Københavns Fondsbørs
Nikolaj Plads 6
1067 København K

Struer, den 14. august 2002

Regnskabsmeddelelse for året 2001/02 for Bang & Olufsen a/s

- Årets omsætning blev på 4.212 mio. DKK mod 3.810 mio. DKK sidste år, svarende til en vækst på 402 mio. DKK eller 11 procent i forhold til sidste år.
- Det ordinære resultat før skat blev, i overensstemmelse med forventningerne, på 226 mio. DKK mod 224 mio. DKK sidste år.
- Positivt cash flow på 184 mio. DKK.
- Omsætningen i årets fjerde kvartal blev på 1.023 mio. DKK mod 905 mio. DKK sidste år. Kvartalets resultat før skat blev på 25 mio. DKK mod 10 mio. DKK sidste år. Altså en omsætningsfremgang på 118 mio. DKK og en indtjeningsvækst på 15 mio. DKK.
- Vækst på 20 procent eller derover på det britiske, det japanske, det spansk/portugisiske og det amerikanske marked. Tilfredsstillende udvikling på det tyske og det danske marked.
- Med en omsætningsvækst på 25 procent i regnskabsåret og 39 procent i fjerde kvartal er Storbritannien nu Bang & Olufsens næststørste marked.
- Salget i USA voksede med 20 procent, men tab på aktiviteterne i USA har påvirket resultatet negativt med 73 mio. DKK.
- Lancering af fem nye produkter gennemført som planlagt.
- For indeværende år forventer koncernen med udgangspunkt i en moderat omsætningsvækst at nå et resultat før skat på mellem 250 og 265 mio. DKK.

Jørgen Worning
Formand for bestyrelsen

Torben Ballegaard Sørensen
Adm. direktør

Hoved- og nøgletal for Bang & Olufsen - koncernen

Mio. DKK

Resultatopgørelse	2001/02	2000/01	1999/00	1998/99	1997/98
Nettoomsætning	4.212	3.810	3.722	3.380	3.117
Resultat af primær drift	258	271	337	333	299
Resultat af ordinær drift før skat	226	224	317	348	340
Ordinært resultat efter skat	137	148	222	253	232
Ekstraordinært resultat efter skat	-	-	20	(63)	75
Årets resultat	137	148	243	190	308
Resultat efter skat og minoritetsandele	147	154	243	190	308
Gennemsnitligt antal fuldtidsansatte	2.908	2.780	2.861	2.654	2.546
Af- og nedskrivninger	185	171	162	131	146
Investeringer i materielle anlægsaktiver	150	222	280	226	211
Produktudviklingsomkostninger	333	298	308	254	237

Balanceoplysninger	31/5 02	31/5 01	31/5 00	31/5 99	31/5 98
Egenkapital	1.244	1.147	1.058	981	1.163
Balancesum	2.376	2.302	2.144	1.895	2.074
heraf likvid beholdning og værdipapirer	164	53	130	130	549
Materielle anlægsaktiver	908	957	-	-	-

Nøgletal	2001/02	2000/01	1999/00	1998/99	1997/98
Resultat pr. nom. 10 DKK aktie, DKK	11	12	18	20	17
Indre værdi pr. nom. 10 DKK aktie, DKK	99	92	85	77	87
Udbytte pr. nom. 10 DKK aktie, DKK	3,5	3,5	6,0	5,0	7,5
Forrentning af egenkapital, %	8	13	22	24	21
Selvfinansieringsgrad, %	52	50	49	52	56

Parentes angiver negative beløb eller beløb, der skal fratrækkes.

Ved beregningen af nøgletal er regnereglerne i Den Danske Finansanalytikerforenings vejledning anvendt.
Ved beregning af ordinært resultat efter skat er der korrigeret for minoritetsandele heraf. I forhold til vejledningens anbefalinger anvendes afvigende regnskabspraksis for så vidt angår koncerngoodwill, der afskrives over egenkapitalen i anskaffelsesåret, og for børsnoterede værdipapirer der optages til laveste værdi af anskaffelsespris og børskurs.

Nøgletallene defineres således:

Resultat pr. nom. 10 DKK aktie, DKK:	Ordinært resultat efter skat i forhold til gennemsnitligt antal cirkulerende aktier
Indre værdi pr. nom. 10 DKK aktie, DKK:	Egenkapital ultimo i forhold til antal aktier ultimo
Forrentning af egenkapital, %:	Ordinært resultat efter skat i % af gennemsnitlig egenkapital
Selvfinansieringsgrad, %:	Egenkapital ultimo i % af passiver ultimo

Gennemsnitligt antal cirkulerende aktier: 12.517.333 stk.

Koncernens regnskabspraksis er uændret i forhold til tidligere år.

Omsætningsvækst i koncernen

Omsætningen i Bang & Olufsen a/s koncernen blev i regnskabsåret 2001/02 på 4.212 mio. DKK mod 3.810 mio. DKK året før. Det er en vækst på 402 mio. DKK eller 11 procent.

Resultatet af den primære drift blev på 258 mio. DKK mod 271 mio. DKK året før. Resultatet påvirkes væsentligt af tabene på detailhandelen i USA.

Det ordinære resultat før skat blev på 226 mio. DKK mod 224 mio. DKK sidste år, hvilket er i overensstemmelse med forventningerne om en tilfredsstillende omsætningsfremgang og et resultat på niveau med sidste år.

Omsætningen i årets fjerde kvartal blev på 1.023 mio. DKK mod 905 mio. DKK i samme periode sidste år, en vækst på 118 mio. DKK eller 13 procent i forhold til fjerde kvartal sidste år. Resultatet før skat blev i fjerde kvartal på 25 mio. DKK mod 10 mio. DKK i samme periode sidste år, svarende til en forbedring på 15 mio. DKK.

Koncernens bruttoavance faldt marginalt med 0,3 procent point, hvilket er en konsekvens af to modsat rettede bevægelser: En større andel af koncernomsætningen udgøres af detailomsætning i egne butikker, hvilket påvirker koncernomsætnngen i positiv retning; omvendt bliver forskydningen i salget mod - og væsentlige produktlanceringer inden for - produktporteføljens videodel, at bruttoavancen reduceres, idet videodelen traditionelt har lavere dækningsgrader end audiodelen.

Det amerikanske marked har i årets løb påvirket resultatet negativt med godt 73 mio. DKK. Udviklingen har været præget af stor usikkerhed, og selv om der er tale om salgsfremgang i forhold til sidste år, har indtjeningen på såvel grossist- som på detailniveau været utilfredsstillende.

Omkostningerne til produktudvikling blev på 333 mio. DKK mod 298 mio. DKK sidste år. Produktudviklingsomkostningerne udgør 8 procent af omsætningen.

Distributions- og marketingomkostningerne er steget med 17 procent eller 133 mio. DKK fra 781 mio. DKK til 914 mio. DKK. Heraf vedrører alene godt 58 mio. DKK forøgede omkostninger i forbindelse med drift af egne retail butikker.

Administrationsomkostningerne blev reduceret fra 130 mio. DKK til 121 mio. DKK.

Årets samlede skatteprocent udgør 39,4 procent, svarende til en omkostningsført skat på 89 mio. DKK. Koncernen har valgt fortsat at undlade at aktivere udskudt skat vedrørerende USA, hvilket medfører en højere skatteprocent end året før.

Balancen steg i regnskabsåret med 74 mio. DKK fra 2.302 mio. DKK til 2.376 mio. DKK. Væksten kan primært henføres til tilgodehavender fra salg og likvide beholdninger, som er steget med henholdsvis 54 mio. DKK og 111 mio. DKK.

Materielle anlægsaktiver faldt netto med 49 mio. DKK til 908 mio. DKK som følge af koncernens tilpasning af investeringsniveauet.

Årets samlede cash flow blev positivt med 184 mio. DKK. Koncernens cash flow fra driftsaktiviteter androg 343 mio. DKK mod sidste års 138 mio. DKK. Koncernen har i regnskabsåret nedbragt sine varelagre med godt 33 mio. DKK på trods af øget omsætning og relativ større indkøbsvolumen i forbindelse med lancering

af plasmateknologi. Grundet det øgede salgsvolumen steg pengebindingen i tilgodehavender, primært fra debitorer, med 44 mio. DKK.

Investeringer androg i året 154 mio. DKK mod 276 mio. DKK sidste år.

Koncernen har i regnskabsåret optaget langfristet gæld på 45 mio. DKK mod 51 mio. DKK sidste år. Afdrag på langfristet gæld udgør 27 mio. DKK i regnskabsåret mod 21 mio. DKK sidste år. Der er i regnskabsåret betalt udbytte på 47 mio. DKK.

Egenkapitalen udgør, efter en foreslået udbyttebetaling på 47 mio. DKK, 1.244 mio. DKK mod 1.147 mio. DKK sidste år.

Af de enkelte selskaber i koncernen har Bang & Olufsen AudioVisual a/s og Bang & Olufsen Medicom a/s udviklet sig tilfredsstillende. Bang & Olufsen New Business a/s og Bang & Olufsen Operations a/s har udviklet sig som forventet, mens Bang & Olufsen Telecom a/s og Bang & Olufsen ICEpower a/s ikke har indfriet forventningerne.

Som kommunikeret første gang i årsberetningen 1999/00 har koncernen per 1. juni 2001 indført ny forretningsstruktur. En konsekvens af dette er i indeværende år, at sammenligninger med tidligere år kun kan foretages på koncernniveau.

Koncernen har valgt at tilpasse sig rapporteringen omkring segmentoplysninger. Koncernens primære segmentopdeling er forretningsområderne, opdelt på henholdsvis brand-understøttet kerneforretning og brand-uafhængig forretning. Brand-understøttet forretning dækker over de produktområder, som bærer mærket "Bang & Olufsen", og som er relateret til Bang & Olufsens traditionelle leverancer, som anvendes i eller er forbundet med nøgleforbrugerens hjem, altså AudioVisual-området, Telecom-området og New Business-området. De øvrige forretningsområder, som ikke er knyttet til mærket, nemlig selskaberne Bang & Olufsen Medicom a/s og Bang & Olufsen ICEpower a/s samles i segmentet brand-uafhængig forretning.

Den Brand-understøttede kerneforretning i fremgang

Den samlede omsætning i koncernens branded business segment blev på 3.936 mio. DKK mod 3.575 mio. DKK sidste år, svarende til en vækst på 361 mio. DKK eller 10 procent.

Det ordinære resultat før skat i koncernens branded business segment blev på 229 mio. DKK mod 201 mio. DKK sidste år, svarende til en vækst på 28 mio. DKK eller 14 procent.

Koncernen har fastholdt strategien med en global brand-annoncering, der styres centralt af Bang & Olufsen a/s, og som indebærer, at de enkelte markeder fokuserer på udvikling af distributionskonceptet og lokale aktiviteter omkring de enkelte butikker. I årets løb er koncernens overordnede kommunikationsaktiviteter i højere grad blevet koncentreret om direkte trafikskabende redskaber og aktiviteter til understøttelse af salget i de enkelte butikker.

De samlede omkostninger til markedsføring og distribution blev på i alt 905 mio. DKK, hvoraf 160 mio. DKK vedrører omkostninger til drift af koncernens egne retail butikker.

Omsætningsvækst i Bang & Olufsen AudioVisual

Omsætningen i Bang & Olufsen AudioVisual blev på 3.852 mio. DKK, hvilket er en forbedring på 358 mio. DKK eller 10 procent i forhold til sidste års omsætning på 3.494 mio. DKK.

Bang & Olufsen Multimedia a/s blev i årets løb integreret i Bang & Olufsen AudioVisual, og den opbyggede kompetence er overflyttet til kerneforretningen.

Udviklingen på markederne

Centraleuropæisk region etableret

Med det formål at forbedre såvel effektiviteten som supporten til forhandlerne, etablerede Bang & Olufsen i regnskabsåret en centraleuropæisk region under ledelse af direktøren for det tyske datterselskab, Peter Dalm. Regionen omfatter Tyskland, Østrig og Schweiz. Regionen har hovedsæde i Tyskland og omfatter i alt 103 B1 butikker og 596 øvrige butikker.

Tyskland - Bang & Olufsens største marked
Omsætningen på det tyske marked blev på 579 mio. DKK mod 561 mio. DKK sidste år. Det svarer til en vækst på 18 mio. DKK eller 3 procent i lokal valuta. På baggrund af et ellers mat tysk detailhandelsmarked betragter vi resultatet som tilfredsstillende.

Isoleret blev omsætningen i fjerde kvartal på 118 mio. DKK i forhold til 111 mio. DKK i fjerde kvartal sidste år, en vækst på 7 mio. DKK eller 7 procent i lokal valuta.

Samlet set har Tyskland i regnskabsåret vist en tilfredsstillende omsætningsfremgang efter flere år med vigende omsætning. Det tyske marked er fortsat en udfordring, og der forestår endnu nogle års indsats med opbygning af en tilfredsstillende platform for afsætningen på det tyske marked.

Der er i løbet af året etableret 11 B1 butikker i Tyskland, der nu har i alt 67 B1 butikker og 387 øvrige butikker. Der arbejdes fortsat på at styrke B1 distributionens udvikling samt at forbedre samhandelsforholdet til de mange multibrandbutikker.

Schweiz
Omsætningen på det schweiziske marked blev på 283 mio. DKK mod 280 mio. DKK sidste år. Denne stagnation skyldes, at det schweiziske marked i perioden har været præget af en vis afmatning og usikkerhed hos forbrugerne.

Der er i årets løb etableret 1 ny B1 butik og opgraderet 6 øvrige til B1 butikker, hvorfor det schweiziske marked nu tegner sig for 24 B1 butikker og 161 øvrige butikker.

Østrig
Omsætningen på det østrigske marked blev uændret på 58 mio. DKK.

Der er i årets løb etableret 1 B1 butik i Østrig, således at Østrig nu har 12 B1 butikker og 48 øvrige butikker.

Stor fremgang i Storbritannien

Storbritannien er nu Bang & Olufsens næststørste marked og opnåede i regnskabsåret en omsætning på 559 mio. DKK mod 450 mio. DKK sidste år. Det svarer til en vækst på 109 mio. DKK eller 25 procent i lokal valuta.

I fjerde kvartal blev omsætningen på det britiske marked på 129 mio. DKK mod 94 mio. DKK i fjerde kvartal sidste år - svarende til en omsætningsfremgang i kvartalet på 35 mio. DKK eller 39 procent i lokal valuta.

Fremgangen på det britiske marked kan tilskrives en succesfuld drift af alle nuværende butikker, en fortsat etablering af nye butikker samt en mangeårig vedholdende indsats.

Der er i årets løb etableret 9 B1 butikker og opgraderet yderligere 6 øvrige til B1 butikker i Storbritannien. Det britiske marked tegner sig nu for i alt 76 B1 butikker, som står for 73 procent af den totale omsætning, mens 27 procent genereres af 56 øvrige butikker.

Omsætningsvækst i USA, men skuffende tab

Omsætningen på det amerikanske marked blev i regnskabsåret på 380 mio. DKK mod 311 mio. DKK sidste år, en vækst på 69 mio. DKK eller 20 procent i lokal valuta. På det amerikanske marked er der nu 58 B1 butikker.

Imidlertid tabte Bang & Olufsen i regnskabsåret 73 mio. DKK i USA. I lyset af de kraftige investeringer i udviklingen af det amerikanske marked er dette resultat meget skuffende. Langt hovedparten af tabene skyldes driften af egne retailbutikker. Bang & Olufsen ejer helt eller delvist 28 butikker på det amerikanske marked. Butikkerne, hvoraf størstedelen er etableret i løbet af de seneste to regnskabsår og baseret på langvarige lejemål, forventedes på etableringstidspunktet at nå et rentabelt niveau indenfor et til to år under den daværende økonomiske situation, men udviklingen i den amerikanske økonomi har forlænget denne periode.

I regnskabsåret valgte Bang & Olufsen midlertidigt at neddrosle etableringen af nye B1 butikker i USA. Der blev sat fokus på at tilføre ledelses- og træningsressourcer til de allerede etablerede butikker. De ældre veletablerede butikker klarede sig relativt bedst grundet deres eksisterende net af loyale kunder, hvorfor indsatsen blev koncentreret om de nyetablerede butikker. Et intensiveret fokus på salg af større hjemmeinstallationer, der i stigende grad vinder frem på det amerikanske marked, er også iværksat.

Trods de meget skuffende resultater og den vanskelige situation er USA fortsat et væsentligt langsigtet vækstmarked for Bang & Olufsen, og de igangsatte forbedringstiltag videreføres, men også i det kommende år må vi påregne tab i USA.

Udviklingen vendt i Skandinavien

Danmark

Det danske marked udviklede sig tilfredsstillende, idet det lykkedes at få vendt den gennem flere år negative omsætningsudvikling. Omsætningen blev således på 475 mio. DKK mod 467 mio. DKK sidste år, altså en vækst på 8 mio. DKK eller 2 procent, og Danmark er i dag Bang & Olufsens tredje største marked.

Omsætningen hidrører primært fra organisk vækst i den etablerede B1 distribution. Der vil fortsat blive arbejdet på at højne kvaliteten i den danske distribution.

Der er i årets løb etableret to nye B1 butikker i Danmark, således at det danske marked nu tegner sig for 32 B1 butikker og 259 øvrige butikker.

Sverige

På det svenske marked blev omsætningen på 105 mio. DKK mod 112 mio. DKK sidste år, altså en omsætningstilbagegang på 7 mio. DKK. I lokal valuta er der tale om en lille omsætningsfremgang på 2 procent.

Tommie Lindberg er per 1. august 2002 ansat som ny lande-direktør.

Der er i årets løb etableret 2 nye B1 butikker, således at det svenske marked nu tegner sig for 19 B1 butikker og 35 øvrige butikker.

Norge

Det norske marked byder efter flere år med faldende omsætning nu på beskeden fremgang. Årets omsætning var således på 66 mio. DKK mod 64 mio. DKK sidste år - en vækst på 2 mio. DKK eller 2 procent i lokal valuta.

I årets løb er der på det norske marked opgraderet 2 øvrige butikker til B1 butikker, således at det norske marked nu tegner sig for 16 B1 butikker og 20 øvrige butikker.

Holland femte størst

I Holland, som er Bang & Olufsens femte største marked, og som i modsætning til de øvrige markeder drives af en distributør, blev årets omsætning på 291 mio. DKK mod 248 mio. DKK sidste år. Altså en vækst på 43 mio. DKK eller 17 procent i lokal valuta.

Der er i årets løb etableret 5 B1 butikker på det hollandske marked, der nu tegner sig for i alt 35 B1 butikker og 118 øvrige butikker.

Flot resultat i Spanien/Portugal

Det spansk/portugisiske marked opnåede i regnskabsåret en omsætning på 190 mio. DKK mod 156 mio. DKK sidste år, svarende til en vækst på 34 mio. DKK eller 22 procent i lokal valuta.

Den positive salgsudvikling skyldes primært, at det er lykkedes de spanske og-portugisiske organisationer at skabe en god udvikling af såvel nye som etablerede B1 butikker på de to markeder. Således var fremgangen i de mere end 2 år gamle butikker på 16%.

Der er i årets løb etableret 6 nye B1 butikker på det spansk/portugisiske marked, således at der nu i alt er 74 B1 butikker.

Fortsat vækst i Frankrig

Det franske marked opnåede i regnskabsåret en omsætning på 216 mio. DKK mod 200 mio. DKK sidste år, svarende til en vækst på 16 mio. DKK eller 9 procent i lokal valuta.

På det franske marked er der i årets løb etableret 4 nye B1 butikker og opgraderet yderligere 4 øvrige til B1 butikker, således at Frankrig nu tegner sig for 49 B1 butikker og 19 øvrige butikker.

Alberto de Lucio, direktør for det spansk/portugisiske marked, vil som led i en yderligere sammenkædning af de sydeuropæiske markeder per 1. oktober 2002 overtage det daglige ansvar også for det franske marked.

Positivt italiensk marked

Det italienske marked præsterede i regnskabsåret en omsætning på 206 mio. DKK mod 198 mio. DKK sidste år, en vækst på 8 mio. DKK eller 4 procent i lokal valuta.

I Italien er der i årets løb etableret 7 B1 butikker og opgraderet yderligere 1 øvrig butik til B1 butik, og det italienske marked tegner sig nu for i alt 42 B1 butikker og 85 øvrige butikker.

Kvalitetsløft i Belgien

I Belgien blev omsætningen i regnskabsåret på 92 mio. DKK mod 87 mio. DKK sidste år, hvilket svarer til en vækst på 5 mio. DKK eller 6 procent i lokal valuta.

På det belgiske marked arbejdes der på at reducere antallet af multibrandbutikker samt løfte kvaliteten i de resterende butikker. I årets løb blev det samlede antal butikker i Belgien reduceret fra 65 til 61. Der blev etableret 5 nye B1 butikker, således at der nu er 13 B1 butikker og 48 øvrige butikker på det belgiske marked.

Yderligere fremgang i Japan

På det japanske marked blev omsætningen i regnskabsåret på 76 mio. DKK mod 68 mio. DKK sidste år. Dette svarer til en vækst på 8 mio. DKK eller 24 procent i lokal valuta. Dermed er Japan et af de hurtigst voksende markeder i Bang & Olufsen koncernen.

I årets løb blev der på det japanske marked etableret 8 nye B1 butikker og opgraderet yderligere 1 øvrig til B1 butik. Japan tegner sig således nu for 18 B1 butikker samt 21 øvrige butikker.

Øvrige asiatiske markeder i vækst

På de asiatiske markeder, der omfatter Singapore, Hong Kong, Malaysia, Korea, Taiwan, Thailand, Indonesien og Australien og har hovedsæde i Singapore, nåede omsætningen i regnskabsåret 141 mio. DKK mod 120 mio. DKK sidste år, altså en vækst på 21 mio. DKK.

Resultatet skyldes en god og solid udvikling i distributionen samt en forstærket indsats på de enkelte markeder.

Der er i årets løb etableret 9 B1 butikker på de asiatiske markeder, der således tegner sig for i alt 35 B1 butikker. Der er ingen øvrige butikker på de asiatiske markeder.

Expansion Markets

Expansion Markets, der omfatter Rusland, Mellemøsten, Sydamerika, Afrika og de østeuropæiske markeder, tegnede sig i regnskabsåret for en omsætning på 99 mio. DKK mod 92 mio. DKK sidste år, svarende til en vækst på 7 mio. DKK eller 7 procent i lokal valuta. Tallene er korrigerede for, at Expansion Markets i regnskabsåret 2000/01 også omfattede de asiatiske markeder.

Ekspansion Markets har i regnskabsåret koncentreret indsatsen om at skabe organisk vækst i den eksisterende distribution.

I årets løb er der på Expansion Markets etableret 4 nye B1 butikker. Expansion Markets har nu i alt 46 B1 butikker og 19 øvrige butikker.

Større omsætning med færre butikker

Der blev i regnskabsåret i alt etableret 76 nye B1 butikker. Yderligere blev 27 øvrige butikker opgraderet til B1 butikker.

Samtidig blev der lukket 26 B1 butikker og nedgraderet 4 butikker, som siden deres etablering ikke har levet op til forventningerne. Nettotilgangen af B1 butikker i løbet af året har således været på 73 B1 butikker.

Der er i alt 618 B1 butikker verden over, fordelt med 461 B1 butikker i Europa, 58 i Nordamerika, 18 i Japan, 35 på de asiatiske markeder og 46 på Expansion Markets. Omsætningen i B1 butikker med to fulde års drift steg i gennemsnit med 6 procent.

Ved regnskabsårets start blev der forhandlet Bang & Olufsen produkter via 669 shop in shop butikker. Dette tal er per 31. maj 2002 reduceret med 9 butikker til 660 butikker. Herudover sælges Bang & Olufsens produkter via en række andre autoriserede butikker.

Totalt blev der den 31. maj 2002 solgt Bang & Olufsen produkter i 1.919 butikker verden over. Det er 98 færre end året før. Hovedparten af disse butikker er lukket af ejerne selv på grund af den generelle markedsudvikling, hvor især de mindre butikker får det sværere i konkurrencen.

Ved indgangen til regnskabsåret var godt 1.000 brugere koblet på Bang & Olufsens internetbaserede forhandlersystem til blandt andet online ordre-afvikling, og ultimo regnskabsåret er der 1.715 brugere af systemet.

Bang & Olufsen Telecom

Ved indgangen til selskabets regnskabsår er Bang & Olufsen Telecom a/s' hidtidige produktionsafsnit i forbindelse med koncernens opdeling i nye forretningsenheder overgået til Bang & Olufsen Operations a/s. Som følge af dette kan sammenligninger i forhold til tidligere år udelukkende foretages på selskabets omsætning.

Bang & Olufsen Telecoms omsætning blev i regnskabsåret på 263 mio. DKK mod 244 mio. DKK sidste år, en vækst på 19 mio. DKK eller 8 procent. Denne udvikling ses som tilfredsstillende i betragtning af, at selskabet i samme periode har foretaget en kraftig oprydning i den specialiserede teledistribution. Denne oprydningsproces er gennemført med det formål at styrke Bang & Olufsens generelle kvalitetsimage i den specialiserede telefaghandel. Oprydningsprocessen har betydet, at omsætningen i denne kanal er faldet med 17 mio. DKK.

Selskabets trådløse produkter, BeoCom 6000 og BeoCom 2, har i regnskabsåret haft en meget positiv salgsudvikling. Således andrager det trådløse produktprogram nu 77 procent af selskabets omsætning.

Årets ordinære resultat før skat blev negativt med godt 10 mio. DKK.

Selskabet har i årets løb foretaget en gennemgribende organisatiorisk omlægning. Et nyt ledelsesteam har efterfølgende gennemført en reorganisering af såvel udviklings- som salgsfunktionen med henblik på optimering af såvel udviklings- som salgsressourcer, således at lønsomheden øges markant.

Lanceringen af BeoCom 2 er forløbet tilfredsstillende, og BeoCom 6000 blev som planlagt lanceret i en ny, opdateret udgave i slutningen af regnskabsåret.

Bang & Olufsen New Business

Regnskabsårets ordinære resultat før skat blev et underskud på 18 mio. DKK. Dette underskud skyldes dels udvikling af nye forretningsområder, og dels omkostninger forbundet med at opretholde betydelige forskningsaktiviteter inden for lyd.

Som tidligere kommunikeret har Bang & Olufsen New Business i årets løb valgt at stoppe satsningen på højttalere til musik-studier. Beslutningen blev taget grundet et relativt begrænset forretningspotentiale samt et ønske om at koncentrere indsatsen om lyd til biler og om Bang & Olufsen højttalere til distribution ad de sædvanlige kanaler.

New Business har i årets løb gennemført et forstudium på et Bang & Olufsen lydkoncept, der vil kunne anvendes i højkvalitets biler. Det udviklede lydkoncept sætter nye standarder hvad angår design, betjening og lyd. Det er selskabets vurdering, at konceptet vil kunne danne basis for et nyt forretningsgrundlag for Bang & Olufsen, men indtrængen på dette marked er et flerårigt projekt.

Bang & Olufsen Operations

I forbindelse med koncernens opdeling i nye forretningsenheder overtog Bang & Olufsen Operations a/s per 1. juni 2001 produktionen af audio/video-udstyr fra Bang & Olufsen AudioVisual a/s. Ligeledes overtog Bang & Olufsen Operations a/s produktionen af telefoner fra Bang & Olufsen Telecom a/s.

Nedbringelsen af varelagrene har haft høj prioritet, og der er opnået et tilfredsstillende resultat på trods af øget omsætning og relativ større indkøbsvolumen i forbindelse med lancering af plasmateknologi.

Generelt er leveringsevne og præcision i leveringer til forhandlere forbedret i løbet af regnskabsåret. Præcision vil også i det kommende regnskabsår være et væsentligt indsatsområde.

Inden for telefoni-området har Bang & Olufsen Operations gennemført en væsentlig reduktion i de produktionsrelaterede omkostninger i forbindelse med produktion og vareflow optimeringer. Det er besluttet at outsource dele af Bang & Olufsen Telecoms produktprogram i løbet af 2002 og 2003, hvor effekten af dette vil slå igennem.

Investeringsniveauet i driftmidler har været behersket og koncentreret om procesoptimeringer og mindre kapacitetsudvidelser i produktionsapparatet.

Regnskabsårets produktlanceringer

Bang & Olufsen AudioVisual har i regnskabsåret lanceret fem væsentlige produkter.

BeoLab 2, der blev lanceret i juni 2001, er en kraftig subwoofer baseret på ICEpower teknologien. BeoLab 2, hvis form er en kombination af kuben og kuglen, yder 850 Watt trods sin ringe størrelse og kan anvendes sammen med alle Bang & Olufsens produkter, idet den akustiske tilpasning mellem subwoofer og højttalere sker automatisk.

BeoVision Avant DVD, blev lanceret i en 32 tommers version i november 2001 og i en 28 tommers version i marts 2002. BeoVision Avant DVD integrerer en DVD-afspiller i Bang & Olufsens ledende billedrørs-TV, BeoVision Avant. DVD-afspilleren er placeret øverst til venstre i kabinettet og befinder sig dermed i betjeningsvenlig højde. Det digitale DVD-format udnytter til fulde BeoVision Avants høje performance inden for billed- og lydkvalitet.

BeoVision 3 blev lanceret i oktober 2002 og kombinerer en 32 tommers realflat bredformats (16:9) skærm med en diskret, elegant fod. Dette gør det muligt at placere TV'et på et bord, en skænk eller en hylde. BeoVision 3 kan også fås med en designmæssigt integreret sokkel, der gør det muligt at placere TV'et fritstående i rummet.

BeoVision 5, der blev lanceret i april 2002, er Bang & Olufsens første plasma-løsning. Alle Bang & Olufsens kompetencer indenfor billedkvalitet er taget i brug for at udnytte mulighederne i den 42 tommer store plasmaskærm optimalt. De integrerede stereohøjttalere yder op til 96 dB, og resultatet er en oplevelse, der såvel hvad angår billede som lyd langt overgår, hvad markedet ellers kan byde på. Designmæssigt er BeoVision 5 med sin ramme af børstet aluminium inspireret af den klassiske kunst.

BeoSound 2, lanceret i maj 2002, er Bang & Olufsens første bærbare, digitale musikafspiller i lommeformat. BeoSound 2, der er lavet i blankt, rustfrit stål, håndterer musikfiler af formaterne mp3 og wma. Via BeoPlayer, Bang & Olufsens organisator af digital musik, kan musikfiler fra pc'en hurtigt og enkelt overføres til BeoSound 2. Den medfølgende dockingstation sørger både for overførsel af filer samt opladning af afspilleren.

I regnskabsåret blev følgende produktopdateringer lanceret:

BeoLink PC2, der blev lanceret i september 2001, gør det muligt at integrere pc'en i BeoLink systemet. BeoLink PC2 er en lille sort boks, der monteres diskret og kobles sammen med både pc og BeoLink system. Via BeoPlayer er det dermed muligt at lytte til pc'ens digitale musikfiler på højttalerne i stuen eller soveværelset. Ligeledes er det muligt på pc'ens højttalere for eksempel at lytte til den eller de CD'er, man har siddende i sit Bang & Olufsen audio-anlæg.

I oktober 2001 fik BeoSound 3000, Bang & Olufsens mest populære audioprodukt, en designmæssig opdatering i form af en aluminiumsfront.

BeoLab 2500, der ofte sælges sammen med BeoSound 3000, blev i november 2001 lanceret i en version, hvor fronten af højttaleren er lavet i perforeret aluminium - inspireret af BeoSound 1.

Samtidig introduceredes to nye typer af stande. En, beregnet på BeoSound 3000 eller BeoSound Ouverture, og en beregnet på BeoLab 4000, der også ofte vælges som højttaler til BeoSound 3000 eller BeoSound Ouverture.

Prestigefuld teknisk pris til Bang & Olufsen

I regnskabsåret modtog Bang & Olufsen den prestigefulde tekniske pris "Sonic Foundry Outstanding Technical Achievement Award 2002" fra det canadiske BANFF Television Foundation. Inden for TV-branchen og den nye medieindustri er prisen den højeste udmærkelse, man kan opnå for sin tekniske og kreative indsats gennem tiderne.

BANFF Television Foundation begrundede valget af Bang & Olufsen med, at "Bang & Olufsen har forstået at bevare sin kreative skarphed, sit brillante design og sin store teknologiske kunnen gennem mere end 75 år."

Tidligere har kun to virksomheder inden for audio/video branchen modtaget prisen; nemlig Sony og Philips.

Produktlanceringer planlagt i det nye regnskabsår

I det nye regnskabsår lanceres BeoVision 5 på det amerikanske marked. Endvidere planlægger Bang & Olufsen at lancere et nyt opdateret TV inden for den klassiske BeoVision MX familie, samt et audioprodukt med indbygget CD-memory i form af harddisk teknologi, som gør det muligt at opbevare mange timers musik direkte i produktet.

På telefonområdet lanceres en ny trådløs telefon. Der er tale om et stand alone produkt, baseret på simplicitet, funktionalitetsmæssigt såvel som designmæssigt, der vil appellere til mange brugssituationer og passe ind i mange forskellige miljøer.

I slutningen af det ny regnskabsår forventer Bang & Olufsen at lancere to væsentlige produkter, som vil være banebrydende teknologisk såvel som designmæssigt. Der er tale om et nyt audio-center produkt og et akustisk produkt, som vil sætte helt nye standarder for den absolut højeste del af audio-markedet.

Brand-uafhængig forretning

Bang & Olufsen Medicom

Bang & Olufsen Medicom a/s havde i regnskabsåret en omsætning på 297 mio. DKK mod 233 mio. DKK sidste år. Dermed havde Bang & Olufsen Medicom i regnskabsåret en omsætningsvækst på 64 mio. DKK eller 27 procent.

Væksten i omsætningen kan henføres til, at produktionen for Novo Nordisk i regnskabsåret er blevet udvidet, samt til lanceringen af verdens første digitale stetoskop, udviklet sammen med og produceret for en anden af virksomhedens partnere, 3M Littmann. Bang & Olufsen Medicom og 3M Littmann modtog i december 2001 den prestigefulde danske pris "Ingeniørens Produktpris" for stetoskopet.

Forretningen for udviklingskontrakter for andre farmaceutiske og diagnostiske partnere har ligeledes udvist en stabil og positiv udvikling.

Resultatet af den ordinære drift før skat blev på 16 mio. DKK. Tallet er som følge af koncern-omlægningen ikke direkte sammenligneligt med tidligere år.

Udviklingen i omsætning og resultat følger de lagte planer og betragtes dermed som tilfredsstillende.

Bang & Olufsen ICEpower

Omsætningen i Bang & Olufsen ICEpower a/s blev i regnskabsåret på 17 mio. DKK mod 2 mio. DKK sidste år, hvilket ikke indfriede selskabets forventninger.

Omsætningen hidrører fra salg af ICEpower standardprodukter og indtægter realiseret i forbindelse med indgåelse af licensaftale med Sanyo.

Bang & Olufsen ICEpower a/s havde i regnskabsåret et underskud af ordinær drift før skat på 19 mio. DKK, hvilket afspejler den intensive forskning i - og udvikling af - ICEpower teknologien.

På trods af Bang & Olufsen ICEpowers forsinkelse i realiseringen af selskabets forretningspotentiale, er det selskabets vurdering, at Bang & Olufsen ICEpower fortsat står vel positioneret på det voksende marked for "efficient audio power conversion".

Det nye regnskabsår

Det er koncernens skøn, at overgangen til den ny årsregnskabslov, som blandt andet indebærer en aktivering og efterfølgende afskrivning af udviklingsomkostningerne, ikke vil påvirke regnskabsbilledet væsentligt. Der vil i de følgende kvartaler blive rapporteret særskilt på effekten af denne overgang.

Forventninger til regnskabsåret 2002/03

Omsætningsfremgangen i 2001/02 på 11 procent var tilfredsstillende. Den var blandt andet drevet af et meget massivt lanceringsprogram og åbning af 100 nye B1 butikker.

Ved indgangen til det nye regnskabsår har Bang & Olufsen et stærkt produktprogram. Produktudviklingen er fortsat præget af et højt aktivitetsniveau inden for hele produktprogrammet, herunder ikke mindst audio- og akustik-området. De fleste udviklingsaktiviteter vedrører produkter, som først lanceres efter regnskabet 2002/03, mens der for den kommende sæson er planlagt lidt færre nylanceringer end året før. Distributionsudviklingen vil have vægt på konsolidering og vækst i den enkelte butik frem for på åbning af mange nye butikker. I alt forventes åbning af ca. 50 nye B1 butikker. Kommunikationsindsatsen vil være kraftigere end tidligere og have fokus på at skabe øget trafik til butikkerne.

Som følge af usikkerheden på flere vigtige markeder har vi valgt at indrette drifts- og omkostningsniveauet ud fra forventninger om en samlet set moderat vækst på ikke over 5-6 procent. Inden for denne forudsætning har vi målsat at opnå en tilfredsstillende indtjeningsforbedring.

Primært fokusområde er USA, hvor vækst i de enkelte butikker er af altafgørende betydning for en reduktion af driftsunderskuddet. Vi fortsætter den intensive indsats på at opnå denne vækst gennem blandt andet personaleudvikling, produktintroduktion og lokal markedsføring. Det er koncernens mål at reducere det amerikanske underskud mærkbart i indeværende år, men det understreges, at der er tale om en længerevarende indsats.

I det kommende regnskabsår vil der fortsat blive arbejdet på at øge lønsomheden i koncernens mindre selskaber, Telecom, New Business og ICEpower. Ligeledes vil der blive iværksat en række aktiviteter rettet mod at øge produktporteføljens dækningsgrad.

Bang & Olufsen Medicom er fortsat en vigtig forretning i koncernen. Medicom er i vid udstrækning afhængig af dispositioner hos selskabets relativt få store samarbejdspartnere, hvorfor ændringer eller omprioriteringer hos disse øver direkte indflydelse på resultatet.

For regnskabsåret 2002/03 forventer Bang & Olufsen, at investeringerne kan holdes på omtrent samme niveau som i 2001/02, mens produktudviklingsomkostningerne og markedsføringsomkostningerne vil stige.

Årets to første måneder er forløbet tilfredsstillende, og for indeværende år forventer koncernen med udgangspunkt i en moderat omsætningsvækst at nå et resultat før skat på mellem 250 og 265 mio. DKK, hvilket er i overensstemmelse med koncernens tre-års målsætning, udtrykt i fondsbørsmeddelelse af 17. april 2002, om en årlig indtjeningsvækst på 10-15 procent.

Nørby-udvalgets rapport om Corporate Governance

Erhvervsministeriet nedsatte i marts 2001 et udvalg, hvis opgave var at vurdere behovet for anbefalinger for god selskabsledelse i Danmark, og i givet fald komme med konkrete forslag til formuleringen af disse.

Udvalgets arbejde resulterede I "Nørby-udvalgets rapport om Corporate Governance i Danmark - Anbefalinger for god selskabsledelse i Danmark".

Bestyrelsen for Bang & Olufsen a/s har med udgangspunkt i Nørby-udvalgets rapport drøftet det generelle implementeringsniveau af Corporate Governance i bestyrelsens arbejde.

De overordnede principper, der ligger til grund for de konkrete anbefalinger i Nørby-udvalgets rapport, har i en årrække været anvendt i bestyrelsens løbende arbejde.

Nørby-udvalget anbefaler i rapporten, at bestyrelsen vurderer hensigtsmæssigheden af eventuelle vedtægtsbestemmelser om blandt andet stemmedifferentiering, og i årsrapporten redegør for, om ophævelse heraf er ønskelig og mulig.

Bang & Olufsen a/s' aktiekapital er opdelt i A-aktier og B-aktier. Bestyrelsen er af den opfattelse, at den eksisterende fordeling i to aktieklasser for indeværende er hensigtsmæssig for at sikre en kontinuerlig og stabil udvikling i selskabet. Bestyrelsen vil dog løbende vurdere hensigtsmæssigheden af nævnte opdeling.

Nørby-udvalget anbefaler i rapporten, at oplysninger om det enkelte bestyrelses- og direktionsmedlems aktiebaserede incitamentsaflønning bør offentliggøres i selskabets årsrapport.

Medlemmerne af Bang & Olufsens bestyrelse modtager ikke incitamentsaflønning. I betragtning af størrelsen af den incitamentsbaserede aflønning af direktionens medlemmer, anser bestyrelsen det for tilstrækkeligt at opgøre optionspuljen på gruppeniveau.

Nørby-udvalgets rapport indeholder anbefalinger vedrørende direktionsmedlemmernes påtagelse af bestyrelses- og direktionshverv for andre selskaber.

Bestyrelsen for Bang & Olufsen a/s har tidligere besluttet, at direktionsmedlemmerne har tilladelse til at påtage sig to bestyrelsesposter for andre selskaber.

Hvad angår de øvrige konkrete anbefalinger indeholdt i anden del af Nørby-udvalgets rapport, vil bestyrelsen inddrage disse i de fremtidige overvejelser om god selskabsledelse, således at såvel selskabets som de øvrige interessenters interesser varetages på bedst mulig måde.

Bestyrelsens beslutning og indstilling til generalforsamlingen

Bestyrelsen indstiller til generalforsamlingen:

1. At bestyrelsen bemyndiges til - i et tidsrum af 18 måneder fra generalforsamlingens dato - at erhverve indtil 10 procent af selskabets aktiekapital mod et vederlag, der ikke må være mere end 10 procent større eller mindre end den for B-aktierne på Københavns Fondsbørs senest forud for erhvervelsen noterede kurs. Selskabet kan dog i medfør af foranstående bemyndigelse ingensinde erhverve aktier repræsenterende mere end 10 procent af aktiekapitalens stemmerettigheder.

2. At der udbetales 3,50 DKK som i regnskabsåret 2000/01 i udbytte pr. nominel 10 DKK aktie. Den samlede udbetaling bliver således ca. 47 mio. DKK svarende til regnskabsåret 2000/01.

   Det trykte regnskab for 2001/02 udsendes den 25. september 2002.

   Generalforsamlingen afholdes torsdag den 10. oktober 2002 kl. 16.30 på Struer Gymnasium.

/Bilag: 8 sider

Bilag 1

Angående ny forretningsstruktur:

En del af aktiviteterne fra Bang & Olufsen AudioVisual a/s og Bang & Olufsen Telecom a/s er overflyttet til Bang & Olufsen Operations a/s for så vidt angår produktion og logistik. Ligeledes er alle ejendomme samt koncernsupport funktioner overflyttet til Bang & Olufsen a/s. Bang & Olufsen AudioVisual a/s og Bang & Olufsen Telecom a/s har hermed i fremtiden til opgave at varetage salg og udvikling inden for de to selskabers respektive områder.

Herudover er aktiviteterne vedrørende salg af audio/video og tele-produkter til hoteller overflyttet fra New Business til Bang & Olufsen AudioVisual a/s per 1. juni 2001.
Som følge heraf kan sammenligninger af de enkelte selskabers resultater ikke foretages.

Nedenfor nævnte oversigt viser i grove træk udviklingen inden for Branded og Non Branded Business.

Bang & Olufsen (koncernen)

Resultat af ordinær drift før skat

	1. kvartal akkumuleret		**2. kvartal akkumuleret**		**3. kvartal akkumuleret**		**4. kvartal akkumuleret**	
(mio. DKK)	2001/02	2000/01	2001/02	2000/01	2001/02	2000/01	2001/02	2000/01
Bang & Olufsen AudioVisual a/s	(3,6)		84,4		168,8		181,2	
Bang & Olufsen Operations a/s	-		35,2		56,7		94,3	
Bang & Olufsen Telecom a/s	(0,8)		(1,8)		(5,3)		(10,4)	
Bang & Olufsen New Business a/s	(5,7)		(12,5)		(15,6)		(17,7)	
Bang & Olufsen a/s	(1,2)		(0,2)		0,7		(18,6)	
Branded Business	**(11,3)**	**(19,3)**	**105,1**	**127,0**	**205,3**	**202,1**	**228,8**	**200,5**
Bang & Olufsen Medicom a/s*	(3,6)	4,0	3,3	10,4	10,0	16,8	16,1	34,2
Bang & Olufsen ICEpower a/s	(4,9)	(1,3)	(10,2)	(2,8)	(14,7)	(5,3)	(19,1)	(10,5)
Non Branded Business	**(8,5)**	**2,7**	**(6,9)**	**7,6**	**(4,7)**	**11,5**	**(3,0)**	**23,7**
Total	**(19,8)**	**16,6**	**98,2**	**134,6**	**200,6**	**213,6**	**225,8**	**224,2**
Fondsbørsmeddelelser	(20)		98		201		226	

Parentes angiver negative beløb eller beløb, der skal fratrækkes.

* Grundet ændringer i koncernens afregningspriser er resultatet for Bang & Olufsen Medicom a/s ikke 100% sammenligneligt med sidste regnskabsår.

Bilag 2

Resultatopgørelse

Bang & Olufsen a/s

(mio. DKK)	Koncern 2001/02	Koncern 2000/01
Nettoomsætning	**4.212,0**	**3.810,0**
Produktionsomkostninger	(2.585,5)	(2.329,5)
Bruttoresultat	**1.626,5**	**1.480,5**
Produktudviklingsomkostninger	(333,2)	(298,0)
Distributions- og marketingomkostninger	(914,2)	(781,2)
Administrationsomkostninger mv.	(121,2)	(130,2)
Resultat af primær drift	**257,9**	**271,1**
Resultat af ordinær drift i associeret selskab	2,8	3,4
Finansieringsindtægter	17,9	16,9
Finansieringsomkostninger	(53,0)	(67,2)
Finansiering, netto	(35,1)	(50,3)
Resultat af ordinær drift før skat	**225,6**	**224,2**
Skat af ordinært resultat	(88,9)	(76,3)
Årets resultat	**136,7**	**147,9**
Heraf minoritetsandel	10,3	5,6
Bang & Olufsen a/s' andel af årets resultat	**147,0**	**153,5**

Parentes angiver negative beløb eller beløb, der skal fratrækkes.

Bilag 3

Aktiver

Bang & Olufsen a/s

(mio. DKK)	Koncern 31/5-02	Koncern 31/5-01
Immaterielle anlægsaktiver		
Erhvervede rettigheder	13,2	13,8
Immaterielle anlægsaktiver i alt	13,2	13,8
Materielle anlægsaktiver		
Grunde og bygninger	332,7	334,5
Tekniske anlæg og maskiner	327,1	367,1
Andre anlæg	129,9	147,0
Indretning af lejede lokaler	67,5	61,7
Forudbetalinger for materielle anlægsaktiver og materielle anlægsaktiver under udførelse	50,6	46,8
Materielle anlægsaktiver i alt	907,8	957,1
Finansielle anlægsaktiver		
Kapitalandele i associeret selskab	8,0	5,9
Andre tilgodehavender	27,6	28,0
Finansielle anlægsaktiver i alt	35,6	33,9
Anlægsaktiver i alt	**956,6**	**1.004,8**
Varebeholdninger		
Råvarer	239,8	254,7
Varer under fremstilling	52,4	52,8
Reservedele	141,5	128,6
Færdigvarer	218,7	249,3
Varebeholdninger i alt	652,4	685,4
Tilgodehavender		
Tilgodehavender fra salg	508,1	454,5
Tilgodehavende udbytte	2,0	2,0
Andre tilgodehavender	64,3	96,3
Udskudte skatteaktiver	24,9	-
Periodeafgrænsningsposter	3,2	5,5
Tilgodehavender i alt	602,5	558,3
Likvide beholdninger	164,4	53,0
Omsætningsaktiver i alt	**1.419,3**	**1.296,7**
Aktiver i alt	**2.375,9**	**2.301,5**

Bilag 4

Passiver

Bang & Olufsen a/s

(mio. DKK)	Koncern 31/5-02	Koncern 31/5-01
Egenkapital		
Selskabskapital	134,1	133,9
Overkurs ved aktieemission	2,8	2,1
Overført overskud	1.107,2	1.010,9
Egenkapital i alt	**1.244,1**	**1.146,9**
Minoritetsinteresser	**-**	**1,3**
Hensættelser		
Udskudte skatteforpligtelser	6,8	54,3
Øvrige hensættelser	51,7	44,5
Hensættelser i alt	**58,5**	**98,8**
Langfristet gæld		
Prioritetsgæld	181,3	198,8
Kreditinstitutter	202,4	187,5
Langfristet gæld i alt	383,7	386,3
Kortfristet gæld		
Afdrag på langfristet gæld i det kommende år	48,0	27,5
Kreditinstitutter	15,8	88,5
Leverandører af varer og tjenesteydelser	183,7	186,5
Gæld til associeret selskab	6,9	1,9
Selskabsskat	68,4	25,5
Anden gæld	319,9	291,4
Udbytte for regnskabsåret	46,9	46,9
Kortfristet gæld i alt	689,6	668,2
Gæld i alt	**1.073,3**	**1.054,5**
Passiver i alt	**2.375,9**	**2.301,5**

Bilag 5

Egenkapitalopgørelse

Bang & Olufsen a/s (koncern)

(mio. DKK)	Aktiekapital	Overkurs ved aktie-emission	Reserve efter indre værdis metode	Overført overskud	I alt
Egenkapital 1. juni 2001	**133,9**	**2,1**	**-**	**1.010,9**	**1.146,9**
Kapitalforhøjelse anvendt til medarbejderaktier	0,2	0,7	-	-	0,9
Skat af medarbejderaktier	-	-	-	0,4	0,4
Valutakursregulering af investering i datterselskaber	-	-	-	(3,4)	(3,4)
Afskrivning af koncerngoodwill	-	-	-	(2,4)	(2,4)
Egenkapitalreguleringer i datterselskaber	-	-	-	(1,6)	(1,6)
Udbytte af egne aktier	-	-	-	3,2	3,2
Overført af årets resultat	-	-	-	100,1	100,1
Egenkapital 31. maj 2002	**134,1**	**2,8**	**-**	**1.107,2**	**1.244,1**

Egenkapital 1. juni 2000	**133,9**	**2,1**	**-**	**922,0**	**1.058,0**
Valutakursregulering af investering i datterselskaber	-	-	-	4,3	4,3
Egenkapitalreguleringer i datterselskaber	-	-	-	(1,5)	(1,5)
Afskrivning af koncerngoodwill	-	-	-	(11,4)	(11,4)
Opskrivning af egne aktier anvendt til jubilæumsgratiale	-	-	-	24,1	24,1
Uddeling af egne aktier som jubilæumsgratiale	-	-	-	(24,1)	(24,1)
Skat af jubilæumsgratiale	-	-	-	7,2	7,2
Nedskrivning af egne aktier	-	-	-	(21,6)	(21,6)
Udbytte af egne aktier	-	-	-	5,3	5,3
Overført af årets resultat	-	-	-	106,6	106,6
Egenkapital 31. maj 2001	**133,9**	**2,1**	**-**	**1.010,9**	**1.146,9**

Parentes angiver negative beløb eller beløb, der skal fratrækkes.

Bilag 6

Pengestrømsopgørelse

Bang & Olufsen a/s, koncernen

(mio. DKK)	2001/02	2000/01
Årets resultat	147,0	153,5
Af- og nedskrivninger	184,5	171,1
Reguleringer	119,7	118,2
Ændring i driftskapital	8,1	(170,1)
Cash flow fra drift før finansielle poster	459,3	272,7
Renteindbetalinger og lignende	17,9	16,9
Renteudbetalinger og lignende	(53,0)	(67,2)
Cash flow fra ordinær drift	424,2	222,4
Betalt selskabsskat	(81,4)	(84,8)
Cash flow fra driftsaktivitet	**342,8**	**137,6**
Køb af immaterielle anlægsaktiver	(3,7)	(53,8)
Køb af materielle anlægsaktiver	(150,0)	(221,8)
Køb af finansielle anlægsaktiver	0,4	-
Ændring i finansielle tilgodehavender	-	13,9
Udbytte fra associeret selskab	-	2,0
Salg af immaterielle anlægsaktiver	2,2	2,7
Salg af materielle anlægsaktiver	7,9	14,3
Cash flow fra investeringsaktivitet	**(143,2)**	**(242,7)**
Optagelse af langfristet gæld	44,9	51,0
Nedbringelse af langfristet gæld	(27,0)	(20,6)
Finansiering af minoritetsinteresser	9,0	6,9
Salg/køb af egne aktier	-	(21,6)
Skat vedrørende afhændelse af egne aktier	-	7,2
Opskrivning af aktier anvendt til medarbejderaktier	0,9	-
Skat vedrørende medarbejderaktier	0,4	-
Provenu fra kapitalforhøjelse samt udbytte fra egne aktier	3,2	5,2
Betalt udbytte	(46,9)	(80,4)
Cash flow fra finansieringsaktivitet	**(15,5)**	**(52,3)**
Ændring i likvider - Årets cash flow	**184,1**	**(157,4)**
Likvider 1. juni	(35,5)	121,9
Likvider 31. maj	**148,6**	**(35,5)**

Parentes angiver negative beløb eller beløb, der skal fratrækkes.

Bilag 7

Finansiering

Bang & Olufsen a/s

(mio. DKK)	Koncern 2001/02	Koncern 2000/01
Finansieringsindtægter		
Renteindtægter fra kreditinstitutter	2,8	1,9
Kontantrabatter	8,5	8,5
Øvrige renteindtægter	6,6	6,5
	17,9	16,9
Finansieringsomkostninger		
Renter af gæld til kreditinstitutter	21,3	17,4
Renter af prioritetsgæld	11,3	13,1
Kurstab på fremmed valuta	9,7	25,9
Kontantrabatter	5,1	5,3
Øvrige renteomkostninger	5,6	5,5
	53,0	67,2

Ændring i driftskapital

Bang & Olufsen a/s

(mio. DKK)	Koncern 2001/02	Koncern 2000/01
Ændring i driftskapital		
Ændring i tilgodehavender	(55,6)	(28,9)
Ændring i varebeholdninger	28,3	(101,3)
Ændring i leverandørgæld m.v.	30,7	(39,9)
	3,4	(170,1)

Parentes angiver negative beløb eller beløb, der skal fratrækkes.

Bilag 8

Omsætning og distribution, Bang & Olufsen AudioVisual a/s

Omsætningen fordelt på markeder

(mio. DKK)	Koncern Omsætning 2001/02	Vækst i lokal valuta
Tyskland	579	3%
Storbritannien	559	25%
Danmark	475	2%
USA	380	20%
Holland	291	17%
Schweiz	283	(2%)
Frankrig	216	9%
Italien	206	4%
Spanien/Portugal	190	22%
Asiatiske markeder	141	19%
Sverige	105	2%
Expansion Markets	99	7%
Belgien	92	6%
Japan	76	24%
Norge	66	2%
Østrig	58	1%
Øvrige	36	
	3.852	

Parentes angiver negativt fortegn.

Udviklingen i antal butikker for Bang & Olufsen AudioVisual a/s

Butikssegment	Antal butikker pr. 31/5-02	Ændringen i perioden 1/6-01 - 31/5-02	Omsætnings-fordeling pr. segment
B1	618	73	61%
Shop in shop	660	(9)	24%
Øvrige	641	(162)	15%
I alt	1,919	(98)	100%

Parentes angiver negativt fortegn.

Definitioner af butikssegmenter:

B1	Butikker, der udelukkende forhandler Bang & Olufsen produkter.
Shop in shop	Butikker med dedikeret salgsområde til Bang & Olufsen produkter.