Københavns Fondsbørs
Nikolaj Plads 6
1967 København K

Struer, den 24. januar 2001

# Halvårsmeddelelse for 1. halvår 2000/2001

- Omsætningen voksede til 1.866 mio. DKK eller 4 procent i forhold til første halvår 1999/00.
- Det ordinære resultat før skat blev på 135 mio. DKK. Det er i overensstemmelse med de forventninger, der blev givet udtryk for i de seneste regnskabsmeddelelser.
- Der er i halvåret investeret 17 mio. DKK i nye forretningsområder, blandt andet Multimedia, PowerHouse og Car Entertainment.
- Det ordinære resultat i Bang & Olufsen AudioVisual a/s steg med 23 procent.
- Bang & Olufsen Medicom a/s samarbejder med AstraZeneca.
- Tilbagegangen i Bang & Olufsen Telecom a/s var større end forventet.
- Strategiske alliancer med stærkt positionerede partnere er under udvikling for ICEpower, og den første serie forstærkere frigives til produktion.
- For hele året forventer vi et ordinært resultat før skat, der vil være på niveau med sidste år, efter der er investeret kraftigt i de nye forretningsområder.

Peter Skak Olufsen
Formand for bestyrelsen

Anders Knutsen
Adm. direktør

For nærmere information: Adm. direktør Anders Knutsen, tlf.: 9684 5000.

# 1. halvår 2000/2001

## Hovedtal - Bang & Olufsen a/s - koncernen
(mio. DKK)

| | 2000/01 | 1999/00 |
|---|---|---|
| Nettoomsætning | 1.866 | 1.800 |
| | | |
| Resultat af primær drift | 156 | 147 |
| Resultat af ordinær drift i associeret selskab | 2 | 1 |
| Finansielle poster | (23) | (15) |
| Resultat af ordinær drift før skat | 135 | 133 |
| Skat af ordinært resultat | (42) | (43) |
| Ordinært resultat efter skat | 93 | 90 |
| Ekstraordinære poster | - | 20 |
| Halvårets resultat | 93 | 110 |

Selskabsskat er beregnet som den andel af regnskabsårets forventede skatteudgift, der påhviler halvårsresultatet.

Resultat af primær drift før skat på 156 mio. DKK fordeler sig således på selskaber:

| | | |
|---|---|---|
| Bang & Olufsen AudioVisual a/s | 143 | 111 |
| Bang & Olufsen Telecom a/s | 2 | 29 |
| Bang & Olufsen Medicom a/s | 13 | 15 |
| Bang & Olufsen New Business a/s | (3) | - |
| Bang & Olufsen a/s*) | 1 | (8) |

*) ekskl. Bang & Olufsen AudioVisual a/s, Bang & Olufsen Telecom a/s, Bang & Olufsen Medicom a/s og Bang & Olufsen New Business a/s.

| **Balance oplysninger** | **30/11 - 00** | **30/11 - 99** |
|---|---|---|
| Egenkapital | 1.151 | 1.037 |
| Aktiver | 2.483 | 2.346 |
| Aktiver, ekskl. likvide midler og værdipapirer | 2.415 | 2.226 |

Parentes angiver negative beløb eller beløb, der skal fratrækkes.

Regnskabspraksis er uændret i forhold til tidligere.

**Udvikling i egenkapital**
(mio. DKK)

| | |
|---|---|
| Egenkapital pr. 1/6 2000 | 1.058 |
| Valutakursregulering af investering i datterselskaber | 5 |
| Nedskrivning af egne aktier | (10) |
| Udbytte af egne aktier | 5 |
| Opskrivning af egne aktier anvendt til jubilæumsgratiale | 24 |
| Udbetalt jubilæumsgratiale | (24) |
| Overført overskud efter skat | 93 |
| Egenkapital pr. 30/11 2000 | 1.151 |

Anskaffelsessummen af købte egne aktier fragår direkte i koncernens egenkapital.

## Kommentarer til udviklingen i det første halvår

## Bang & Olufsen a/s (tidligere Bang & Olufsen Holding a/s)

Bang & Olufsens nye forretningsmodel, Bang & Olufsen United, er under implementering, hvilket betyder at der fra næste regnskabsår kan rapporteres på alle forretningsområder særskilt.

Omsætningen i Bang & Olufsen a/s blev i halvåret 1.866 mio. DKK mod 1.800 mio. DKK i halvåret 1999/00. Det er en stigning på 66 mio. DKK eller 4 procent.

Resultatet af den primære drift blev 156 mio. DKK. Det er en forbedring på 6 procent målt mod halvåret 1999/00.

Det ordinære resultat før skat steg marginalt til 135 mio. DKK. Resultatet er i overensstemmelse med de forventninger, der er givet udtryk for i de to seneste regnskabsmeddelelser. Vi forventer fortsat, at væksten i såvel omsætningen som indtjeningen primært finder sted i andet halvår, idet de fleste produktlanceringer skete sent i første halvår eller i begyndelsen af andet halvår.

Forbedringen i det ordinære resultat skyldes udviklingen i Bang & Olufsen AudioVisual a/s. Der er tale om en fremgang på 23 procent, hvilket skyldes en væsentlig bedre lønsomhed.

Der er i halvåret investeret 17 mio. DKK i de nye forretningsområder New Business, Multimedia og PowerHouse.

# Bang & Olufsen AudioVisual a/s

### Fremgang i omsætningen

Omsætningen i Bang & Olufsen AudioVisual a/s blev 1.732 mio. DKK. Det er en stigning på 71 mio. DKK eller 4 procent i forhold til første halvår 1999/00.
I USA, Holland og Expansion Markets er der tale om markant omsætningsfremgang, mens blandt andet Spanien, England og Frankrig har haft pæn fremgang.
Udviklingen i Danmark viser et fald. Først og fremmest fordi audio/video markedet som helhed kun oplever vækst i lavprissegmentet. En udvikling der er forudsigelig i et marked, hvor stadig højere skatter og afgifter kanaliserer privatforbruget væk fra kvalitetsprodukter.
Tyskland måtte atter notere nedgang i multibrand-butikkerne, hvilket resulterede i et samlet fald på det tyske marked på 9 procent.

### Udviklingen på de største markeder

### Tyskland - fortsat fald i multibrand

Bang & Olufsen måtte i halvåret notere et fald i omsætningen på 9 procent til 291 mio. DKK. Dette skyldes en fortsat nedgang i multibrand, samt det forhold, at vi ikke har været i stand til at åbne tilstrækkeligt mange B1 butikker til at kompensere for dette. Bang & Olufsen har i dag 49 B1 butikker, der udvikler sig tilfredsstillende. B1 segmentet tegner sig for 27 procent af den samlede omsætning på det tyske marked.

### Vækst i lavprissegmentet i Danmark

Salget af Bang & Olufsen produkter i Danmark faldt i første halvår med 9 procent til 234 mio. DKK.
Tilbagegangen findes i multibrand butikker og hos butikskæder hvor salget af Bang & Olufsen produkter udgør en meget lille andel.
B1 butikkerne kunne notere en fremgang i omsætning med 17 procent målt mod første halvår 1999/00, og de højest profilerede multibrand butikker en fremgang på 8 procent. Dette er i overensstemmelse med udviklingen i Danmark, hvor væksten for audio/video-produkter i øjeblikket alene finder sted i lavprissegmentet.

## Mindre omsætningsfald i Schweiz

Schweiz omsatte for 128 mio. DKK. Der er en mindre nedgang, der antyder, at flere års tilbagegang er stoppet. Schweiz oplevede en meget positiv omsætningsudvikling i november og december.
Schweiz har nu 16 B1 butikker, der tegner sig for 28 procent af totalomsætningen. I alt 195 butikker sælger Bang & Olufsen i Schweiz.

## Nordamerika fortsætter positiv udvikling

Det amerikanske marked blev organisatorisk lagt sammen med det canadiske sidste regnskabsår og udgør nu ét marked: Nordamerika. Omsætningen steg til 168 mio. DKK fra 106 mio. DKK i første halvår 1999/00. Væksten er hovedsageligt i USA. Der er nu 44 B1 butikker i USA. I halvåret gik B1 butikkerne frem med 14 procent. Det er fortsat planen, at der i indeværende og kommende år skal åbnes 25 nye butikker om året i USA. Det skal blandt andet ske ved, at Bang & Olufsen aktivt driver butikker eller indgår i joint ventures som hovedaktionær.

I forårets løb forventer vi at starte de første e-commerce aktiviteter i USA.
Aktiviteterne koncentrerer sig om telefonprodukter og accessories.
E-salget vil foregå i tæt samarbejde med de amerikanske forhandlere.
Baseret på de erfaringer, vi henter i USA, vil vi siden udvide e-aktiviteterne til andre udvalgte markeder.

BeoVision Avant USA blev i august lanceret på det nordamerikanske marked, og introduktionen føjede et vigtigt produkt til vores platform i USA. Salget af BeoVision Avant USA forløber tilfredsstillende.

## Vækst i det øvrige Europa

Holland er Bang & Olufsens femte største marked. Halvåret resulterede i en omsætningsfremgang til 139 mio. DKK eller en vækst på 12 procent. Der er nu 25 B1 butikker i Holland.
England omsatte for 227 mio. DKK, det er en realvækst på 3 procent i forhold til første halvår 1999/00. B1 butikkerne tegner sig for 55 procent af totalomsætningen på det britiske marked.
I Frankrig, Spanien, Sverige og Norge var der tale om fremgang. De norske B1 butikker havde en omsætningsfremgang på 40 procent i halvåret.

## Nye markeder på vej

På Expansion Markets var den samlede omsætning 136 mio. DKK. Rusland og Polen viste markant fremgang. I Rusland voksede omsætningen med 51 procent målt mod første halvår 1999/00. Taiwan og Australien kunne notere pæn fremgang. I Sydamerika steg omsætningen med 8 procent målt mod halvåret 1999/00.
I sommeren 2001 får datterselskabet i Singapore udvidet salgsområdet til at omfatte blandt andet Hong Kong, Taiwan, Thailand, Sydkorea og Indonesien.
1. januar 2000 etablerede Bang & Olufsen eget datterselskab i Japan. Bang & Olufsen Japan voksede i første halvår med 46 procent i forhold til første halvår 1999/00.

### Omsætning i B1 butikker stiger

Bang & Olufsen har medio januar 2001 åbnet 46 nye B1 butikker, så der nu er 490 B1 butikker world-wide. De rene B1 butikker har 48 procent af totalomsætningen. Omsætningen i segmentet steg i halvårets løb med 7 procent i forhold til halvåret 1999/00.

Udrulningen af Bang & Olufsens internet-baserede Retail System forløber hurtigere end planlagt. Således er 450 butikker on-line med hovedkvarteret i Struer ved udgangen af kalenderåret. Det forventes, at samtlige Bang & Olufsen butikker er on-line ved udgangen af kalenderåret 2001. Systemet understøtter den tætte dialog mellem den enkelte butik og Bang & Olufsen. Retail System giver langt større muligheder for at servicere kunderne.

### Produktlanceringer indfrier forventninger

Bang & Olufsen AudioVisual har sidst i halvåret lanceret 3 nye produkter på nogle markeder. Produkterne lanceres på øvrige markeder i løbet af foråret. Alle produkter lever op til de stillede forventninger.

BeoCenter 1, der kombinerer audio/video i et og samme produkt, idet det indeholder TV, DVD, CD, Radio og desuden har mulighed for indbygning af satellitmodtager. BeoCenter 1 er blevet godt modtaget.

BeoSound 1, der er et nyt flytbart audioanlæg med CD og radio. BeoSound 1 blev introduceret på www.bang-olufsen.com, hvorfra de første 1000 produkter blev bestilt på kort tid.

DVD 1, den første stand-alone DVD afspiller fra Bang & Olufsen. Efterspørgslen på DVD 1 er større end forventet.

I december har Bang & Olufsen og Philips Components indgået samarbejde om udviklingen af et trådløst højttaler-modul, baseret på Bluetooth teknologi. De første Bang & Olufsen produkter med den ny teknologi forventes lanceret tidligt i 2002.

## Bang & Olufsen Telecom a/s

### Omsætningen faldt i Telecom

Bang & Olufsen Teleom a/s omsatte i første halvår for 123 mio. DKK. Det er 75 mio. DKK mindre end sidste år. Nedgangen i omsætningen skyldes blandt andet en forsinkelse af BeoCom 2.

Omsætningen i Bang & Olufsen Telecom fordeler sig med cirka 75 procent gennem Bang & Olufsen forhandlere og 25 procent gennem andre kanaler, primært telefonselskaber. Distributionsstrategien vil fortsætte efter samme mønster, men med øget fokus på salg i alternative kanaler.

Produktudviklingsomkostningerne i Bang & Olufsen Telecom er i halvårets løb øget til cirka 21 mio. DKK. Omkostningerne er relateret til videreudvikling af det trådløse produktprogram og udvikling af ISDN produkter.

Lanceringen af den ny trådløse telefon BeoCom 2 er alvorligt forsinket grundet software problemer. Produktet forventes lanceret i maj. I foråret lanceres også BeoCom 3, en ISDN telefon med velkendt Bang & Olufsen funktionalitet.

Salgssuccesen BeoCom 6000 er lanceret i en ISDN udgave. Telefonen er på markedet i en række europæiske lande.

Med virkning fra 1. marts er Peter Eckhardt ansat som ny direktør. Peter Eckhardt har været ansat hos Bang & Olufsen siden 1987, senest som direktør for Bang & Olufsen Scandinavia.

## Bang & Olufsen Medicom a/s

**Samarbejde med AstraZeneca**
Bang & Olufsen Medicom a/s omsatte i halvåret for 99 mio. DKK med et resultat på 10 mio. DKK.
Medicom har i de seneste år etableret og ekspanderet et samarbejde med AstraZeneca, en af verdens førende lægemiddelvirksomheder.

Forretningsområdet "Intelligent Drug Administration" udvikler sig fortsat med nye produktudviklingsaftaler og produktionskontrakter. Det nye automatiske produktionsanlæg, der er taget i brug i efteråret 2000, understøtter denne udvikling.

Indenfor området "Intelligent Acoustic Diagnostics" forventes det, at licens- og produktionsindtægter vil medvirke til en forstærket vækst fremover, idet produkter baseret på Medicoms teknologi introduceres i første kvartal 2001.

Udviklingen i Bang & Olufsen Medicom følger planerne, og selskabet forventer et resultat på niveau med sidste år.

## Bang & Olufsen New Business a/s

**Bedre kommerciel udnyttelse af akustik-kompetencer**
New Business er etableret med det formål at sikre optimal kommerciel udnyttelse af koncernens betydelige kompetencer indenfor akustik. Udover at forestå udviklingen af koncernens højttalere og lydsystemer har New Business ansvaret for etableringen af en forretning indenfor områderne Car Entertainment og professionel akustik.

En prototype på et Bang & Olufsen musikanlæg til biler blev præsenteret på bilmessen i Paris i september sidste år, og kan ses på www.bang-olufsen.com.

New Business er i dialog med udvalgte high-end bilfabrikanter om mulighederne for at udbrede Bang & Olufsens idé, akustik og design til bilernes verden under Bang & Olufsens eget Brand. De første økonomiske resultater relateret til de nye forretningsområder forventes tidligst i næste regnskabsår.

## Bang & Olufsen Multimedia a/s

**Orden i netmusikken**
BeoPlayer er virksomhedens første bud på, hvordan musik organiseres i den digitale verden. BeoPlayer vil frit kunne downloades fra Internettet. 1000 testbrugere blev ved en prælancering i december fundet på 24 timer.
I alt 2000 testbrugere vil afprøve systemet de kommende måneder inden lanceringen i foråret.
Til sommer lanceres en udvidelse af vores BeoLink system. Pc'en integreres i systemet, således det bliver muligt, at distribuere musik fra nettet/pc'en via vores link system til Bang & Olufsen audio/visual-produkter i hjemmet. Desuden udvikles såvel nye software som hardware produkter til lancering i næste regnskabsår.
Det drejer sig om blandt andet skærme til hjemmekontoret og bærbare produkter (mp3-man).

## Bang & Olufsen PowerHouse

**Videreudvikling af forretningsgrundlag**
Ved årsskiftet flyttede Bang & Olufsen PowerHouse til Lyngby. De nye faciliteter rummer mulighed for den planlagte ekspansion og beliggenheden sikrer det intensiverede samarbejde med Danmarks Tekniske Universitet. Organisationen tilføres nu betydelige ressourcer til forskning, patent generering og modning af teknologier samt til produktudvikling, salg og marketing. Forretningsplatformen opdeles i 3 enheder for henholdsvis katalog produkter, system produkter og partner alliancer.

Adskillige nøglekunder i konsument og det professionelle markedssegment har besluttet at anvende ICEpower for aktive højttalere og forstærkere.

Den første serie af ICEpower forstærkere frigives til produktion i første kvartal 2001, hvorefter salgs- og markedsføringsindsatsen intensiveres betydeligt, ligesom produktudviklingen vil fortsætte på et højt aktivitetsniveau.

Strategiske alliancer med stærkt positionerede partnere er under udvikling med henblik på udnyttelse af ICEpower teknologien indenfor telekommunikation, car entertainment samt for hybride- og integrerede forstærkerkomponenter. Status er netop nu teknologievaluerings- og kontraktfase. Endelige aftaler forventes på plads i indeværende regnskabsår. PowerHouse vil typisk tilføre partnerskaberne patent rettigheder (IPR), viden og prototype udvikling.

# Bang & Olufsen og andet halvår

## Forventninger til hele året

Månederne december og januar til dato er totalt set forløbet tilfredsstillende. Dog ser vi i USA en afdæmpet vækst i forhold til begyndelsen af regnskabsåret, ligesom julehandlen ikke har været som forventet i Danmark og Tyskland. Hvis en faldende købelyst breder sig til hele Europa, vil det påvirke andet halvår negativt og dermed hele året.

Baseret på udviklingen til dato fastholder vi vores forventninger til helåret.

For hele regnskabsåret forventer vi således et ordinært resultat før skat på niveau med sidste år, efter der er investeret i størrelsesordenen 50 mio. DKK i de nye forretningsområder.

## Bilag 1

## Hoved- og nøgletal

## Bang & Olufsen a/s

*1. halvår*

| **Koncern (mio. DKK)** | **1996/97** | **1997/98** | **1998/99** | **1999/00** | **2000/01** |
|---|---|---|---|---|---|
| **Resultat** | | | | | |
| Nettoomsætning | 1.550 | 1.594 | 1.779 | 1.800 | 1.866 |
| Heraf på udenlandske markeder, % | 78 | 79 | 77 | 78 | 80 |
| Resultat af primær drift | 162 | 173 | 191 | 147 | 156 |
| Resultat af ordinær drift før skat | 174 | 187 | 206 | 133 | 135 |
| Ordinært resultat efter skat | 117 | 128 | 141 | 90 | 93 |
| Ekstraordinært resultat efter skat | - | 75 | (50) | 20 | - |
| Halvårets resultat | 117 | 203 | 91 | 110 | 93 |
| **Balance** | | | | | |
| Balancesum pr. 30. november | 2.163 | 2.195 | 2.088 | 2.346 | 2.483 |
| Aktiekapital | 127 | 133 | 134 | 134 | 134 |
| Egenkapital pr. 30. november | 967 | 1.166 | 940 | 1.037 | 1.151 |
| Minoritetsinteresser | 221 | - | - | - | 0 |
| **Halvårets cash flow** | - | (411) | (544) | (163) | (197) |
| **Nøgletal** | | | | | |
| Overskudsgrad, % | 10 | 11 | 11 | 8 | 8 |
| Afkastningsgrad, % | 10 | 10 | 10 | 7 | 7 |
| Forrentning af egenkapital, % | 13 | 12 | 13 | 9 | 9 |
| Likviditetsgrad | 2,4 | 2,1 | 1,6 | 1,8 | 1,8 |
| Selvfinansieringsgrad, % | 45 | 53 | 45 | 44 | 46 |
| Indre værdi pr. nom. 10 DKK aktie, DKK | 76 | 92 | 71 | 77 | 86 |
| Børskurs pr. 30. november | 240 | 398 | 392 | 242 | 369 |
| Børskurs / indre værdi | 3,2 | 4,3 | 5,5 | 3,1 | 4,3 |

Parentes angiver negativt fortegn.

**Nøgletallene defineres således:**

Overskudsgrad: $\frac{\text{Resultat af primær drift*100}}{\text{Nettoomsætning}}$

Afkastningsgrad: $\frac{\text{Resultat af primær drift*100}}{\text{Gns. operative aktier}}$

Forrentning af egenkapital: $\frac{\text{Ordinært resultat efter skat*100}}{\text{Gennemsnitlig egenkapital}}$

Likviditetsgrad: $\frac{\text{Omsætningsaktiver}}{\text{Kortfristet gæld}}$

Selvfinansieringsgrad: $\frac{\text{Egenkapital ultimo*100}}{\text{Passiver ultimo}}$

Indre værdi pr. nom. 10 DKK aktie, DKK $\frac{\text{Egenkapital ultimo}}{\text{Antal aktier ultimo}}$

## Bilag 2

## Omsætning fordelt på markeder for Bang & Olufsen AudioVisual a/s koncernen

| (mio. DKK) | Omsætning 1. halvår 2000/01 | Vækst i lokal valuta |
|---|---|---|
| Tyskland | 291 | (9 %) |
| Danmark | 234 | (9 %) |
| England | 227 | 3 % |
| USA | 168 | 37 % |
| Schweiz | 128 | (6 %) |
| Holland | 139 | 12 % |
| Expansion Markets | 136 | 51 % |
| Italien | 84 | (2 %) |
| Frankrig | 84 | 7 % |
| Spanien | 68 | 6 % |
| Sverige | 59 | 2 % |
| Belgien | 41 | (1 %) |
| Norge | 36 | 4 % |
| Østrig | 32 | (2 %) |
| Øvrige | 5 | |
| I alt | 1.732 | |

Parentes angiver negativt fortegn