Norsk Industri

Maritime utstyrsleverandører 2014

NØKKELTALL OG FORVENTNINGER FRAMOVER

AV CHRISTIAN SVANE MELLBYE OG ERIK W. JAKOBSEN

Forsidefoto: Rolls-Royce

Forord

Denne rapporten er skrevet av Menon Business Economics på oppdrag fra Maritim Bransjeforening i Norsk Industri. Vi har lenge ønsket en grundig analyse av maritim utstyrsnæring. Det skrives gode rapporter om maritim næring, en kan nevne Maritim Forum sin Verdiskapingsbok som ble presentert i Haugesund i februar i år, og Rederiforbundets Konjunkturrapport som presenteres i mars. Begge er gode rapporter som beskriver situasjonen for næringen som helhet. Men, medlemmene i Maritim Bransjeforening har inntil nå ikke hatt mulighet til å skille utstyrsprodusentenes tall ut fra næringens og verftenes omsetningstall.

Vi er imponert over grundigheten i Menon sitt arbeid. De har brukt både utsendte spørreundersøkelser og direkte intervjuer, og de har bearbeidet tallene for å unngå dobbelt-registrering og andre feilkilder. Vi takker dem for arbeidet. Rapporten inneholder nøkkeltall for næringen basert på siste tilgjengelige regnskapsår (det vil si 2012). Utviklingen i 2013 og 2014 er også beskrevet.

Vi håper næringen selv, politikere, media og andre som er interessert vil sette pris på den gode oversikten som rapporten gir, og at rapporten hjelper til å understøtte det vi alltid egentlig har visst, at vi er en meget solid næring, med stor omstillingsevne, eksportrettet og med det stå-på humør og den forretningsteft som er nødvendig for å konkurrere med de beste.

Oslo, 14. februar 2014

Lars Gørvell-Dahll
Bransjesjef, Maritim Bransjeforening i Norsk Industri

Norsk Industri

Innhold

Forord 3

1. Sammendrag 7

2. Maritim næring – en av Norges største og mest betydningsfulle næringer 9

Avgrensning av maritim næring 9
Maritime utstyrsleverandører – definisjon og inndeling i grupper 10
Fokus kun på bedriftenes maritime virksomhet 12

3. Norsk skipsutstyr – 63 milliarder kroner i omsetning og nesten 20.000 ansatte 13

Etter tre magre år stiger omsetningen i 2012 13
Verdiskaping nærmer seg 20 milliarder i 2012 14
Veksttakten for utstyrsprodusentene er betraktelig lavere etter 2008 15
Møre og Romsdal står sammen med Hordaland bak nesten halvparten av næringens verdiskaping 16
Lønnsomheten ligger stabilt på 6-8 prosent driftsmargin 17

4. Nesten 90 prosent av skipsutstyret eksporteres 19

Utstyrsleverandørene er en av Norges mest betydningsfulle eksportnæringer 20

5. Utstyrsleverandørene har positive framtidsutsikter 21

Ordrebøkene i skipsutstyrsindustrien er på nesten 50 milliarder kroner – tilsvarende ett års omsetning 21
Ordrebøkene har vokst de siste 12 månedene 23

Vedlegg

6. Om spørreundersøkelsen 24
7. Nøkkeltall for næringen 25

1. Sammendrag

Norske produsenter av skipsutstyr omsatte i 2012 for over 60 milliarder kroner, stod bak en verdiskaping på nesten 20 milliarder og sysselsatte i underkant av 20 000 ansatte. **Bransjen er en betydningsfull del av den norske maritime næring** – en næring som muligens aldri har stått sterkere i Norge enn den gjør i dag. Maritime utstyrsprodusenter opplevde en eventyrlig vekst fra 2004 til 2008, hvor omsetningen nesten tredoblet seg og lønnsomheten gikk opp. Bransjen har opplevd en langt lavere vekstrate i årene etter finanskrisen, og i 2010 og 2011 falt omsetningen. Denne trenden blir snudd i 2012 hvor omsetningen økte med 14 prosent sammenlignet med foregående år. En omsetning på 63 milliarder i 2012 er fortsatt lavere enn toppåret 2008, men pilene peker nå oppover igjen.

Bedriftene i bransjen er eksponert for **betydelig internasjonal konkurranse**, noe som illustreres ved at nesten 90 prosent av omsetningen kommer fra eksportmarkeder. Dette skjer enten direkte til kunder i utlandet eller indirekte gjennom leveranser til verft eller rederier i Norge som igjen har aktivitet i utlandet. **Totalt eksporterer skipsutstyrsleverandører varer og tjenester for i overkant av 45 milliarder kroner.** Det tilsvarer 8 prosent av vare- og tjenesteeksporten fra Norge (ekskludert olje og gass). Om man inkluderer leverandører av boreutstyr og spesialisert marint utstyr, øker eksporten til 75 milliarder eller 12 prosent av norsk eksport. Dette er langt mer enn eksempelvis eksporten av sjømat fra Norge som tilsvarte 50 milliarder i 2012.

For 2013 er det forventet en vekst i omsetning på 9 prosent, omtrent på linje med den gjennomsnittlige veksten de siste 8 årene. Framtidsutsiktene er også positive. Ordrebøkene tilsvarer i dag omtrent ett års omsetning, og har økt de siste 12 månedene. Halvparten av bedriftene forventer også ytterligere vekst fra 2013 til 2014. Kun 10 prosent forventer nedgang i omsetningen til neste år.

Møre og Romsdal og Hordaland er de to klart største fylkene for produksjon av skipsutstyr. Til sammen står de bak nesten halvparten av bransjens verdiskaping. Samtidig er det slik at hele 11 av 19 fylker har en verdiskaping på over 500 millioner kroner, så **skipsutstyrsleverandører er viktige over store deler av landet.** Det er også tegn til at bransjen vokser kraftigst i de regionene der den allerede er sterk. Unntaket er Hordaland som faktisk har hatt en negativ utvikling i verdiskapingen de siste fem år. En viktig årsak til dette er at Frank Mohn as sin verdiskaping er kraftig redusert siden 2008. Ser man vekk fra Frank Mohn har også Hordaland opplevd vekst de siste fem år.

2. Maritim næring – en av Norges største og mest betydningsfulle næringer

Maritime utstyrsleverandører er en del av en av Norges største og mest betydningsfulle næringer; den maritime næringen. Det er viktig å se utstyrsleverandørene i en større sammenheng da utviklingen utstyrsprodusentene har opplevd er og vil være avhengig av styrken til hele denne klyngen. Den maritime næringen i Norge har sterke og lange tradisjoner. I 2012 stod næringen bak en samlet verdiskaping på 160 milliarder kroner i Norge og sysselsatte mer enn hundre tusen personer. Næringens andel av den totale verdiskapingen i norsk næringsliv er på 12 prosent – når oljeselskapene holdes utenom. Verdiskapingen har aldri vært høyere enn i 2012, og næringen har kanskje aldri hatt en så sterk internasjonal posisjon som i dag. Næringen er også representert langs hele Norges kyst og i enkelte kystsamfunn dominerer den verdiskapingen i næringslivet totalt.

Norge må betraktes som en av verdens ledende maritime nasjoner. Norge er hjem til kun én promille av verdens befolkning, men landet er en stormakt i den internasjonale maritime næringen. Norsk-kontrollerte rederier eier om lag seks prosent av verdiene i verdens skipsflåte. Norske selskaper er verdensledende på en lang rekke områder. Skipsfinansiering, bygging og utvikling av skips- og boreutstyr, frakt av kjemikalier og systemer for dynamisk posisjonering er noen eksempler. I tillegg står norske bedrifter og kunnskapsaktører bak en kontinuerlig strøm av innovasjoner i skips-design, propeller, utstyr og tjenester. Mange av innovasjonene bidrar til miljø- og klimaforbedringer.

2012 ble et godt år for maritim næring etter en krevende tid i kjølvannet av finanskrisen. I 2012 økte næringens samlede verdiskaping og omsetning med henholdsvis 20 og 45 milliarder kroner fra året før. Den sterke veksten kan tyde på at den negative trenden man opplevde etter finanskrisen er snudd. Samtidig som næringen vokser ser vi også at næringen i stadig større grad blir offshorerettet. Norske verft bygger nå verdens mest avanserte og moderne offshoreskip med norskutviklet utstyr montert. Den norske offshoreflåten er den nest største i verden og den mest avanserte, mens norske riggeiere de siste årene har opplevd en sterk økning i verdiskapingen.

En av årsakene til den norske maritime næringens internasjonale suksess er at virksomhetene har hatt høy produktivitetsvekst; det vil si at de klarer å produsere mer med færre ansatte. Dette har både ført til høyere lønnsomhet og til økt lønnsnivå. Faktisk er det gjennomsnittlige lønnsnivået i norsk maritim næring femti prosent høyere enn i en gjennomsnittlig norsk bedrift. Denne produktivitetsutviklingen kan igjen forklares med to andre kjennetegn på næringen i Norge; den er kunnskapsbasert og innovasjonsdrevet. Det er menneskene som besitter kunnskapen og som skaper innovasjonene. Kunnskapen utvikles og spres i samspillet mellom aktørene, og innovasjonene skapes og implementeres i det samme samspillet. I forskningsprosjektet «Et kunnskapsbasert Norge» ble samspillet mellom erfaringsbasert kompetanse og forskningsbasert kunnskap identifisert som et av næringens aller viktigste konkurransefortrinn. Operativ kompetanse fra sjøen er en nøkkelfaktor i dette samspillet.

Avgrensning av maritim næring

En nærings størrelse og betydning avgjøres av hvordan man definerer den, og en klar, konsis definisjon som setter tydelige grenser for hva som skal inkluderes og ekskluderes er derfor viktig. Menon har gjennom en rekke prosjekter utviklet følgende definisjon på maritim næring:

FOTO: RESTECH AS, BODØ

– Alle virksomheter som eier, opererer, designer, bygger, leverer utstyr eller spesialiserte tjenester til alle typer skip og andre flytende enheter

Videre har vi delt næringen inn i fire hovedgrupper og 12 undergrupper:

- **Rederier**
  - Offshore
  - Shortsea – nærskipsfart
  - Deepsea – oversjøisk transport
  - Bore- og produksjonsselskap (rigg)
- **Maritime tjenesteytere**
  - Teknologiske tjenester
  - Finansielle og juridiske tjenester
  - Handel
  - Havne- og logistikktjenester
- **Verft**
- **Maritime utstyrsprodusenter**
  - Skipsutstyr (igjen inndelt i fem undergrupper)
  - Bore- og offshoreutstyr til skip og rigger
  - Spesialisert utstyr til fiskebåter og oppdrettsanlegg

Maritime utstyrsleverandører – definisjon og inndeling i grupper

Dette prosjektet har fokus på maritime utstyrsleverandører. Det har derfor vært viktig å dykke dypere ned i denne delen av næringen. Vi har definert maritime utstyrsprodusenter på følgende måte:

– Spesialiserte utstyrsleverandører til alle skip og andre flytende enheter[1]

Vi har videre delt de maritime utstyrsprodusentene inn i tre hovedgrupper med tilhørende syv undergrupper. I rapporten vil vi ha hovedfokus på den første hovedgruppen: **skipsutstyr**. Den påfølgende figuren illustrerer hvordan vi har definert utstyrsleverandørene og inndelt dem i undergrupper. For hver enkelt undergruppe er logoen til to aktører i undergruppen framhevet. Det er verdt å nevne at vi definerer maritime utstyrsleverandører noe bredere i denne publikasjonen enn i andre sammenhenger, da vi også inkluderer handelsbedrifter og leveranser til oppdrettsanlegg. Handelsbedriftene er i andre rapporter fra Menon (for eksempel *Maritim verdiskapingsbok*) inkludert under maritime *tjenester*.

[1] Sistnevnte tre ord reflekterer at en del av utstyret også monteres på rigger og/eller FPSOer. FPSO (Floating Production, Storage and Offloading) er en flytende og flyttbar plattform som brukes i petroleumsvirksomhet til havs for å prosessere og lagre petroleum under produksjon på et oljefelt. Som regel er FPSOer formet som tankskip, men også enheter som Sevanbøyer og sparbøyer regnes som FPSOer.

SKIPSUTSTYR

Skipsutstyr består av fem undergrupper:

- **Mekanisk utstyr** er en forholdsvis omfattende gruppe som inkluderer leverandører av kraner, vinsjer, propeller og motorer. Det er utstyr som skal utføre mekaniske operasjoner som for eksempel løfteoperasjoner eller bidra til at skipene beveger seg framover.
- **Elektrisk og elektronisk utstyr** inkluderer virksomhet hvor elektriske og elektroniske komponenter står i fokus. Det kan f.eks. være spesialisert hardware, software, elektriske fremdriftssystemer, broutstyr eller DP-systemer[2] (dynamisk posisjonering).
- Gruppen som omhandler **design** er typisk skipsdesign-selskaper som Moss Maritime. Gruppen inkluderer også selskaper med et noe bredere fokus som LMG Marin som tilbyr skipsdesign, men også design av utstyrspakker til skip og rigger.
- **Annet driftsutstyr** er produsenter av utstyr som er nødvendig for den daglige driften av skip. Dette inkluderer leverandører av eksempelvis skipsmaling, smøreolje, kabler, kjettinger og livbåter.
- Den siste gruppen under skipsutstyr er **handel**. Dette er selskaper som kjøper og videreselger varer til drift og vedlikehold av skip eller fungerer som forhandlere av utstyr til andre aktører som verft i inn- og utland.

Mekanisk utstyr
- Kraner, vinsjer, propeller, motorer etc.

Rolls-Royce

Elektrisk og elektronisk utstyr
- DP, Software, spesialisert hardware, broutstyr, sensorer o.l.

ABB

Design
- Skipsdesign
- Design av utstyr og utstyrspakker

ULSTEIN WÄRTSILÄ

Annet driftsutstyr
- Maling, smøreolje, kabler, kjetting, livbåter, osv.

NORDOX

Handel
- Agenter, grossister og forhandlere

Wilhelmsen Ships Service

BORE- OG OFFSHOREUTSTYR TIL SKIP OG RIGGER

Bore- og offshoreutstyr til skip og rigger blir totalt dominert av enkeltselskaper som i hovedsak leverer borepakker til rigger. Dette er kompliserte og dyre komponenter som BOP[3], borekroner og stigrør samt tjenesteleveranser relatert til dette.

Boreustyr og annet ikke-maritimt utstyr til skip og rigger
- Borepakker, mm

NOV NATIONAL OILWELL VARCO CAMERON

[2] Dynamisk posisjonering (vanligvis forkortet til DP) er systemer for å holde skip eller andre fartøy som rigger eller FPSOer i samme posisjon over havbunnen uten bruk av anker, men ved hjelp av fartøyets egne propeller.

[3] BOP (Blowout preventer) eller utblåsningsventil på norsk er en stor ventil som omslutter en oljebrønn. Den plasseres på havbunnen eller på dekket til en plattform og skal stoppe eventuelle utblåsninger i sammenheng med boreoperasjoner.

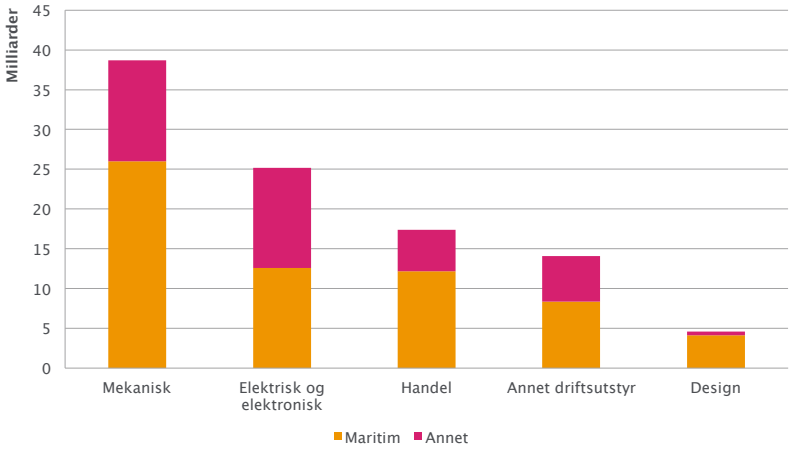
MARINT UTSTYR

Denne undergruppen inkluderer leverandører av utstyr som notposer, trål, merder og spesialisert utstyr til prosessering og håndtering av fisk. Mens maritim virksomhet er aktivitet rettet mot skip og flytende enheter, er marint utstyr koblet til sjømatnæringen.

Marint utstyr
- Utstyr til oppdrettsnæringen og spesialisert fiskeutstyr

Fokus kun på bedriftenes *maritime* virksomhet

En annen problemstilling når en avgrenser en bransje er spørsmålet hvor stor andel av en bedrifts omsetning som skal være maritim for at den skal inkluderes i analysen. En vanlig tommelfingerregel i andre prosjekter er at minst 50 prosent av inntekten må være fra maritim næring for å bli inkludert – og da inkluderes hele omsetningen. I denne undersøkelsen har vi økt presisjonsnivået og kartlagt hvor stor andel av omsetningen i hver enkel bedrift er maritimt relatert. Dette betyr at selskaper som ABB, Siemens og Jotun som vanligvis ikke vil være definert som maritime aktører (siden de har mindre enn 50 prosent av omsetningen rettet mot maritim næring), vil være inkludert i denne undersøkelsen. Grafen under viser bedriftenes totale omsetning og andelen som er maritim. Som vi ser varierer andel av bedriftens omsetning fra tilnærmet 100 prosent for skipsdesign til om lag halvparten for elektrisk og elektronisk utstyr. I rapporten vil alle tallene som presenteres kun referere til den maritime delen av virksomhetene. Som figuren under viser ville den totale omsetningen i de ulike undergruppene vært langt høyere om en hadde inkludert all virksomheten i de ulike bedriftene.



FIGUR 2.1: Omsetning for skipsutstyrsleverandører fordelt på maritim og annen omsetning. KILDE: MENON (2013)

3. Norsk skipsutstyr – 63 milliarder kroner i omsetning og nesten 20 000 ansatte

Den samlede omsetningen fra produsentene av skipsutstyr var på 63 milliarder kroner i 2012. Dette tilsvarte en verdiskaping[4] på 19,3 milliarder kroner, en oppgang på 3,4 milliarder de siste 5 årene. Verdiskapingen ble generert av 19 284 ansatte. Det vil si at hver ansatt i gjennomsnitt bidro til norsk BNP med 1 million kroner.

I tillegg genererte boreutstyr og marint spesialutstyr en verdiskaping tilsvarende 9,9 milliarder, slik at disse tre gruppene totalt stod bak en verdiskaping på i underkant av 30 milliarder.

Bryter man tallene ned på undergrupper ser vi at mekanisk utstyr er den klart største enkeltgruppen, målt både i omsetning, verdiskaping og sysselsetting. Deretter følger elektrisk og elektronisk utstyr, annet driftsutstyr, handel og skipsdesign.

Etter tre magre år stiger omsetningen i 2012

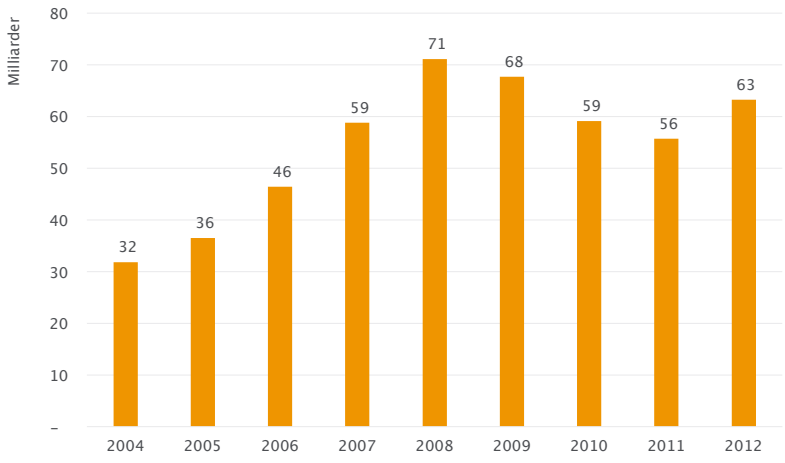
Etter en kraftig vekst fra 2004 til 2008 ble produsentene av skipsutstyr satt tilbake av finanskrisen i 2008. I de tre påfølgende årene falt omsetningen med over 20 prosent og særlig var fallet stort fra 2009 til 2010. De maritime utstyrsprodusentene er langt mer utsatt for internasjonale konjunkturer enn norsk økonomi generelt. Mens veksten i omsetning i norsk næringsliv[5] var på omkring 6 prosent fra 2008 til 2010, falt omsetningen for de maritime utstyrsleverandørene med nesten 20 prosent. Krisen traff spesielt produsentene av mekanisk utstyr hardt, men brorparten av selskapene i næringen opplevde en kraftig nedgang fra 2008. Et konsern som ble særlig hardt truffet av finanskrisen var Bergens-baserte Frank Mohn.

	Omsetning (Mrd. kroner)		Verdiskaping (Mrd. kroner)		Sysselsetting	
Undergruppe	**2007**	**2012**	**2007**	**2012**	**2007**	**2012**
Mekanisk utstyr	27.8	26.0	7.3	8.0	8 224	8 094
Elektrisk og elektronisk utstyr	9.0	12.6	3.4	4.8	3 859	4 639
Annet driftsutstyr	6.9	8.3	2.0	2.6	2 650	2 952
Handel	11.7	12.2	2.2	2.5	2 373	2 582
Skipsdesign	3.3	4.1	1.1	1.3	991	1 017
Skipsutstyr	**58.8**	**63.3**	**15.9**	**19.3**	**18 098**	**19 284**
Marint spesialutstyr	2.6	3.2	0.7	1.1	1 091	1 246
Boreutstyr mm	17.3	28.3	3.9	8.8	2 400	4 360
Totalt for alle utstyrsleveranser	**78.6**	**94.7**	**20.5**	**29.2**	**21 589**	**24 890**

FIGUR 3.1: Nøkkeltall for produsenter av alle typer maritimt utstyr 2007 og 2012. KILDE: MENON

[4] En nærings størrelse kan måles på ulike måter. Det beste målet etter vårt skjønn er verdiskaping. Dette begrepet blir ofte benyttet om forskjellige fenomener, men det har en presis og entydig betydning. Verdiskaping beregnes ganske enkelt som bedriftens omsetning fratrukket eksterne kjøp av varer og tjenester. Det betyr samtidig at bedriftens verdiskaping tilsvarer summen av lønnskostnader og driftsresultat før avskrivninger og nedskrivninger. Den maritime næringens verdiskaping er dermed summen av lønnskostnader og EBITDA i alle bedriftene (EBITDA er forkortelsen for Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization). Summen av alle norske bedrifters verdiskaping tilsvarer næringslivets bidrag til BNP.

[5] Eksklusiv oljeoperatørene



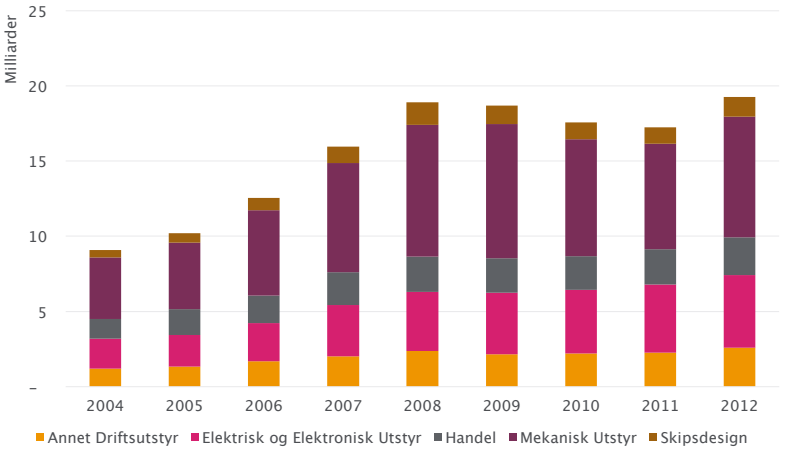
FIGUR 3.2: Omsetningen for norske produsenter av skipsutstyr 2004-2012. KILDE: MENON

Siden toppåret i 2008, hvor konsernet omsatte for 6,3 milliarder kroner, hadde omsetningen nesten halvert seg i 2011 til 3,6 milliarder. 2012 ble derimot et bedre år, og veksten fortsatte i 2013. En positiv utvikling er forventet også for 2014. Den negative utviklingen for bransjen som helhet ble i 2012 brutt og omsetningen økte fra 2011 til 2012 med 13,5 prosent til 63 milliarder kroner.

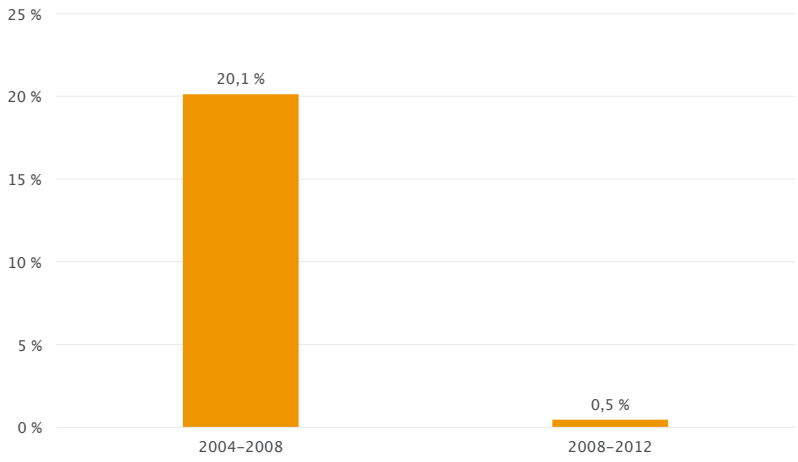
Frank Mohns nedgang belyser et interessant poeng angående næringsstrukturen til skipsutstyrsleverandører. Den er forholdsvis dominert av en håndfull enkeltselskaper: Rolls Royce, Kongsberg Maritime, ABB og Frank Mohn som tilsammen står bak 40 prosent av verdiskapingen for maritimt utstyr i 2012.

Verdiskaping nærmer seg 20 milliarder i 2012

Mens omsetningen falt med nesten 20 prosent fra 2008 til 2011 har verdiskapingen vært noe mer stabil.



FIGUR 3.3: Verdiskaping blant skipsutstyrsprodusenter fordelt på undergrupper 2004-2012.



FIGUR 3.4: Årlig vekst i verdiskapingen for skipsutstyr i perioden 2004-2008 og 2008-2012. KILDE: MENON

Fra 2004 til 2008 mer enn doblet verdiskapingen i næringen seg, og veksten var forholdsvis jevnt fordelt mellom de ulike undergruppene. Etter 2008 har verdiskapingen falt noe tilbake, men etter en vekst i verdiskapingen på nærmere 12 prosent fra 2011 til 2012, ender verdiskapingen på 19,3 milliarder i 2012. Det er høyere enn det gamle topp-året 2008. Siden 2008 er det elektrisk og elektronisk utstyr som har økt verdiskapingen mest med en årlig økning på 5,3 prosent. Alle de andre gruppene har økt sin verdiskaping bortsett fra mekanisk utstyr som har en lavere verdiskaping i 2012 enn i 2008.

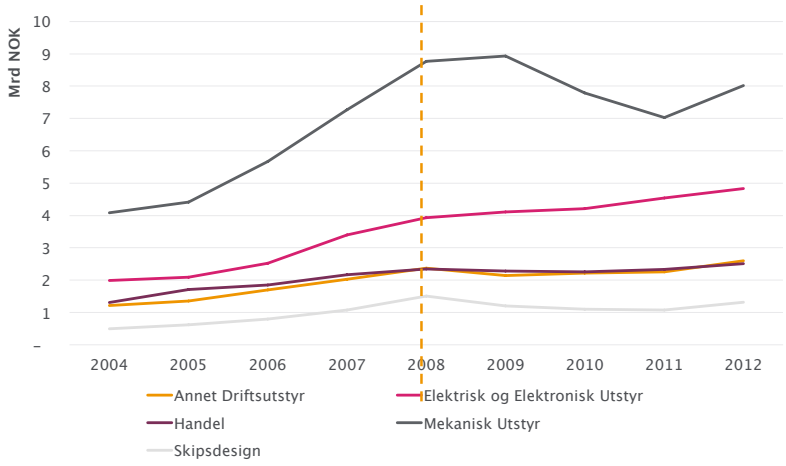
For produsenter av skipsutstyr har verdiskapingens andel av omsetningen økt fra 27 til 30 prosent fra 2007 til 2012. Det betyr at en mindre andel av bedriftenes andel går til eksterne kjøp av varer og tjenester. Det er to mulige forklaringer på denne utviklingen. Enten har (ikke-maritime) underleverandørenes priser falt, eller så har selskapenes outsourcingsgrad blitt redusert, det vil si at bedriftene utfører en større andel av aktivitene internt.

Veksttakten for utstyrsprodusentene er betraktelig lavere etter 2008

Sammenligner man veksten i verdiskaping fra i perioden før finanskrisen med perioden etter ser man at veksten i verdiskaping har falt markant. Fra 2004 til 2008 økte verdiskapingen årlig med 20 prosent, mens veksten det påfølgende året var nesten ikke eksisterende. Det har med andre ord vært et tydelig taktskifte i næringens utvikling[6].

Bryter man ned veksten på de ulike undergruppene ser vi at utviklingen har vært ganske ulik mellom gruppene. Mens gruppene vokste forholdsvis likt i perioden før finanskrisen, har utviklingen etter vært svært annerledes. Verdiskapingen innenfor mekanisk utstyr har falt med 9 prosent siden 2008, mens elektrisk og elektronisk utstyr i langt mindre grad ble påvirket, og har økt sin verdiskaping med nesten 25 prosent siden finanskrisen slo inn. Skipsdesign er en annen gruppe som opplevde nedgang i verdiskapingen som følge av finanskrisen. Samtidig er det viktig å understreke at den underliggende trendutviklingen siden begynnelsen av 2000-tallet har vært positiv. For handel og produsenter av annet driftsutstyr har utviklingen vært forholdsvis jevn gjennom hele perioden.

[6] Veksten fra 2004-2008 er også muligens noe overvurdert pga. survivor bias. Dvs. at vi gjennom vårt utvalg av bedrifter i større grad klarer å følge utviklingen til bedriftene som ikke går konkurs. Dette ettersom vår populasjon av bedrifter til en viss grad er basert på utvelgelse av bedrifter i dag og ikke kun utvalg fra bransjekoder.

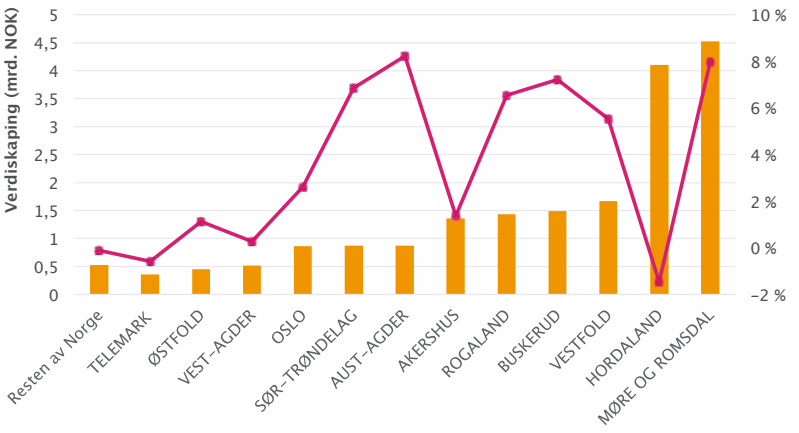


FIGUR 3.5: Utvikling i verdiskaping for de ulike undergruppene 2004-2012.

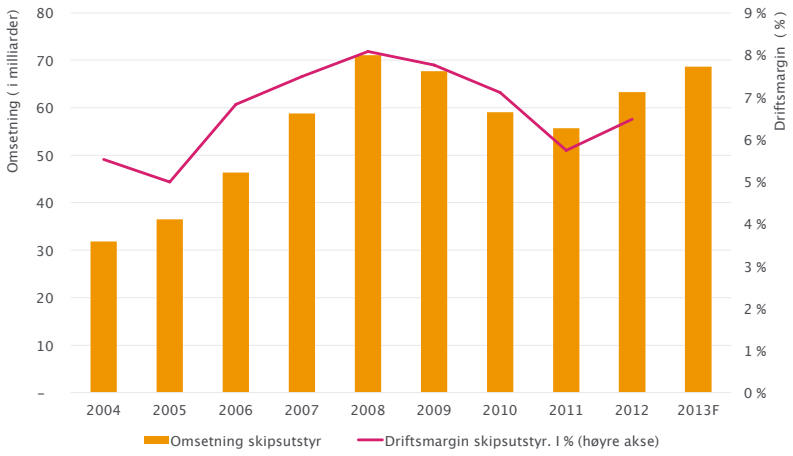
Møre og Romsdal står sammen med Hordaland bak nesten halvparten av næringens verdiskaping

Bryter man ned verdiskaping regionalt ser man at det er to fylker som klart dominerer statistikken: Hordaland og Møre og Romsdal. Disse to fylkene står bak 45 prosent av verdiskapingen for leverandører av skipsutstyr i 2012. Fylkene er igjen dominert av virksomheten til spesielt to selskaper: Rolls Royce i Møre og Romsdal og Frank Mohn-selskapene i Hordaland. At Vestfold og Buskerud kaprer tredje og fjerde plass vil muligens overraske noe. Det skyldes i første rekke den høye verdiskapingen til Kongsberg Maritime som står bak nesten to tredjedeler av den maritime verdiskapingen i de to fylkene.

Noe annet som bør påpekes når det gjelder figuren under er at hele 10 av Norges fylker er representert med en verdiskaping over 500 millioner kroner. Med andre ord er næringen betydningsfull over store deler av landet, selv om



FIGUR 3.6: Fylkesfordelt verdiskaping i 2012 samt årlig verdiskapingsvekst siste fem år. KILDE: MENON (2012)



FIGUR 3.7: Omsetning og driftsmargin[7] for skipsutstyrsleverandører 2004-2013[8]. KILDE: MENON

Vestlandet dominerer med mer enn 50 prosent av verdiskapingen.

Ser man på utviklingen i verdiskapingen de siste 5 årene på fylkesnivå, ser vi et hovedbilde som tyder på økt spesialisering. De fylkene som har en høy verdiskaping i dag er også fylkene som har opplevd sterkest vekst de siste fem årene. Det finnes derimot to unntak; Hordaland og Akershus. For Hordalands del har verdiskapingen faktisk falt de siste 5 årene og hovedforklaringen bak dette er Frank Mohn-systemet hvor Frank Mohn Fusa alene har et fall i verdiskapingen på 1 milliard fra 2008 til 2012. For Akershus sin del er utviklingen svakt positiv, men det er ingen enkeltselskaper som kan forklare hvorfor utviklingen har vært svakere her. Regionen som har opplevd den aller sterkeste veksten er Møre og Romsdal. Denne regionen har hatt en fordel av den offshoredrevede veksten i regionens næringsliv, samt at Rolls Royce sin gode vekst i verdiskaping har vært viktig.

Lønnsomheten ligger stabilt på 6-8 prosent driftsmargin

Til tross for store variasjoner i konjunkturer har skipsutstyrsleverandører i perioden 2004 til 2012 opplevd en forholdsvis stabil driftsmargin på mellom 6-8 prosent. Driftsmarginen har i stor grad fulgt utviklingen i omsetning. Etter å ha falt noe etter toppåret 2008, økte den igjen fra 2011 til 2012.

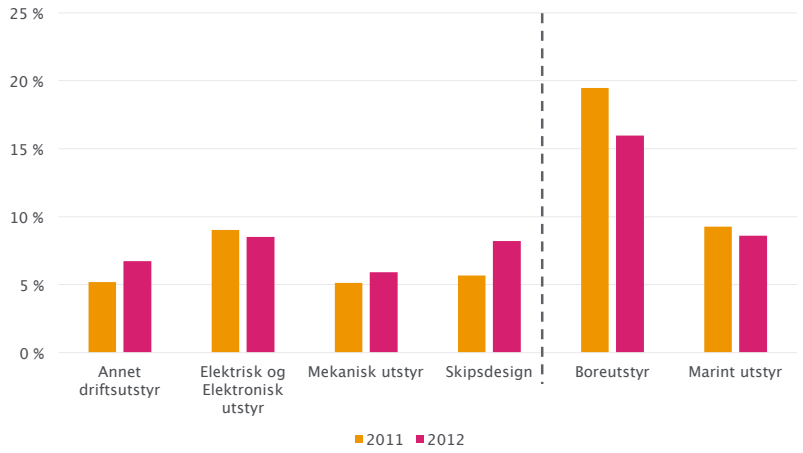
Selv om lønnsomheten ligger stabilt for næringen som helhet, varierer den naturligvis betydelig mellom de enkelte selskapene. Det er også noe variasjon mellom de ulike undergruppene. I perioden 2004-2012 var den gjennomsnittlige driftsmarginen for hele gruppen 6,7 prosent, og alle segmentene bortsett fra handel ligger omtrent på dette nivået. For handelsbedriftene var driftsmarginen 4,4 prosent, noe som virker naturlig siden dette er selskaper med høy omsetning men lav intern verdiskaping. Dermed blir det også mindre å generere marginer av.

6,7 prosent må sies å være et forholdsvis godt nivå og tilsvarer den gjennomsnittlige driftsmargin i norsk næringsliv[9] i perioden 2004-2012.

[7] Driftsmargin er målt som driftsresultat som prosent av omsetningen.

[8] 2013-tallet er estimert basert på svarene i spørreundersøkelsen.

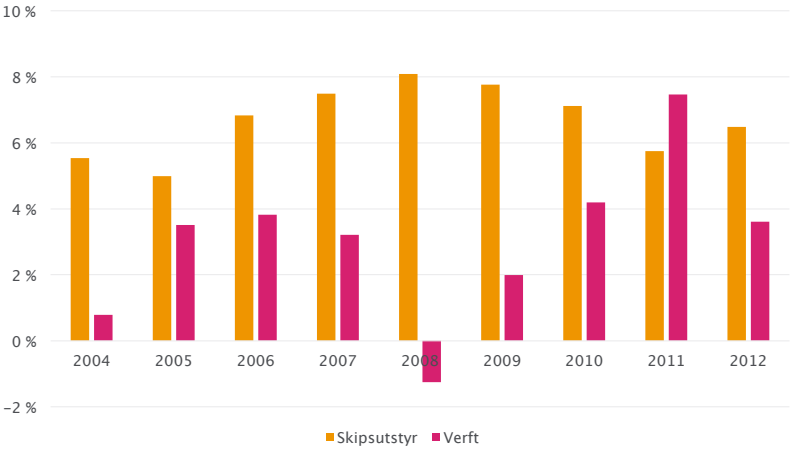
[9] Sammenlignet med næringslivet ekskludert oljeoperatører og finansnæringen.



FIGUR 3.8: Driftsmarginer blant skipsutstyrs- og andre utstyrsprodusenter i 2011 og 2012. KILDE: MENON

Samtidig viser neste graf at driftsmarginen var langt høyere for boreutstyr og marint[10] utstyr i 2011 og 2012. Når det gjelder boreutstyr er dette en bransje dominert av enkeltaktører som NOW og Aker MH som begge har levert meget gode resultater de siste årene.

En annen naturlig gruppe en kunne sammenligne utstyrsprodusentenes marginer med er verftene, altså produsentene av skip. Mens verftenes driftsmarginer historisk har vært noen prosentpoeng lavere enn utstyrsleverandørenes har marginforskjellen blitt lavere de siste årene. Ser en bort fra de store tapene til Bergen Group i 2012, er driftsmargin for verftene i underkant av 6 prosent og omtrent på nivå med skipsutstyrsprodusenter.



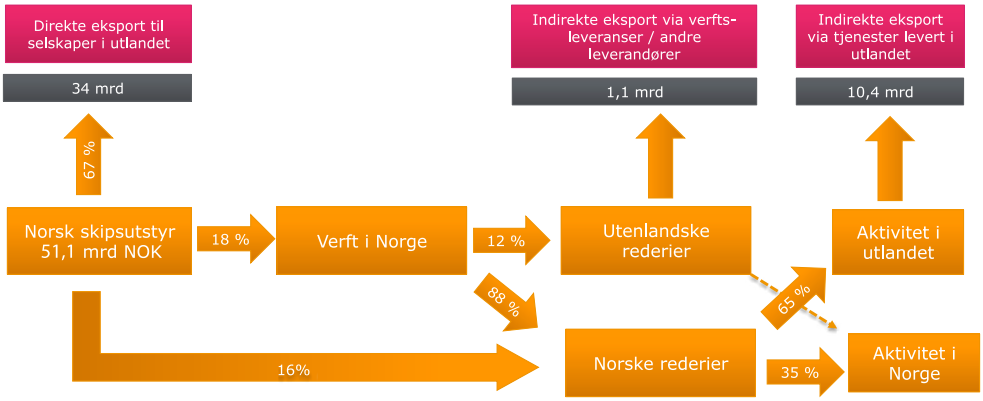
FIGUR 3.9: Driftsmargin blant produsenter av skip og av skipsutstyr

[10] Marint utstyr referer til utstyr til sjømatnæringen, mens maritim virksomhet er aktivitet rettet mot skip og flytende enheter (rigg).

4. Nesten 90 prosent av skipsutstyret eksporteres

Maritim næring er av natur internasjonal, med frakt av naturressurser og varer mellom land og kontinenter. Det samme gjelder naturligvis for den norske næringen. Likevel er eksporten av skipsutstyr fra Norge oppsiktsvekkende høy. Nesten 90 prosent av skipsutstyret fra norske selskaper ender opp som eksport[11]. Norske skipsutstyrsleverandører eksporterte i 2012 varer og tjenester til en verdi av 45 milliarder kroner, noe som tilsvarer 8 prosent av norsk vare- og tjenesteeksport[12]. Legger man til eksport av boreutstyr og marint spesialutstyr er dette tallet hele 12,5 prosent.

Figuren nedenfor viser at eksporten i stor grad går direkte fra norske produsenter til kunder i utlandet. Nesten 70 prosent av utstyret selges direkte til verft og rederier i andre land. De resterende 30 prosent går via verft i Norge eller gjennom rederiene som igjen har aktivitet i utlandet[13] [14]. De ulike veiene eksporten kan ta er illustrert i figuren nedenfor. Dataene for eksport er basert på svarene i spørreundersøkelsen som ble utarbeidet i sammenheng med denne rapporten.



FIGUR 4.1: Eksport av skipsutstyr fra Norge i 2012. KILDE: MENON

[11] Vi har ikke inkludert handelsbedriftene i eksporttallene. Dette fordi vi vil unngå dobbeltelling av eksporten ved at varene først blir solgt fra produsentene til handelsbedriftene for så igjen bli videresolgt.

[12] 8 prosent av all vare- og tjenesteeksport ekskludert eksport av råolje og naturgass.

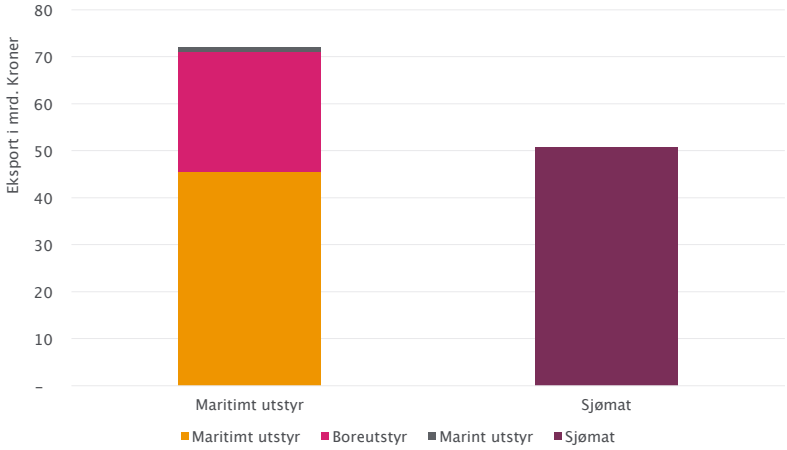
[13] Prosentandelen av skip som leveres til utenlandske rederier er basert på ordreinngang til samtlige norske verft fra Norsk Skipsverft.

[14] Fordelingen når det gjelder norske rederiers virksomhet i utlandet er basert på tidligere estimater for de ulike rederitypenes fordeling av inntekter fra utlandet. Disse er så vektet opp basert på rederigruppenes verdiskaping og betydning for maritime utstyrsleverandører.

FOTO: KONGSBERG MARITIME

Utstyrsleverandørene er en av Norges mest betydningsfulle eksportnæringer

Mens sjømat blir regnet som en av Norges mest betydningsfulle eksportnæringer, er man i mindre grad klar over hvor betydningsfull eksport av norsk maritimt utstyr er. I 2012 ble det eksportert sjømatprodukter til en verdi av 51 milliarder kroner (SSB, 2013). Skipsutstyr alene utgjorde omtrent like mye med en eksportverdi på 45 milliarder, tilsvarende 8 prosent av norsk eksport[15]. Legger man til eksport av boreutstyr og marint spesialutstyr er eksporten klart større enn sjømateksporten med en total eksportverdi på 75 milliarder kroner.



FIGUR 4.2: Eksportverdi for maritimt utstyr sammenlignet med sjømat-eksporten i 2012. KILDE: MENON/SSB.

[15] 8 prosent av all vare- og tjenesteeksport ekskludert eksport av råolje og naturgass.

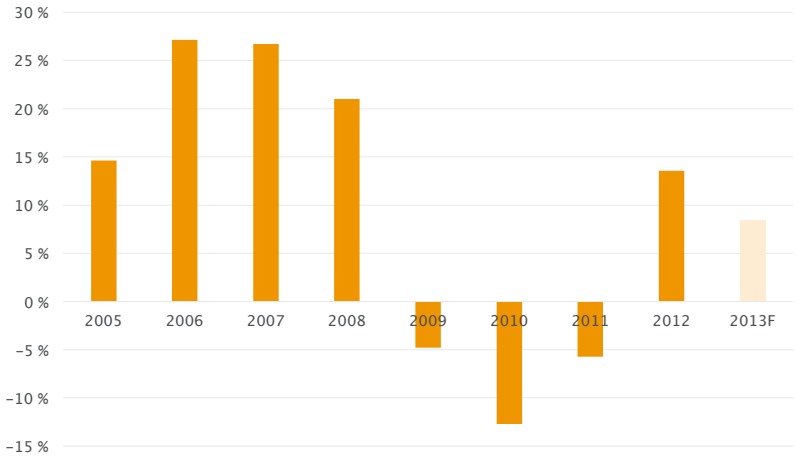
5. Utstyrsleverandørene har positive framtidsutsikter

Mens de foregående kapitlene har fokusert på den historiske utviklingen vil dette kapitlet peke framover for å vurdere hvordan næringen vil utvikle seg de neste årene. I spørreundersøkelsen som ga grunnlag for denne rapporten svarte mer enn 100 bedrifter[16] hvordan de forventet at deres omsetning ville utvikle seg i 2012 og 2013. Basert på dette har vi estimert en forventet vekst i omsetning på 9 prosent fra 2012 til 2013. Det er noe lavere enn veksten på 14 prosent som bedriftene opplevde i 2012, men er tilsvarende den gjennomsnittlige årlige veksten fra 2008-2012 som også var på 9 prosent.

I undersøkelsen ble bedriftene også spurt om deres forventninger til vekst fra 2013 til 2014. Svarene er illustrert nedenfor. Som vi ser er bedriftene forholdsvis positive til vekstmuligheten også for 2014. Nesten 50 prosent forventer vekst, 40 prosent forventer en omtrent uendret omsetning, mens under 10 prosent av bedriftene forventer fall i omsetningen. På tross av svak utvikling de siste årene er produsenter av mekanisk utstyr noe mer positive til videre vekst sammenlignet med de andre gruppene. Også produsenter av annet driftsutstyr er optimistiske.

Ordrebøkene i skipsutstyrsindustrien er på nesten 50 milliarder kroner – tilsvarende ett års omsetning

En annen indikator på framtidig vekst er størrelsen på bedriftenes ordrebøker og

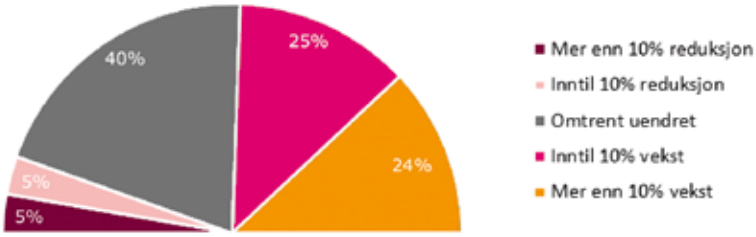


FIGUR 5.1: Årlig omsetningsvekst for leverandører av skipsutstyr 2004-2013.

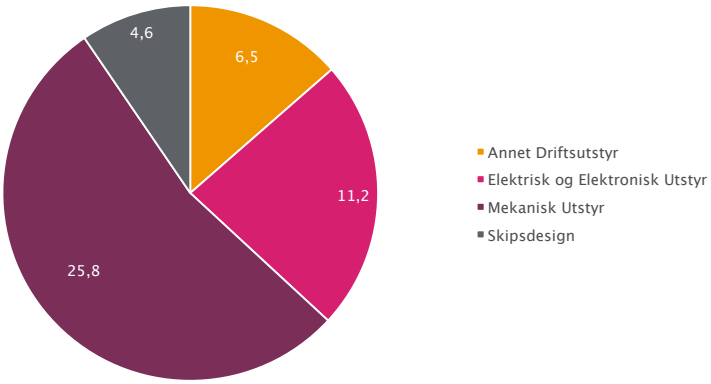
[16] For å sikre et mest mulig helhetlig bilde av framtidsutsiktene, har vi vært i direkte kontakt med de største selskapene i industrien.

FOTO: ROLLS-ROYCE

utviklingen i størrelsen på disse ordrebøkene. I undersøkelsen blir bedriftene bedt om å oppgi nivået på sine nåværende ordrebøker. Analysene viser at deres ordrebøker tilsvarer 48 milliarder kroner. Ser en bort fra handelsbedriftene har skipsutstyrsleverandører en omsetning på 51 milliarder, og ordrebøkene vil da dekke nesten ett års omsetning. Ser en på de ulike gruppene varierer forholdet mellom ordrebøker og omsetning fra 78 prosent for annet driftsutstyr til over 100 prosent for skipsdesign. Det er aktører som skal levere mekanisk utstyr som har de klart største ordrebøkene med 26 milliarder kroner, etterfulgt av elektrisk og elektronisk utstyr og annet driftsutstyr. Det er også verdt å merke seg at ordrebøkene til aktører innen mekanisk utstyr sett i forhold til deres omsetning er høyere enn produsentene av



FIGUR 5.2: Forventet vekst i omsetning fra 2013-2014. KILDE: MENON



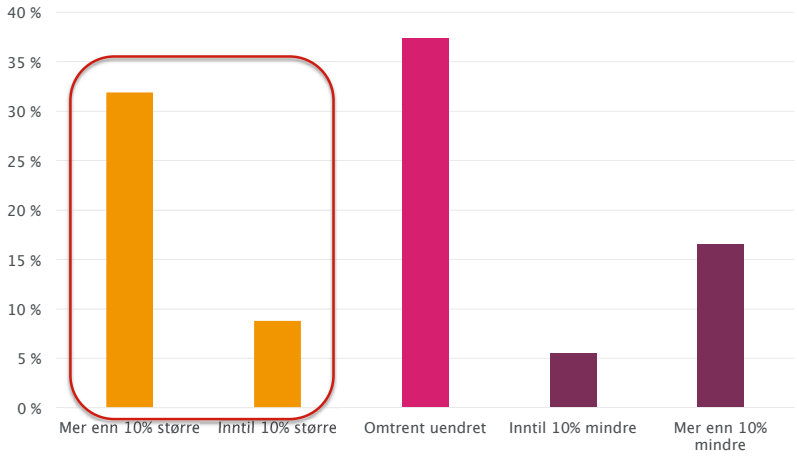
FIGUR 5 3: Norske skipsutstyrsprodusenters ordrebøker i oktober 2013 (tall i mrd kroner). KILDE: MENON

elektrisk og elektronisk utstyr. Dette er igjen et tegn på at denne gruppen har bedret sine framtidsutsikter.

Ordrebøkene har vokst de siste 12 månedene

En ser også en positiv utvikling når det gjelder endringer i ordrereserver de siste 12 månedene.

41 prosent av respondentene melder om en økning i ordrebøkene, hvorav brorparten melder om en sterk økning. 37 prosent melder om liten eller ingen endring, mens i overkant av 20 prosent av respondentene melder om en nedgang.



FIGUR 5 4: Endring i ordrereserver siste 12 mnd. KILDE: MENON

Vedlegg
6. – Om spørreundersøkelsen

Undersøkelsen ble sendt ut den 10. oktober til 468 respondenter og fikk totalt 116 svar. For å forsikre oss om at undersøkelsen var representativ for utvalget vi analyserte, fokuserte vi på å få svar fra alle de største selskapene ettersom disse dominerer den totale aktiviteten i bransjen. Dette lyktes vi i stor grad med. Det har også den effekten at andelen av nøkkeltallene som må estimeres faller til et lavt nivå og dermed økes validiteten til resultatene.

Hensikten med spørreundersøkelsen var tredelt:

1. Vi ønsket å samle inn data og ulike nøkkeltall som bedriftens eksport, maritime andel, ordrebøker o.l.
2. Vi ønsket data for å skape nye prognoser for videre utvikling i næringen.
3. Vi ønsket å plassere bedriftene i riktig kategori/undergruppe

I denne undersøkelsen ønsket vi kun å inkludere den maritime andelen av selskapenes omsetning. Derfor ble dette kartlagt gjennom spørreundersøkelsen. De resterende selskapene fikk så en maritim andel angitt basert på hva de selv angir på sine hjemmesider eller i sine årsrapporter. Bakgrunnen for at vi ønsket dette er at en rekke selskaper som eksempelvis ABB, Siemens og Jotun er store leverandører til den maritime næringen i Norge, men ikke blir sett på som maritime leverandører ettersom brorparten av deres virksomhet er rettet mot andre næringer.

For selskaper der det ikke var mulig å finne en maritim andel ble dette estimert basert på ulike gjennomsnittsberegninger for de ulike gruppene som igjen var basert på svar fra spørreundersøkelsen og/eller kartleggingen. Lignende eksersiser ble også gjort for selskaper som ikke besvarte undersøkelsen for andre variabler som eksport, forventet vekst, ordrebøker og lignende.

Inndelingen i de ulike undergruppene ble gjort basert på bedriftenes egenvurdering (fra spørreundersøkelsen), eller om dette ikke var tilgjengelig, basert på bransjekoder og/eller vår egen kunnskap om selskapene. Noen av de største selskapene har virksomhet som spenner over de ulike kategoriene og for de største av disse ble behovet for å dele opp virksomheten mellom de ulike undergruppene vurdert. Rolls Royce er et eksempel i slikt henseende. Selskapet har en bred portefølje av varer og tjenester og virksomheten er registret under kun ett organisasjonsnummer. For å løse dette brøt vi opp selskapets virksomhet under ulike undergrupper (mekanisk utstyr, elektrisk og elektronisk utstyr, skipsdesign, annet driftsutstyr). For andre selskaper er dette mindre problematisk ettersom de har en rekke ulike separate bedrifter som kan plasseres under ulike kategorier. Wärtsilä er et godt eksempel her. De har fire datterselskaper som faller under ulike kategorier fra mekanisk utstyr til skipsdesign.

Vedlegg
7. – Nøkkeltall for næringen

SYSSELSETTING (2011-2012) PÅ UNDER- OG HOVEDGRUPPER

UNDERGRUPPE	2011	2012	ENDRING
Annet Driftsutstyr	2 868	2 952	84
Boreutstyr	3 878	4 360	483
Elektrisk og Elektronisk Utstyr	4 425	4 639	214
Handel	2 572	2 582	10
Marint Spesialutstyr	1 236	1 246	10
Mekanisk Utstyr	8 439	8 094	-345
Skipsdesign	1 179	1 017	-162
SUM	**24 597**	**24 890**	**293**

HOVEDGRUPPER	2011	2012	ENDRING
Skipsutstyr	19 483	19 284	-200
Boreutstyr mm	3 878	4 360	483
Marint utstyr	1 236	1 246	10
SUM	**24 597**	**24 890**	**293**

OMSETNING FORDELT PÅ UNDER- OG HOVEDGRUPPER (TALL I MILLIARDER KRONER)

UNDERGRUPPE	2011	2012	ENDRING
Annet Driftsutstyr	7,6	8,3	0,8
Boreutstyr	23,4	28,3	4,9
Elektrisk og Elektronisk Utstyr	11,2	12,6	1,5
Handel	11,2	12,2	1,0
Marint Spesialutstyr	3,4	3,2	-0,2
Mekanisk Utstyr	22,6	26,0	3,4
Skipsdesign	3,2	4,1	0,9
SUM	**82,5**	**94,7**	**12,2**

HOVEDGRUPPER	2011	2012	ENDRING
Skipsutstyr	55,7	63,3	7,5
Boreutstyr mm	23,4	28,3	4,9
Marint utstyr	3,4	3,2	-0,2
SUM	**82,5**	**94,7**	**12,2**

VERDISKAPING FORDELT PÅ UNDER- OG HOVEDGRUPPER (TALL I MILLIARDER KRONER)

UNDERGRUPPE	2011	2012	ENDRING
Annet Driftsutstyr	2,3	2,6	0,3
Boreutstyr	8,2	8,8	0,7
Elektrisk og Elektronisk Utstyr	4,5	4,8	0,3
Handel	2,3	2,5	0,2
Marint Spesialutstyr	1,1	1,1	-0,0
Mekanisk Utstyr	7,0	8,0	1,0
Skipsdesign	1,1	1,3	0,2
SUM	**26,5**	**29,2**	**2,7**

HOVEDGRUPPER	2011	2012	ENDRING
Skipsutstyr	17,2	19,3	2,0
Boreutstyr mm	8,2	8,8	0,7
Marint utstyr	1,1	1,1	-0,0
SUM	**26,5**	**29,2**	**2,7**

Norsk industri er

Norges framtid

NORSK INDUSTRI
Næringslivets Hus, Middelthuns gate 27
Postboks 7072 Majorstuen, 0306 Oslo
Tlf. 23 08 88 00
post@norskindustri.no
norskindustri.no
twitter.com/NorskIndustri

Norsk Industri er den største landsforeningen i Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO).