Københavns Fondsbørs
Nikolaj Plads 6
1067 København K

Struer, den 17. April 2002

Delårsmeddelelse for 3. kvartal 2001/2002

- Omsætningen voksede tilfredsstillende med 284 mio. DKK til 3.189 mio. DKK, svarende til en stigning på 10 procent i forhold til samme periode sidste år.

- Det ordinære resultat før skat blev på 201 mio. DKK mod 214 mio. DKK sidste år. Tilfredsstillende resultatvækst i tredje kvartal, hvor resultatet af den ordinære drift før skat blev på 103 mio. DKK mod 79 mio. DKK i tredje kvartal sidste år, svarende til en stigning på 24 mio. DKK eller 30 procent.

- Fortsat positiv udvikling på en række vigtige europæiske markeder, blandt andet Storbritannien, Holland, Frankrig og Spanien.

- Begyndende tegn på bedring i USA, men fortsat tab, hvilket påvirker resultatet negativt med godt 43 mio. DKK. Tabet i USA har i tredje kvartal udgjort godt 11 mio. DKK.

- Selskabet har gennemført de planlagte produktlanceringer i audio/video-forretningen, herunder plasma-konceptet BeoVision 5, som er blevet positivt modtaget af både forhandlere og kunder. Selskabet forventer at lancere endnu et nyt produkt - en bærbar afspiller af digital musik - i fjerde kvartal.

- Tilpasning af investerings- og omkostningsniveau effektueres fortsat som planlagt.

- Starten på fjerde kvartal er forløbet tilfredsstillende. Vi fastholder på den baggrund forventningerne om en tilfredsstillende omsætningsfremgang og et resultat på niveau med sidste år.

- Det er koncernens målsætning at præstere en årlig gennemsnitlig indtjeningsvækst på 10-15 procent, således at selskabet når en indtjening på 300-350 mio. DKK før skat, senest ved udgangen af regnskabsåret 2004/2005.

Jørgen Worning
Formand for bestyrelsen

Torben Ballegaard Sørensen
Adm. Direktør

For nærmere information: Adm. direktør Torben Ballegaard Sørensen, tlf.: 9684 5000.

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

1/6-2001 - 28/2-2002

	2001/02	2000/01
Nettoomsætning	3.189	2.905
Resultat af primær drift	213	253
Resultat af ordinær drift i associeret selskab	1	2
Finansielle poster	(13)	(41)
Resultat af ordinær drift før skat	201	214
Skat af ordinært resultat	(82)	(72)
Ordinært resultat efter skat	119	142
Heraf minoritetsandele	7	-
Periodens resultat efter skat og minoritetsandele	126	142

Selskabsskat er beregnet som den andel af regnskabsårets forventede skat-teomkostning, der påhviler resultatet for 9 måneder.

Balanceoplysninger	**28/2-02**	**28/2-01**
Egenkapital	1.275	1.191
Aktiver	2.479	2.327
Aktiver, ekskl. likvide midler og værdipapirer	2.313	2.220

Udvikling i egenkapital

Egenkapital pr. 1. juni 2001	1.147
Valutakursregulering af investering i datterselskaber	(2)
Kapitalforhøjelse anvendt til medarbejderaktier, netto efter skat	1
Udbytte af egne aktier	3
Overført overskud efter skat	126
Egenkapital pr. 28. februar 2002	1.275

Regnskabspraksis er uændret i forhold til tidligere.

Parentes angiver negative beløb eller beløb, der skal fratrækkes

Kommentarer til udviklingen i tredje delår

Bang & Olufsen a/s

Tredje kvartal er forløbet meget tilfredsstillende. Således blev resultatet af den ordinære drift før skat i tredje kvartal 103 mio. DKK mod 79 mio. DKK i tredje kvartal sidste år, en stigning i kvartalet på 24 mio. DKK eller 30 procent.

Samlet set blev omsætningen i Bang & Olufsen a/s koncernen i perioden 1/6 2001 - 28/2 2002 på 3.189 mio. DKK mod 2.905 mio. DKK i samme periode sidste år. Det er en omsætningsfremgang på 284 mio. DKK eller 10 procent, ikke mindst forårsaget af positiv salgsudvikling i Storbritanien, Holland, Frankrig og Spanien.

Resultatet af den primære drift i perioden 1/6 2001 - 28/2 2002 blev på 213 mio. DKK, mod 253 mio. DKK året før.

Det ordinære resultat før skat blev på 201 mio. DKK mod 214 mio. DKK i samme periode sidste år. Den svagere lønsomhed skyldes fortsat driftstab i USA og forskydninger i produktmikset mod produktporteføljens TV-del.

Bang & Olufsen AudioVisual a/s

Fremgang i Europa
Omsætningen i Bang & Olufsen AudioVisual a/s blev på 2.928 mio. DKK. Det er en stigning på 232 mio. DKK eller 9 procent i forhold til samme periode 2000/2001. I Storbritannien, Holland, Frankrig og Spanien er der fortsat tale om en meget positiv omsætningsudvikling, mens de øvrige markeder - bortset fra Schweiz - har udviklet sig som forventet.

Såvel Danmark som Norge og Sverige har i tredje kvartal vist en positiv fremgang. I Danmark ligger omsætningen over niveauet for tredje kvartal sidste år, mens Norge og Sverige stadig ligger under niveauet for sidste år. Fremgangen i tredje kvartal er blandt andet en konsekvens af den løbende kvalitetsforbedring i distributionen og et accelereret lanceringsprogram.

I USA præges udviklingen fortsat af usikkerhed. Selv om tredje kvartal har vist en svagt positiv trend i detailhandelen, og perioden samlet en salgsfremgang i forhold til de første tre kvartaler sidste år, er indtjeningen på såvel forhandler- som detailhandelsniveau fortsat utilfredsstillende. Da Bang & Olufsen selv helt eller delvist ejer 28 forretninger i USA, får denne udvikling en mærkbar indflydelse på periodens resultat.

Udviklingen på de største markeder

Tyskland
Omsætningen i Tyskland blev i perioden på 462 mio. DKK mod 451 mio. DKK i samme periode sidste år. Det svarer til en stigning på 11 mio. DKK eller 2 procent. Isoleret levede tredje kvartal, sammenlignet med tredje kvartal sidste år, ikke op til vores forventninger. Omsætningen i tredje kvartal blev på 146 mio. DKK mod 160 mio. DKK i tredje kvartal sidste år, et fald på 14 mio. DKK.

Vi forventer, at det tyske marked vil afslutte året med en omsætning over sidste års niveau. Det er således fortsat vores vurdering, at den langsigtede tendens på det tyske marked er under ændring fra omsætningsfald over de forløbne tre år til en stabilisering.

Tyskland har nu 66 B1 butikker og 388 øvrige butikker. Der arbejdes fortsat med en styrkelse af B1-distributionens udvikling og rentabilitet, ligesom der fortsat satses på en forbedring i samhandelsforholdet til de mange multibrand-butikker.

Skandinavien
Det danske marked er i god fremgang, mens kurven endnu ikke er knækket i Norge og Sverige. Omsætningen i Danmark blev i de første 9 måneder 358 mio. DKK, hvilket er en fremgang i forhold til samme periode sidste år på 6 mio. DKK. I Norge blev omsætningen omtrent uforandret på 52 mio. DKK, mens Sverige i perioden havde en omsætning på 83 mio. DKK, en tilbagegang i forhold til samme periode sidste år på 8 mio. DKK. Regionen har nu 68 B1 butikker og 333 øvrige butikker.

Storbritannien
Storbritannien er Bang & Olufsens næststørste marked og kunne i perioden notere en omsætningsfremgang på 73 mio. DKK, nemlig fra 356 til 429 mio. DKK. Fremgangen kan tilskrives en tilfredsstillende drift af alle nuværende butikker samt en fortsat succesfuld udvikling af nye butikker. I den forløbne periode er der etableret 10 nye B1 butikker, således at markedet nu tegner sig for 72 rene B1 butikker.

Holland
Holland er Bang & Olufsens femte største marked. Perioden resulterede i en omsætningsfremgang fra 205 mio. DKK til 226 mio. DKK, svarende til en vækst på 10 procent. Der er 35 B1 butikker i Holland.

Frankrig, Spanien og Portugal

På det franske marked er omsætningen i perioden øget med 6 procent, nemlig fra 144 mio. DKK til 153 mio. DKK, og Spanien/Portugal kunne notere en tilfredsstillende omsætningsfremgang på 24 procent til 145 mio. DKK. Der er nu 48 B1 butikker i Frankrig, 63 i Spanien og 11 i Portugal.

Italien

I Italien blev omsætningen i perioden på 139 mio. DKK mod 133 mio. DKK i samme periode sidste år, svarende til en stigning på 5 procent.

Schweiz

I Schweiz blev omsætningen, på trods af en fornuftig julehandel, i perioden på 214 mio. DKK mod 218 mio. DKK i samme periode sidste år - en tilbagegang på 4 mio. DKK. Det schweiziske marked har i perioden været præget af afmatning og usikkerhed hos forbrugerne.

USA

Omsætningsmæssigt har de seneste tre måneder vist en svag bedring af vores aktiviteter på det amerikanske marked, men indtjeningen er fortsat utilfredsstillende og præget af markante udsving i omsætningen per butik fra måned til måned. Vi må fortsat konstatere en svagere kundetrafik.

Det er i perioden ikke lykkedes at få bragt en række af vores B1 butikker op på et tilfredsstillende aktivitetsniveau, men en fokusering på salg af større hjemmeinstallationer har i flere butikker kompenseret for den lavere trafik. Samlet har vi i perioden 1. juni 2001 - 28. februar 2002 konstateret et tab på 43 mio. DKK på vore amerikanske aktiviteter. Heraf har tabet i tredje kvartal udgjort godt 11 mio. DKK.

De ældre, veletablerede butikker klarer sig relativt bedst, og vi vil derfor fokusere på en styrkelse af de nyere butikker gennem en intensiveret træningsindsats, støtte til markedsføring på butiksniveau samt en tæt opfølgning på de enkelte butikker.

Trods den skuffende og vanskelige situation er USA fortsat et væsentligt, langsigtet vækstmarked for koncernen.

Positiv udvikling i den asiatiske region

Udviklingen på de asiatiske markeder viser fortsat en positiv tendens med en tocifret vækstrate. I Japan lykkedes det at forbedre omsætningen med 24 procent i forhold til samme periode sidste år, mens Hong Kong, Korea og Australien voksede med henholdsvis 7, 35 og 45 procent.
På de asiatiske markeder er der nu 35 rene B1 butikker. Det japanske marked tegner sig for 15 B1 butikker og 21 øvrige butikker.

B1 butikkernes omsætningsandel fortsat stigende

Bang & Olufsen har i perioden 1/6 2001 til 28/2 2002 åbnet 55 nye B1 butikker, opgraderet 29 og lukket 20, så der nu er 602 B1 butikker verden over. De rene B1 butikker tegner sig for 62 procent af totalomsætningen mod 56 procent i samme periode sidste år.

Produktlanceringer indfrier forventninger

Bang & Olufsen AudioVisual har i efteråret 2001 lanceret et helt nyt "tabletop" TV, BeoVision 3, og en opgradering af BeoVision Avant, der nu fås med integreret DVD-afspiller.
Begge produkter er blevet godt modtaget på lanceringsmarkederne og har bidraget til såvel butikstrafik som omsætning.
Desuden har vi i efteråret lanceret BeoVision 4, en plasma-løsning dedikeret til det amerikanske marked.
I tredje kvartal lancerede vi en unik plasma-løsning til det europæiske marked, BeoVision 5, der blev meget positivt modtaget af både kunder og forhandlere. Vi forventer, at BeoVision 5 vil bidrage positivt til resultatet i fjerde kvartal.

Generelt har efterspørgslen - og lanceringerne - i delåret især været rettet mod produktporteføljens TV-del, der traditionelt har den laveste margin. I fjerde kvartal fortsætter vi derfor de marketing- og produktudviklings-initiativer, der skal styrke salget af audio.

I fjerde kvartal lancerer vi desuden BeoSound 2 på samtlige markeder, en kompakt og elegant bærbar afspiller af digital musik (mp3, wma).

Bang & Olufsen Telecom a/s

Fortsat stabil udvikling
På trods af et svagt salg i december og januar, viser Bang & Olufsen Telecom a/s en fortsat stabil udvikling. Således steg omsætningen med 8 mio. DKK til 198 mio. DKK i forhold til 190 mio. DKK i samme periode sidste år.

Bang & Olufsen Medicom a/s

Fortsat stabil vækst
Bang & Olufsen Medicom a/s omsatte i perioden for 211 mio. DKK mod 150 mio. DKK i samme periode sidste år, altså en stigning på 61 mio. DKK eller 41 procent. Forretningsenheden har således fortsat den stabile vækst, som har været kendetegnende de senere år.

Bang & Olufsen New Business a/s

Forretningsenheden er fortsat i en positiv dialog med udvalgte high-end bilfabrikanter om udnyttelsen af Bang & Olufsens akustikkompetencer, design og brand. Dette forretningsområde søges fortsat udviklet, dog med klar forventning om, at det økonomiske afkast først vil vise sig i kommende år.

Bang & Olufsen ICEpower a/s

Der er i kvartalet indgået en vigtig udviklings- og licensaftale med Sanyo, verdens største udbyder af forstærker IC'er baseret på konventionel teknologi. Ved kombinationen af ICEpowers patenter og Sanyos produktionsteknologi og veludbyggede distribution, vil ICEpower inden for de nærmeste år blive gjort tilgængelig for massemarkedet af forstærkere.

Parallelt hermed fortsætter selskabet udviklingen og salget af ICEpower forstærkere, både som komponenter og som kundespecifikke ICEpower systemer udviklet for større kunder. Der leveres i øjeblikket til omkring 20 kunder, her i blandt i øget omfang japanske kunder som Sony og Foster Electric Company. Omsætningen forventes i 2001/2002 at blive cirka 15 mio. DKK.

Bang & Olufsen og fjerde kvartal

Forventninger til hele regnskabsåret

I vores halvårsmeddelelse af 16. januar skrev vi, at koncernen forventer en tilfredsstillende omsætningsstigning og et resultat på niveau med sidste år. Omsætningen i de tre første kvartaler er gået bedre end ventet og har således kunnet kompensere for den vigende margin samt de negative driftsresultater af detailhandlen i USA.

De igangsatte omkostningsbesparelser er effektueret som planlagt og fremrykningen af vigtige nylanceringer er sket. Vi forventer at lancere Bang & Olufsens første bærbare afspiller af digital musik, BeoSound 2, i regnskabsårets sidste kvartal.

I USA forventer vi en gradvis forbedring af driften, om end usikkerheden på det amerikanske marked fortsat er til stede.

Starten på fjerde kvartal er forløbet tilfredsstillende.

Vi fastholder på den baggrund en tilfredsstillende omsætningsfremgang og et resultat på niveau med sidste år.

Forventninger på længere sigt

Stærkt og differentieret produktprogram

Udvikling og lancering af et idé- og designmæssigt stærkt produktprogram er fortsat hjørnestenen for Bang & Olufsen koncernen. Nye fladskærms-teknologier vil, sammen med billedrørsteknologien, danne grundlag for en fortsat fornyelse af TV-porteføljen. Nye, avancerede - og i flere tilfælde patenterede - akustiske teknologier vil tilsvarende give mulighed for fortsat udvikling af et stærkt differentieret og højtydende program inden for audio-produkter og kvalitetshøjttalere. Endvidere giver den generelle digitale udvikling mulighed for videreudvikling af Bang & Olufsens unikke system- og link-løsninger, lige som koncernens ekspertise inden for brugervenlig betjening giver grundlag for markant differentiering. Det er derfor målsat at lancere et til to gennembrudsprodukter per år.

Distributionsudvikling

Den meget kraftige omlægning af Bang & Olufsens distribution, som har fundet sted gennem de seneste syv år, går nu ind i en ny fase, hvor hovedvægten vil blive lagt på forretningernes kvalitative udvikling og organiske vækst. Det indebærer, at der i de kommende år systematisk vil blive anvendt ressourcer på at understøtte salget i de allerede etablerede - såvel som i de nye - butikker, blandt andet gennem styrket fokus på personale-udvikling, metode-udvikling og træning. Også koncernens overordnede kommunikationsaktiviteter vil i højere grad vil blive brugt på direkte trafikskabende redskaber og aktiviteter. Koncernen vil i de kommende tre år åbne omkring 50 B1 butikker om året. I de foregående år er der åbnet cirka 100 B1 butikker om året. Det er målsætningen at nå omkring 750 B1 butikker samt 740 shop-in-shops inden udgangen af regnskabsåret 2004/2005.

Geografisk udvikling

Europa vil også i de kommende tre til fire år udgøre basis for den største del af koncernens afsætning - og rummer markeder med særdeles gode vækstmuligheder. Vi vurderer fortsat, at USA udgør et væsentligt vækstpotentiale for koncernen, trods den nuværende relativt store usikkerhed. I de kommende to år vil der blive sat ressourcer ind på at genvinde momentum i de 60 eksisterende nordamerikanske B1 butikker.

Så snart der er etableret en tilfredsstillende lønsomhed, vil vi genoptage udviklingen af distributionen i USA gennem åbning af nye B1 butikker, idet det dog ikke er tanken, at Bang & Olufsen på sigt selv skal stå som ejer af detail-forretninger. I den kommende tre-årige periode vil Bang & Olufsen fortsat udbygge sit fodfæste i Fjernøsten, der med Japan i spidsen rummer betydelige vækstmuligheder.

Målsætning om årlig resultatvækst på 10-15 procent

Koncernen planlægger med at nå en årlig omsætning på godt 5 mia. DKK i løbet af tre år. For at sikre en tilfredsstillende udvikling i koncernens lønsomhed er der igangsat aktiviteter, som skal forbedre indtjeningsevnen. Der er her tale om initiativer, som skal øge produktporteføljens dækningsgrad, reetablere lønsomheden i den amerikanske detailhandel, samt forbedre driftsresultaterne i Telecom og de nye forretningsområder, der blev etableret forrige år.

Det er koncernens målsætning at præstere en årlig gennemsnitlig indtjeningsvækst på 10-15 procent, således at selskabet når en indtjening på 300-350 mio. DKK før skat, senest ved udgangen af regnskabsåret 2004/2005.