

Bang & Olufsen delårsrapport Q3 21/22:

Bang & Olufsen opnåede tocifret vækst for syvende kvartal i træk

Selskabet leverede en omsætningsvækst på 10% og et positivt EBIT før særlige poster. I Q3. Bang & Olufsen fortsatte med at gøre fremskridt i tråd med turnaround-strategien og opnåede tocifret vækst for syvende kvartal i træk.

Væksten i Q3 var drevet af både produktsalg og Brand Partnering. Den positive udvikling i sell-out fortsatte ligeledes, hvilket understreger den solide efterspørgsel efter B&O-produkter blandt kunder på tværs af markederne. Den globale komponentmangel havde en negativ indvirkning på både omsætning, især inden for Staged og Flexible Living-kategorierne, og omkostninger. EBIT-margin før særlige poster var 0,7% og frie pengestrømme udgjorde DKK -14m som følge af højere komponentomkostninger, der var på over DKK 65m i kvartalet.

Selskabet fastholder omsætningsforventningerne for 2021/22. Selskabet forventer, at det høje omkostningsniveau for komponenter og logistik fra Q3 vil fortsætte igennem resten af regnskabsåret og påvirke såvel indtjening og frie pengestrømme negativt. Derfor forventer selskabet, at EBIT-marginen før særlige poster og de frie pengestrømme vil lande i den lave ende af spændet. Derudover er usikkerheden relateret til de globale leverandørkæder og forbrugerefterspørgsel steget som følge af højere inflation, Ruslands invasion af Ukraine og COVID-19 nedlukninger i Kina.

Adm. direktør Kristian Teär udtaler:

“For syvende kvartal i træk leverede vi tocifret vækst. Det gjorde vi på trods af de vedvarende udfordringer med de globale leverandørkæder. Dette skyldtes især det hårde arbejde fra vores partnere og medarbejdere, og jeg vil gerne takke dem for deres store indsats. I Q3, påvirkede den globale mangel på komponenter både vores omkostninger og produkttilgængeligheden, og vi forventer, at dette fortsætter i et stykke tid. Derudover, ser vi højere usikkerhed relateret til forbrugerefterspørgsel som følge af højere inflation, Ruslands tragiske invasion af Ukraine og COVID-19 nedlukninger i Kina.”

“Vores strategi virker, og vi fortsatte med at bygge robusthed i Q3. Vi rekrutterede nøglepersoner til vores teams, særligt inden for ingeniørområdet, salg og -marketing i regionerne, for at sikre, at vi har de rigtige kompetencer til fremtiden. Vi fortsatte med at se høj kundefølsomhed på tværs af markeder, kundebasen voksede med 25%, og vi lancerede nye produkter. Vi introducerede en ny version af vores gaming-hovedtelefon for at styrke vores position på det hurtigt voksende gaming-marked. Derudover introducerede vi Beosystem 72-22 som en del af vores Classics-program, der understreger vores unikke kompetencer og produkters lange levetid, som er en afgørende differentiator for os.”

Finansielle highlights

- Som følge af de stabile fremskridt med strategieksekveringen øgede selskabets omsætning med 10% i lokale valutaer i Q3. Dette var syvende kvartal i træk med tocifret vækst.
- Den positive udvikling i sell-out fortsatte i kvartalet med like-for-like sell-out vækst på 6%. Den realiserede omsætning fra produktsalg voksede med 10% i lokale valutaer. Asia og Americas drev den største vækst, mens EMEA var på linje med Q3 sidste år som følge af høje sammenligningstal i multibrand.
- Komponentmangel havde fortsat en negativ indvirkning på især Staged og Flexible Living-kategorierne, men også på licensindtægter relateret til bilindustrien. De nye licenspartnere bidrog imidlertid positivt i Q3, hvilket afbødede faldet relateret til bilindustrien.
- Bruttomarginen faldt med 0,9pp til 44,0%. Bruttomarginen fra produktsalg faldt med 0,6pp til 38,7%, drevet af højere komponent- og logistikomkostninger, som beløb sig til over DKK 65m og reducerede produktbruttomarginen med ca. 9pp (Q3 20/21: 2,5pp). Effekten blev delvis opvejet af ændringer i produktmix samt prisstigninger.
- EBIT-marginen før særlige poster var 0,7% (Q3 20/21: 4,9%). På trods af den væsentlige påvirkning fra højere komponentomkostninger var selskabet fortsat profitabelt som følge af strategien og forbedret robusthed i forretningen.
- Indtjeningen for perioden blev et tab på DKK 16m mod et overskud på DKK 13m sidste år.
- De frie pengestrømme var DKK -14m (Q3 20/21: DKK 8m). Faldet i forhold til Q3 sidste år skyldtes højere komponentomkostninger og højere CAPEX.
- Den tilgængelige likviditet var DKK 511m (Q2 21/22: DKK 534m).
- For regnskabsårets første ni måneder opnåede Bang & Olufsen 19% omsætningsvækst i lokal valuta, EBIT før særlige poster på DKK 42m (9M 20/21: DKK 23m) og positive frie pengestrømme på DKK 18m (9M 20/21: DKK 85m). Resultatet var negativt påvirket af ekstra komponent- og logistikomkostninger på mere end DKK 150m.

Fremdrift på strategi

Strategieksekveringen var igen i Q3 negativt påvirket af komponentmangel.

Marketingaktiviteter blev tilpasset for at tage højde for produkttilgængelighed.

- De seks europæiske kernemarkeder oplevede solid efterspørgsel med sell-out vækst på 10%. Den realiserede omsætning faldt imidlertid med 10% i lokale valutaer, især som følge af høje sammenligningstal i multibrand sidste år.
- De to asiatiske kernemarkeder voksede med 28% i lokale valutaer. Sell-out lå på samme niveau som sidste år. Væksten i sell-out var lavere end sell-in i multibrand og etail-kanalerne grundet selskabets overgang til nye distributionspartnere. Derudover faldt det kinesiske nytår tidligt i år og påvirkede dermed antallet af sell-out dage i Q3.
- Americas voksede med 32% i lokale valutaer, drevet af alle produktkategorier og distributionskanaler. Like-for-like sell-out voksede med 18%.
- Kundebasen voksede med 25% ÅTD. Gennem retargeting af eksisterende kunder opnåede selskabet en stigning på 32% i antal kunder, der ejer to eller flere B&O-produkter.

Forventninger

Selskabet fastholder forventningerne til regnskabsåret 2021/22, men grundet højere komponentomkostninger forventer selskabet nu, at EBIT-marginen før særlige poster og de frie pengestrømme at være i den lave ende af spændet. Forventningerne er som følger:

- Omsætning: DKK 2,9mia til DKK 3,1mia
- EBIT-margin før særlige poster: 2-4%
- Frie pengestrømme: DKK 0m til DKK 100m

Forventningerne er baseret på en række forudsætninger, inklusive ophør af aktiviteter i Rusland og Belarus siden 24. februar 2022. Forventningerne er underlagt øget usikkerhed relateret til leverandørkæder og forbrugerefterspørgsel grundet højere inflation, krigen i Ukraine og COVID-19 lockdowns (se side 18 i delårsrapporten for 9M 2021/22).

Webcast for analytikere og investorer

Selskabet vil den 7. april 2022 afholde en webcast kl. 10:00 CEST, hvor resultatudviklingen for Q3 21/22 vil blive præsenteret.

Webcasten kan tilgås via <https://streams.eventcdn.net/bo/q3202122>

DK: +45 7872 3250

UK: +44 333 300 9265

US: +1 646 722 4902

For yderligere information, kontakt venligst:

Martin Raasch Egenhardt

Investor Relations

Tlf.: +45 5370 7439

Jens Bjørnkjær Gamborg

Group Communications & Sustainability

Tlf.: +45 2496 9371