

Bang & Olufsen delårsrapport Q1 2021/22:

## **Positiv EBIT-margin og frie pengestrømme drevet af 44% omsætningsvækst**

Selskabet fortsatte med at eksekvere på turnaround-strategien, og bevarede det stærke momentum fra sidste år. Bang & Olufsen leverede i Q1 et positivt EBIT før særlige poster og positive frie pengestrømme for første gang siden regnskabsåret 2007/08.

Omsætningsvæksten voksede 44% i lokale valutaer. Selskabet leverede vækst på tværs af alle regioner og produktkategorier, forbedrede bruttomarginen og fik gavn af den fulde run rate-effekt af det omkostningsprogram, der blev implementeret sidste år.

Adm. direktør Kristian Teär udtaler:

“Vi glæder os over de fremskridt, vi gjorde i første kvartal. På trods af pandemien og de fortsatte udfordringer med globale forsyningskæder har det hårde arbejde fra vores medarbejdere og partnere hjulpet os til at levere 44% vækst og et profitabelt 1. kvartal for første gang siden 2007/08. Resultaterne var drevet af solid vækst på tværs af alle regioner og produktkategorier samt den fulde effekt af vores omkostningsprogram.”

“Vi er gået ind i anden fase af vores turnaround, hvor vi har fokus på at bygge mere robusthed i forretningen og samtidig levere tocifret vækst og forbedre vores profitabilitet. Vi gjorde store fremskridt inden for vores strategiske fokusområder i første kvartal. Vi udvidede vores kundebase, styrkede organisationen, lancerede nye produktinnovationer, fortsatte vores digitale transformation og forbedrede kundeoplevelsen. Alt i alt er vi glade for at se, at vores strategi virker, og at vi er på rette spor i forhold til at indfri vores forventninger til året.”

### **Finansielle highlights for Q1 2021/22**

- Omsætningsvækst voksede 44% i lokale valutaer på tværs af alle regioner og produktkategorier.
- Flexible Living bevarede det høje momentum fra sidste år og voksede med 87%. Væksten i Staged og On-the-go-kategorierne var henholdsvis 35% og 48%. Væksten var i alle produktkategorier drevet af både eksisterende og nye produkter.
- Udfordringerne relateret til komponentmanglen fortsatte og påvirkede både vækst og marginer negativt. Det lykkedes selskabets sourcing-team fortsat at skaffe komponenter igen i Q1, men der er stadig længere leveringstid på specifikke produkter – især i Staged-kategorien.
- Bruttoresultatet var DKK 299m (Q1 20/21: DKK 198m), svarende til en bruttomargin på 44,8% (Q1 20/21: 42,8%). Marginforbedringen var drevet af en 4,4pp stigning i bruttomarginen fra produktsalg som følge af et favorabelt produktmix, prisstigninger og bedre forhold mellem omsætning og faste omkostninger. Forbedringen var delvis opvejet af højere komponent- og logistikomkostninger.
- EBIT var DKK 7m (Q1 20/21: DKK -49m), svarende til en EBIT-margin på 1,1% (Q1 20/21: -9,0%).

- EBIT før særlige poster var DKK 9m, svarende til en margin på 1,4% (Q1 20/21: -8,4%).
- Periodens resultat blev et overskud på DKK 1m (Q1 20/21: DKK -49m).
- De frie pengestrømme var DKK 21m (Q1 20/21: DKK -62m), understøttet af EBITDA.
- Den tilgængelige likviditet var stabil på DKK 608m (Q4 20/21: DKK 593m).

### **Fremdrift på strategiske prioriteter**

Strategieksekveringen fortsatte, hvilket resulterede i profitabel vækst samtidig med at der blev opbygget robusthed i forretningen.

- Selskabet ansatte 85 nye medarbejdere, især inden for software- og teknikområderne, med henblik på at opbygge de rigtige teams, kompetencer og strukturer.
- Der blev lanceret tre produktinnovationer i Q1: Beovision Contour i en 55" version, Beoplay EQ og stereo pairing som en softwareopdatering for produkter på den nye produktplatform.
- For at understøtte produkt- og platformlanceringer blev der implementeret en række markedsføringsinitiativer, herunder en lanceringskampagne for Beoplay EQ med den kinesiske musiker Lay Zhang.
- De seks europæiske og to asiatiske kernemarkeder opnåede henholdsvis 37% og 17% vækst i forhold til sidste år. Omsætningen i Kina var sidste år positivt påvirket af udskudte ordrer fra Q4 året før. Justeret for udskydelsen af ordrer sidste år ville væksten være på godt 30%.
- Brandpartnerskabet og licensaftalen med HP blev fornyet, og selskabet indgik et brand- og licenspartnerskab med Sagemcom.
- Kundebasen voksede med 7,5% i Q1, og selskabet forventer at fortsætte denne positive trend resten af året.

### **Forventninger**

Selskabets forventninger til regnskabsåret 2021/22 fastholdes og 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 og er fortsat underlagt stor usikkerhed på grund af COVID-19 og det generelle pres på forsyningskæderne.

### **Webcast for analytikere og investorer**

Selskabet vil den 6. oktober 2021 afholde en webcast kl. 10:00 CEST, hvor resultatudviklingen for Q1 2021/22 vil blive præsenteret.

Webcasten kan tilgås via <https://streams.eventcdn.net/bo/q1202122>

For at deltage i Q&A kan følgende telefonnumre anvendes:

DK: +45 7872 3251

UK: +44 333 300 9030

US: +1 646 722 4956

For yderligere information, kontakt venligst:

Martin Raasch Egenhardt

Investor Relations

Tlf.: +45 5370 7439

Jens Gamborg

Group Communications

Tlf.: +45 2496 9371