

ACCELL

GROUP

JAAR

VERSLAG

2018



BERICHT VAN DE BESTUURSVOORZITTER

Beste lezer,

2018 was een jaar met twee gezichten voor Accell Group. Aan de ene kant liet het kernbedrijf (exclusief Noord-Amerika) een gezonde omzetgroei van 6,1% zien met een EBIT-marge van 5,2% en een bedrijfsresultaat van € 54 miljoen. Tegelijkertijd was 2018 een transitiejaar waarin we op basis van de aangescherpte strategie 'Lead global. Win local' veel zaken hebben aangepast en veranderd om meer groei en waarde te kunnen creëren in de jaren 2019-2022.



Eind 2018 hebben we besloten om ons te richten op Europa en onze Noord-Amerikaanse tak (circa 6% van onze groepsomzet) apart te zetten. Dit vanwege de aanhoudend tegenvallende resultaten waarin we op korte termijn geen aanzienlijke positieve verandering verwachten te realiseren. In 2018 hebben we uiteindelijk als totale groep een toegevoegde waarde gerealiseerd van 29,7% (28,3% in 2017). Ook het werkkapitaal is gedaald tot 26,4% (29,5% in 2017).

De e-bike trend was in 2018 wederom erg positief. Het aandeel van e-bikes in de totale fietsomzet bedroeg in 2018 71% (63% in 2017). De stijging van de e-bike omzet ten opzichte van 2017 bedroeg 17%. Met name de e-MTB's in de Duitstalige landen en Frankrijk (Haibike, Ghost en Lapierre) hebben aan deze groei bijgedragen. Ook fietsonderdelen en -accessoires in Europa heeft het goed gedaan in 2018 met een mooie omzetverbetering.

De omzet van Accell Nederland bleef sterk achter bij die in 2017. Dit kwam met name omdat we in juni 2018 bewust afscheid hebben genomen van een belangrijke internetspeler en door een aantal vertraagde innovaties bij Koga en Sparta/Batavus. Tegelijkertijd zien we dat de relatie met de vakhandel in Nederland weer geleidelijk verbetert. Zo ligt de orderintake op basis van getekende contracten 10% hoger per ultimo december 2018.

Door de ontwikkelingen in Noord-Amerika en in Nederland is het volume van de groep in 2018 verder gedaald naar 1,1 miljoen verkochte fietsen. De daling betrof alleen reguliere fietsen.

Na de aankondiging van de aangescherpte strategie in maart 2018 zijn we begonnen met het invoeren van de nieuwe gecentraliseerde organisatiestructuur voor met name de commerciële en supply chain processen en functiegebieden. We hebben ook een nieuw senior managementteam geformeerd dat bestaat uit een mix van eigen mensen met de juiste expertise en nieuwe talenten van buiten met name op het gebied van commercie en e-commerce. Met de komst van Ruben Baldew als nieuwe CFO op 1 november 2018 is het team compleet.

In maart en augustus van het jaar hebben we respectievelijk de mobiele fietsservice Beeline in de Noord-Amerika en (e-)cargobike specialist Velosophy (bekend van Babboe) in Nederland gekocht. Beide strategische acquisities leveren een directe bijdrage aan de realisatie van onze groeidoelstellingen voor 2022. Velosophy liet in 2018 sterke verkopen zien met marges die ruim boven het groepsgemiddelde liggen.

In mei zijn we gestart met een centrale aansturing van de activiteiten op het gebied van fietsonderdelen en -accessoires en de verdere uitbouw van ons snelgroeiende huismerk XLC. Ook zijn in elke regio de fietsonderdelen en -accessoires activiteiten geïntegreerd met onze fietsenactiviteiten (marketing, verkoop en support).

Vanaf de zomer 2018 zijn we begonnen met het implementeren van een nieuwe regio-indeling. Voor elke regio is een eigen strategische merkenportefeuille bepaald op basis van de door ons geselecteerde 11 strategische merken. De merkpositioneringen zijn met behulp van consumentenonderzoek aangescherpt en geven nu veel duidelijker richting aan de innovatie, communicatie en distributie van elk merk. De belangrijkste taak voor de nieuwe regio's is een perfecte executie van de jaarlijkse plannen zonder afgeleid te worden door een eigen lokale en zelfstandige innovatiefunnel, een eigen fabriek of een eigen exportstrategie.

In de zomer 2018 zijn we eveneens gestart met de inrichting van onze omnichannel omgeving met eigen e-commerce platformen, experience centres en de mobiele fietsservice van Beeline. De vormgeving en invulling hiervan doen we vanzelfsprekend altijd met, via en door dealers.

De belangrijkste drijfveer voor al deze grote veranderingen is onze ambitie om in de komende jaren uit te groeien tot een echt consument gedreven e-commerce- en marketingbedrijf. Dat betekent dat al onze innovaties de komende jaren in toenemende mate werkelijk vanuit een consumentenbehoefte gedreven en ontwikkeld zullen worden. Innovaties zullen zich met name richten op e-bikes, op 'smart technology' en op schone, gezonde 'urban mobility' oplossingen voor het verduurzamen van de grote steden. Kortom, niets inspireert ons meer dan erg tevreden consumenten en dealers!

Tot slot is een belangrijk streven om in de komende jaren meer dan € 60 miljoen te besparen in met name de toeleveringsketen door complexiteitsreductie (40% reductie van alle modellen en voorraadeenheden per eind 2019), standaardisatie van platformen (fietsframes) en rationalisatie van onze 'supply chain footprint'. In 2018 zijn hiervoor de eerste concrete initiatieven opgestart en in 2019 zullen we hiermee doorgaan. De resultaten hiervan zullen vanaf 2019 duidelijk zichtbaar worden in een verder stijgende toegevoegde waarde, een verdere verlaging van het werkkapitaal en een hoger rendement op geïnvesteerd vermogen. Ook efficiency en verduurzaming van de eigen organisatie zullen hier aan bijdragen onder andere door de continue aandacht voor verlaging van het energieverbruik en reductie van verpakkingen, met name het gebruik van plastic.

Als onderneming zijn we nu zover dat we in 2019 de eerste vruchten kunnen gaan plukken van alle initiatieven die we in 2018 in het kader van onze aangescherpte strategie hebben ingezet. In deze context wil ik onze medewerkers danken voor hun inzet, bijdrage en loyaliteit in een zeker niet altijd even makkelijke fase van transitie die we als onderneming door gaan. Alleen samen kunnen we uiteindelijk het verschil maken en onze ambitie van een internationaal, professioneel, toonzettend consument- en dealergedreven, omnichannel-marketingbedrijf in fietsen, fietsonderdelen en -accessoires echt waarmaken.

Ton Anbeek

bestuursvoorzitter

Accell Group N.V.
Postbus 435, 8440 AK Heerenveen
Industrieweg 4, 8444 AR Heerenveen
Nederland
T +31 (0)513 638 703
E info@accell-group.com
www.accell-group.com

