

FORDONSUNDERLEVERANTÖRER I SVÅRT LÄGE – GENOMGRIPANDE STRATEGISKA ÅTGÄRDER KRÄVS FÖR ATT ÖVERLEVA

I analysen av en färsk undersökning av de svenska fordonsunderleverantörerna konstateras att de svenska leverantörerna inte är lika finansiellt starka och presterar sämre än internationella jämförbara företag. De svenska leverantörerna är i behov av strategiskt genomgripande förändringar för att överleva i en marknad med mycket låg lönsamhet, hög kundkoncentration och en tillväxt som sker på marknader långt från Sverige och Europa.

De här slutsatserna dras i en studie genomförd av strategikonsultföretaget Roland Berger på uppdrag av Fouriertransform. I studien analyseras de 348 mest relevanta fordonsunderleverantörerna verksamma i Sverige och ställs mot över 600 internationellt jämförbara aktörer från 35 länder. Studien omfattar perioden 2005-2011.

”Underleverantörerna är beroende av ett fåtal kunder i Sverige. När tillväxten sker i huvudsak i Asien ökar risken att volymer uteblir och därmed möjligheten att kunna förbättra lönsamheten. Situationen har försämrats den senaste tiden genom ett svårare marknadsläge och fortsatt prispress från fordonstillverkarna. Det finns en rad åtgärder som fordonsunderleverantörer i Sverige måste genomföra för att kunna möta det förändrade marknadsläget. De har det mycket svårt med alltför låga marginaler och ett för stort beroende av traditionella marknader”, säger Per Nordberg, VD på Fouriertransform AB.

De svenska underleverantörerna backar i lönsamhet jämfört med den globala industrin och är fortfarande inte tillbaka på 2007 års nivå

Studien visar att de svenska underleverantörerna inte har kommit tillbaka till åren före krisen 2008 och de har betydligt lägre genomsnittlig rörelsemarginal än sina internationella konkurrenter. Lönsamheten försämras nu snabbt i det alltmer svåra konjunkturläget. De svenska aktörerna uppnådde endast hälften av den globala industrins lönsamhet på ca 6 procent. De internationella underleverantörerna hade dessutom inte en lika dramatisk nedgång under finanskrisen. Rekordnivåerna för omsättning och lönsamhet från 2007 överträffades av de internationella aktörerna redan under 2010, medan de svenska underleverantörerna inte ens under 2011 lyckats att nå upp till nivåerna innan krisen.

Behov av ökad flexibilitet, sänkta kostnader och breddad kundbas

De svenska underleverantörerna behöver öka sin flexibilitet för att hantera den ökade osäkerheten i efterfrågan. Sedan 2008 har den totala omsättningen för underleverantörerna varierat med upp till 30 procent per år. Den svenska fordonsindustrin drabbades dessutom särskilt hårt av finanskrisen.

Att underleverantörerna tydligt påverkas av nedgången hos de svenska och europeiska fordonstillverkarna visar på ett för starkt beroende av den inhemska och den traditionella europeiska marknaden. Det leder till att leverantörerna behöver minska sina fasta kostnader.

Exportera mer, exportera rätt

Volatiliteten och beroendet av de europeiska fordonstillverkarna kan minskas genom ökade aktiviteter på andra marknader. Studien visar att svenska företag med stor exportandel både växer mer och är lönsammare än de som saknar export.

"För att kunna växa på sikt måste företagen inte bara öka sin exportandel utan även fokusera mer på de tydliga tillväxtmarknaderna. I dagsläget är de svenska leverantörerna alltför exponerade mot de traditionella marknaderna", konstaterar Per Nordberg.

Europamarknaden står för tre fjärdedelar av exporten av svenska fordonskomponenter, men det är en stagnerande marknad där produktionen av både bilar och kommersiella fordon minskat mellan 2007 och 2011. Den stora globala tillväxten skedde under samma period i Asien, där till exempel Kina dubblade sin bilproduktion. Den svenska exporten till Asien ökade visserligen något under perioden, men långt ifrån i samma utsträckning som den underliggande marknadstillväxten. Asien står i dagsläget endast för en tiondel av den svenska exporten, samtidigt som regionen fram till 2019 förutspås stå för den största tillväxten för både bilar och kommersiella fordon.

"I studien framkommer också stora skillnader i både tillväxt och lönsamhet mellan olika komponentkategorier och tjänster varför en kombination av till vem och vart en leverantör säljer sannolikt påverkar den strategiska positionen framöver" säger Per M Nilsson, Partner på Roland Berger i Norden.

För ytterligare information, kontakta:

Per Nordberg, VD, Fouriertransform AB; Tel: +46 (0) 8 410 40 601

Per M Nilsson, Partner, Roland Berger Strategy Consultants AB; Tel: +46 31 757 5510

Fouriertransform är ett statligt venture capital-bolag som på kommersiella grunder stöder innovativa bolag och företagare som kan bidra till att vitalisera svensk fordonsindustri. Bolaget har en investeringsram på totalt 3 miljarder kronor och tillför förutom kapital även kompetens via kvalificerade medarbetare och ett nätverk av experter. www.fouriertransform.se

Roland Berger Strategy Consultants startades 1967 i Tyskland och har sedan dess etablerat sig som ett av världens ledande managementkonsultföretag. Med över 2 700 medarbetare i 36 länder världen över, med svensk närvaro i Göteborg och Stockholm, verkar Roland Berger framgångsrikt på alla betydande internationella marknader. Roland Berger är ett oberoende konsultföretag som ägs av cirka 220 partners. www.rolandberger.se

Fouriertransform är ett statligt venture capital-bolag som på kommersiella grunder stöder innovativa bolag och företagare som kan bidra till att vitalisera svensk fordonsindustri. Bolaget har en investeringsram på totalt 3 miljarder kronor och tillför förutom kapital även kompetens via kvalificerade medarbetare och ett nätverk av experter. www.fouriertransform.se