

Bang & Olufsen: Delårsrapport Q2 2020/21

Bang & Olufsen opnåede tocifret vækst for andet kvartal i træk, frie pengestrømme på DKK 139 mio. og et positivt EBIT for første gang siden lanceringen af selskabets nye strategi i april 2020. Den finansielle udvikling blev drevet af god fremdrift med strategieksekveringen og stor efterspørgsel på produkter til hjemmet. Sell-out viste høj efterspørgsel på både Staged og især Flexible Living-produkter. Forventningerne til 2020/21 som opdateret 15. december 2020 fastholdes.

CEO Kristian Teär udtaler:

”Generelt er vi tilfredse med resultaterne i andet kvartal. Som kommunikeret i vores meddelelse i december, leverede vi et positivt EBIT samt tocifret vækst for andet kvartal i træk. Resultaterne var primært drevet af stærk eksekvering på vores strategiske prioriteter, succesfulde produktlanceringer og større kundeefterspørgsel på produkter til hjemmet.”

”Innovative produkter er kernen i Bang & Olufsen, og det har været en hovedprioritet for os at opretholde en høj frekvens af lanceringer i dette regnskabsår. Vi lancerede syv produkter i de første seks måneder, og det bidrog til den positive udvikling i vores finansielle resultater. Produkterne er blevet godt modtaget af vores kunder, og flere af dem er kåret til ”best-in-class” i deres kategori. Vi forventer at lancere mere end fem nye eller opgraderede produkter i de næste to kvartaler og styrke vores i forvejen stærke portefølje.”

”Vi er kommet langt med den første fase af den strategi, vi præsenterede i april. Vi har dog stadig meget arbejde foran os, og vi ser fortsat stor usikkerhed relateret til coronavirus, der påvirker forbrugere, samfund og virksomheder rundt om i verden. Men vi er på rette vej, og det skyldes ikke mindst de mange passionerede medarbejdere og partnere, der på trods af coronavirus, nedlukninger og hjemmearbejde har gjort en kæmpe indsats og tilpasset sig denne ekstraordinære situation. Jeg er meget stolt af det arbejde, de har udført.”

Finansielle highlights for Q2 2020/21

- Omsætningen blev DKK 693 mio. Det var en stigning på 10,5% i forhold til sidste år (12% i lokale valutaer). Væksten sås på tværs af de fleste distributionskanaler og var primært drevet af Flexible Living-kategorien, som steg med 61%. Væksten blev delvist modvirket af lavere efterspørgsel på rejserelaterede produkter. Derudover blev væksten i Staged-kategorien begrænset som følge af reduceret tilgængelighed af Beolab-højttalere grundet komponentmangel.
- Bruttomarginen blev 44,6%. Det var en stigning på 2,1pp i forhold til året før. Marginudviklingen blev negativt påvirket af højere komponent- og logistikomkostninger.

- EBIT blev DKK 25 mio. svarende til en EBIT-margin på 3,6%, en stigning på 15,7pp drevet af højere omsætning og lavere kapacitetsomkostninger. EBIT-marginen før særlige poster blev 4,1%.
- Periodens resultat blev et overskud på DKK 12 mio. mod et underskud på DKK 60 mio. sidste år.
- De frie pengestrømme blev DKK 139 mio. (Q2 19/20: DKK 32 mio.) understøttet af en positiv EBITDA og en reduceret nettoarbejdskapital.
- Den tilgængelige likviditet steg til DKK 582 mio. fra DKK 497 mio. ved udgangen af Q1 2020/21, hvilket skyldes den positive udvikling i frie pengestrømme i kvartalet.

Opfølgning på strategiske initiativer

Eksekveringstempo og momentum fra Q1 blev fastholdt, og virksomheden gjorde gode fremskridt på vigtige strategiske prioriteter:

- Selskabet opretholdte fokus på go-to market eksekvering i de seks europæiske kernemarkeder, der voksede med 13%. Selskabet arbejder med at ændre driftsmodellen for multibrand, og for yderligere at accelerere performance blev Ingram Micro og Tech Data onboardet som nye distributionspartnere i Europa.
- Fire nye og opgraderede produkter blev med succes lanceret i Q2. Selskabet fortsatte arbejdet med sit produkt roadmap og forventer nu at lancere mere end fem nye og opgraderede produkter i andet halvår.
- Igennem Q2 fremskyndede selskabet adskillige digitale initiativer for at mindske COVID-19-indtægtsrisikoen forårsaget af lokale markedsnedlukninger. Eksempler på disse inkluderer: Click & Collect, skalering af direkte-til-forbruger e-handel og styrket kundekommunikation.
- Endelig var der fremdrift på omkostningsreduktionsprogrammet med en målsætning om at spare DKK 175 mio. årligt fra 2021/22, og selskabet realiserede besparelser på DKK 32 mio. i Q2 og DKK 63 mio. i H1 2020/21. Programmets målsætning og timing forbliver uændret.

Forventninger

Selskabets forventninger til 2020/21, opdateret den 15. december 2020, fastholdes:

- Omsætning: DKK 2,3 mia. til 2,5 mia.
(uændret)
- EBIT før særlige poster: DKK -50 mio. til +25 mio.
(uændret)
- Frie pengestrømme: DKK -50 mio. til +100 mio.
(uændret)

Forventningerne er baseret på en række forudsætninger og er desuden underlagt stor usikkerhed på grund af COVID-19.

Webcast for analytikere og investorer

Selskabet vil den 12. januar 2021 afholde en webcast kl. 10:00 CET, hvor den finansielle udvikling for Q2 2020/21 vil blive præsenteret.

Webcasten kan tilgås via: <https://streams.eventcdn.net/bo/202101q2>

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

DK: +45 7872 3251

UK: +44 333 300 9263

US: +1 833 823 0587

For yderligere information, kontakt venligst:

Martin Raasch Egenhardt
Director, Investor Relations
Tlf: +45 5370 7439