

## Intervju med økonomisjef i Fagerhult Belysning AS:

Bjørn Wiig Kristiansen 06.04.22

- Hva er de største driverne i selskapet?
  - Salgsselskapene kjøper varer fra fabrikken, der fabrikken tar en viss margin. Salgsselskapene selger varene videre til kunde med en viss margin. Begge disse leddene og marginene gagnar konsernet. (Fra produksjon til salgsselskapene og marginen der imellom)
  - Rundt 10 % av solgte varer fra salgsselskapene er produsert utenfor konsernets fabrikker. Ren margin uten produksjonskostnader.
- Hva er de største utfordringene?
  - Forsyninger, råvaremangel pga. pandemien, leveranser – midlertidige problem
  - Konkurrenter kan produsere billigere og derfor utkonkurrere, og priset ut i markedet – på lengre sikt
  - Fagerhult Belysning AB er Medium-end produkter, i midten av kvalitet og pris. Selskapet er kjent for design og innovative løsninger.
- Hva er de mest usikre momentene i cash flowen?
  - Fagerhult Norge: Kundefordringer, fakturaer som ikke blir betalt i tide er det største usikkerhetsmomentet. For det er vanskelig å styre.
  - Konsernet. Usikkerhet i varelager i de ulike fabrikkene. Risiko for at varelageret blir for stort og at kundene ikke betaler i tide.
- Hva er det som bærer med seg mest kost/kostnader, samt som er mest sensitiv for ekstern og intern påvirkning?
  - Materialkosten, sensitiv for ekstern påvirkning. Råvarepris, pandemi og krig skaper forsinkelser og vanskelig å få tak i.
  - Fagerhult har blant annet produksjon i et høykostland, Sverige. Så produksjonskostnader vil derfor være høyere.
  - Fagerhult Norge er varekostnad desidert mest å si, og deretter lønn. Den kan jo påvirkes av ting som er utenfor Norge sin kontroll.
  - Konsernet har kjøpt en del selskaper, som det ligger risiko ved. Intern påvirkning.

- Kjøper iGuzzini rett før pandemien. Et selskap som holder til i Italia, som er et land som ble hardt rammet.
- Hva er selskapets kjernekompetanse?
  - Design, teknologi og innovasjon
  - Vunnet en del priser
  - Bra salgsapparat