Årsbrosjyre 2014

2018

Norges beste bilhus

Bertel O. Steen har i 2014 økt salget og rigget organisasjonen for fremtidig vekst. Vi skal ta markedsandeler og bli Norges beste bilhus innen utgangen av 2018.

En utstrakt satsing i ettermarkedet og fokus på kundetilfredshet gir resultater. Samtidig skal vår prestasjonskultur styrkes ved å skape og gjenskape gode prestasjoner på et stabilt og stadig høyere nivå.

Nøkkeltall

Bertel O. Steen AS

MNOK	2014	2013	2012
Driftsinntekter	10 096	9 650	9 582
Driftsresultat (EBIT)	275	280	279
Driftsmargin	2,7 %	2,9 %	2,9 %
Resultat før skatt	258	228	248
Resultatmargin	2,6 %	2,4 %	2,6 %
Antall årsverk	1 957	2 087	2 038

Vår visjon

Gode opplevelser
Fornøyde og lojale kunder og et positivt omdømme er en forutsetning for langsiktig lønnsomhet. Når vi møter kundens forventninger og holder det vi lover, skapes gode kundeopplevelser og grunnlaget legges for en langsiktig og lønnsom kunderelasjon.

Visjonen om å skape gode opplevelser gjelder også overfor medarbeidere. Et klapp på skulderen for godt utført arbeid, konstruktive tilbakemeldinger, det å strekke seg etter ambisiøse mål og følelsen av å mestre – er eksempler på hva som bidrar til å gi oss positiv energi.

Innhold

4 Høydepunkter 2014
6 Konsernsjefens redegjørelse
8 Styrker satsingen
10 Dette er Bertel O. Steen AS

Virksomhetsrapport
12 Markedet og virksomhets-utviklingen i 2014
16 Bilimport
22 Forhandlervirksomhet
26 Eiendom

30 Resultatregnskap
31 Balanse

Redaktør: Irene Schwabe
Design, layout og produksjon: www.signatur.no
Foto: Jarle Nyttingnes

Prestasjonskultur

Det er lett å tenke at prestasjonskultur først og fremst finnes i idretten og mangler i næringslivet. Den reisen Bertel O. Steen nå har lagt ut på, handler om å utvikle selskapet videre – og ambisjonene er store. For at vi skal lykkes, må vi legge til rette for å kunne ta ut vårt potensial gjennom å styrke både lagånden og prestasjonene.

Prestasjonskultur handler om ekstremt fokus på å utvikle seg steg for steg i hverdagen. Det handler om å utvikle en sult etter kontinuerlig å prestere bedre som individ – og i samspill med andre.

Mercedes-Benz C-Klasse, Årets firmabil 2014

Høydepunkter 2014

Mercedes-Benz

Mercedes-Benz personbil opplevde nok et godt år. Markedsandelen endte «all time high» for tredje året på rad. C-Klasse ble kåret til Årets firmabil i Norge.
Mercedes-Benz lastebiler økte markedsandelen med nesten 2 prosentpoeng i 2014, og havnet på 14,2 prosent.
Mercedes-Benz busser økte markedsandelen til 32,2 prosent fra 21,4 prosent året før.

Peugeot

Peugeot hadde et godt år og ble blant vekstvinnerne i 2014. Merket økte sin markedsandel på personbil fra 3,7 prosent i 2013 til 4,5 prosent i 2014, og på varebil fra 9,6 prosent til 9,8 prosent. Merkets bestselger, Peugeot 308 ble kåret til Årets bil i Europa i 2014.

Kia

Kia fikk stor suksess med lanseringen av Sportage facelift, Soul og Soul Electric. Kia Soul Electric ble kåret til Årets bil i Norge i 2015.

Forhandlervirksomhet

Bertel O. Steen Detalj gjennomførte flere store og utfordrende endringer og fikk en klar bedring i den underliggende driften. Nytt IT-system for forhandlerne ble valgt.

Finans

Bertel O. Steen Finans oppnådde ny salgsrekord i 2014. Selskapet finansierte 9 371 biler, en økning på 12,4 prosent. Porteføljen økte i verdi med 16,1 prosent til 4 981 millioner kroner.

Eiendom

Bertel O. Steen Eiendom leverte nok et godt driftsresultat. Selskapet oppnådde beste score noensinne i den årlige leietakerundersøkelsen, som måler leietakernes tilfredshet med gårdeierne.

Investerer i fremtidig vekst

Bertel O. Steen AS økte driftsinntektene med 4,6 prosent til 10,1 milliarder kroner i 2014. Resultatet før skatt økte med 13 prosent til 258 millioner kroner (228). Driftsresultatet ble 275 millioner kroner (280). Total markedsandel økte fra 12,9 prosent i 2013 til 13,3 prosent i 2014.

Konsernets resultater

Bertel O. Steen har snudd en trend der markedet har gått frem, mens selskapet har stått på stedet hvil. I 2014 økte konsernet salget, investerte i vekst og rigget organisasjonen for å løfte en enda større omsetning fremover. Den jobben pågår fortsatt. Bertel O. Steen skal ta markedsandeler og har ambisjon om å bli Norges beste bilhus innen utgangen av 2018 og sikter mot en andel av bilmarkedet på 20 prosent, opp fra 13,3 prosent i 2014.

Driftsinntektene i 2014 økte til 10 096 millioner kroner sammenliknet med 9 650 millioner kroner i 2013. For Mercedes-Benz og Peugeot opplevde man en positiv utvikling, mens Kia stagnerte noe etter flere år med sterk vekst.

Bertel O. Steen Finans AS oppnådde et salg som er det beste i selskapets historie, og en vekst i porteføljen på 16,1 prosent til 4 981 millioner kroner i 2014.

Bertel O. Steen Eiendom AS med datterselskaper oppnådde et driftsresultat på 103 millioner kroner i 2014 (100).

Med gode markeder innenfor konsernets virksomhetsområder i 2014, leverte konsernet et driftsresultat på 275 millioner kroner mot 280 millioner kroner i 2013. Et svakere resultat samlet sett innenfor bilimport og bildetalj trakk i negativ retning, mens lavere IT-kostnader trakk i positiv retning. Resultatet i 2014 ble påvirket av konkurser hos to kunder i Østfold. Konsernet har bokført et tap på over 40 millioner kroner på konkursene.

Bedre underliggende drift

For å sikre lønnsom vekst fremover, har selskapet investert tungt i nye systemer og rutiner i 2014. I tillegg er en reduksjon på 129 årsverk i stor grad oppnådd ved naturlig avgang.

Delelogistikken er sentralisert slik at forhandlerne får en lettere hverdag og mindre lager. Ansvaret for økonomi- og controllerfunksjonene er overført fra de lokale egeneide forhandlerne til Bertel O. Steen sentralt. Nytt IT-system for forhandlerne er i prosjektfasen, med utrulling til pilotforhandlere i slutten av 2015.

Konsernet ser allerede en klar bedring i den underliggende driften både for selskapet generelt og for Bertel O. Steen Detalj spesielt.

Knallår for Mercedes-Benz personbil

Veksten for konsernet skyldes blant annet et rekordår for Mercedes-Benz personbil. Markedsandelen endte «all time high» for tredje året på rad, samtidig som C-Klasse ble kåret til Årets firmabil i Norge.

Peugeot hadde også et godt år og ble blant vekstvinnerne i 2014, om man ser bort fra elbilsalget. Merket økte sin markedsandel på personbil fra 3,7 prosent i 2013 til 4,5 prosent i 2014, og på varebil fra 9,6 prosent til 9,8 prosent. Merkets bestselger, Peugeot 308 ble kåret til Årets bil i Europa.

Kia fikk en treg start på året grunnet forsinket lansering av Sportage facelift og midlertidige leveringsproblemer fra fabrikken, men kom sterkt tilbake. Kia Soul og Soul Electric fikk svært god mottakelse og opplevde stor etterspørsel i markedet. Dessverre begrenset leveringsproblemer fra fabrikken salget noe.

Nyttekjøretøy

Bertel O. Steens andel i nyttekjøretøymarkedet ble 17,7 prosent. Totalsalget av varebiler fikk en nedgang på 4 prosent fra 2013. Mercedes-Benz varebiler oppnådde en markedsandel på 7,9 prosent, mens Peugeot kapret 9,8 prosent. Mercedes-Benz lastebiler økte markedsandelen med nesten 2 prosentpoeng i 2014, og havnet dermed på 14,2 prosent. Mercedes-Benz busser økte markedsandelen til 32,2 prosent fra 21,4 prosent året før.

Satser i ettermarkedet

En utstrakt satsing i ettermarkedet startet i 2014 og fortsetter i 2015. Det er behov for å øke lønnsomheten innenfor dette området, derfor er en rekke initiativer igangsatt.

Ny konsernledergruppe

Som et ledd i selskapets offensiv har Bertel O. Steen fått på plass en ny konsernledergruppe. Denne er en god kombinasjon av nye krefter som kan utfordre selskapet, og ledere som kjenner Bertel O. Steen godt.

Arbeidsmiljø

Konsernet er opptatt av å tilby sine medarbeidere utfordrende arbeidsoppgaver i et stimulerende arbeidsmiljø. Selskapet tilrettelegger for høy faglig komeptanse og at engasjerte medarbeidere ønsker å skape gode kundeopplevelser.

For å ivareta utviklingen av organisasjonen måles forhandlertilfredshet, kundetilfredshet og medarbeidertilfredshet regelmessig. Bertel O. Steen investerer store ressurser i kompetanseutvikling gjennom seminarer, kurs og lengre utdanningsprogram i inn- og utland. Selskapet har som mål at medarbeiderne og lederne må ha de rette holdningene og kunne identifisere seg med selskapets verdier.

Engasjerte medarbeidere
Gjennom en langsiktig satsing ønsker konsernet å ta ut potensialet i organisasjonen ved å styrke lagånd og prestasjonskultur. Målet er å etablere en kultur som skaper og gjenskaper prestasjoner på et stabilt og stadig høyere nivå.

Lærlinger
Bertel O. Steen har i mer enn 40 år satset på utdanning av lærlinger i egen regi. I denne perioden har selskapet utdannet mer enn 1 000 mekanikere. Konsernet har i dag et betydelig antall lærlinger fordelt på første og andre året.

2018

Målet er å etablere en kultur som skaper og gjenskaper prestasjoner på et stabilt og stadig høyere nivå.

Flere enn

1000

mekanikere

er utdannet hos Bertel O. Steen de siste 40 årene.

Miljøfyrtårn®

Det er fokus på miljø i alle konsernets virksomheter.

HMS og ytre miljø

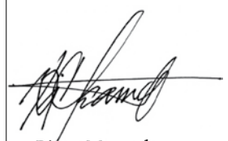
Som et av Norges største og eldste service- og handelsselskap, er konsernet bevisst sitt samfunnsansvar. Bertel O. Steen er opptatt av å ta hensyn til medarbeiderne, kundene og omgivelsene. Selskapet har et betydelig fokus på forsvarlig drift knyttet til helse, miljø og sikkerhet (HMS), både internt og eksternt. Det er utarbeidet klimaregnskap som viser hvilken påvirkning konsernets virksomhet har på det ytre miljøet. Klimaregnskapet består av tre deler; forbruk av drivstoff, energiforbruk i bygg og anlegg og flyreiser. Det beregnes CO_2-utslipp for hvert av områdene.

Sykefraværet i 2014 var 4,6 prosent, som er 0,2 prosentpoeng høyere enn i 2013. Konsernets sykefravær ligger godt under gjennomsnittet for Norge. Konsernet rapporterte 20 uhell med personskader i 2014 mot 9 uhell i 2013. Skadene følges opp og rapporteres gjennom konsernets etablerte HMS-rutiner. Konsernet arbeider kontinuerlig med tiltak for å forebygge uhell.

Det er igangsatt et program for miljøledelse i alle konsernets virksomheter. Våren 2015 er 25 av Bertel O. Steens forhandlervirksomheter offentlig miljøsertifiserte, enten som Miljøfyrtårn eller ISO 14001. I forbindelse med dette arbeidet er det iverksatt en rekke tiltak blant annet for å redusere energiforbruket og forbedre avfallshåndteringen.

Godt posisjonert for fremtiden

Konkurransen om bilkundene er knallhard og kommer til å bli enda tøffere fremover. Utfordringene betyr at selskapet må jobbe både hardere og smartere. I 2014 gjorde Bertel O. Steen flere store og utfordrende øvelser for å løfte selskapet etter luggen. Nå er konsernet godt posisjonert for fremtiden.



Bjørn Maarud
Konsernsjef

Styrker satsingen

I 2014 startet reisen mot ambisjonen om å bli Norges beste bilhus. Konsernet har vært under omstilling med nytt mannskap i flere posisjoner, men kan til tross for dette huke av mange punkter på sjekklisten. I 2015 fokuserer konsernet videre på vekst og kundetilfredshet, økt proaktivitet i ettermarkedet og å ta ut potensialet i organisasjonen gjennom å styrke prestasjonskulturen.

Bertel O. Steen har investert tungt i nye systemer og rutiner i 2014 for å rigge konsernet mot ambisjonen, Norges beste bilhus. Målet er å styrke en allerede solid posisjon i markedet der økt kundetilfredshet står i førersetet.

– Kundene skal ha oss som sitt naturlige førstevalg, og vi skal løfte fram på gullstol de merkevarene som vi forvalter, sier konsernsjef Bjørn Maarud. Det er kundene vi lever av. Kundene liker produktene våre og de liker å gjøre forretning med oss. Vi må sørge for at de i fremtiden ikke bare liker oss – de skal elske oss, sier han.

– Vi har lagt ned en betydelig innsats i å styrke Bertel O. Steen Detalj. Vi har økt lønnsomheten og blitt mer effektive i hele organisasjonen. Samtidig har bedre systemer og rutiner knyttet organisasjonen tettere sammen og gitt økt kontroll og oversikt. Dette arbeidet fortsetter i 2015 samtidig som vi strømlinjeformer delelogistikken. Målet er at forhandlernes hverdag skal bli lettere, slik at fokuset kan ligge på å yte topp service til våre kunder, sier Maarud.

Mer elbil i 2015

Konsernet sikter mot en andel av bilmarkedet på 20 prosent innen utgangen av 2018, opp fra 13,3 prosent i 2014. I første halvdel av 2014 hadde Bertel O. Steen et svært begrenset tilbud av elbiler. Dette endret seg mot slutten av året, blant annet gjennom lanseringen av Kia Soul Electric og Mercedes-Benz B-Klasse Electric Drive. I tillegg tilbyr Bertel O. Steen, Peugeot iOn, Peugeot Partner Electric og smart® electric drive.

– Et mer komplett tilbud av elbiler gir konsernet muligheter til å ta mer av denne viktige delen av markedet, sier Maarud.

– B-Klasse Electric Drive er elbilen mange har ventet på og Kia Soul Electric som ble kåret til Årets bil i Norge i 2015, gir oss en helt annen konkurransekraft. I tillegg lanseres flere modeller med plug-in hybrid i 2015, sier han.

Den 12. mars 2015 annonserte Bertel O. Steen AS at selskapet har inngått en avtale om å kjøpe Citroën Norge AS, som en del av en offensiv vekststrategi. Avtalen ble godkjent av Konkurransetilsynet 10. april 2015.

Ettermarkedet viktigst

En utstrakt satsing i ettermarkedet startet i 2014 og fortsetter inn i 2015. Skal Bertel O. Steen bli Norges beste bilhus innen utgangen av 2018, må selskapet ta enda bedre vare på kundene etter at de har kjøpt bil. Målet er å ha livslange kunderelasjoner.

– Det skjer mye i ettermarkedet om dagen, og vi forventer ytterligere satsing fra flere aktører. En moderat vekst og noe overkapasitet vil øke konsolideringstakten innen og på tvers av alle segmentene. Vi forventer også at en økende bilpark og økt teknologisk kompleksitet som krever høyere kompetanse, vil gi nye muligheter. Samtidig vil økt konkurranse, prispress på «enkle tjenester», tryggere biler og bedre produktkvalitet, påvirke både volum og priser, sier Maarud. En høy andel elbiler med lavere service- og vedlikeholdsbehov vil også påvirke konkurransesituasjonen, sier han.

Våren 2015 besluttet styret i Bertel O. Steen Holding AS å overføre Snap Drive AS til Bertel O. Steen AS.

– Snap Drive vil være en strategisk viktig brikke i Bertel O. Steens strategi om å lede an i det norske ettermarkedet. Gjennom Snap Drive får vi nå muligheten til å følge bilen gjennom hele dens levetid, sier Maarud som ser på Snap Drive som en god investering alene, men enda bedre som et supplement til konsernets merkeverksteder.

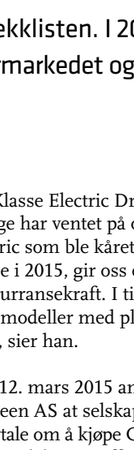
Prestasjonskultur

Den reisen Bertel O. Steen har lagt ut på, handler om å bygge selskapet videre, og ambisjonene er store:

- Vi skal ha de mest fornøyde kundene og forhandlerne
- Vi skal ta markedsandeler fra konkurrentene
- Vi skal levere gode resultater for eierne våre
- Vi skal ha medarbeidere som trives, fordi det er moro å være på et vinnerlag

– Skal vi bli Norges beste bilhus innen utgangen av 2018 må vi fatte beslutninger raskere enn vi har gjort til nå, og vi må ha gode ledere. Vi må være flinkest til å tiltrekke oss, rekruttere, utvikle og beholde de beste medarbeiderne. I tillegg til å ha riktig medarbeider på rett plass, er tilrettelegging for karrieremuligheter en viktig forutsetning for å nå målet. Etterfølgerplanlegging er derfor et strategisk tiltak, der potensielle ledere til høyere stillinger vil bli identifisert, sier Maarud.

2018
Norges beste bilhus



– Som privat selskap med langsiktige eiere har Bertel O. Steen vært et godt sted å jobbe i 114 år. Det skal det fortsatt være. Men vi har noe å lære av børsnoterte selskaper.

Der er resultatkravene tydelige, beslutningsprosessene raskere og åpenheten nådeløs. Vi skal utfordre oss selv, løfte organisasjonen etter luggen. Vi skal tenke nytt – samtidig som vi skal ta med alt vi er gode på. Men aller viktigst, vi skal ta ut potensialet i organisasjonen gjennom å styrke lagånd og prestasjonskultur. De som jobber i Bertel O. Steen er lojale og glade i selskapet. Der ligger det aller største potensialet. Å ha medarbeidere som motiveres av å være på et vinnerlag, sier Maarud.

Tøffere fremover

– Vi forventer et noe svakere bilmarked i 2015. Lavere oljepris, lavere kronekurs og mindre fart i økonomien gjør at kundene holder hardere på lommeboka og vil ha mer for pengene. Lav rente trekker i den andre retningen. Endringene vil stille store krav og vi må regne med at disse kan komme fortere enn vi tror. Derfor må vi ha ambisjoner, og vi må tørre å sloss for dem, slutter Maarud.

– Målet er å etablere en kultur som skaper og gjenskaper prestasjoner på et stabilt og stadig høyere nivå.

Bjørn Maarud,
Konsernsjef

Dette er Bertel O. Steen AS

Bertel O. Steen AS er et selskap heleid av Bertel O. Steen Holding AS. Selskapets hovedvirksomhetsområder er bil og eiendom. Ved utgangen av 2014 hadde konsernet en omsetning på 10,1 milliarder kroner (9,7) og sysselsatte 1 957 årsverk (2 086). Hovedkontoret ligger i Lørenskog kommune.

Bertel O. Steen Holding AS eies av selskapene Raget AS og AS Bemacs som er 100 prosent familieeid. Holdingselskapet er organisert i to virksomhetsområder; ett konsern for bil og eiendom (Bertel O. Steen AS) og ett for øvrig virksomhet (Bertel O. Steen Invest AS). Videre omtales bil- og eiendomsvirksomheten.

Bertel O. Steen AS består av bilimport, forhandlervirksomhet, bilfinans og eiendom. Bertel O. Steen Eiendom består av konsernets bileiendommer og annen næringseiendom.

Snap Drive AS ble solgt fra Bertel O. Steen Detalj AS til Bertel O. Steen Invest AS i desember 2012, men kjøpt tilbake våren 2015. I konsernresultatet til Bertel O. Steen AS for 2014 inngår derfor ikke resultatpostene til Snap Drive AS.

Bilimport importerer bilmerkene Mercedes-Benz, Kia, Peugeot, Citroën, DS, Fuso og smart®.

Forhandlervirksomhet består av et landsdekkende forhandlernett som distribuerer konsernets bilmerker. Salget skjer gjennom Bertel O. Steen Detalj AS med datterselskaper.

Eiendom består av Bertel O. Steen Eiendom AS med datterselskaper, som eier og forvalter en betydelig eiendomsportefølje på ca. 165 000 m² knyttet til bil- og annen næringsvirksomhet. Bileiendommer utgjør om lag halvparten av porteføljen.

Bilfinans består av selskapet Bertel O. Steen Finans AS, som tilbyr finansieringsløsninger gjennom et landsdekkende nettverk av forhandlere som selger biler importert av Bertel O. Steen AS.

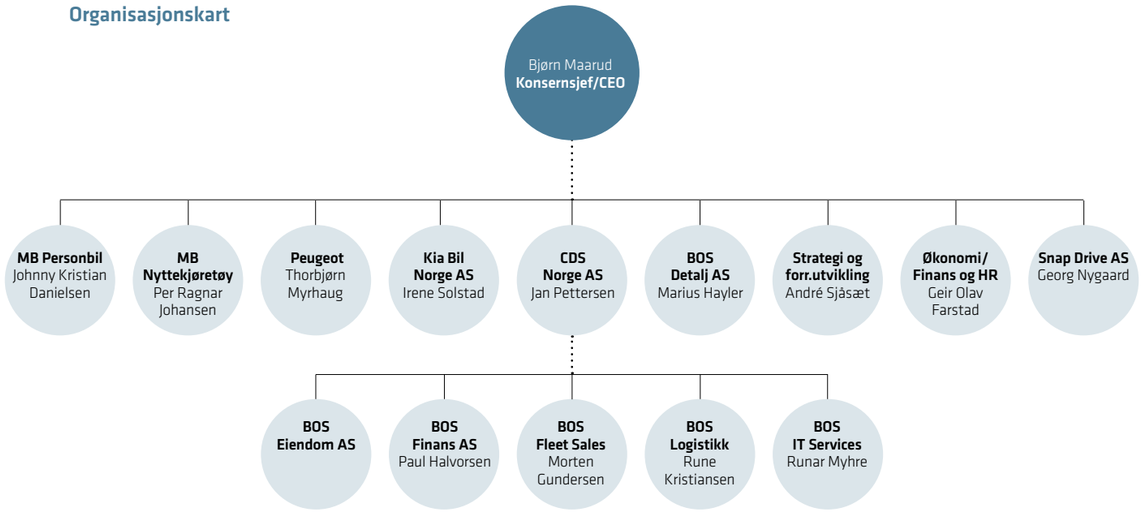
Styret

Styret i Bertel O. Steen AS består av fire aksjonærvalgte medlemmer og tre valgt blant de ansatte.

Styrets sammensetning

- Sverre Leiro
  Styreleder
- Odd Christopher Hansen
  Styremedlem
- Bertel Otto Steen
  Styremedlem
- Gisle Skansen
  Styremedlem
- Ole Stefan Nedenes
  Styremedlem/ansattrepresentant
- Jens M. Mosveen
  Styremedlem/ansattrepresentant
- Leif Erik Vik
  Styremedlem/ansattrepresentant

Organisasjonskart



Konsernledelsen, K1

Bjørn Maarud
Konsernsjef/CEO

Geir Olav Farstad
Konserndirektør Økonomi/Finans og HR

André Sjåsæt
Direktør, strategi og forretningsutvikling

Marius Hayler
Adm. direktør
BOS Detalj AS

Johnny Kristian Danielsen
Direktør, Mercedes-Benz Norge, personbil

Per Ragnar Johansen
Direktør, Mercedes-Benz Norge, nyttekjøretøy

Thorbjørn Myrhaug
Direktør
Peugeot Norge

Irene Solstad
Adm. direktør
Kia Bil Norge AS

Jan Pettersen
Adm. direktør
CDS Norge AS

Georg Nygaard
Adm. direktør
Snap Drive AS

Konsernledelsen, K2

Paul Halvorsen
Adm. direktør
BOS Finans AS

Morten Gundersen
Direktør
BOS Fleet Sales

Rune Kristiansen
Direktør
BOS Logistikk

Runar Myhre
IT-direktør/CIO

Markedet og virksomhetsutviklingen i 2014

En kraftig reduksjon i oljeprisen og en svekket krone i forhold til euro og US dollar, satte sitt preg på avslutningen av året. Oljeprisen har om lag halvert seg siden sommeren 2014 og nedgangen i oljeinvesteringene gir tydelige virkninger. Allikevel har norsk økonomi vært sterk gjennom året og bilmarkedet fortsatt godt. Det ble solgt 180 273 nye kjøretøy i Norge, hvilket er på nivå med året før.

Markedet for personbiler endte på 144 202 enheter, 1,4 prosent over fjoråret og er det nest høyeste siden 1986. Markedet for varebiler gikk tilbake med 4,0 prosent til 29 611 enheter. Markedet for busser gikk ned med 19,4 prosent til 1 015 enheter, mens markedet for lastebiler gikk ned med 5,7 prosent til 5 445 enheter.

Konsernets bilmerker leverte varierende resultater i 2014. I segmentet for personbiler opplevde både Mercedes-Benz og Peugeot fremgang med en markedsandel på henholdsvis 4,6 prosent (4,3) og 4,5 prosent (3,7), mens Kia utviklet seg negativt med en markedsandel på 3,1 prosent (3,5). I varebilsegmentet bedret Peugeot sin markedsandel til 9,8 prosent (9,6), mens Mercedes-Benz svekket sin markedsandel til 7,9 prosent (9,1). I markedet for tyngre lastebiler oppnådde Mercedes-Benz en forbedring i markedsandelen til 13,3 prosent (11,4), mens andelen bedret seg til 32,2 prosent (21,4) i markedet for busser.

Konsernets resultater

Driftsinntektene for 2014 endte på 10,1 milliarder kroner, som er en økning på 4,6 prosent sammenlignet med 2013. For Mercedes-Benz og Peugeot opplevde man samlet sett en positiv utvikling, mens Kia stagnerte noe etter flere år med sterk vekst.

Bertel O. Steen AS leverte et driftsresultat på 275 millioner kroner mot 280 millioner kroner i 2013. Et svakere resultat samlet sett innenfor bilimport og bildetalj trakk i negativ retning, mens lavere IT-kostnader trakk i positiv retning. Resultatet i 2014 ble påvirket av konkurser hos to kunder i Østfold. Konsernet har bokført et tap i overkant av 40 millioner kroner på konkursene.

Konsernets resultat før skattekostnad ble 258 millioner kroner i 2014, som er 30 millioner kroner bedre enn fjoråret.

Bilimport

Konsernet solgte totalt 23 901 nye kjøretøy i 2014, en økning på 645 kjøretøy fra året før. Det totale salget i 2014 ga en samlet markedsandel på 13,3 prosent, som er 0,4 prosentpoeng bedre enn året før.

Utviklingen innenfor de ulike merkene og segmentene er forskjellig, men i sum noe svakere enn konsernets ambisjon.

Mercedes-Benz Norge registrerte totalt 10 007 kjøretøy i 2014, en økning på 1,7 prosent fra 2013. Mercedes-Benz var det 5. mest solgte merket i 2014, uendret fra 2013. Samlet markedsandel endte på 5,6 prosent (5,5). For personbiler økte markedsandelen fra 4,3 prosent i 2013 til 4,6 prosent i 2014. Mercedes-Benz varebiler fikk en nedgang i markedsandelen fra 9,1 prosent i 2013 til 7,9 prosent i 2014. For Mercedes-Benz lastebiler og busser økte markedsandelen fra henholdsvis 11,4 prosent i 2013 til 13,3 prosent i 2014 og fra 21,4 prosent i 2013 til 32,2 prosent i 2014. Mercedes-Benz er det 3. største merket i lastebilsegmentet og nr. 1 i bussegmentet i 2014.

Peugeot Norge registrerte totalt 9 462 kjøretøy i 2014, en økning på 15,1 prosent fra 2013. Peugeot var det 8. mest solgte merket i Norge i 2014. Dette er en tilbakegang med én plass fra fjoråret. Total markedsandel ble 5,2 prosent i 2014, en økning på 0,6 prosentpoeng fra 2013. Markedsandelen for personbiler bedret seg, fra 3,7 prosent i 2013 til 4,5 prosent i 2014, mens markedsandelen i varebilsegmentet økte fra 9,6 prosent i 2013 til 9,8 prosent i 2014.

Kia Bil Norge AS solgte 4 432 kjøretøy i 2014, som er en nedgang på 13,3 prosent fra 2013. Kia var det 13. mest solgte personbilmerket i 2014. Dette er samme plass som i 2013. Markedsandelen i personbilsegmentet gikk ned fra 3,5 prosent i 2013 til 3,1 prosent i 2014.

Bertel O. Steens samlede bilimportvirksomhet inklusive delesalg økte driftsinntektene med 12 prosent, fra 5 525 millioner kroner i 2013 til 6 201 millioner kroner i 2014. En økning i salget av Peugeot personbiler, Mercedes-Benz personbiler og Mercedes-Benz lastebiler og busser forklarer det vesentligste av økningen. Driftsresultatet i importvirksomheten ble samlet sett 195 millioner kroner, som er 38 millioner kroner svakere enn fjoråret.

Forhandlervirksomhet

Totale driftsinntekter for **Bertel O. Steen Detalj AS** med datterselskaper, ble 7 504 millioner kroner i 2014. Dette er 0,2 prosent svakere enn i 2013. I 2014 økte nybilomsetningen med 2,6 prosent, mens bruktbilomsetningen falt med 2,2 prosent og salget av deler/verkstedtjenester med 1,8 prosent. Driftsresultatet i detaljvirksomheten ble 55 millioner kroner i 2014, før tapet på konkursene i Østfold. Dette er 27 millioner kroner bedre enn i 2013.

Bertel O. Steen Finans AS opplevde en vekst i porteføljen på 16,1 prosent i 2014 til 4 981 millioner kroner. Et fallende rentenivå, vesentlig økning i porteføljen og noe økte provisjoner var de vesentligste driverne bak driftsresultatet på 47,8 millioner kroner (46,0).

Eiendom

Bertel O. Steen Eiendom AS med datterselskaper oppnådde et driftsresultat på 103 millioner kroner i 2014 (100).

Eiendomsporteføljen er fullt utleid med unntak av lagerarealer som er øremerket for fremtidige formål. Offentlige virksomheter på lange kontrakter utgjør en vesentlig del av den ikke-bilrelaterte leietagermassen.

MARKEDSANDEL I FORHOLD TIL TOTALMARKEDET

Bertel O. Steen AS	2014	2013	2012
Totalmarkedet (antall kjøretøy)	180 273	180 042	176 909
Antall solgte kjøretøy BOS	23 901	23 256	23 177
Andel BOS	13,3 %	12,9 %	13,1 %
Totalmarkedet, personbil (antall)	144 202	142 151	137 967
Andel BOS	12,2 %	11,5 %	12,2 %
Totalmarkedet, nyttekjøretøy (antall)	36 071	37 891	38 942
Andel BOS	17,7 %	18,0 %	16,4 %

Kia Soul Electric
Årets bil 2015

VINNER
ÅRETS BIL
Dagbladet AUTOFIL Dinside
2015

Mads Østberg kjører en DS3 WRC for Citroën Total Abu Dhabi World Rally og Citroën Racing. Et sammensveiset team og god lagånd er helt avgjørende for å prestere på topp.

Med bransjens flotteste produkter har Bertel O. Steen alle muligheter til å nå ambisjonen, Norges beste bilhus. For å lykkes må vi som medarbeidere utnytte våre forutsetninger best mulig og ha fokus på å videreutvikle egne prestasjoner.

Sølve Kværn,
Salgsdirektør
Mercedes-Benz personbil

VIRKSOMHETSOMRÅDE

Bilimport

Bertel O. Steen importerer bilmerkene Mercedes-Benz, Peugeot, Kia, smart® og Fuso. 1. mai 2015 overtok konsernet også retten til å importere og distribuere Citroën og DS i Norge.

Kia
2014 ble et spennende år for Kia med lansering av flere produktnyheter. I februar kom en oppgradering av bestselgeren Kia Sportage, etterfulgt av lanseringen av Kia Soul og Kia Optima i mai. I august ble Kia Soul Electric introdusert, en bil som umiddelbart ble en suksess. Massiv omtale i pressen og på sosiale medier, og 1 500 kundesolgte biler i løpet av en drøy måned, sier sitt. Soul Electric ble også kåret til Årets Bil 2015 i Dagbladets kåring, i konkurranse med 9 sterke finalister.

Salg

Konkurransesituasjonen var tøff, og de fleste bilimportørene opererte med rabatterte produkter og utstyrspakker. Kia solgte 4 432 biler og fikk en markedsandel på 3,1 prosent. Salget gikk litt tilbake fra 2013 etter en vanskelig start på året med lite eller ingen levering av Kia Sportage. Salget tok seg gradvis opp utover året, og etter lanseringen av Kia Soul Electric i august fikk Kia stor oppmerksomhet både i pressen og blant kundene. Omsetningen for 2014 ble 590 millioner kroner.

Forhandlernett

Et viktig fokusområde for Kia er forhandlerne. Hele 5 nye forhandlere startet med Kia i 2014; Hagen Bil AS, Gjøvik • Hagen Bilservice AS, Vågå • Notodden Bil og Speed Shop • Melhus Bil Orkanger AS • Kia Skøyen.

5
nye
Kia-forhandlere

Kia Soul Electric
Årets bil 2015

20 år
1995–2015

Kia 20 år
i Norge i 2015

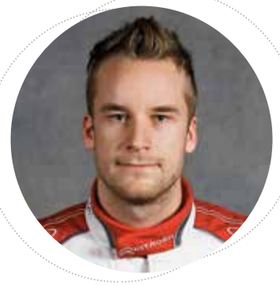
Kia har 59 forhandlere som dekker de fleste distriktene i Norge. Siden 2010 er det gjort store investeringer i forhandlernettet med full implementering av ny Corporate Identity (CI) i tillegg til at det er bygget mange nye forhandleranlegg.

Forventninger til 2015

Kia har store forventninger til eget bilsalg i 2015. Importøren planlegger å selge totalt 7 500 biler, hvorav 3 000 elektriske Soul. Markedet for elbiler er fortsatt sterkt, samtidig som tildelingen av biler til Norge er betydelig økt for 2015.

I 2015 kommer Kia med flere nyheter. Kia Sorento lanseres i april, mens både cee'd, Rio, Venga og Picanto kommer med produktoppgraderinger i samme periode. Mot slutten av året presenteres en helt ny Kia Sportage.

Ut over dette feirer Kia sitt 20-års jubileum i Norge med lansering av flere attraktive jubileumsmodeller.



Mads Østberg
Norsk rallykjører

Jeg har drevet med motorsport siden jeg var guttunge, ble kartleser for min far som 13-åring og kjørte mitt første rally i en alder av 16. Jeg har alltid hatt store ambisjoner innen sporten, og har jobbet bevisst for å nå mine mål. Alle rallyføreres drøm er å bli fabrikkfører for et større team, og der er jeg nå! Siden 2014-sesongen har jeg vært offisiell fører for Citroën Racing, et team som er en referanse innen WRC med hele åtte verdensmesterskapstitler for konstruktører. Jeg har et profesjonelt og dedikert lag rundt meg, og satser alt i hver VM-runde.

Mercedes-Benz personbil
2014 ble historisk for Mercedes-Benz personbil. For tredje året på rad ble det solgt flere biler enn noen gang tidligere, og markedsandelen var rekordhøy. 4,6 prosent av norske nybilkjøpere valgte en Mercedes-Benz. Konkurransebildet endret seg og Audi måtte gi fra seg ledertrøya i premiumsegmentet til BMW. For Mercedes-Benz bidro den positive utviklingen til at merket rykket nærmere andreplassen i segmentet og er på god vei mot målet; å bli Norges ledende premium bilmerke innen utgangen av 2018.

Konkurransen i premiumsegmentet blir stadig hardere, det samme gjelder presset på marginene. Likevel er forretningsdriften balansert på en god måte, med rekord både i antall solgte biler og i driftsresultat.

Sterke modeller
Salget i 2014 ble godt hjulpet av en sterk produktportefølje. En rekke modeller som alle har gjort det godt i sine segmenter, ble lansert. Nye C-Klasse kom på våren og ble umiddelbart en suksess – hyllet av både pressen og av kundene. Bilen ble kåret til Årets firmabil 2014 av Dagens Næringsliv. Salget av C-Klasse overgikk forventningene, ikke minst på grunn av stasjonsvognutgaven som kom på høsten. C 250 CDI 4MATIC med kraftig dieselmotor, firehjulsdrift og automatgir innfridde nordmenns drøm om den beste kjøreopplevelsen uansett vei og føre.

I tillegg til C-Klasse ble en rekke suksessmodeller lansert. S-Klasse Coupé gjorde sitt inntog som ledestjernen blant luksuskupéene, mens CLS fikk en vellykket midtlivsoppgradering. I andre enden av skalaen kom den kompakte SUVen GLA og en oppgradering av B-Klasse. Begge er kjærkomne tilskudd til Mercedes-Benz sin suksessrike familie av kompakte modeller.

God kommunikasjon gir resultater
I 2014 slo Mercedes-Benz personbil sammen funksjonene markedsføring og PR til én avdeling, som et ledd i arbeidet med å forsterke merkevaren Mercedes-Benz i Norge. I 2009 ble ambisjonen «Das Beste oder Nichts» introdusert, og gjennom god og konsistent markedsføring har innsatsen nå begynt å gi resultater. Aldri har flere nordmenn hatt et mer positivt inntrykk av Mercedes-Benz. Merkeattraktiviteten har heller aldri vært sterkere.

flere solgte
MB
enn noensinne

C-Klasse, Årets firmabil 2014

Vito er varebilenes «Top of the line»

Kraftig økning i markedsandel både for Mercedes-Benz lasetbil og buss

Mediene har gjennomgående vært positive til Mercedes-Benz i 2014, med mye oppmerksomhet og jevnt over gode tilbakemeldinger på de nye produktene. C-Klasse fikk eksempelvis toppscore i Verdens Gang.

God flyt i servicemarkedet
Å styrke servicemarkedet er viktig i Bertel O. Steens arbeid mot ambisjonen, Norges beste bilhus 2018. En viktig oppgave i 2014 har vært å støtte opp under de strategiske tiltakene som konsernet har definert. Økt markedsandel og høy grad av kundetilfredshet er prioriterte mål i servicemarkedet.

Den daglige driften har vist en positiv utvikling samtidig som de økonomiske resultatene fra servicemarkedet har vært gode.

Kunde- og forhandlertilfredshet
Kunde- og forhandlertilfredshet er prioriterte områder for Mercedes-Benz personbil. Her finnes et betydelig potensial for forbedring. Mercedes-Benz personbil har en ambisjon om å være ledende på begge områdene.

Organisasjon
Det ble gjennomført flere endringer i organisasjonen i 2014. Servicemarkedsavdelingen ble integrert i Mercedes-Benz personbil, og det ble gjort endringer i oppsettet av fagfunksjonene. Nå består Mercedes-Benz personbil av funksjonene; produkt, kommunikasjon, salg og servicemarked.

Forventninger til 2015
Mercedes-Benz personbil har ambisjoner om vekst i det norske markedet og ledelse i premiumsegmentet innen utgangen av 2018. Målet for markedsandelen er 5,5 prosent i 2015. Samtidig er det et mål å styrke både kunde- og forhandlertilfredsheten og å sikre en sunn balanse mellom salgsvolum og lønnsomhet.

Mercedes-Benz nyttekjøretøy
Viktige organisasjonsendringer ble gjort i Mercedes-Benz nyttekjøretøy i 2014 for å styrke enheten med tanke på fremtidige markedskrav. Produkter som stadig blir bedre i kombinasjon med lange vedlikeholdsintervaller, gir et behov for å øke bestanden av nyttekjøretøy fra Mercedes-Benz i det norske markedet. Dette er et prioritert område.

Generelt forventes nyttekjøretøymarkedet for 2015 å være på nivå med fjoråret.

Varebil
Produktporteføljen på varebil har aldri vært bedre. Mercedes-Benz kan tilby konkurransedyktige modeller i hele varebilsegmentet. Dette gir et betydelig potensial for ytterligere vekst. Markedsføringskonseptet «Kvalitet i arbeid» er nå innarbeidet for hele varebilprogrammet. En serie radiospotter har gitt spesielt god oppmerksomhet.

Vito er akseptert som varebilenes «Top of the line». I 2014 ble en ny generasjon introdusert, og superlativene fra både pressen og kundene lot ikke vente på seg. I 1. kvartal 2015 ble modellutvalget komplett gjennom lanseringen av den viktige 4x4 utgaven. Produktprogrammet er i tillegg utvidet med en rimeligere variant med forhjulsdrift. Dette åpner for nye muligheter med tanke på å konkurrere i et segment som Mercedes-Benz ikke tidligere har vært konkurransedyktige i.

Sprinter er den ubestridte «målestokken» i sin klasse. Få bilmodeller er så vellykkede at de får et segment oppkalt etter seg, slik som klassen for store varebiler kalles for «Sprinterklassen». Sprinter har vært gjennom en betydelig oppgradering, spesielt på sikkerhets- og miljøsiden og er klasseledende på alle punkter.

Den minste modellen, Citan er også viktig i arbeidet med å styrke varebilposisjonen. Dette er et produkt med et betydelig volumpotensial som blir vesentlig for å lykkes i å øke bilbestanden.

Lastebil
I 2014 viste Daimler sin teknologiske og innovative ledelse på lastebilsiden for en hel verden. Den autonome «Future Truck 2025», ble først demonstrert på en motorvei i Tyskland for deretter å sette alle konkurrentene i skyggen ved åpningen av verdens viktigste utstilling for nyttekjøretøy, IAA i Hannover. En imponerende, men realistisk fremtid ble satt på kartet med Bertel O. Steens leverandør i førersetet. Dette er ikke bare en fremtidsstudie, men en fullt ut fungerende lastebil allerede i dag.

2014 var det første hele driftsåret med ny organisering av lastebilvirksomheten. Salgskapasiteten er økt med ca. 40 prosent samtidig som salgsressursene er sentralisert. Mercedes-Benz lastebil havnet på en solid 3. plass i markedet og er nå godt posisjonert for fremtiden.

Gjennom de siste årene har det skjedd en utvikling i både den nasjonale og internasjonale transportbransjen. De store operatørene blir stadig større, noe som medfører at denne kundegruppen står for en betydelig andel av volumet. Skal Bertel O. Steen nå målet om økte markedsandeler, må konsernet tilpasse seg kravene som disse kundene stiller. Kapasitetsøkningen i enheten for flåtesalg er således et viktig tiltak for å styrke konkurransekraften mot denne kundegruppen.

Det samme gjelder det avanserte, men brukervennlige flåtestyringsverktøyet, FleetBoard som konsernet tilbyr. FleetBoard er et meget effektivt verktøy for å optimalisere den totale utnyttelsen og driften av en moderne lastebil. FleetBoard benyttes av mange kunder i Norge med godt resultat, og omfatter også biler av konkurrerende merker.

Buss

Bussmarkedet preges av anbudssalg med relativt store svingninger i leveringsvolumet som konsekvens. Mercedes-Benz sine produkter er vel ansett hos de toneangivende bussoperatørene. Dette gir god konkurransekraft i anbudene, noe resultatene de siste årene er et bevis på.

I minibussmarkedet har Mercedes-Benz lenge vært den ledende aktøren. Suksessmodellen Sprinter er basis for alle minibussene. Her leverer Bertel O. Steen både originalbygde minibusser fra Evobus og busser fra to norske samarbeidspartnere, Kar-No AS og Westrum Karosseri AS. Evobus er Daimler AGs bussdivisjon. Alle Bertel O. Steens minibusser er produkter av høy kvalitet som passer godt i det norske markedet.

Peugeot

Med et salg på 9 459 nye biler (personbiler og varebiler under 3,5 tonn) og en total markedsandel på 5,4 prosent, ble Peugeot Norges 8. største bilmerke i 2014. Salget fordelte seg på 6 555 personbiler (4,5 prosent markedsandel) og 2 904 varebiler (9,8 prosent markedsandel). Norges mest solgte Peugeot-modell ble Partner etterfulgt av 308.

Peugeot opplevde en fantastisk fremgang på personbil i 2014. Ved årsslutt viste tallene fra Opplysningsrådet for Veitrafikken en fremgang på 24,6 prosent. Peugeot varebil representerer stabilitet og solgte i praksis samme volum som året før. Dette ga merket en pallplass for tredje året på rad. Peugeot fikk sølv i 2012, sølv i 2013 og bronse i 2014! På personbilsiden var det Peugeot 308, Årets bil i Europa 2014, som gjorde det best, tett fulgt av Peugeot 2008. Disse to modellene gjør det svært godt i kompaktklassen og kaprer to plasseringer på «topp elleve listen». Flere merker har mer enn én modell i kompaktklassen, men ingen klarer å ta ut volum på to modeller.

En flerårig modelloffensiv har gjort det mulig å henge med i et marked hvor firehjulsdrift, SUV og elektriske modeller blir stadig viktigere. Peugeot har levert sterkt av modellene 308, 2008 og 208 til tross for dreiningene i markedet. Dette viser at nye Peugeotmodeller treffer godt i kjernesegmentene.

Peugeot varebil leverer stabilt og holdt seg på samme nivå som i 2013 selv om totalmarkedet falt. Suksessoppskriften for Partner ble klekket ut for flere år siden, og modellen solgte godt også i 2014 – uten nyheter.

Peugeot

24,6 %

fremgang på personbil

Peugeot 308, Årets bil 2014 i Europa

Peugeot 85 år i Norge i 2015

Peugeot varebiler på pallen for tredje året på rad

Peugeot Partner ble nummer to i sitt segment og den tredje mest solgte varebilen totalt sett i Norge! Dette er Peugeots mest stabile produkt og selve nøkkelen til suksessen for varebil år etter år.

Partner finnes også i en elektrisk versjon som sto for 51 prosent av salget i markedet for elektriske varebiler. Modellen Peugeot Expert har beholdt tilbudet om 4x4 til 9 900 kroner og sammen med Partner og nye Boxer, ble det levert 541 Peugeot varebiler med firehjulsdrift.

Miljø

Peugeot ligger i tet når det gjelder lavt utslipp av CO_2 og blir kun slått av merker som har spesielt fokus på elektriske biler. Det betyr at Peugeots konvensjonelle motorer fungerer svært godt i et miljøperspektiv. Flere merker, som ønsker å fremstå med lavt CO_2-utslipp, ligger langt bak. At Peugeot leverer iOn og Partner Electric, hjelper selvsagt noe på gjennomsnittet. Innenfor diesel- og bensinmotorer har Peugeot rullet ut et fullt program med Euro6-motorer. Særlig for dieselmotorer er dette viktig, da NOx-utslippet faller dramatisk på Euro6-motorene.

Kundetilfredshet

Kundetilfredshetsindeksen (KTI) for Peugeot har hatt en fin utvikling helt siden målingene startet i 2007. Både for service og salg av nye biler oppnådde Peugeot en god score også i 2014. For salg ble resultatet 6,46 og for service 6,20 (begge av 7,0 mulige).

Det betyr at organisasjonen tangerer «all time high» for salg og setter ny toppnotering for service. På servicesiden er det gjort en gedigen jobb gjennom flere år, hvor trygging av merkevaren Peugeot har hatt høy prioritet. Innsatsen har resultert i en femteplass i Autoindex. Undersøkelsen, «BilNytts karakterbok» viser nok en gang at relasjonene mellom Peugeot og forhandlernettverket er gode. Her er det fin fremgang på de fleste punktene.

Forventninger til 2015

Målet for 2015 er høyt – 9 850 biler totalt. Modellrekken er mer komplett enn noen gang og utfylles ytterligere i 2015. Særlig vil utrulling av automatgir, spesielt på dieselmotor med 120 hestekrefter få oppmerksomhet, sammen med lanseringen av kremmodellene GT og GT-Line. På tampen av året kommer også 308 GTi.

Nedsiden i 2015 er at store og raske dreininger i markedet skaper utfordringer. Ladbare biler, både elektriske og plug-in hybrid, vokser kraftig. Sistnevnte har fått store lettelser i avgiftene i år, noe som kommer til å gjøre året ekstra utfordrende for Peugeot.

Bertel O. Steen Logistikk

Bertel O. Steen Logistikk innledet året med noen organisatoriske tilpasninger for å sikre riktig oppsett i forhold til konsernets strategi.

Logistikkprosjektet som ble startet i 2013, fortsatte i 2014. I første kvartal ble løsningen foredlet og pilotering gjennomført hos et utvalg forhandlere. Etter piloteringen fortsatte videreutviklingen og utrullingen av løsningen. Mer enn 50 prosent av Bertel O. Steen-eide forhandlere var over på den nye løsningen ved utgangen av 2014. Prosjektet viser god effekt på kapitalbinding, ukurans og effektivitet i konsernets forsyningskjede. Bilogistikken har fortsatt sin positive utvikling med bedre leveringspresisjon og færre skader.

Det er videre lagt ned et betydelig arbeid for å sikre konkurransedyktige betingelser fra konsernets underleverandører. Spesielt gjelder dette biltransporten hvor rammebetingelsene ble endret med nytt svoveldirektiv for sjøfarten fra 2015.

Utrullingen av konsernets nye logistikkløsning fortsetter i 2015. Løsningen vil også bli tilbudt selskapets frittstående forhandlere.

Fleet Sales

Bertel O. Steen Fleet Sales har som mål å bli best i Norge på næringssalg. Enheten som består av ti årsverk, har langt på vei nådd målet. I KTI-målinger gjennomført i desember 2014, rangerte kundene Bertel O. Steen foran samtlige konkurrenter – både på importør- og forhandlernivå.

Sterk økning

Målet var å selge 4 486 biler på eksisterende rammeavtaler i 2014, opp fra 4 126 året før. Resultatet ble cirka 5 300 biler. Et sterkt bilmarked forklarer noe, mens økningen i salget av Kia, Mercedes-Benz og Peugeot bidro mest. Kundene med rammeavtaler tok ut flere biler gjennom Bertel O. Steen enn tidligere, noe som viser at tilfredse og lojale kunder gir økt salg.

Ambisjonen er at næringskundene på rammeavtaler skal bidra til en betydelig økt omsetning innen 2018, selv om markedet forventes å ligge nærmere 120 000 enn 145 000 nye personbiler. Dedikerte og profesjonelle næringsselgere hos forhandlerne, er nøkkelen til suksess. Et pilotprosjekt ble startet i 2015, der næringsselgerne i Stor-Oslo samarbeider tett med Fleet Sales.

Bertel O. Steen Spesialkjøretøy

Bertel O. Steen Spesialkjøretøy AS som inntil 31. desember 2014 var et selskap i søsterkonsernet Bertel O. Steen Invest AS, ble overført til Bertel O. Steen AS den 1. januar 2015. Selskapet arbeidet hovedsakelig med leveranser av spesialkjøretøy til Forsvaret, Politiet, VIP-kunder, ambulanse- og brann/redningstjenesten.

Bertel O. Steen Spesialkjøretøy inngår nå i Fleet Sales-avdelingen og vil fortsette med salg og leveranser til de samme kundegruppene, samtidig som nye forretningsområder utforskes.

Forventninger til 2015

2015 forventes å bli et godt bilår der målet om salg av 4 846 biler på konsernets rammeavtaler virker innenfor rekkevidde. Pilotprosjektet i Stor-Oslo er i rute, med mange dedikerte næringsselgere som forventes å bidra betydelig i å nå målet for 2015 og for tiden fremover.

*I samarbeidet med Norges Håndballforbund Region Øst, har Kia Ensjø funnet en partner som jobber med og fokuserer på **prestasjonskultur** for å oppnå gode resultater. Foto: Svein Andre Svendsen*

> For å skape gode kunde-opplevelser, må hele laget prestere. Vi er ikke sterkere enn det svakeste ledd, derfor må vi hjelpe hverandre til å lykkes og vi må «pushe» hverandre til stadig å bli bedre.
>
> **Øyvind Wilhelms,**
> Storkundeansvarlig
> Bertel O. Steen Autostern

VIRKSOMHETSOMRÅDE

Forhandlervirksomhet

Detaljvirksomheten består av et landsdekkende forhandlernett som distribuerer konsernets bilmerker. Salget skjer gjennom Bertel O. Steen Detalj AS med datterselskaper.

Bertel O. Steen Detalj
Bertel O. Steen Detalj AS er en av Nordens største aktører innenfor salg og service-markedstjenester for personbiler, varebiler, lastebiler og busser. Enheten består av alle konsernets hel- og deleide forhandlere, fra Kristiansand i sør til Verdal i nord. Totalt omfatter Bertel O. Steen Detalj 40 salgs- og servicepunkter for merkene Mercedes-Benz, Peugeot, Kia, smart® og Fuso.

Antall medarbeidere ved utgangen av 2014, tilsvarte 1 637 årsverk.

Viktige hendelser

Bertel O. Steen Detalj har hatt en positiv utvikling i driftsresultatet hos de fleste forhandlerne i 2014.

I januar åpnet et nytt parkeringshus tilknyttet Bertel O. Steen Rogaland, mens Bertel O. Steen Vestfold, avd. Larvik og Motor-Trade, avd. Stjørdal flyttet inn i nye anlegg i løpet av våren.

Motor-Trade i Trondheim som forhandler Mercedes-Benz person- og varebiler, flyttet inn i nytt bilanlegg på Østre Rosten i slutten av august og er lokalisert i samme bygg som Kia Trondheim og Peugeot-forhandleren, Prøven Bil. Det nye bilanlegget fremstår som et av Norges flotteste og mest komplette.

Omsetning, resultater og markedsandeler

I 2013 og 2014 hadde Bertel O. Steen Detalj tilnærmet like driftsinntekter. Den totale omsetningen i 2014 endte på 7 505 millioner kroner. Ettermarkedet og bruktbilomsetningen gikk noe ned, mens nybilomsetningen økte. Sistnevnte til tross for importørens overtagelse av salg av nye lastebiler. Dette medførte at omsetningen av nye lastebiler for Bertel O. Steen Detalj, endte på 30 millioner kroner i 2014, mot 286 millioner kroner i 2013.

Underliggende driftsresultatet endte på 55 millioner kroner* i 2014, som er en klar forbedring fra driftsresultatet på 27 millioner kroner i 2013.

Antall utfakturerte nye biler økte fra 10 848 person- og varebiler i 2013 til 11 700 i 2014. Dette tilsvarer en økning på 7,9 prosent, som er høyere enn markedsveksten. Antall fakturerte brukte biler falt fra 11 792 i 2013 til 11 591 i 2014, som er en nedgang på 1,7 prosent.

* Ekskl. tap ved konkursen knyttet til kunder i Østfold.

1637
årsverk
Antall medarbeidere ved utgangen av 2014

40
salgs- og servicepunkter

7 505
MNOK
total omsetning

Anne-Birgitte Svae-Kvifte
Regional salgssjef, Norges Håndballforbund

Fair-Play. Respekt. Begeistring. Innsatsvilje. Dette er 4 grunnleggende verdier som inspirerer til å prestere både på og utenfor banen, og som vi i Håndballforbundet praktiserer i vårt arbeid - både med samarbeidspartnere som Kia Ensjø og med hverandre. Man blir aldri god alene! Og suksess er mye morsommere å feire sammen, enn alene!

Fokusområder

Det er fortsatt behov for å øke lønnsomheten i Bertel O. Steen Detalj. Det er igangsatt en rekke initiativer som understøtter den nye konsernstrategien. I nært samarbeid med importørene planlegger Bertel O. Steen Detalj for vekst innenfor salg av nye biler. En viktig satsing er å holde kundetilfredsheten på nivå med de beste i Norge, uavhengig av bransje.

Logistikkprosjektet som omhandler deledistribusjonen og delehåndteringen fra produsent til sluttkunde, er implementert hos alle egeneide forhandlere i løpet av våren 2015. Prosjektet har gitt en betydelig effektiviseringsgevinst.

Økonomiprosjektet, Lean Finance er ferdig implementert hos alle egeneide forhandlere. Det betyr at økonomi- og controllerfunksjonene hos samtlige forhandlere er sentralisert hos Bertel O. Steen Detalj/Bertel O. Steen sentralt.

Arbeidet med å optimalisere distribusjonen i Oslo-området intensiveres i 2015. Nytt moderne bilskadesenter for Oslo-regionen er under bygging og en rekke interessante konsepter er under utredning.

Forventninger til 2015

Bertel O. Steen Detalj har hatt en noe krevende inngang på 2015. Nybilmarkedet for personbiler er i betydelig endring. Salget av elbiler og plug-in hybrider er i kraftig vekst, mens det er tilsvarende reduksjon for biler med konvensjonell forbrenningsmotor. Bruktbilmarkedet viser høy aktivitet, marginsituasjonen er i bedring, men fortsatt ikke på ønsket nivå. Konkurransen i ettermarkedet er stor, med en fortsatt profesjonalisering blant de frittstående verkstedene.

Bertel O. Steen Detalj forventer en ytterligere resultatforbedring i 2015, både gjennom videreføring av påbegynte tiltak og en rekke nye strategiske initiativer. Dette vil gi Bertel O. Steen en robust forhandlervirksomhet som er klar for å møte de markedsendringene som måtte komme, og samtidig bidra med tilfredsstillende lønnsomhet.

Bertel O. Steen Finans

Bertel O. Steen Finans AS tilbyr finansielle produkter og tjenester til kunder gjennom forhandlere som selger biler importert av Bertel O. Steen AS. Selskapet ble etablert i 1999 og har 4 ansatte.

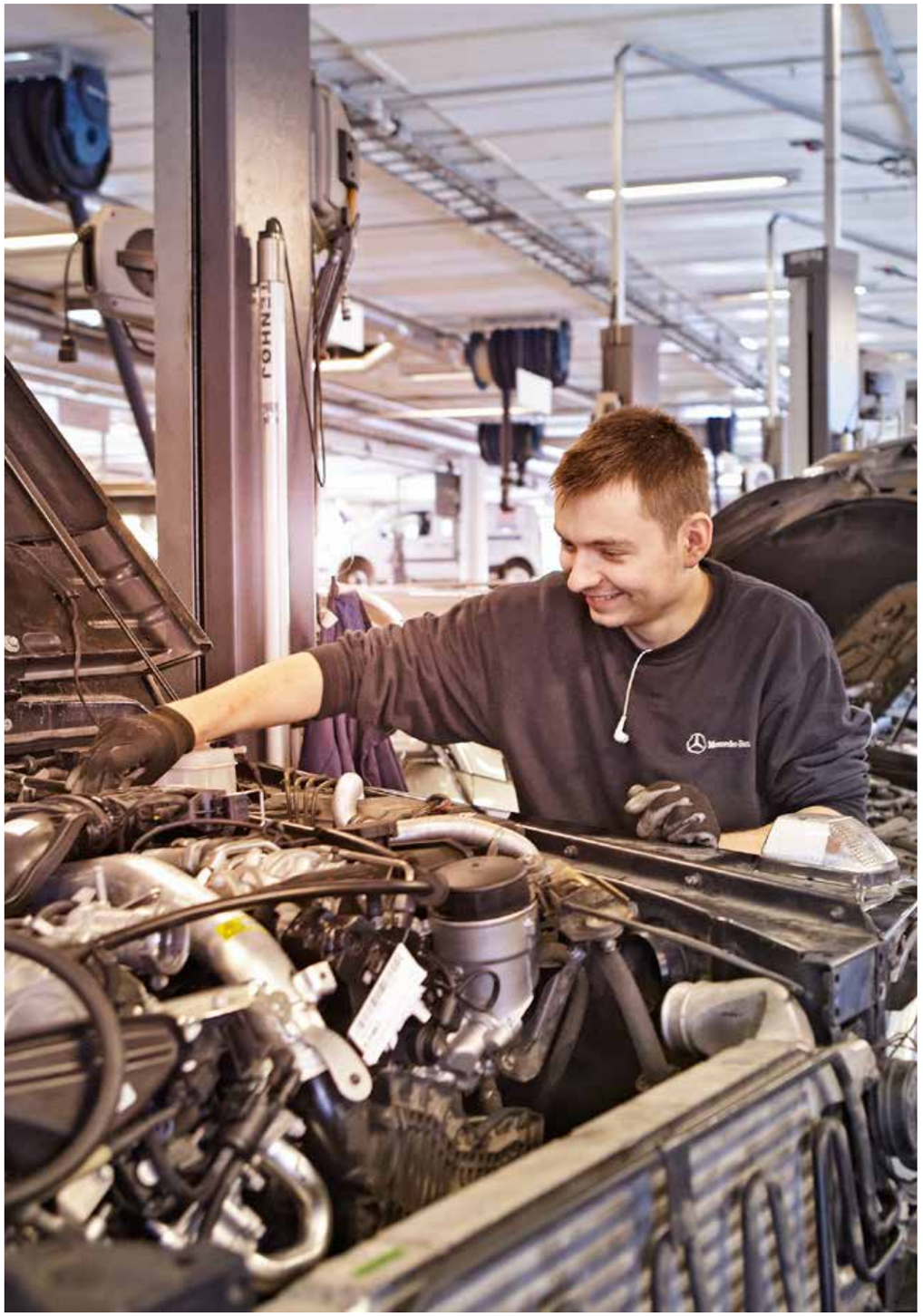
Bertel O. Steen Finans oppnådde det beste salget i selskapets historie i 2014. Selskapet finansierte 9 371 biler, en økning på 12,4 prosent. Verdien av nye kontrakter er 2 564 millioner kroner, en økning på 14 prosent fra 2013. Porteføljen økte med 669 millioner kroner til 4 981 millioner kroner. Resultatet ble 48 millioner kroner som er noe over budsjett. Antall kunder i porteføljen endte på 20 718, mens antall biler i porteføljen var 25 230 ved årsskiftet, en økning på 14 prosent. Finansieringsgraden både hos egeneide og frittstående forhandlere viste sterk fremgang, spesielt på nye biler.

Regelendringer for leasing fra og med 2015 gir en økning i bindingstiden for merverdiavgift fra 36 til 48 måneder. Myndighetenes mål er å redusere volumet av privatleasing, ved at 36 måneders leasing blir dyrere. Myndighetene mener at forbrukernes valg av privatleasing er avgiftsmotivert ved at avgiftstilpassede biler og lave renter gjør denne finansieringsformen unormalt rimelig. Samtidig er privatleasing en lite fleksibel finansieringsform ved at kunden i praksis er bundet i hele leasingperioden. Bertel O. Steen Finans tilbyr lån med innbyttegaranti for å møte denne endringen. Dette er et restverdilån kombinert med en innbyttegaranti fra forhandler ved gjenkjøp av ny bil – et produkt som flere i markedet trolig vil tilby fremover.

Forventninger til 2015

Bertel O. Steen Finans forventer noe økning i finansieringsgraden i 2015. Forretningsenheten arbeider aktivt med å etablere samarbeid med flere forhandlere, samtidig som det satses offensivt på kampanjer i samarbeid med konsernets bilimportører.

Driftsresultatet antas å bli noe svakere i 2015 enn i 2014 på grunn av pressede marginer i et konkurranseutsatt marked.



«Team Peugeot» deltok i Styrkeprøven 2015 og var villige til å strekke seg langt for laget. Sykling bringer oss fremover mot nye opplevelser og nye, ambisiøse mål. (Thorbjørn Myrhaug)

Bistår du andre i å bli bedre, utvikler du også deg selv. Gode prestasjoner er avhengig av at teamet samarbeider godt, men også at den enkelte strekker seg litt lengre dag for dag.

Solveig Abelsen,
Regnskapskonsulent
Bertel O. Steen Eiendom

VIRKSOMHETSOMRÅDE

Eiendom

Bertel O. Steen Eiendom AS med datterselskaper eier og forvalter en betydelig eiendomsportefølje på cirka 165 000 m² knyttet til bil- og annen næringsvirksomhet. Bileiendommer utgjør om lag halvparten av porteføljen.

Bertel O. Steen Eiendom AS hadde et godt år i 2014 og leverte et driftsresultat på 103 millioner kroner, som er 9 millioner kroner bedre enn budsjett. Hovedårsaken til det positive resultatet er god drift og utleie, og lavere vedlikeholdskostnader. Det er ikke gjennomført salg av eiendommer i 2014.

Bileiendommer

På Forus ved Stavanger ble et stort parkeringshus for Bertel O. Steen Rogaland ferdigstilt i januar. Bygget på over 8 000 m² er en erstatning for biloppstillingsplasser på nabotomten, som ikke lenger er tilgjengelige.

I januar 2014 ble Solheimveien 15 kjøpt fra Brødrene Jensen AS. Bygget er på cirka 2 300 m², og tomten på 5 mål. Bertel O. Steen Bilventure er leietaker.

I mars 2014 kjøpte Bertel O. Steen Eiendom selskapet Hvamveien 2 AS, bestående av et bygg på cirka 2 300 m² og en tomt på 7 mål. Eiendommen ligger ved Olavsgaard i Skedsmo kommune, og ble ervervet med tanke på en alternativ lokalisering for bilforhandleren på Lillestrøm som må flytte i løpet av de nærmeste årene.

Næringseiendommer

Bertel O. Steens eiendom i Professor Kohts vei 85 på Stabekk er under regulering som et ledd i kommunedelplanen for Bærum. Her forventes en fleksibel regulering for næring, bil og bolig. Planen behandles medio 2015. Bertel O. Steen Eiendom har utarbeidet skisser for et eventuelt bilanlegg dersom området reguleres til dette formålet. Hvorvidt et bilanlegg er aktuelt, avhenger av distribusjonsstrategien til Bertel O. Steen Detalj for Stor-Oslo.

For konsernets næringseiendommer er utleiesituasjonen meget god. Sogn Arena på 23 500 m² er fortsatt 100 prosent utleid til store, solide og langsiktige leietakere.

Sandakerveien 64 er et kontorbygg på 12 300 m² som er 100 prosent utleid.

Maridalsveien 85–87 består av 9 kontorbygg som ligger flott til ved Akerselven. Eiendommen har blitt et knutepunkt for leietakere innen tekstil og mote og er i media omtalt som «Moteclusteret» i Maridalsveien. Flere leietakere har endret størrelse på arealene og inngått nye leieavtaler, mens noen har flyttet til andre bygg på området. Peak Performance og Scotch & Soda er nye leietakere som disponerer betydelige arealer. Nytt kontorbygg på 1 000 m² ble ferdigstilt ultimo januar 2014 og er 100 prosent utleid.

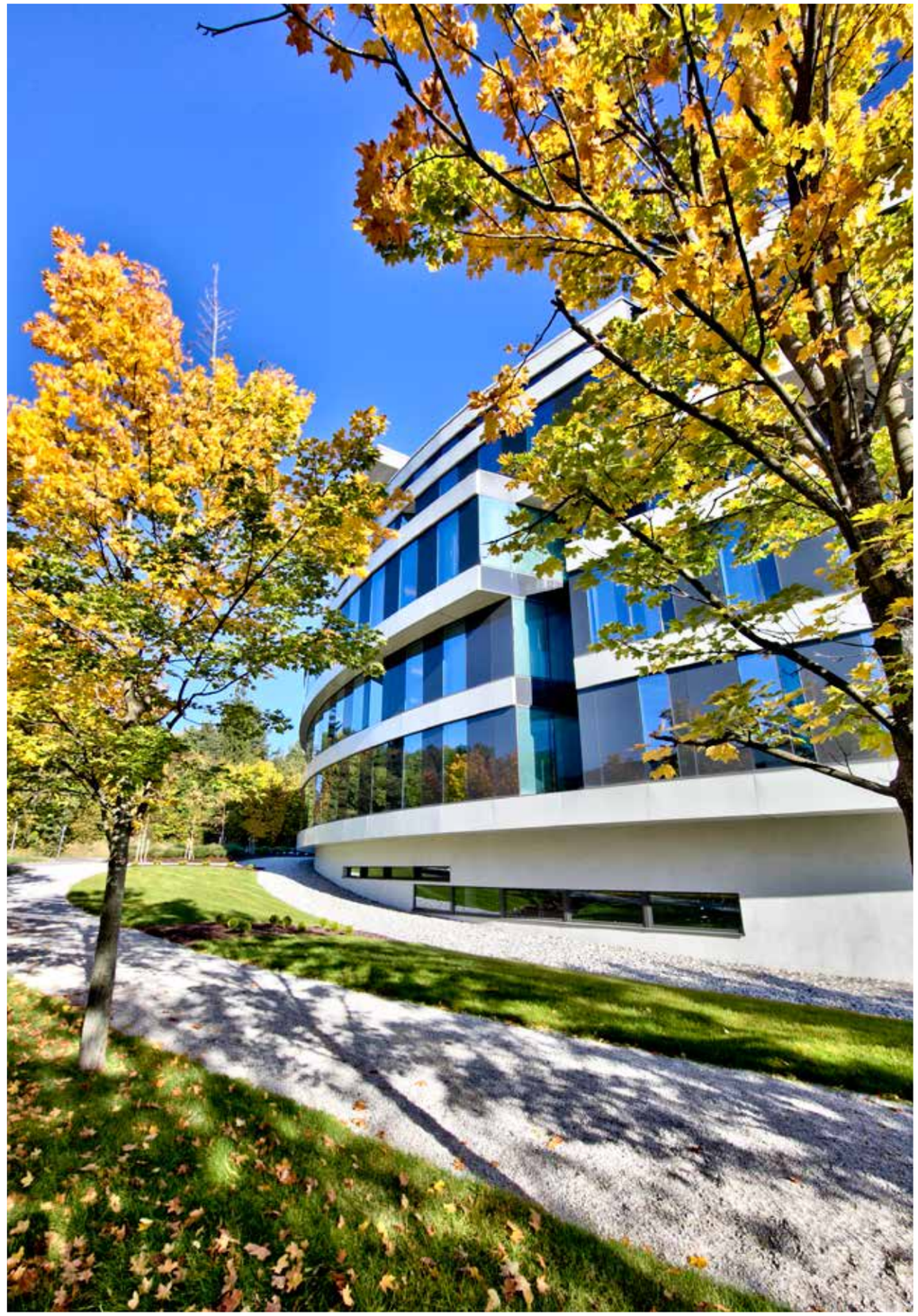
103 MNOK
driftsresultat

165 000 m²
eiendomsportefølje

2,5 mrd
verdi næringseiendom

Morten Mørk
Daglig leder Styrkeprøven

Styrkeprøven er Norges mest tradisjonsrike turritt. Vi har utfordringer og tilbud til både den aktive syklist og den ivrige mosjonist. Det er plass til alle. Troen på at evnen til å prestere finnes hos noen, men mangler hos andre, er en misforståelse. Deltakerne i en konkurranse vil bevisst eller ubevisst ønske å skape den kulturen som skal til for å prestere. Det samme gjelder for medarbeiderne i en virksomhet. Det er imidlertid et lederansvar å definere og implementere nødvendige prosesser som bevisstgjør alle. Først da kan man påvirke kulturen i ønsket retning.



Kundetilfredshet

I den årlige undersøkelsen om leietakernes totale tilfredshet med gårdeiere, oppnådde Bertel O. Steen Eiendom beste score noen sinne. Dette er en undersøkelse hvor nesten alle de store og profesjonelle eiendomsselskapene i Oslo er med. De gode resultatene skyldes profesjonell behandling av leietakerne i alle faser av leieforholdet – fra forhandlinger og planlegging av lokalene, til god drift i leieperioden. Oppfølgingen fra Bertel O. Steens driftsteknikere har mye av æren for kundetilfredsheten.

Forventninger til 2015

Utleiemarkedet for kontorer i Oslo, utenfor sentrum, forventes å være noe svakere i 2015 enn i 2014. Det er imidlertid få leiekontrakter som skal reforhandles i 2015 og 2016.

Konsernets eiendommer holder meget god standard og har en sterk posisjon i sine segmenter. Markedet for salg av eiendom har bedret seg noe det siste året på grunn av lav rente. Flere investorer er i markedet etter investeringsobjekter med god og sikker avkastning. Denne situasjonen forventes å vedvare i 2015.

Bertel O. Steen Eiendom er et solid selskap med lav belåning. Selskapet har flere store, eksterne og solide leietakere på lange kontrakter. Utleiegraden ved årsskiftet var nær 100 prosent. Bertel O. Steen Eiendom eier 165 000 m^2 næringseiendom til en verdi av 2,5 milliarder kroner. Verdien på bileiendommene utgjør cirka 45 prosent.

Resultatregnskap

Bertel O. Steen AS	Konsern	
(NOK 1 000)	2014	2013
Driftsinntekter	**10 095 903**	**9 650 397**
Driftskostnader		
Varekostnad	7 335 311	6 935 496
Lønns- og andre personalkostnader	1 378 619	1 316 913
Avskrivning på varige driftsmidler og immaterielle eiendeler	155 532	224 838
Annen driftskostnad	951 699	893 102
Sum driftskostnader	**9 821 161**	**9 370 349**
DRIFTSRESULTAT	**274 742**	**280 049**
Resultat fra tilknyttet selskap og felles kontrollert virksomhet	2 339	1 033
Finansposter	(18 837)	(52 772)
RESULTAT FØR SKATTEKOSTNAD	**258 244**	**228 309**
Skattekostnad	(68 925)	(66 168)
ÅRETS RESULTAT	**189 318**	**162 141**
Minoritetenes andel av resultatet	11 228	12 577
MAJORITETENS ANDEL AV ÅRETS RESULTAT	**178 090**	**149 564**

Verdiskapning 2014

BERTEL O. STEEN KONSERN

Bertel O. Steen AS har skapt verdier for samfunnet i 114 år. Et samfunnsregnskap viser hvilken verdiskapning selskapet bidrar med. De økonomiske verdiene som Bertel O. Steen skaper, blir fordelt på henholdsvis ansatte, eiere, selskapet, långivere og stat/kommune via skatter og avgifter. Modellen under illustrerer verdiskapningen.

Konsernets verdiskapning 3 161 MNOK

Balanse

EIENDELER

Bertel O. Steen AS	Konsern	
(NOK 1 000)	2014	2013
Immaterielle eiendeler	109 711	149 752
Varige driftsmidler	1 848 987	1 822 493
Finansielle anleggsmidler	34 579	33 024
Anleggsmidler	**1 993 277**	**2 005 269**
Varelager	1 696 625	1 687 649
Fordringer	955 902	842 012
Bankinnskudd, kontanter og lignende	154 769	112 039
Omløpsmidler	**2 807 296**	**2 641 700**
SUM EIENDELER	**4 800 573**	**4 646 969**

Balanse

EGENKAPITAL OG GJELD

Bertel O. Steen AS	Konsern	
(NOK 1 000)	2014	2013
Innskutt egenkapital	970 433	970 433
Opptjent egenkapital	1 100 602	980 081
Minoritetsinteresser	43 460	47 880
Egenkapital og minoritetsinteresser	**2 114 495**	**1 998 394**
Avsetning for forpliktelser	312 455	314 970
Annen langsiktig gjeld	3 224	840 976
Kortsiktig gjeld	2 370 398	1 492 629
Gjeld	**2 686 078**	**2 648 575**
EGENKAPITAL, MINORITETSINTERESSER OG GJELD	**4 800 573**	**4 646 969**

signatur.no • 140479

Bertel O. Steen AS
Postboks 52, 1471 Lørenskog
Telefon +47 67 92 60 00

Besøksadresse:
Solheimveien 7, 1473 Lørenskog

www.bos.no