

Formandens beretning på William Demant Holding A/S' ordinære generalforsamling tirsdag den 9. april 2013 kl. 16.00

2012 blev et år, hvor William Demant-koncernen ikke helt formåede at holde det høje vækstmomentum, som normalt er synonymt med William Demant. Vi har i de seneste mange år været vant til at levere betydelig organisk vækst og dermed øge indtjeningen, men i 2012 lykkedes det ikke helt at leve op til vores høje ambitionsniveau. Jeg vil her nævne nogle af de faktorer, der har hæmmet os i det forgangne år:

- Vi har kun haft få produktnyheder, og vores Premium-apparater har efterhånden nogle år på bagen.
- Vi har haft svære sammenligningstal, idet salget i både 2010 og 2011 var rigtigt godt.
- Vi har skullet forholde os til struktur- og tilskudsændringer på en række europæiske markeder.

Udviklingen i 2012 viser således med al tydelighed, at vi opererer i et marked, som i høj grad er produktrevet, og at hyppige produktlanceringer er en forudsætning for at vinde markedsandele. Det begrænsede antal lanceringer i 2012 var derfor en væsentlig årsag til, at vi ikke helt levede op til de lagte planer. Alligevel lykkedes det os at opnå en stykvækst i engrossalget af høreapparater, der oversteg markedsvæksten.

De vigtigste økonomiske resultater i 2012 kan opsummeres således:

- Koncernens omsætning nåede op på godt 8,6 milliarder kroner, hvilket er en stigning på 6 %.
- Høreapparatforretningen leverede en vækst på 5 %, som var drevet af valutakursændringer og opkøb af virksomheder.
- Oticon Medical fortsatte med at vinde markedsandele på markedet for benforankrede høreøsninger.
- Diagnostiske Instrumenter leverede en vækst på 18 %, hvoraf 2 procentpoint var organisk vækst.
- Personlig Kommunikation leverede en vækst på 5 %.
- Koncernens resultat af primær drift endte på 1,7 milliarder kroner, hvilket svarer til et fald på 50 millioner kroner.
- De frie pengestrømme før opkøb af virksomheder beløb sig til 782 millioner kroner.

At udviklingen i koncernens omsætning og resultat i 2012 isoleret set blev afdæmpet i forhold til tidligere år, er nu i virkeligheden ikke så overraskende, når man tager i betragtning, at koncernens tre høreapparatbrands i de to foregående år, altså i 2010 og 2011, samlet set leverede en stykvækst i engrossalget på næsten 30 %. Og dette skete tilmed i et marked, der blot er vokset 3-4 % årligt i den samme periode.

Den flotte udvikling siden begyndelsen af 2010 kan uden tvivl tilskrives den markante styrkelse af Oticons produktprogram, der blev sat i gang med lanceringen af Premium-familien Agil i 2010, og som dengang ligeledes markerede begyndelsen på en ny platforms- og produktcyklus. Det stærke salgsmomentum medvirkede til, at vi i årene 2010 og 2011 samlet set forøgede koncernomsætningen med næsten 2,5 milliarder kroner og på den baggrund var i stand til at levere en fremgang i resultat af primær drift på omkring 300 millioner kroner i hvert af de to år.

2012 blev således det sidste år i en periode på tre år med en særdeles vellykket og succesrig teknologisk platform. Men 2012 bar også præg af, at vi ikke havde de helt store produktnyheder, og at flere af vores konkurrenter begyndte at tage til genmæle efter at have været under et ganske alvorligt pres fra vores side i de to foregående år.

Opgjort i værdi vurderer vi, at høreapparatmarkedet i 2012 samlet set udviklede sig fladt eller endog svagt negativt, hvilket blandt andet skyldes, at den gennemsnitlige salgspris kom lidt under pres – primært som følge af miksforskydninger i markedet og en række andre forhold, som jeg kort vil skitsere:

- Vi har set ændrede tilskudssystemer og indkøbsrutiner på en række europæiske markeder, herunder i lande som Holland, Schweiz, Danmark og Norge.
- Vi har set mere aggressive udbudsforløb i enkelte lande.
- Vi har set forhandlere af mere prisbillige løsninger opnå en vis succes, hvilket naturligt skaber øget efterspørgsel efter brands, som i særlig grad leverer god kvalitet til en rimelig pris. Dette er i øvrigt noget, som vi selv nyder godt af, idet vores Bernafon-brand har oplevet solid vækst.
- Sidst, men ikke mindst har vi set et stærkt produktudbud i midt- og lavprissegmenterne hen imod slutningen af de enkelte producenters produktcykler, hvilket har betydet, at markedet oplevede en vis miksforskydning i nedadgående retning. Dette er dog nok, hvad man kan forvente forud for den række af højprislanceringer, som fandt sted i slutningen af 2012 og i begyndelsen af 2013.

Til trods for lidt øget usikkerhed på den korte bane synes jeg, at det er på sin plads her at slå fast, at høreapparatindustrien i forhold til de fleste andre industrier stadig er en meget stabil branche med en stabil konkurrencesituation og en stabil markedsvækst drevet af ændringer i demografien.

Nu vil jeg gerne knytte nogle kommentarer til de enkelte forretningsaktiviteter og brands:

For Oticon, som er koncernens største og mest kendte brand, har jeg allerede gennemgået udviklingen i 2012 i hovedtræk. Men herudover er det selvfølgelig helt afgørende, at Oticon med lanceringen af en helt ny teknologisk platform og Premium-familien Oticon Alta i januar 2013 nu har taget hul på den næste produktcyklus og dermed en periode med fornyet vækst. Efter de første måneder på markedet er feedback fra såvel kunder som slutbrugere meget positiv, og Oticon Altas audiologiske kvaliteter bekræftes desuden i interne og eksterne tests.

Alta repræsenterer et betydeligt løft i forhold til den meget succesfulde Agil-familie, som vel nok har haft status som verdens bedste høreapparat. Uden at jeg bliver for teknisk vil jeg kort fremhæve nogle af de forbedringer, som Alta byder på:

- Den øgede grad af individualisering gør, at Alta i endnu højere grad end tidligere høreapparater kan tilpasses den enkelte brugers unikke præferencer og på samme tid sikre større effektivitet i vores kunders arbejde med slutbrugerne.
- Anti-feedback-systemet i Alta er stærkt forbedret.
- Vi har set en betydelig forbedring af vores samlede udbud af i øret-instrumenter, som er en kategori af apparater, hvor vi historisk set har haft en lidt for lav markedsandel, men hvor vi nu har et produktudbud, som placerer os blandt de bedste producenter.

Koncernen arbejder som bekendt ud fra en såkaldt multi-brand-strategi. Det vil sige, at vi råder over i alt tre forskellige høreapparatbrands med hver sin unikke profil i markedet. Således kan vi i endnu højere grad end hidtil tilbyde alle salgskanaler og kundetyper lige præcis de produkter, som passer bedst til dem. Dette er også grunden til, at vi ud over Oticon, som er vores Premium-brand, også tilbyder Bernafon-produkter og Sonic-produkter til forhandlerne.

2012 var endnu et godt år for Bernafon med flot fremgang understøttet af et attraktivt produktprogram til konkurrencedygtige priser. Dette har været opskriften på vækst for koncernens schweiziske brand. For Sonic, der er vores mindste høreapparatbrand, og som blev indlemmet i koncernen for lidt mere end to år siden, var 2012 præget af en række spændende produktlanceringer. Sonics position som en innovativ og dynamisk samarbejdspartner under et stabilt ejerskab bærer i stigende grad frugt – også for slutbrugerne.

Dette leder mig videre til at tale om vores detailaktiviteter. Detailforretningen udviklede sig samlet set positivt i det forgangne år – ikke mindst set i forhold til markedsvæksten i de lande, hvor koncernen opererer. Specielt i Nordamerika har vi opnået pæn vækst, hvorimod en række europæiske markeder har udviklet sig mindre gunstigt.

I Oticon Medical fortsætter vi med at vinde betydelige markedsandele på markedet for benforankrede høre-løsninger. Oticon Medical er på ganske få år nået op på en fjerdedel af verdensmarkedet baseret på et særdeles konkurrencedygtigt produktprogram og en intens dialog med kirurger over det meste af verden.

At 2013 tegner til at blive endnu et godt år for Oticon Medical, skyldes dog ikke kun vækstpotentialet i den eksisterende forretning. Med overtagelsen i sidste uge af den franske producent af cochlear-implantater, Neurelec, har vi skabt fundamentet for yderligere vækst i mange år fremover. Vores indtræden på markedet for fuldt implantérbare produkter giver os således adgang til et marked, der ud fra et lønsomhedssynspunkt er mindst lige så attraktivt som høreapparatmarkedet, men som er i betydeligt kraftigere vækst.

Købet af Neurelec skal ses som en naturlig forlængelse af koncernens succesfulde satsning på benforankrede høre-løsninger gennem Oticon Medical. Vores solide erfaringsbase i Oticon Medical gør derfor, at vi finder det helt naturligt nu at tage det næste store skridt længere ind på implantatmarkedet.

Vi er meget bevidste om de udfordringer og risici, som især kendetegner den mest invasive del af implantatmarkedet, og som blandt andet er kommet til udtryk ved en række produkttilbagekaldelser blandt Neurelecs konkurrenter. Det er derfor med en god portion ydmyghed, vi nu bevæger os yderligere ind på implantatområdet, men vi vil selvfølgelig heller ikke lægge skjul på, at vi har høje ambitioner på området. Personligt finder jeg det vanskeligt ikke at blive særdeles begejstret over Oticon Medicals og Neurelecs betydelige vækstmuligheder – ikke blot på kort sigt, men så sandelig også på lang sigt.

Nu vil jeg gerne knytte et par kommentarer til udviklingen i koncernens to øvrige forretningsaktiviteter:

Diagnostiske Instrumenter har igen i 2012 udbygget sin globale førerposition inden for audiologisk udstyr og tegner sig efter flere år med flot vækst nu for hele 10 % af koncernomsætningen, hvilket er næsten dobbelt så stor en andel som for bare fem år siden. Ud over en organisk vækst, som ligger på niveau med markedsvæksten, er forretningen blevet yderligere styrket gennem en række strategisk vigtige opkøb. Jeg er overordentlig glad for udviklingen i denne forretning, som ud over at være den mest lønsomme på dette marked også skaber synergi på tværs af koncernens andre aktiviteter.

For forretningsaktiviteten Personlig Kommunikation er det endnu engang Sennheiser Communications, som er vores joint venture på headset-området, der har sikret væksten.

For William Demant-koncernen er det selvfølgelig helt centralt, at vi er meget opmærksomme på at understøtte alle de aktivitetsområder og brands, som jeg netop har gennemgået. Koncernens ambition om at skabe vedvarende vækst i omsætning og indtjening tager udgangspunkt i vores idégrundlag. Heraf fremgår

det blandt andet, at koncernens virksomheder skal fastholde en høj grad af innovation gennem en fleksibel og vidensbaseret organisation. I denne sammenhæng er det naturligvis vigtigt, at vi også har de helt rigtige fysiske rammer.

Vi har derfor netop påbegyndt en udvidelse af lokaliteterne her på Kongebakken, som vi faktisk er vokset ud af. I øjeblikket er omkring 50 medarbejdere midlertidigt placeret i en lejet bygning på den anden siden af jernbanen i nordlig retning – simpelthen fordi der ikke er plads her i vores flotte hus. Den nye tilbygnings 6.000 m² fordeler sig på tre etager, hvortil kommer en kælder på 2.000 m². Første spadestik blev taget i sidste uge, hvor også den lokale borgermester (Willy Eliassen fra Venstre) var til stede. Den nye bygning, der kommer til at huse 330 medarbejdere, ventes klar i foråret 2014, altså om et år. På vej her til generalforsamlingen i bil lagde flere af jer måske mærke til, at anlægsarbejderne så småt er gået i gang. Når man kommer fra Frederikssundsvej kan man se byggepladsen i venstre side, lige ved siden af den eksisterende bygning, som vi sidder i her. Ude i lokalerne bag mig er det muligt at se nogle plancher over tilbygningen.

Også på Fyn er koncernen i gang med at bygge nyt. I vores diagnostiske forretning er Interacoustics, der er beliggende i Assens, efter 12 års flot vækst i dag verdens største producent af diagnostisk udstyr. For at sikre at denne udvikling kan fortsætte i årene fremover, er vi gået i gang med at opføre et nyt hovedsæde for denne virksomhed i Middelfart med en perfekt beliggenhed, både for de nuværende ansatte og for at vi bedre kan tiltrække endnu flere kvalificerede medarbejdere fra et større geografisk område, der også rækker ind i trekantsområdet i Jylland. I Middelfart vil byggeriet starte i foråret 2014 med indflytning ét år senere.

Det er selvfølgelig en stor glæde, at vi med udgangspunkt i den vækst, som koncernen genererer, kan være med til at etablere endnu flere vidensarbejdspladser i Danmark.

Og så et par kommentarer omkring koncernens kapitalstruktur. I 2012 fastholdt vi vores målsætning om at holde vores nettorentebærende gæld på 1,5-2 milliarder kroner og at anvende de frie pengestrømme, efter akquisitioner, på køb af egne aktier. Ved årets udgang havde vi købt egne aktier for omkring 500 millioner kroner, og vi forventer i 2013 at fastholde vores gældsniveau og aktietilbagekøbspolitik.

Jeg vil nu kort opridse de overordnede forventninger til indeværende år, som i deres helhed fremgår af årsrapporten: Vi forventer i 2013 at opnå en organisk vækst i engrossalget af høreapparater, der overstiger markedsvæksten med 3-5 procentpoint målt i lokal valuta. Koncernens resultat af primær drift forventes i 2013 at overstige det realiserede niveau i 2012.

Jeg vil nu knytte nogle kommentarer til god selskabsledelse og virksomhedens vederlagspolitik.

Bestyrelsen ser det som en af sine vigtigste opgaver at sikre, at William Demant-koncernen løser de ledelsesmæssige opgaver så godt som overhovedet muligt, og at virksomheden efterlever anbefalingerne for god selskabsledelse. Bestyrelsen forholder sig løbende til de overordnede rammer og processer for god selskabsledelse, og på vores hjemmeside findes en detaljeret beskrivelse af, hvordan vi følger anbefalingerne, og hvordan vi har indrettet os, for så vidt angår de fem ud af i alt 79 anbefalinger, som vi ikke følger.

Det er sikkert de fleste bekendt, at Komitéen for god Selskabsledelse i januar offentliggjorde et forslag til ajourførte anbefalinger. Når de formentlig i løbet af kort tid bliver endeligt vedtaget, vil bestyrelsen i lighed med tidligere forholde sig til anbefalingerne efter "følg eller forklar-princippet". De nye anbefalinger inde-

bærer en forenkling og bliver mere overskuelige. Vi forventer umiddelbart, at vi vil efterleve dem i lige så høj grad som tidligere.

I henhold til anbefalingerne vil jeg kort kommentere på vederlag til direktion og bestyrelse. Koncernen har i mange år haft en meget enkel vederlagspolitik, hvor bestyrelsens vederlag består af et fast grundhonorar pr. medlem. Bestyrelsesformandens vederlag er fastsat til tre gange grundhonoraret og næstformandens til to gange grundhonoraret. For 2013 foreslår vi et uændret grundhonorar, hvilket betyder, at honoraret ikke har været ændret siden 2010. Der er ikke særskilte vederlag for revisionsudvalget.

Hvad angår direktionen, er der ligeledes tale om et fast vederlag uden variable lønandele. For den administrerende direktør er der endvidere aftalt en markedskonform fratrædelses- og anciennitetsaftale, som vi beskriver nærmere på vores hjemmeside. Bestyrelsen vurderer, at denne vederlagsstruktur ikke blot er enkel og gennemsigtig, men også er udtryk for en konkurrencemæssig aflønning af både bestyrelse og direktion.

Administrerende direktør Niels Jacobsen vil nu gennemgå regnskabet for 2012.

Værsgo' Niels.