



VERKSAMHETSÅRET 2005

ahlsell

“Vi på Ahlsell har viljan att göra det där lilla extra för att göra tillvaron enklare för våra kunder”

Innehåll

Året i sammandrag	3
Intervju med VD	4
Verksamhetsländer	6
<i>Sverige</i>	6
<i>Norge</i>	7
<i>Finland</i>	8
<i>Danmark</i>	9
Ahlsellkonceptet	10
Marknad, trender och konkurrenter	12
Historik	13

ahlsell

gör det enklare att vara proffs

Ahlsell är ett ledande nordiskt handelsföretag inom installationsprodukter, verktyg och maskiner. Koncernen erbjuder professionella användare ett brett sortiment av varor och kringtjänster inom produktområdena VVS, El, Verktyg & Maskiner och Kyl. En mindre del av försäljningen går till detaljhandelsföretag inom området GDS (Gör-Det-Själv).

Ahlsells strategi vilar på fem grundstenar:

- brett erbjudande genom kombinationen av VVS, elprodukter, verktyg och maskiner samt kylprodukter, med unik sortimentsbredd inom respektive produktområde
- lokal närvaro med självständiga försäljningsenheter nära kunderna
- specialistkompetens inom varje marknadssegment och produktområde
- centraliserade funktioner för inköp, administration och logistik
- tillväxt genom förvärv

Koncernen har en årlig omsättning på cirka 18 miljarder SEK och har drygt 4 000 anställda. Huvudägare är Cinven och Goldman Sachs.

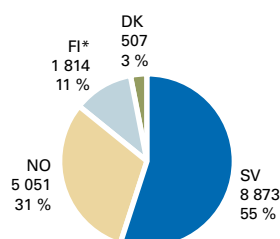


Året i sammandrag

- **Koncernens försäljning ökade med 15 procent, justerat för valutakursförändringar och förvärv, till 16 245 MSEK (11 119).**
- **Resultatet (EBITA) ökade med 79 procent till 1 041 MSEK (583) med en rörelsemarginal (ROS) på 6,4 procent (5,2).**
- **Genom förvärvet av Nexans Distribusjon, med en omsättning på cirka 1 200 MSEK, stärktes Ahlsells marknadsposition väsentligt på den norska elgrossistmarknaden.**
- **Genom förvärvet av marknadsledande finska aktören, Malk OY, med en omsättning på ca 60 MSEK, blev Ahlsell marknadsledare på Gör-Det-Själv marknaden i Finland.**
- **Ahlsells position som marknadsledare inom Verkyg & Maskiner i Sverige stärktes ytterligare genom förvärven av Ljungby Industrileverantör och Skaraborgs Industriservice.**

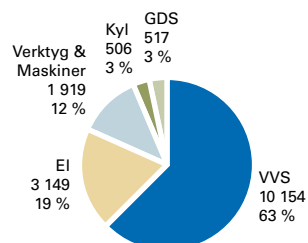
Nyckeltal i koncernen					
	2005	2004	2003	2002	2001
Nettoomsättning, MSEK	16 245	11 119	9 883	10 069	8 589
Resultat (EBITA), MSEK	1 041	583	455	394	417
Rörelsemarginal (ROS) %	6,4	5,2	4,6	3,9	4,9
Resultat efter skatt, MSEK	463	251	101	9	30
Avkastning på operativt kapital %	40,5	34,4	27,3	21,1	23,3
Medelantalet anställda	4 252	3 145	2 944	3 057	2 446

Extern nettoomsättning 2005 per land, MSEK



*Inkl Ryssland 61 MSEK, 0,4%

Extern nettoomsättning 2005 per produktområde, MSEK



Intervju med VD



Lönsamhetsökning med 79 % och Ahlsells bästa resultat någonsin samt strategiska förvärv. VD Göran Näsholm redogör för rekordåret 2005 och om förväntningarna för framtiden.

Hur vill du kommentera det finansiella utfallet för 2005?

Ahlsell har ett fantastiskt år bakom sig. Lönsamheten har lyfts från ett rörelseresultat (EBITA) på 583 miljoner 2004 till EBITA 1 041 miljoner 2005. Resultatet är det bästa någonsin och mycket bättre än prognos. Försäljningen ökade med 15 procent, justerat för valutakursförändringar och förvärv, till 16 245 MSEK. Dessutom ser utvecklingen bra ut i alla länder.

Kan du kommentera utvecklingen i verksamhetsländerna närmare?

I Sverige har VVS verksamheten gått mycket starkt. Även produktområdena Verktyg & Maskiner och Kyl har gått riktigt bra. Marknadsorganisationen som infördes i slutet på 2003 har nu satt sig och vi kan se en ökad säljstyrka som ett resultat av att vi genom segmenteringen nu förstår våra kunders behov ännu bättre. Norge-verksamheten har präglats av fusioner och integrationsarbete, med anledning av förvärvet av Bergens och Stavanger Rörhandel i oktober 2004. Under verksamhetsåret har tre enheter slagits ihop till en, huvudkontoret har flyttats, organisationen har omstrukturerats och nytt affärssystem har införts. Allt detta har genomförts med ett bibehållt fokus på kunderna och verksamheten lyckades nå en tillväxt på över 10 procent 2005. Finland är succésagan inom Ahlsell. För fem år sedan kämpade Finland för att nå en rörelsemarginal (EBITA) på 1-2 procent. 2005 nådde man en rörelsemarginal (EBITA) på 6 procent. Även Danmark har fått bättre fart på verksamheten.

Med så fina resultat kan man undra om Ahlsell kan bli bättre?

Visst kan vi bli ännu bättre. Målsättningen är att bli det bästa handelsbolaget i Europa inom vårt verksamhetsområde. För att kunna realisera ambitionen att bli bäst i Europa måste de nuvarande målsättningarna, som jag ser som bra och aggressiva, underbyggas av fyra basingredienser. De består dels av en plattform av stabila och kostnadseffektiva system för administration, logistik och distribution. Dessutom krävs en fokuserad säljstyrka samt egna initiativ och nya förvärv. Den här basen har vi i allt väsentligt redan på plats i Ahlsell. Det som återstår är att spränga den mentala barriären. Gör vi det kan Ahlsells fantastiska resa fortsätta.

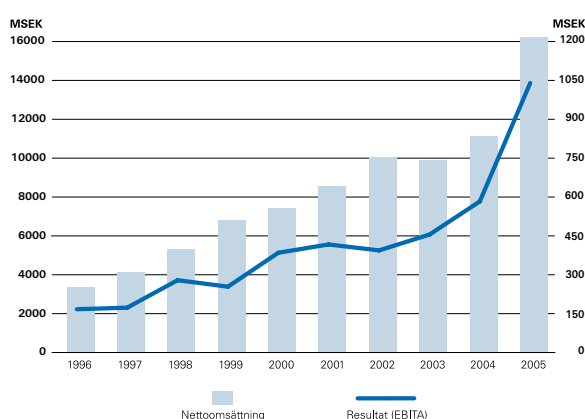
Vad har den nya ägarbilden inneburit för Ahlsell?

Ahlsell har goda erfarenheter av att ägas av riskkapitalbolag och för våra kunder, leverantörer och anställd kommer ingen skillnad att märkas av att vi nu har Cinven och Goldman Sachs som huvudägare. Jag vet att våra nya ägare tror på den affärsplan som vi lagt fast för kommande år och att de kommer att stödja ledningen i vår ambition att förverkliga våra tuffa målsättningar.

Under de senaste tio åren har Ahlsell gjort en mängd förvärv. Hur har detta påverkat Ahlsell som företag?

Det har naturligtvis påverkat oss på många sätt. Mest påtagligt är att vi är ett betydligt större bolag idag. För tio år sedan omsatte vi ungefär tre miljarder, idag har vi en omsättning på 16. Vi är ett ledande handelsföretag på den nordiska marknaden och vi har förvärvat oss in i nya produktområden, som GDS och Verktyg & Maskiner. Förvärven har också betytt mycket för kulturen och idéflödet i koncernen. Vi har en tradition inom Ahlsell att man stannar

Omsättning och resultat 1996 - 2005



länge och det är jag självklart glad över. Vi försöker också på olika sätt få människor att växa inom företaget. Men alla företag behöver också ett visst mått av "friskt blod" utifrån. Med förvärven har vi fått en mängd nya medarbetare med spännande idéer och erfarenheter. Ahlsell har en stark kraft i sina medarbetare idag, och jag är stolt över den kompetens och det engagemang som finns inom koncernen.

Vi har också lärt oss en del genom åren och blivit bättre på att köpa och integrera bolag. Det gäller såväl vår förmåga att identifiera och analysera potentiella förvärv som de rutiner och legala processer som måste skötas. Jag säger inte att det är enkelt att integrera ett stort förvärv, utan det är ett krävande arbete att fusionera olika organisationer, byta IT-system och förändra logistikapparaten. Helst ska ju allt detta ske utan att man tappar fokus på marknaden, men man tappar alltid något i tempo under en tid. Det gäller dock att göra denna tid så kort som möjligt, och det tycker jag att vi är bra på idag.

Kommer Ahlsell att fortsätta förvärva företag?

Som jag sade så är vi idag ett ledande handelsföretag i samtliga nordiska länder, men vi är det inte på alla våra delmarknader, det vill säga inom respektive produktområde. Flera av dessa marknader är dessutom fortfarande relativt fragmenterade. Vi har ambitionen att vara aktiva i den konsolidering som pågår, för att på så sätt komma närmare vårt långsiktiga mål att bli ledande inom samtliga produktområden på alla våra geografiska marknader.

Vad tror du om marknadsutvecklingen?

Under 2005 har samtliga Ahlsells delmarknader varit starka. Viktiga faktorer för oss är att investeringarna har ökat inom byggnation och traditionell industri. Men även inom verksamhetsområdet kyl, där vi genom en rad lyckade produktlanseringar har lyckats skapa en stark tillväxt. Jag ser Kyl som ett intressant område för oss att växa i framöver. Andra intressanta tillväxtområden är till exempel små/medelstora VVS- och EI-installatörer, segmenten Bygg, Industri, Elnät och Data/Tele.

För 2006 väntar jag mig en fortsatt stark marknad i Sverige, Danmark och Finland och att marknaden i Norge förblir på en fortsatt hög nivå.

Vad har du i övrigt för förväntningar på 2006?

Utifrån vår positiva syn på marknadsutvecklingen bör våra volymer fortsätta öka. Vi kommer att ha fortsatt fokus på förbättring av marginaler, kostnadseffektivitet, kassaflöde och kapitalbindning. Detta tillsammans med våra fokusområden per verksamhetsland kommer att innebära resultat- och volymförbättring även för 2006.

Verksamhetsländer

Sverige

VERKSAMHET

Ahlsells historia går tillbaka till 1877 då försäljningsbolaget Bernström & Co etablerades. Grunden för dagens koncern lades 1922 då Bernström & Co gick samman med R Ahlsell & Co och inriktningen mot VVS förstärktes. Idag är Ahlsell Sveriges ledande handelsföretag inom installationsprodukter, verktyg och maskiner. Verksamheten omfattar koncernens samtliga fem produktområden: VVS, El, Verktyg & Maskiner, Kyl och GDS. Av koncernens externa nettoomsättning 2005 genererades 55 procent på den svenska marknaden.

Ahlsell hade vid årets utgång ca 80 etableringar i Sverige. Under året ökade antalet etableringar med 2, som följd av förvärven av Ljungby Industrileverantör med en omsättning om 20 MSEK och Skaraborgs Industriservice med en omsättning om 30 MSEK. Den svenska verksamhetens central-lager ligger i Hallsberg.

Medelantalet anställda i Sverige under 2005 var 2 246, en ökning med 109 personer jämfört med föregående år. Antalet kunder uppgick under året till drygt 50 000. De tio största kunderna svarade för 15 procent av nettoomsättningen.

POSITION OCH KONKURRENTER

Inom produktområdet VVS beräknas Ahlsells marknadsandel uppgå till drygt 40 procent, vilket gör koncernen till marknadsledare i Sverige.

Inom produktområdet El är Ahlsell nummer två bland elgrossisterna med en marknadsandel på cirka 20 procent. Elektroskandia (ägt av holländska Hagemeyer) är den största aktören och Selga (ägt av franska Rexel) är trea.

Inom Verktyg & Maskiner är den svenska marknaden, i likhet med Norge och Finland, fragmenterad med ett stort antal lokala bolag med en nettoomsättning i storleksordningen 20 till 80 MSEK. Ahlsells position som marknadsledare förstärktes ytterligare under året genom förvärven av Ljungby Industrileverantör och Skaraborgs Industriservice. Förvärven kompletterar Ahlsells befintliga försäljning väl inom produktområdet Verktyg & Maskiner, som huvudsakligen går till traditionell verkstadsindustri. Ahlsell är idag en ledande aktör

inom Verktyg & Maskiner med en marknadsandel på cirka 30 procent. En annan aktör på marknaden är Bergman & Beving.

Ahlsells marknadsandel inom kommersiell kyla uppgår till cirka 30 procent, vilket gör koncernen till nummer två på marknaden. Störst är Kylma (ägt av svenska G & L Beijer) och trea är Tempcold*. På den mer fragmenterade marknaden för komfortkyla är Ahlsell en av många aktörer.

Inom GDS-segmentet för el- och VVS-produkter är Ahlsell marknadsledare med cirka 35 procent av marknaden för elprodukter och knappt 10 procent inom VVS. Bland andra större aktörer räknas GG Carat (ägt av Dahl), Amiga, Malmbergs och Schneider.

UTVECKLING 2005 OCH FRAMTIDSUTSIKTER

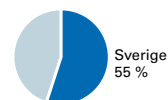
Den externa nettoomsättningen i den svenska verksamheten ökade med 18 procent till 8 873 MSEK. Tillväxten genererades främst inom produktområdet VVS. En mindre del av försäljningsökningen inom Verktyg & Maskiner förklaras av förvärven av Ljungby Industrileverantör och Skaraborgs Industriservice.

Inom produktområdet El är prispressen betydande på den svenska marknaden, och till en del förklaras volymtappet av att Ahlsell valt att avveckla olönsamma kontrakt och avstå från vissa affärer. Resultatet (EBITA) uppgick till 722 MSEK, motsvarande en tillväxt om 42 procent. Rörelsemarginalen på 8,1 procent är den bästa någonsin för Ahlsell i Sverige. Marginalförbättringen är huvudsakligen en konsekvens av högre kostnadseffektivitet och förändrad kundmix.

Under senare delen av 2003 infördes en ny försäljningsorganisation i Sverige, baserad på marknads- och kundsegment. Under 2005 har den nya organisationen bidragit till en ökad säljkraft genom att Ahlsell kan tillgodose kundernas behov inom respektive segment ännu bättre. Vidare har en rad tillväxts- och lönsamhetsinitiativ lanserats, vilka förväntas ge positiva resultat och volymeffekter under kommande år.

Ahlsell ser positivt på konjunkturutvecklingen i Sverige för 2006. Investeringarna väntas öka inom såväl bygg- som industri-sektorn. En förbättrad marknad och försälj-

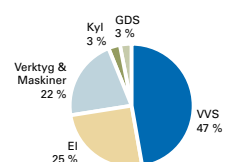
Andel av extern omsättning



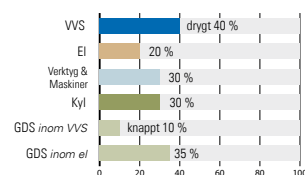
Andel av resultat (EBITA)



Försäljning/ produktområde



Marknadsandel/ produktområde



ningsåtgärder, i kombination med fortsatt kostnadskontroll, väntas leda till förbättrade marginaler och resultat under 2006.

* 1 april 2006 ingick Ahlsell ett avtal om att förvärva Tempcold.

Norge

VERKSAMHET

Ahlsell etablerade verksamhet i Norge 1990 genom förvärv inom produktområdet Kyl. Verksamheten har sedan dess utökats och omfattar idag produktområdena VVS, El, Kyl och GDS. Under 2005 svarade den norska verksamheten för 31 procent av koncernens externa nettoomsättning. Som följd av förvärvet av Elgrossisten Nexans Distribusjon ökade antalet etableringar med 24 vilket innebär att Ahlsell vid årets slut hade 80 etableringar i Norge.

Den norska organisationen har ett flertal distributionslager. En översyn av logistiken genomförs under 2006 i syfte att införa en mer kostnads- och kapitleffektiv logistiklösning.

Efter förvärvet av Nexans Distribusjon, med en omsättning på 1 200 MSEK och 300 anställda, har Ahlsell i Norge cirka 1 300 anställda, en ökning med 200 personer jämfört med året före. Omsättningen uppgick till 5 051 vid verksamhetsårets slut.

Antalet kunder uppgick under 2005 till ca 25 000. De tio största kunderna svarade för ca 15 procent av nettoomsättningen.

POSITION OCH KONKURRENTER

Inom produktområdet VVS har Ahlsells position på den norska grossistmarknaden förstärkts betydligt genom förvärvet av Bergens och Stavanger Rørhandel (BR/SR) under 2004. Ahlsells marknadsandel bedöms uppgå till drygt 40 procent inom VVS, vilket gör koncernen till marknadsledare tillsammans med Brøderne Dahl.

Trea på marknaden är norska Heidenreich. Ahlsell förvärvade under verksamhetsåret Elgrossisten Nexans Distribusjon med en omsättning på 1 200 MSEK och blev därmed en ledande aktör på elmarknaden. Ahlsells marknadsandel inom el uppskattas till ca 15 procent. Andra spelare är Onninen och Elektroskandia samt danska Solar.

Inom kylområdet bedöms Ahlsell ha ca 15 procent av marknaden för såväl kommersiell kyla som komfortkyla. Ahlsell är därmed en av de fem största på kylmarknaden. Till de större aktörerna hör Schløsser Møller (ägt av G & L Beijer), Tempcold*

samt de båda familjeägda företagen Møderne Kjølring och Børresen.

Inom GDS-området har Ahlsell en stark position inom elartiklar. Sammantaget för el och VVS-artiklar beräknas marknadsandelen uppgå till cirka 10 procent.

UTVECKLING 2005 OCH FRAMTIDSUTSIKTER

Den externa nettoomsättningen i Norge ökade med 225 procent under året till 5 051 MSEK. Ökningen förklaras huvudsakligen av förvärven av Nexans Distribusjon och BR/SR samt den starka marknaden.

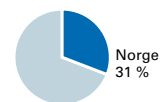
Resultatet (EBITA) uppgick för helåret till 194 MSEK. Verksamheten har präglats av fusioner och integrationsarbete, med anledning av förvärvet av BR/SR i oktober 2004 och Nexans Distribusjon 2005. Under verksamhetsåret har tre enheter slagits ihop till en, huvudkontoret har flyttats, organisationen har omstrukturerats och nytt affärssystem har införts. Det koncerngemensamma IT-systemet möjliggör samordningsvinster inom inköp, logistik och administration. Vidare har åtgärder vidtagits för att effektivisera administrativa funktioner samt logistik.

För Ahlsell i Norge kommer 2006 till stor del att präglas av fortsatt integrationsarbete med BR/SR och Nexans Distribusjon och realiserandet av kostnadsbesparingar.

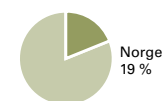
Den byggrelaterade marknaden väntas ha en fortsatt positiv utveckling. Därtill ser investeringarna ut att vara fortsatt höga inom olje- och gasindustrin. Sammantaget för Ahlsells Norgeverksamhet bedöms en fortsatt hög nivå på marknaden i kombination med redan genomförda samt planerade strukturåtgärder, ge positiv effekt på lönsamhet och resultat under 2006.

* I april 2006 ingick Ahlsell ett avtal om att förvärva Tempcold.

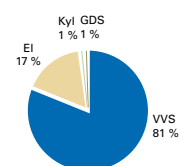
Andel av extern omsättning



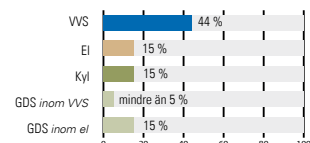
Andel av resultat (EBITA)



Försäljning/ produktområde



Marknadsandel/ produktområde



Finland

VERKSAMHET

Ahlsell etablerade verksamhet i Finland 1990 genom förvärv inom produktområdet Kyl. Verksamheten utökades 1999 genom förvärv av en ledande grossist inom VVS-produkter. Under 2005 etablerade Ahlsell verksamhet inom GDS i Finland genom förvärvet av den ledande GDS grossisten Malk OY, med en omsättning på 60 MSEK och 20 anställda. Av koncernens externa nettoomsättning genererades 11 procent i Finland.

Ahlsell har 25 etableringar i Finland och centrallaget är beläget i Hyvinge, utanför Helsingfors. Medelantalet anställda i Finland uppgick till 318 personer, en minskning med 4 procent. Antalet kunder uppgick under året till cirka 13 000. De tio största kunderna svarade för drygt 15 procent av nettoomsättningen.

Ahlsell har även en mindre verksamhet i Ryssland, vilken är organiserad under Finland. Verksamheten etablerades 1996 i S:t Petersburg och omfattar produktområdet VVS. Under 2004 startades en andra etablering i Jekaterinburg. Omsättningen i Ryssland uppgick under 2005 till 61 MSEK med en rörelsemarginal på 3,6 procent. Medelantalet anställda var 52.

POSITION OCH KONKURRENTER

Ahlsell har en stark position i Finland både inom VVS och Kyl. Inom produktområdet VVS bedöms marknadsandelen överstiga 20 procent, vilket gör Ahlsell till nummer tre på grossistmarknaden efter Onninen och Dahl. Inom Kyl är Ahlsell trea med marknadsandelar på cirka 15 procent inom såväl kommersiell kyla som komfortkyla. Störst på kylmarknaden är Onninen följt av Combi Cool (G & L Beijer) och Tempcold*.

Under 2005 etablerade Ahlsell verksamhet inom GDS i Finland genom förvärvet av den ledande GDS grossisten Malk OY, med en omsättning på 60 MSEK och 20 anställda. Efter förvärvet bedöms Ahlsells marknadsandel inom VVS-produkter på GDS marknaden uppgå till ca 40 procent.

UTVECKLING 2005 OCH FRAMTIDSUTSIKTER

Ahlsells externa nettoomsättning i Finland ökade under året med 16 procent till 1 753 MSEK. Resultatet (EBITA) uppgick till 101 MSEK. Resultatförbättringen är främst hänförlig till lägre reaktiva kostnadsnivåer och högre bruttomarginaler, vilket i sin tur är konsekvenser av tidigare gjorda investeringar i centrallager och logistiksystem samt bättre inköp.

Under året har den finska verksamheten fokuserat på att förbättra och effektivisera processer samt behållit ett fortsatt kostands och marginalfokus. Inom Ahlsells produktområden var den finska marknaden fortsatt stark.

För 2006 väntas marknaden vara oförändrat stark. Ahlsells ambition är att utöka sin närvaro i Finland. Det under tidigare år genomförda investeringar och omstruktureringar, i kombination med fortsatt kostnads och marginalfokus utgör en god grund för ytterligare resultatförbättring 2006.

* I april 2006 ingick Ahlsell ett avtal om att förvärva Tempcold.

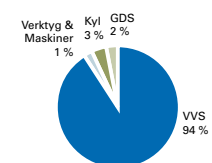
Andel av extern omsättning



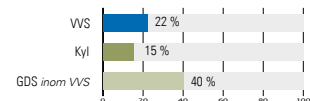
Andel av resultat (EBITA)



Försäljning/ produktområde



Marknadsandel/ produktområde



Danmark

VERKSAMHET

Ahlsell har funnits i Danmark sedan 1990 då kylverksamheten förvärvades. Därefter har antalet produktområden utökats, med GDS år 1998 och med VVS och EI år 2000. Den danska verksamheten svarade under 2005 för tre procent av koncernens externa nettoomsättning.

Antalet etableringar uppgick till 11 vid årets slut. Medelantalet anställda i den danska verksamheten uppgick till 159. Antalet kunder uppgick till ca 2 500. De tio största kunderna svarade för drygt 20 procent av nettoomsättningen.

POSITION OCH KONKURRENTER

Ahlsell är en liten, men snabbt växande aktör på den danska VVS-grossistmarknaden, med en andel på några procent. Den dominerande aktören är Dahl, följt av de danska grossisterna A & O Johansen och Sanistål.

Även inom produktområdet EI är Ahlsells marknadsandel begränsad. Denna marknad domineras av de två danska grossisterna Solar och Louis Poulsen.

På kylmarknaden har Ahlsell en stark position. Inom produkter för kommersiell kyla beräknas andelen uppgå till cirka 25 procent, och inom komfortkyla till cirka 10 procent. Ahlsell är tillsammans med H Jessen Jürgensen och Tempcold* de tre ledande aktörerna.

Inom GDS-området är Ahlsell marknadsledare inom produktområdet VVS. Andra större aktörer är Dahl samt A & O Johansen.

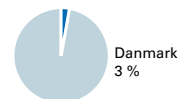
UTVECKLING 2005 OCH FRAMTIDSUTSIKTER

Ahlsells försäljning i Danmark uppgick till 507 MSEK. Såväl Kyl- som GDS-verksamheten är väletablerade och lönsamma. Inom de mindre etablerade produktområdena VVS och EI växer försäljningen snabbare än marknaden. Sammantaget har resultatet (EBITA) i den danska verksamheten förbättrats väsentligt till 20 MSEK.

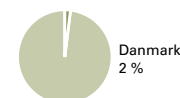
För 2006 är Ahlsells bedömning att den danska marknaden kommer att utvecklas relativt starkt. Företagets tillväxtstrategi inom VVS och EI är oförändrad samtidigt som verksamheterna inom Kyl och GDS förväntas vara fortsatt högpresterande med god lönsamhet. Den danska verksamheten kommer att ha ett fortsatt starkt fokus på förbättring av kostnadseffektivitet och marginaler vilket tillsammans med lokala affärsinitiativ bör leda till ökade volymer och ett förbättrat resultat 2006.

** I april 2006 ingick Ahlsell ett avtal om att förvärva Tempcold.*

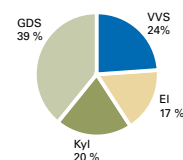
Andel av extern omsättning



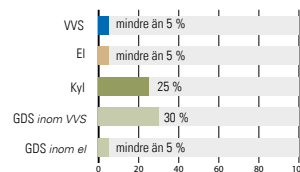
Andel av resultat (EBITA)



Försäljning/ produktområde



Marknadsandel/ produktområde



Ahlsellkonceptet

Ahlsellkonceptet utgör Ahlsells övergripande strategi för att styra verksamheten mot koncernens vision och mål. Denna strategi består av fem grundstenar.

Affärsidé

Att skapa effektiv handel för installationsprodukter, verktyg och maskiner för professionella användare i Norden.

Vision och mål

Ahlsell ska vara kundens självklara val inom installationsprodukter, verktyg och maskiner. Koncernens övergripande mål är att skapa hög tillväxt och lönsamhet. Målsättningen är vidare att bli en av de ledande aktörerna inom samtliga produktområden i varje nordiskt land.

BRETT PRODUKTERBJUDANDE



Ahlsell erbjuder ett brett och djupt sortiment från de ledande leverantörerna av installationsprodukter, verktyg och maskiner. Ahlsells kunder får därigenom, via en kontakt, tillgång till ett brett produktsortiment och flertalet kringtjänster. Därmed skapas möjligheter för kunden att öka effektiviteten och sänka sina kostnader. Det breda sortimentet i kombination med stora volymer skapar också goda förutsättningar för en kostnadseffektiv varuhantering för Ahlsell.

Sortimentet och leverantörsrelationerna utvecklas ständigt. Inom varje produktområde eftersträvar Ahlsell mångfald, såväl vad gäller produkternas design och funktion som kvalitet och kostnad.

LOKAL NÄRVARO



Att finnas nära kunden och ha god kännedom om den lokala marknaden är nödvändigt för att på bästa sätt möta kundernas behov. Idag har Ahlsell cirka 200 butiker och säljkontor över hela Norden. Butikerna erbjuder snabb och lättillgänglig service och är en naturlig mötesplats för många yrkesmän.

Genom att verksamheten bedrivs i många lokala enheter, med hög självständighet och tydligt resultatansvar, har de lokala cheferna goda förutsättningar för att optimera kvaliteten i kundrelationerna och skapa motivation bland medarbetarna.

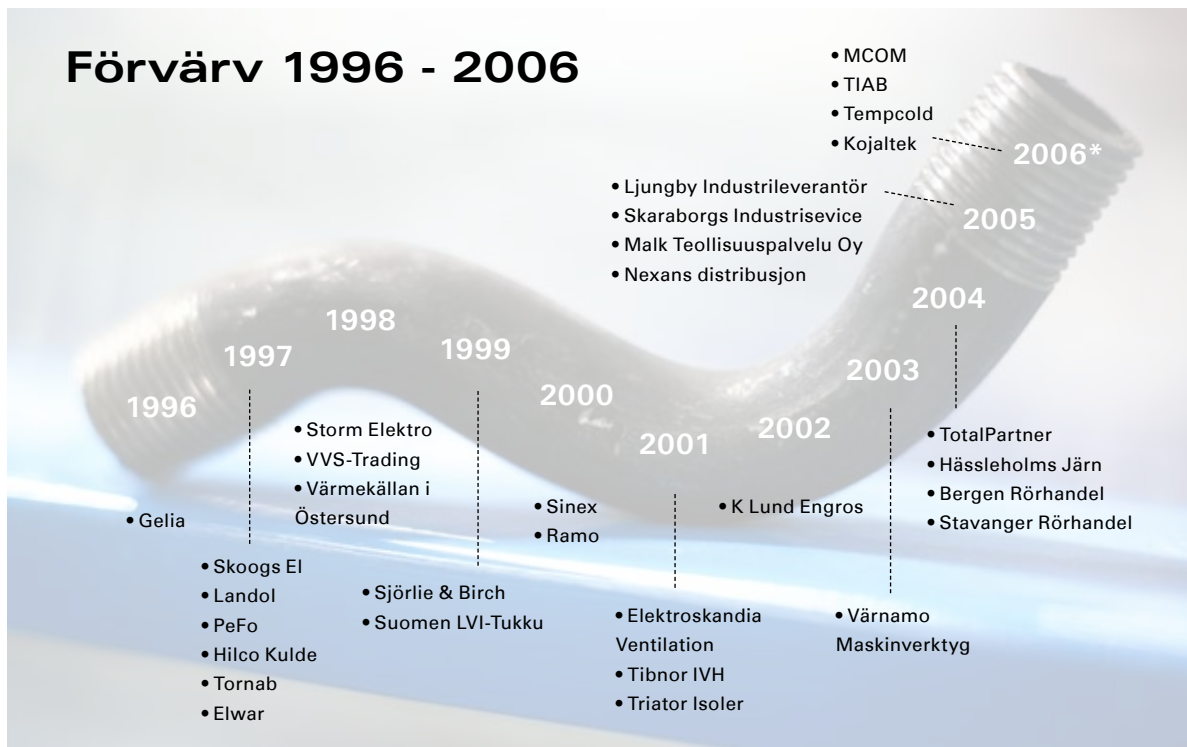
SPECIALISTKOMPETENS



Kunniga medarbetare är en förutsättning för att ge kvalificerad rådgivning utifrån kundens behov. Genom lång branschfarenhet samt kontinuerlig utbildning och omvärldsbevakning har Ahlsells medarbetare djup kunskap om produkter, marknad och trender.

Säljorganisationen är organiserad i marknadssegment och möter kunden utifrån dennes specifika behov. Kombinationen av ett brett produkterbjudande och specialistkompetens inom varje marknadssegment skapar god grund för långa kundrelationer och nya affärer.

Förvärv 1996 - 2006



Sedan 1996 t.o.m. 3 maj 2006 har 31 förvärv genomförts till en sammantagen omsättning på 10 miljarder SEK.

* T.o.m. 3 maj 2006

CENTRALAT INKÖP, ADM OCH LOGISTIK



Med centraliserade inköpsfunktioner skapas kostnadssynergier i inköpsprocessen samtidigt som det möjliggör fördelar i leverantörsrelationerna. Koncerngemensamma IT-system och stödfunktioner är också viktiga delar i strävan att tillvarata skalfördelar.

Navet i Ahlsells verksamhet utgörs av koncernens effektiva logistiksystem med moderna centrallager på strategiska platser i Norden. En kostnads- och kapital-effektiv varuhantering i kombination med stora volymer utgör själva fundamentet för lönsamma affärer. Med central lagerhållning, snabb orderhantering och direktleveranser från lagret får kunderna rätt varor i rätt tid och till rätt plats.

I takt med att kritisk volym uppnås etableras centrallager i respektive verksamhetsland. Ambitionen är att i varje land driva verksamheten i en legal enhet med koncerngemensamma logistik-, IT- och administrationssystem.

TILLVÄXT GENOM FÖRVÄRV



Potentiella förvärv kan delas in i förvärv som genomförs för att expandera geografiskt, och förvärv som kompletterar befintligt produktområden på marknader där Ahlsell redan har verksamhet.

Förvärv för geografisk expansion syftar till att bredda kundbasen och möjliggöra bearbetning av en större marknad enligt Ahlsells koncept.

Förvärven skapar en möjlighet att bli en ännu starkare partner till våra kunder och leverantörer. Ahlsell prioriterar förvärv med uppenbara kostnadssynergier och har som ambition att alla förvärv ska integreras i befintliga system inom tolv månader från förvärvstillfället. Detta innebär i de flesta fall samordning av administration, inköp, IT-system, logistik och försäljningskontor.

Historiskt har Ahlsell i de flesta fall förvärvat verksamheter med låg lönsamhet som efter integrationen har förbättrats. Ahlsellkonceptet har i dessa fall bidragit till ett betydande värdeskapande.

Marknad, trender och konkurrenter

Ahlsell bedriver grossistverksamhet inom produktområdena VVS, EI, Verktyg & Maskiner och Kyl. En mindre del av försäljningen av VVS- och elprodukter går till detaljhandelsföretag inom området GDS (Gör-Det-Själv). Ahlsell bedriver verksamhet i Sverige, Norge, Finland och Danmark samt i mindre omfattning i Ryssland.

Marknad

Försäljningen av installationsprodukter, verktyg och maskiner på den nordiska marknaden sker framför allt genom grossistledet. Ahlsell bedömer att cirka 80 procent av all inomnordisk försäljning inom dessa områden sker genom grossistledet. Resterande del utgörs av försäljning direkt från leverantör till kund och en mindre del av GDS-försäljning. Den totala marknaden för Ahlsells produktområden beräknas uppgå till ca 80 miljarder SEK.

Ahlsells största produktområden, VVS och EI, svarade under 2005 tillsammans för ca 80 procent av den totala omsättningen. Marknaden för VVS- och elprodukter i Norden har under en 10 års period visat på en årlig tillväxt på 3-4 %.*

Flera av de områden som Ahlsell verkar inom har en relativt låg grad av konsolidering. Det innebär fortsatta förvärvsmöjligheter för Ahlsell och att tillväxtpotentialen är god.

Kunder

Ahlsells kunder utgörs främst av installationsföretag, industri-, bygg- och fastighetsbolag, VA-entreprenörer, elnätbolag samt kommuner och detaljister.

Koncernen har ca 100 000 kunder. Ahlsells 10 största kunder svarade för ca 15 procent av koncernens nettoomsättning och ingen enskild kund svarade för mer än 3 procent av nettoomsättningen.

Grossistrollen blir viktigare på marknaden

Den nordiska grossistmarknaden inom Ahlsells produktområden påverkas av flera trender – bland annat en ökad sortimentsbredd, konsolidering bland leverantörerna, att produktion flyttas till lågkostnadsländer samt en förändring i beställningsmönster.

Under den senaste tioårsperioden har produktsortimentet på marknaden bredats väsentligt och denna utveckling väntas fortgå. Bakom detta ligger ökade krav från kunder på mångfald i antalet produktvarianter såväl ur design- som kostnadsperspektiv, men även det faktum att teknikin-

nehållet i produkterna ökar.

I stort sett samtliga produktleverantörer, såväl globala som lokala, använder sig av grossister som försäljningskanal för att nå ut på de lokala marknaderna. Leverantörsstrukturen varierar till viss del mellan olika produktområden, delvis som följd av skillnader i designinnehåll och standardiseringsgrad.

En övergripande trend är att produktionen inom tillverkningsindustrin flyttas till så kallade lågkostnadsländer. Detta sker också inom Ahlsells produktområden, vilket öppnar för både utmaningar och möjligheter. Kundernas beställningsmönster har också förändrats under de senaste åren.

Nybyggnationen av bostäder, framför allt i Sverige, har varit begränsad och de enskilda byggprojekten har överlag minskat i storlek. Detta har lett till att man bland bygg- och installationsföretagen idag har kortare framförhållning och är mindre benägna att hålla produkter i lager. Sammantaget leder dessa trender till en mer svårnavigerad situation för både kunder och leverantörer och stärker grossistens roll.

Konkurrenssituation

Den nordiska grossistmarknaden inom VVS, EI, Verktyg & Maskiner, Kyl och GDS har inom flera av produktområdena ett fåtal större aktörer som tillsammans har en betydande del av den sammantagna marknaden.

Ahlsell och finska Onninen är dock de enda två spelarna som är etablerade inom flera produktområden. Ahlsell är en av de ledande aktörerna inom sina samtliga produktområden, dock inte i varje enskilt

land, och målet är att stärka positionerna ytterligare.

VVS-marknaden kan sägas vara fullt konsoliderad, i samtliga länder har de tre största aktörerna mer än 50 procent. Ahlsell är tillsammans med Dahl ledande i både Sverige, Finland och Norge.

El-marknaden har kännetecknats av konsolidering under senare år, med få aktörer med betydande marknadsandelar. Tydligast i Finland och Danmark. Ahlsell tillhör de största aktörerna i Sverige och Norge och de mindre i Danmark.

Marknaden för kommersiella kylprodukter är i stor utsträckning mogen och koncentrerad, där Ahlsell och G & L Beijer är de ledande aktörerna. Det mer snabbväxande segmentet komfortkyla är däremot fragmenterat med ett flertal mindre aktörer.

Inom Verktyg & Maskiner är koncentrationen generellt låg och marknaden karaktäriseras av ett stort antal små företag, med undantag för Danmark som har tre stora aktörer. Inom produktområdet är Ahlsell endast verksam i Sverige och är marknadsledande.

Inom GDS är den nordiska marknaden fragmenterad, med en mängd mindre företag inriktade på lokala marknader.

* Källa: Nordiska grossistföreningen och Ahlsell

Förvärvspotential

Icke konsoliderad andel av marknaden (exkl. GDS). Ju högre siffra desto större förvärvspotential.

Land	VVS	EI	Verktyg & Maskiner	Kommersiell kyla	GDS
Sverige	<10%	<20%	ca 60%	ca 15%	
Marknadsposition	1	2	1	2**	1
Norge	ca 15%	<20%	ca 70%	ca 60%	
Marknadsposition	1	3	-	4**	1
Finland	ca 5%	ca 10%	ca 70%	<20%	
Marknadsposition	3	-	-	3**	1
Danmark	ca 40%	ca 40%	ca 70%	<20%	
Marknadsposition	5	4	-	2**	1

** I april 2006 ingick Ahlsell ett avtal om att förvärva Tempcold. Ahlsell kommer därefter bli marknadsledare inom Kyl i samtliga länder.



ahlsell

gör det enklare att vara proffs

Historik



1877

HISTORIEN OM AHLSELL
börjar 1877 då försäljningsbolaget Bernström & Co etableras. Bolaget slås 1922 samman med R Ahlsell & Co, varvid inriktningen mot VVS förstärks och grunden för dagens koncern läggs.



1964

Bolagets aktie introduceras på Stockholmsbörsen.

1986

Genom förvärv av El-Partner, El-Håge med flera etableras verksamhet inom El. Boliden förvärvar Ahlsell och bolaget avnoteras från Börsen



1987

Ahlsell blir ett dotterbolag inom Trelleborgskoncernen, som förvärvar Boliden

1990

Genom förvärv av Sandblom & Stohne etableras verksamhet inom Kyl. Centrallager etableras i Hallsberg.

1996

Genom förvärv av Gelia etableras verksamheten inom GDS.

1999

Nordic Capital blir ny huvudägare i Ahlsell genom förvärv av 51 % av aktierna.



2001

Genom förvärv av Tibnor Industrivaruhus etableras verksamhet inom Verktyg & Maskiner

2002

Ahlsell firar 125 år. Centrallager etableras i Norge

2003

Omorganisation – från produktorganisation till marknadsorganisation. Centrallager etableras i Finland

2004

Förvärv av Bergens och Stavanger Rörhandel gör Ahlsell marknadsledare inom VVS i Norge. Förvärv av TotalPartner stärker marknadsledande position inom Verktyg & Maskiner i Sverige. Nordic Capital blir ensam huvudägare i Ahlsell.

2005

Ahlsell förvärvar Nexans Distribusjon AS och blir ledande aktör inom El i Norge. Genom förvärv av Malk OY blir Ahlsell marknadsledare inom GDS i Finland. Sedan 1996 har Ahlsell genomfört 27 förvärv. Cinven och Goldman Sachs Capital Partners, två av Europas ledande riskkapitalbolag, förvärvar Ahlsell och blir därmed nya huvudägare från januari 2006.



ahlsell

MODERBOLAG

Ahlsell Holding AB
117 98 Stockholm
Besöksadress: Liljeholmsvägen 30
Tel: 08 685 70 00 Fax: 08 685 70 96
www.ahlsell.com

SVERIGE

Ahlsell AB
117 98 Stockholm
Besöksadress: Liljeholmsvägen 30
Tel: 08 685 70 00
Fax: 08 685 70 96
www.ahlsell.se

NORGE

Ahlsell AS
Postboks 184
4065 Stavanger
Besöksadress: Gamle Forusvei 53
Forus, 4033 Stavanger
Tel: +47 51 81 85 00
Fax: +47 51 81 86 00
www.ahlsell.no

FINLAND

Ahlsell Oy
01510 Vantaa, Finland
Besöksadress: Äyritie 12 C
Tel: +358 20 584 5000
Fax: +358 20 584 5101
www.ahlsell.fi

DANMARK

Ahlsell A/S
2610 Rødovre, Danmark
Besöksadress: Islevdalvej 142
Tel: +45 44 54 40 01
Fax: +45 44 54 40 41
www.ahlsell.dk

RYSSLAND

ZAO Ahlsell SPb
Box 7001, 190 000 St Petersburg,
Ryssland
Besöksadress: Rentgena 5
Tel: +7 812 325 2424
Fax: +7 812 325 2407
www.ahlsell.ru