

Beretningen

I år er vi vendt hjem til de vante omgivelser her på Struer Gymnasium.

Det med det "vante" er jo ikke noget, man kan tage for givet i dagens erhvervsliv og slet ikke i Bang & Olufsen. Vi er i en branche, hvor forandring og fornyelse er en forudsætning for at overleve.

Virksomheden har i det forgangne år vist gode fornyelsestakter. Til trods for de 80 år vi rundede i november sidste år, er vitaliteten og nyskabelsen i god behold.

Men dette vil jeg komme tilbage til.

Som tidligere år vil jeg forelægge bestyrelsens beretning, hvorefter administrerende direktør Torben Ballegård Sørensen vil gennemgå regnskabet, og som sædvanligt vil tallene blive krydret med et par farverige historier om vores nye produkter.

Regnskabsåret 2005/2006 blev atter et år, hvor koncernen har vist vækst. Omsætningen steg med 13 %, hvilket er meget tilfredsstillende. Omsætningen såvel sidste år som i dette regnskabsår har vist en tilfredsstillende vækst, som underbygger ambitionen om at nå et salg på 6 milliarder i 2010.

Væksten er først og fremmest opnået takket være en god fremgang i hovedforretningen.

Kombinationen af en stærk produktportefølje, en tilgang af godt 50 nye B1-butikker og en lille smule medvind på de europæiske markeder gav os de bedste vækst-tal i mange år. Vi har oplevet et stærkt hjemmemarked med en fremgang på 9 %. Forbruget er højt og er blevet underbygget af det stærke og effektive forhandler net. Danmark er nu koncernens største marked. Også Sverige har vist gode takter.

Årets absolutte højdespringer blev Spanien/Portugal med en omsætningsfremgang på hele 25 %. I Benelux regionen er der opnået vækstrater på 20 % i Holland og 19 % i Belgien. I Frankrig og Italien fortsatte den positive udvikling med tocifrede vækstrater. Tyskland og Schweiz har vist imponerende fremgang på henholdsvis 14 og 18 %. Vi har set et Tyskland, der for alvor er begyndt at vende rundt – godt hjulpet af et langt, sejt træk for kvalitetsmæssigt at løfte distributionen på både B1 og shop-in-shop fronten. Også de Sydeuropæiske markeder viste flot fremgang, mens vi i Storbritannien måtte vente til fjerde kvartal, før vi for alvor fik gang i salget. 4. kvartal viste en fremgang på 14 % i forhold til samme periode sidste år, medens hele året lå på samme niveau som sidste regnskabsår.

USA retter sig – om end langsomt. Der afhændes eller lukkes fortsat egne B1-butikker, men vi begynder nu at føle, at vi har et fast fundament med vore partnere. Fra i år skulle vi gerne se en ekspansion med åbning af 5 til 8 butikker.

Fælles for USA og en række af de asiatiske markeder er behovet for et ægte Bang & Olufsen fjernsyn. USA har i en årrække overlevet på "motoren" fra vores gamle Avant fjernsyn, mens vi slet ikke har kunnet tilbyde differentierede Tv-produkter og heller ikke nogen billedløsninger i lande som Japan og Korea.

Med lanceringen i juli dette år af BeoSystem 3 – en digital fjernsynsmotor – er vejen banet for en opgradering af det billedudbud, vi kan give til USA, og for lancering af B&O fjernsyn i Japan og Korea. Dette vil ske i andet kvartal i USA og efterfølgende i Japan og Korea i begyndelsen af 2007. Der er samlet anvendt små 100 millioner kr. til udviklingen af BeoSystem 3.

I Asien udbygges distributionen fortsat med i dag 10 B-1 butikker i Kina og 3 i Indien. I Japan forventes vækst med lancering af BeoSystem 3. I Australien er udviklingen tilfredsstillende efter overtagelsen af 14 butikker i andet kvartal. Rusland og Mellemøsten har realiseret to cifrede vækstrater.

Den samlede distributionsudvikling er gået godt. Vi fik som nævnt åbnet godt 50 nye B1-butikker – en takt, som vi gerne vil holde i årene fremover. Åbningerne har fundet sted spredt ud over hele verden. Det glædelige er også, at traditionelt lukkes en del butikker i starten af det nye regnskabsår. Dette er ikke sket i år, hvorfor der er en stigende optimisme med hensyn til at nå dette års ny-etableringer. Den styrkelse, der er sket over de senere år af vor distributionsprofil, er en vigtig faktor for vor vækst. Vore 725 dedikerede og loyale udsalgssteder er et stort aktiv for Bang & Olufsen. 73 % af omsætningen går igennem disse 725 B-1 butikker mod 71 % året før. 26 % går igennem shop in shop butikkerne. Fordelingen af B 1 butikkerne på de enkelte markeder ses af planchen bag mig.

Som en konsekvens af væksten er der opstået flaskehalsproblemer på flere områder. Det være sig inden for komponent- som produktfremtagningen. Hertil kom implementeringen af EU-direktivet RoHS, som betød, at alle lodninger i alle printkort og i tusinde af komponenter ikke måtte indeholde bly. Dette har betydet en kæmpe belastning af de tekniske afdelinger og en ekstraordinær omkostning på et to cifret million-beløb.

I hovedforretningen på audio/visual området fremviste året en lang række vigtige lanceringer i et antal, som overstiger tidligere år. Vore lanceringer inden for fladskærme fortsatte med lanceringen af BeoVision 7 i 40 tommer format, og desuden lanceredes to vigtige produkter inden for audio: BeoSound 3 og BeoSound 4 - begge i den prisvenlige ende af skalaen.

Også uden for hovedforretningen skete der vigtige fremskridt:

På det nye og spændende marked for avancerede lydsystemer til biler lanceredes Audi A8-bilen som den første i verden med Bang og Olufsen lyd. Indtrængningen på dette nye marked skulle gerne blive et væsentligt forretningsselement i koncernens vækstplaner. Vi forventer i hvert fald at kunne løfte sløret for yderligere samarbejder på denne front i løbet af i år – men det må vente lidt endnu.

Året bød også på en lancering inden for mobiltelefoner. I samarbejde med Samsung koncernen lykkedes det at udvikle mobiltelefonen Serene, som bygger på Samsungs telefon-teknologi, og på B&O's lyd og design-kompetance. Det er udover selve produktet også et signal om at på områder, hvor vi ikke selv behersker al teknologien, kan et partner-samarbejde frembringe spændende og nye produkter.

Teknologiselskabet - ICEpower – fik i året et ualmindeligt flot resultat.

Et gennembrud i salget lykkedes og underbygger den langsigtede investering, der er foretaget i selskabet. De teknologier, som ICEpower har udviklet, har ikke kun stor anvendelse i B&O produkterne, men anvendes i stigende omfang inden for mange audio-produkter world-wide. Her virker ICEpower både som teknologi og som hardware leverandør.

Medicom gav et rimeligt tilfredsstillende resultat set i lyset af den engangsbetaling, man fik sidste år, der gjorde det år særligt positivt. Omsætningen blevet øget med 8 %.

I maj havde bestyrelsen den fornøjelse at åbne og indvie vores nye fabrik i Koprivnice. Fabrikken ligger i et smukt bjergigt område, eller skulle man kalde det bakket terræn, hvor byggeriet er gennemført med stor respekt ikke kun for det funktionelle, men også for det æstetiske. Et byggeri der er B&O værdigt. Projektet, der har stået på i en årrække, har fået en glimrende start. De forventede rationaliseringsgevinster viser sig, og kvaliteten af de producerede elementer er helt i top. Udbygningen af anlægget vil fortsætte i de kommende år.

Bang og Olufsen har igennem en del år haft et stærkt cash flow med det resultat, at balancen er blevet styrket. I samme periode er der blevet udbetalt stigende udbytter samtidig med, at der er gennemført aktietilbagekøbs-programmer. Den stærke balance gav bestyrelsen anledning til at overveje en lidt mere langsigtet politik for koncernens kapitalstruktur. Det er vigtigt at erindre, at B&O er en cyklisk virksomhed, som er stærkt konjunktur-afhængig. Det har derfor været bestyrelsens holdning, at Bang og Olufsen bør have en soliditetsgrad på mellem 40 og 50 %. At den rentebærende gæld vil fluktuere med investeringstakten. Bestyrelsen vil tilsikre, at den rentebærende gældsbyrde vil ligge i intervallet 0,25 til 2,00 gange resultatet før rente, afskrivninger og skat kaldet (EBIDAT). For regnskabsåret 2005/2006 var koncernens EBIDAT på små 700 millioner kr., hvilket betyder, at den nettorentebærende gæld kunne have udgjort op til 1,4 milliarder kr.

Overskudslikviditet vil blive ført tilbage til aktionæerne enten i form af udbytte eller ved tilbagekøb af aktier. Hensigten er, at mindst 1/3 af årets nettooverskud udbetales som udbytte.

Bang & Olufsen udvikler og har udviklet sig over de senere år til en mere og mere international virksomhed. Med ekspansionen i Tjekkiet og senest et par tilkøb i Australien og Estland bliver sammensætningen bredere og mere righoldig. Bang & Olufsens internationale profil og de mange oversøiske projekter giver såvel nye unge som de mere modne danske medarbejdere helt nye og spændende personlige udviklingsmuligheder.

Dette sammenholdt med den flotte placering, B&O har i alle de image-målinger, der foretages, bør gøre, at vi skal være aktive i det jobmarked, der hersker i Danmark i dag. Jeg ved, at koncernen i lighed med mange andre danske virksomheder finder det vanskeligere end tidligere at skaffe de nødvendige menneskelige ressourcer og kompetencer. Vi er nødt til også på dette område at tænke utraditionelt. Vi skal profilere os på dette marked og blive bedre af det. Jeg ved af personlig erfaring – efter mange års ophold i udlandet - at det at arbejde i fremmede kulturer er noget af det mest berigende, man kan opleve. Det er vigtigt at kunne tiltrække den rigtige arbejdskraft.

2005/2006 gav et resultat før skat på 431 mio. kr., hvilket er en fremgang på 13 %. Resultatet efter skat blev på 296 mio.kr. Som tidligere omtalt, og som meddelt i regnskabsmeddelelsen fra den 21. august, er det besluttet at ændre lidt i risikoprofilen for virksomheden. Det er klart, at en børsnoteret virksomhed skal holde den fine balance mellem det at sikre, at virksomheden har den fornødne kapital til at udvikle sig og turde tage chancer samtidig med, at mest mulig fri likviditet ønskes udloddet til aktionæerne.

Skulle man uddrage nogle highlights fra regnskabsåret 2005-2006 vil det være:

Omsætningen steg med 483 mio.kr. eller med en 13 % vækst

Positiv omsætningsudvikling på alle europæiske markeder

Vi nåede vort resultat mål.

Vi forbedrede vor EBIT % så den nu er 10,4 %

ICEpower fordoblede sin omsætning.

Vi bryder derfor for tredje år i træk vores egen tidligere udbyttepolitik og indstiller, at der udloddes 16 kr. per aktie svarende til i alt 199 millioner kroner. Sidste år var udbyttet 12 kr. pr. aktie. Bestyrelsen indstiller derfor til generalforsamlingens godkendelse, at der udloddes et udbytte på 16 kr. pr. aktie. Vi har samtidig under den bemyndigelse vi fik sidste år, og ønsker fornyet igen i år, initieret et opkøbsprogram af egne aktier for op til 300 millioner kroner. Opkøbsprogrammet vil strække sig over de kommende kvartaler.

Trods denne samlede udlodning på cirka 500 millioner kroner er vi godt rustede til det nye år. Vi bør skabe et positivt cash flow, der kan understøtte den vækst på 8-10 %, som vi har meldt ud. Væksten skal øge vores indtjening. Vi fastholder vore tidligere udmeldte forventninger om at realisere et resultat på 460 til 500 millioner kroner for regnskabsåret 2006-2007. Vi kan oplyse, at starten på året er gået tilfredsstillende, og som forventet.

Regnskabsåret bød desværre også på en trist begivenhed. I sommer afgik Jens Bang pludselig ved døden. Jens Bang, der var søn af Peter Bang, havde sit virke i virksomheden som designchef, bestyrelsesmedlem og senest som forfatter til virksomhedens krønike, hvor han skrev bøger både i anledning af virksomhedens 75 og 80 års fødselsdag. Jens Bang elskede virksomheden, hvilket vi bestyrelsesmedlemmer og direktører ofte fik at mærke i form af hans uforbeholdne input til, hvordan han mente, at tingene skulle gribes an. Jens Bang var også i en lang årrække virksomhedens hovedkontaktperson til Bang-familiens fond. Fonden, der i dag stadig er A-aktionær og i skrivende stund hovedsponsor for det Bang & Olufsen museum, der bygges her i byen.

Til sidst vil jeg gerne sige tak til vores loyale aktionærer – både for opbakning gennem året og for fremmøde i dag. Jeg vil også gerne rette en tak til mine kolleger i bestyrelsen, til direktionen, til cheferne på B&O og til alle vores fantastiske medarbejdere i ind- og udland, som endnu engang har ydet en stor indsats og leveret et rigtigt flot år.

TAK