer för våra kunder. Vi vill hjälpa dem att öka sina intäkter men också att sänka sina kostnader och på det sättet accelerera deras affärer.

Vår strategiska inriktning som under de senaste åren varit så framgångsrik ligger som jag redan sagt fast. Vi fortsätter att fokusera på ledande positioner i utvalda segment.

Vår strategiska inriktning stöds av fyra samverkande hörnstenar som vi kontinuerligt och konsekvent arbetar med. Geografisk balans: Vi bygger vårt kunderbjudande på lokal kunskap och global närvaro. Inte minst på marknader utanför Västeuropa och Nordamerika där vi har förstärkt och fortsätter stärka vår närvaro.

Portföljoptimering: Vi arbetar för att optimera vår affärsportfölj med en fokuserad organisk tillväxt som vi kompletterar med tilläggsförvärv för att förbättra koncernens geografiska balans och exponering. Men även avyttringar och utfasningar av produkter är en del i den kontinuerliga optimeringen av affärsportföljen.

Strukturförbättringar: Vi arbetar med vår globala närvaro för att ha rätt verksamhet på rätt plats för att supporta våra kunder på bästa sätt men också för att vara på plats där vi kan rekrytera rätt kompetens och där vi kan växa.

Excellens: Vi arbetar löpande med att förbättra våra kärnprocesser kopplade till produktion, inköp, rörelsekapital och försäljning för att de ska bli enklare, mer kostnadseffektiva och i slutändan öka värdet för våra kunder.

Vårt strategiska arbete syns också i det förbättrade ekonomiska utfallet 2014. Vi fortsatte under året, trots en utmanande marknadssituation på en del marknader och inom en del segment, att stärka våra positioner under året. Försäljningen ökade med 5 procent till drygt 25,5 miljarder. Rörelseresultatet förbättrades också - med 15 procent till 3 miljarder exklusive andelarna från TrelleborgVibracoustic. Rörelseresultatet liksom rörelsemarginalen, som steg till 13,3 procent var båda de bästa hittills för koncernen. Läger vi till resultatandelarna från TrelleborgVibracoustic ökade rörelseresultatet med 16 procent till nästan 3,3 miljarder.

TrelleborgVibracoustic är bolaget som vi 2012 bildade tillsammans med Freudenberg genom att slå ihop våra respektive verksamheter inom antivibration för lastbilar och personbilar. Bolaget som till lika delar ägs av oss och Freudenberg är med nästan 10 000 medarbetare i 18 länder i dag ett globalt världsledande företag som erbjuder marknadens mest kompletta produktsortiment och som har alla de stora biltillverkarna som kunder i alla delar av världen (film).

Som ett resultat av realiserade synergier, ökade intäkter, bra ledning och god kostnadskontroll visar TrelleborgVibracoustic idag en klart bättre marginal än den som vi kunde visa innan fusionen. Den har ökat från det tidigare Trelleborg Automotive AVS genomsnittliga 3,5 procent åren före bildandet till TrelleborgVibracoustics 8,5 procent 2014. Och som jag strax ska visa så har marginalen under första kvartalet i år ökat till 9,5 procent.

Vi ser också hur våra förbättringar slår igenom i koncernens vinst per aktie. Den har exklusive jämförelsestörande poster som är det som vi primärt värderas utifrån på lite längre sikt ökat markant mellan 2009 och 2014 och uppgick 2014 till 8,88 SEK.

Dessa förbättringar talar för att vi ska fortsätta med vår strategi att fokusera på ledande positioner i utvalda segment.

Vi inledde också 2015 med ett starkt resultat, inte minst mot bakgrund av den rådande marknadssituationen inom lantbruk och olja & gas. Det signifikant lägre världsmarknadspriset på olja påverkar delar av koncernen. Det har en negativ effekt på efterfrågan och ökar osäkerheten för våra leveranser inom olja & gas. Samtidigt förväntas det lägre oljepriset verka stimulerande på ekonomin generellt. Vår verksamhet för lantbruksdäck fortsätter att påverkas av den utmanande marknadssituationen inom segmentet. I slutet av kvartalet noterades vissa tecken på en förbättring av den europeiska marknaden i enskilda segment samtidigt som en avmattning observerades inom ett fåtal segment på den nordamerikanska marknaden.

Vår omsättning ökade i kvartalet med 14 procent, delvis drivet av valutaeffekter. Rörelseresultatet ökade med 7 procent. Vilket är vårt högsta resultat hittills för ett enskilt kvartal. Förvärvade verksamheter bidrog också positivt till resultatet. Marginalen uppgick till 13,1 procent. Till vårt resultat kan vi också lägga vår resultatandel i TrelleborgVibracoustic som ökade med 12 procent.

TrelleborgVibracoustic utvecklades väl och enligt plan med en fortsatt tillväxt som överstiger den underliggande marknaden. Omsättningen för TrelleborgVibracoustic ökade i kvartalet med 9 procent. Rörelseresultatet ökade med hela 20 procent vilket gjorde att marginalen ökade till 9,5 procent. Den högsta hittills för bolaget i ett enskilt kvartal.

Framåt kommer vi, som jag redan sagt, att fortsätta på den inslagna vägen att skapa ledande positioner i utvalda segment. Inom ramen för det arbetet ökar vi nu vår fokusering på hur vi skapar kundvärde för att göra det enklare för våra kunder att göra affärer med oss och på så sätt skapa förutsättningar för att öka vår försäljning ytterligare.

Vi har haft och fortsätter att ha ett starkt operationellt fokus för att kunna förbättra och utveckla både befintliga och förvärvade verksamheter. Men också för att säkerställa en fortsatt effektivitet i Trelleborgs alla delar. Det ger oss nu förutsättningar och möjligheter att med fortsatt fokus på båda dessa områden förflytta tyngdpunkten något och öka vårt fokus på försäljning och tillväxt.

För att kunna öka det värde vi skapar för våra kunder och växa våra intäkter utökar och fördjupar vi samarbetet med dem. Vi gör det genom täta kontakter med våra kunder enskilt eller i grupp som i det här exemplet Innovation Days där fler än 100 kunder till Trelleborg Sealing Solutions årligen möter upp på vårt utvecklingscenter i Stuttgart i Tyskland för att diskutera innovationer och utmaningar kopplat till tätningar.

Vi integrerar också med kunderna genom användandet av digitalisering och ökade möjligheter till mobil kommunikation och uppföljning. Vi erbjuder till exempel användarvänliga webbsidor och olika sorters appar som kan spara tid och lösa problem för våra kunder. Idag har koncernen många olika sorters appar som handlar om vitt skilda områden som det optimala däcktrycket för en traktor och den bäst lämpade vibrationsdämparen för en pump. Och nya appar lanseras varje månad.

Vår kundintegration handlar också om testning och certifiering. I vårt forsknings- och utvecklingscenter i tyska Stuttgart står till exempelvis världens mest kraftfulla testbänk för hydrauliska tätningar. Den har vi bland annat använt för att kvalificera tätningarna i landningsställ både till Airbus och Boeing. Och här kan också andra av våra kunder få sina tätningar för kritiska tillämpningar noggrant testade och verifierade.

En annan dimension som ökar värdet för våra kunder är innovationer. En innovation är Turcon Roto L. Det är en glidringstätning för tunga fordon som bara tätar när det behövs. Den eviga utmaningen avseende tätningar är att uppnå maximal tätning med minimal friktion. Med det nya Turconmaterialet har vi lyckats minska friktionen med bibehållen tätningseffekt vilket bland annat avsevärt minskar bränsleförbrukningen.

Ett annat exempel är Pit Stop Line som visuellt och tydligt indikerar när ett massivt däck behöver bytas. En orange linje på däckets yta framträder och markerar att det snart har slitits ut. Då vet personalen att det återstår 80 till 100 timmar av däckets livslängd och kan då planera in däckbytet till en tidpunkt då det är mest praktiskt.

Vi fortsätter utveckla värden i de segment där vi verkar. Vi erbjuder sedan en tid våra kunder ett nytt sätt att hantera flytande naturgas i besvärliga miljöer. Genom vårt nyutvecklade slangsystem har vi breddat vårt erbjudande till olje & gas-industrin för avlastning av flytande naturgas till havs. Det är en kostnadseffektiv och flexibel lösning som förenklar hanteringen av denna växande energikälla.

Ett annat exempel är precisionstätningar och komponenter i flytande silikon som stärker oss primärt inom läkemedels- och medicinteknisk industri som är en del av vårt segment Generell industri.

Vi skapar nya värden genom att investera 325 miljoner i en fabrik för lantbruksdäck i Spartanburg i South Carolina i USA (film).

Genom investeringen flyttar vi närmare våra kunder och skapar en plattform för fortsatt tillväxt i Nordamerika. Det är världens största lantbruksmarknad inte minst för extra stora lantbruksdäck där vi redan är ledande i Europa. Samtidigt som vi stärker vår globala position på marknaden kan vi efter investeringen supporta våra kunder ännu bättre i deras globala ambitioner.

Vårt huvudspår är alltid att växa organiskt. Ibland är emellertid kompletterande förvärv ett bättre och snabbare alternativ för att etablera oss eller stärka våra positioner på utvalda geografier

eller i prioriterade segment. Vi arbetar därför kontinuerligt med att finna nya förvärv som kan utveckla vår affär. Under det senaste året har vi bland annat förvärvat: Det turkiska Superlas, en ledande aktör inom långa dornbyggda slangar, som ytterligare stärkte vår redan ledande position inom industrislang; industridäcksdistributören DGMS som stärker vår närvaro i södra Frankrike; Uretek och Archer i USA som utvecklar och tillverkar polyuretan- och gummibelagda vävar vars produkter och lösningar stärker oss inom en rad olika områden såsom försvars- och flygindustri samt medicinteknik och ger oss möjligheter att ännu bättre supporta våra kunder globalt inom detta segment. Vi förvärvade majoriteten i Max Seal i Mexiko som tillverkar tätningssystem för olika typer av rör till vatten- och avloppssystem och kompletterar Trelleborgs existerande sortiment och närvaro såväl globalt som i Nordamerika. Förvärvet ger oss också tillgång till de snabbväxande marknaderna i Latinamerika.

Vi arbetar också, för att fortsätta utveckla vår gemensamma plattform för långsiktig värdeskapande, med vårt samhällsansvar såväl idag som framöver.

I det arbetet har vi valt ut fyra fokusområden. För det första, vilket är grunden, ska vi fortsätta vara en god samhällsmedborgare som efterlever regler, krav, lagar och förordningar överallt där vi finns, liksom vedertagna internationella överenskommelser. Förebyggandet av korrupktion och brott mot lagar är för oss helt grundläggande. Vi fortsätter därför med högsta prioritet detta arbete. Bland annat med återkommande workshops och utbildningar inom dessa områden. Så samlade vi till exempel under året mer än 1 000 leverantörer och odlare av naturgummi på Sri Lanka för att informera och utbilda dem om vår uppförandekod, men även för att diskutera olika odlingssätt för naturgummi.

En säker och effektiv resurshantering är viktigt för oss. Vid sidan av våra medarbetares hälsa och säkerhet är hushållningen med resurser såsom råmaterial och energi centralt. Vi arbetar ständigt med att minimera alla typer av avfall och slöseri och höjer löpande ribban för våra ambitioner. Arbetet drivs bland annat inom ramen för våra excellensprogram, samlade under begreppet Trelleborg Excellence.

Ett tredje fokusområde är mångfald. Vi är ett globalt företag som måste värdera kompetens där den finns utan att använda andra kriterier än att människor i grunden är lika och har samma rättigheter i alla aspekter. Vi rekryterar och utvecklar våra medarbetare lokalt. Våra medarbetare ska spegla våra lokala marknader för att vi på så sätt ska kunna driva och utveckla våra enheter i olika länder på bästa sätt. Förutom denna etnicitetsfaktor innebär mångfald också för oss en verksamhet med en balanserad mix av ålder och kön, och idag har vi med kompetensen i fokus rekryterat så att vi har fler än 40 nationaliteter i ledande positioner. 24 procent av dessa är kvinnor. Och vi kommer naturligtvis även framöver att systematiskt arbeta med koncernens mångfald.

Det fjärde området är vårt lokala samhällsengagemang. Vi odlar med olika projekt som stödjer lokal utveckling goda relationer på de platser i världen där vi finns. Till exempel på Sri Lanka. Tillsammans med Star for Life bedriver vi sedan 2012 ett skolprogram vid Kelani College, Colombo för att stötta och inspirera ungdomarna att tro på sin framtid och sina drömmar. Vi driver på Sri Lanka också Antonio Bianchi's House en förskoleverksamhet för barn med någon form av funktionsnedsättning. I São Paulo-regionen i Brasilien stöttar vi via Rädda Barnen och deras lokala samarbetspartner över 6 000 barn i förskoleverksamhet i ett projekt där utbildningsmiljön förbättras genom lärarutbildning och bättre utrustade lokaler och lekplatser. Och även lokalt i Skåne stödjer vi sedan några år tillbaka Ramlösa Södra IF och ger på så sätt barn med någon form av funktionsnedsättning bättre möjligheter att idrotta.

Så för att sammanfatta dagens budskap. Trelleborg är under ständig utveckling. Vi fortsätter att förbättra våra resultat såväl under 2014 som under första kvartalet 2015. Vi arbetar fortlöpande med vår struktur och effektivitet men ökar nu ytterligare vårt fokus på att öka kundvärdet för att på så sätt kunna skapa en ökad försäljning. Och i det arbetet är samhällsansvaret en integrerad del.

Med det tackar jag för uppmärksamheten.