

1.-3. kvartal 2022

Aalborg, den 24. november 2022

Bestyrelsen har i dag godkendt kvartalsorienteringen for 1.-3. kvartal 2022 med følgende hovedpunkter:

- > Omsætningen stiger 9,4% til 2.735,6 mio. kr. Væksten er drevet af højere aktivitet og prisstigninger i hele koncernen.
- > Driftsindtjeningen (EBITDA) før engangseffekter stiger til 197,2 mio. kr. mod 136,0 mio. kr. i samme periode sidste år. Fremgangen skyldes prisstigninger, bedre marginer samt en lavere omkostningsprocent. EBITDA-marginen stiger med 1,8 procentpoint til 7,2%.
- > Forventningerne til 2022 præciseres. Driftsindtjeningen (EBITDA) før engangseffekter ventes nu at blive 240-255 mio. kr. (tidligere: 225-255 mio. kr.) ved en omsætning i niveauet 3,6 mia. kr.
- > Fortsat fokus på optimering af arbejdskapital ved nedbringelse af ekstraordinært højt lagerniveau samt optimering af betalingsbetingelser hos kunder og leverandører.

"Årets første tre kvartaler har været en god periode for Sanistål, og vi har trods svære markedsvilkår skabt solide resultater i koncernen. Der hersker fortsat usikkerhed om markedsvilkårene fremover, som følge af udviklingen i samfundsøkonomien med stigende inflation, energikrise og afmatning i byggeriet. Sanistål står dog et godt sted og er rustet til morgendagens konkurrence med den nye forretningsstrategi, Accelerate" siger adm. direktør Claudio K. Christensen.

Koncernens drift i 1.-3. kvartal 2022

De tidligere datterselskaber, Serman & Tipsmark A/S og Sanistal Spolka z.o.o (den polske forretning), er frasolgt henholdsvis pr. 29. april 2022 og 9. november 2022 og rapporteres således som ophørende aktiviteter. Sammenligningstal for 2021 er tilpasset.

Omsætningen i 1.-3. kvartal udgør 2.735,6 mio. kr. mod 2.500,9 mio. kr. i samme periode sidste år. Den danske forretning vokser 9,1% efter stigende salg inden for alle 5 kundekategorier. Omsætningen i den østeuropæiske forretning stiger 11,2% efter fremgang i særligt projektafdelingen. Væksten i begge segmenter er positivt påvirket af højere salgspriser for at kompensere for stigende indkøbspriser på en række rå- og færdigvarer, herunder stål.

Bruttoavanceprocenten i den danske forretning stiger med 0,4 procentpoint til 25,0%. Forbedringen skyldes ændret produktmiks, væksten i det digitale salg samt indførelse af markedskonforme priser og gebyrer på visse produkter og services.

Bruttoavanceprocenten i den østeuropæiske forretning stiger 1,2 procentpoint til 21,8%, primært som følge af ændret produktmiks. Hertil kommer, at kunderne i Østeuropa i stigende grad vælger nationale eller vesteuropæiske leverandører fremfor russiske, med en højere margin på de efterspurte produkter.

Leveringssikkerheden i koncernen er fortsat under det ønskede niveau, men stadig på et tilfredsstillende og ikke alarmerende niveau set i forhold til det generelt høje aktivitetsniveau på markederne og presset på forsyningskæderne. Det forventes, at det nuværende niveau for leveringssikkerheden kan fastholdes i de kommende måneder.

EBITDA før engangseffekter stiger 61 mio. kr. til 197,2 mio. kr. for 1.-3. kvartal mod 136,0 mio. kr. i samme periode sidste år. Begge segmenter bidrager til forbedringen, som primært skyldes prisstigninger, bedre marginer samt en lavere omkostningsprocent. EBITDA-marginen før engangseffekter stiger dermed fra 5,4% til 7,2%. Rapporteret EBITDA udgør 199,3 mio. kr. mod 127,1 mio. kr. i samme periode sidste år.

Engangseffekter udgør netto en udgift på 2,1 mio. kr. mod en indtægt på 8,8 mio. kr. i samme periode sidste år. Beløbet er sammensat af avancen ved salget af hovedsædet i Aalborg, fratrukket konsulentonorarer ved udarbejdelse af ny strategi, omkostninger relateret til købstilbuddet fra Ahlsell samt godtgørelse til fratrådte medarbejdere ved reorganiseringen af salgsorganisationen i februar.

Pengestrømme fra driftsaktivitet udgør 1,4 mio. kr. mod 26,1 mio. kr. i 1.-3. kvartal 2021, mens de frie pengestrømme udgør 99,3 mio. kr. mod -1,9 mio. kr. i sammenligningsperioden. Stigningen skyldes salgsprovenu fra salget af hovedsædet i Aalborg samt højere indtjening, som dog opvejes delvist af tilbagebetaling af A-skattelån. Arbejdskapitalen er steget med 15,5 mio. kr., hvilket primært skyldes større varelagre.

mio. kr.	KONCERNEN			DANMARK			ØSTEUROPA		
	1.-3. kv. 2022	1.-3. kv. 2021	2021	1.-3. kv. 2022	1.-3. kv. 2021	2021	1.-3. kv. 2022	1.-3. kv. 2021	2021
Nettoomsætning	2.735,6	2.500,9	3.405,4	2.410,3	2.208,4	2.997,6	325,3	292,5	407,8
EBITDA	199,3	127,1	163,4	175,5	103,9	133,6	23,7	23,3	29,8
Engangseffekter	-2,1	8,8	29,1	-2,1	13,6	33,8	-	-4,7	-4,7
EBITDA før engangseffekter	197,2	136,0	192,4	173,5	117,4	167,4	23,7	18,5	25,0
EBITDA-margin før engangseffekter %	7,2%	5,4%	5,7%	7,2%	5,3%	5,6%	7,3%	6,3%	6,1%

Resultater i 3. kvartal 2022

Koncernens omsætning stiger i 3. kvartal til 859,8 mio. kr., svarende til en vækst på 5,2% i forhold til samme periode sidste år. Vækstraten er lavere end i 1. og 2. kvartal, som var præget af høj aktivitet, mens der i 3. kvartal opleves en generel afmatning i efterspørgslen fra byggerikunderne.

EBITDA før engangseffekter forbedres i 3. kvartal til 61,8 mio. kr. mod 53,0 mio. kr. i samme periode året før, hvilket udgør en stigning på 16%.

Ny forretningsstrategi i moderselskabet

Den nye forretningsstrategi, Accelerate, lægger linjerne for Saniståls fremtidige udvikling og fokuserer på lønsom vækst. De grundlæggende drivkræfter for strategien er:

- > Digital Transformation
- > Sales & Customer Excellence
- > Sustainability
- > People & Culture

I 3. kvartal er der udarbejdet de initiativer, som skal drive strategien og være gennemgående i alle processer fremadrettet i Sanistål. De overordnede rammer for strategien er dermed på plads, og detaljerede målsætninger og handlingsplaner er under udarbejdelse. De strategiske initiativer er



- > Omni Channel – skabe 360 graders kundeforståelse
- > Customer Journey – understøtte den datedrevne kunderejse

- > Investering i teknologi og processer for at vækste og opskalere forretningen
- > Udvidelse af vores automatiserede lagersystem

- > Bredere produktsortiment til kunder, så de kun behøver handle ét sted

Digital Transformation

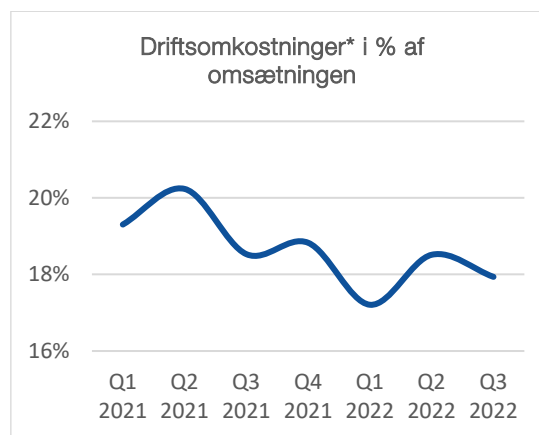
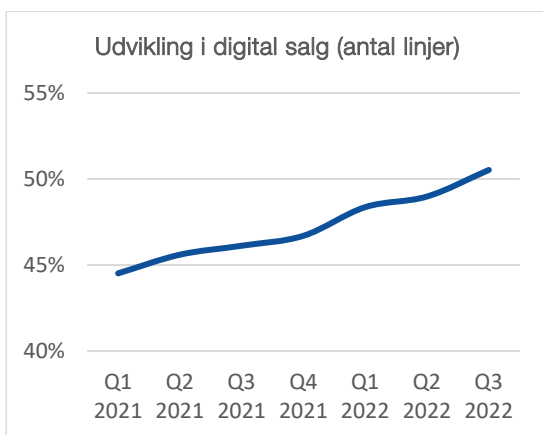
- > Det digitale salg via webshop, apps, EDI og koncepter udgør 49,2% af moderselskabets omsætningslinjer mod 45,4% i 1.-3. kvartal 2021.
- > Der er fokus på at skabe integrerede multi- og kanaloptimerede kundeoplevelser igennem 360 graders kundeforståelse

Sustainability

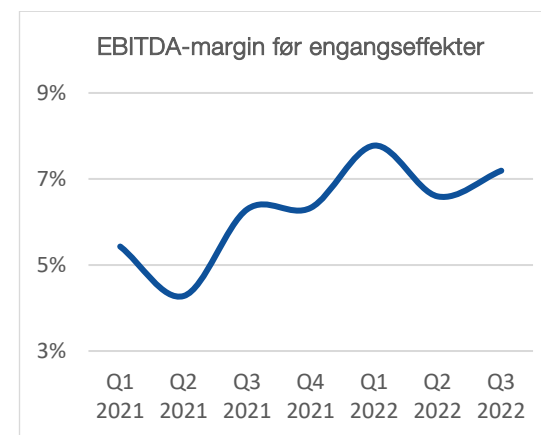
- > Der stilles krav til forsyningskæden om mærkningsordninger, så det bliver nemmere for kunderne at træffe et mere bæredygtigt valg af produkter. Mærkningsordninger fremgår i webshop, og fra årsskiftet tilføjes Co2-udledning på de produkter, hvor det er muligt.
- > Der er igangsat projekt for at øge vores genanvendelsesprocent yderligere i samarbejde med eksterne samarbejdspartner, således at også affald udnyttes som en værdifuld ressource.

People & Culture

- > Sanistål er af Beskæftigelsesministeriet fremhævet for at tage et særligt socialt ansvar som følge af inklusionen af flexmedarbejdere på centrallageret i Billund. Aktiviteten skal viderebygges i den kommende tid.



*Driftsomkostninger ekskl. engangseffekter



Vi fastholder, men præciserer forventninger til 2022

Sanistål præciserer forventningerne fra den 9. maj (selskabsmeddelelse nr. 6, 9. maj 2022). Sanistål indsnævrer intervallet til driftsindtjeningen (EBITDA) for engangseffekter til 240-255 mio. kr., mens omsætningen uændret forventes at blive i niveauet 3,6 mia. kr. Præciseringen af intervallet sker som følge af, at resultaterne år til dato er bedre end ventet. Der ses dog en begyndende opbremsning i 3. kvartal, som ventes at fortsætte i 4. kvartal. Til sammenligning udgjorde driftsindtjeningen (EBITDA) før engangseffekter 192,4 mio. kr. i 2021 ved en omsætning på 3,4 mia. kr.

De vigtigste forudsætninger for forventningerne er:

- > at der fortsat vil være en underliggende vækst i efterspørgslen på det danske hovedmarked
- > at de nuværende uroligheder og krig i Ukraine ikke udvikler sig og får væsentlig negativ påvirkning på samfundsøkonomien og markedsforholdene
- > at Saniståls kunder ikke vil blive påvirket negativt af udløb af diverse hjælpepakker i forbindelse med COVID-19 pandemien, med lavere markedsaktivitet til følge
- > at varetilgængeligheden, konjunkturer og renteniveau ikke ændres markant på de globale markeder, således at aktiviteten vil blive påvirket væsentligt
- > yderligere fremgang i digitalt salg

Det skal understreges, at der stadig er betydelige usikkerheder som følge af stigende inflation, løn- og prispres, lavere forbrugertillid samt risikoen for vareknaphed og flaskehalse i forsyningslinjerne.

FORVENTNINGER TIL 2022

mio. kr.	24. november 2022	9. maj 2022	8. marts 2022	Realiseret i 1.-3. kv. 2022
EBITDA før engangseffekter	240-255	225-255	210-240	197

Yderligere oplysninger

Adm. direktør Claudio K. Christensen, telefon 9630 6000, e-mail: ckc@sanistaal.dk