

Referat af ordinær generalforsamling i Bang & Olufsen a/s

År 2016, den 14. september kl. 16:30, afholdtes på Struer Statsgymnasium, Jyllandsgade 2, 7600 Struer, ordinær generalforsamling i Bang & Olufsen a/s, CVR nr. 41 25 79 11, med følgende dagsorden:

1. Bestyrelsens beretning om selskabets virksomhed i det forløbne år
2. Fremlæggelse og godkendelse af selskabets reviderede årsrapport for regnskabsåret 2015/16, herunder beslutning om decharge for direktion og bestyrelse
3. Beslutning om anvendelse af overskud eller dækning af underskud i henhold til den godkendte årsrapport
 - 3.1 Bestyrelsen foreslår, at der ikke udbetales udbytte
4. Forslag fra bestyrelsen
 - 4.1 Godkendelse af vederlag til bestyrelsen
 - 4.2 Bemyndigelse til at lade selskabet erhverve egne aktier
 - 4.3 Ændring af selskabets "Generelle retningslinjer for incitamentsafklønning"
 - 4.4 Ændring af selskabets vederlagspolitik
 - 4.5 VP Investor Services A/S erstattes af Computershare A/S
5. Valg af medlemmer til bestyrelsen
6. Valg af revisorer
7. Eventuelt

Bestyrelsesformand Ole Andersen

"Velkommen til Bang & Olufsens årlige ordinære generalforsamling. Vi har i år valgt at afholde generalforsamlingen lidt senere på dagen for at give så mange aktionærer som muligt mulighed for at deltage. Måske kunne jeg lægge til – også for at have mulighed for, at nyde det gode vejr. Jeg er glad for at se det store fremmøde, og jeg håber, at vi får en rigtig god generalforsamling.

Jeg vil som sædvanlig give en redegørelse for selskabets generelle udvikling samt resultatet for det forgangne år.

Til at lede generalforsamlingen har bestyrelsen igen i år udpeget advokat Kåre Stolt. Jeg giver hermed ordet til dirigenten"

Dirigenten

"Tak til formanden og tak til bestyrelsen for hvervet. Og jeg kan tilføje, at det også igen i år er rart at være her i Struer og se at så mange mødt frem. Det er faktisk flere der er mødt frem i år end sidste år, så det er tegn på, tror jeg, at det virker at holde lidt senere.

Min første opgave som dirigent er at konstatere, om generalforsamlingen er lovligt indvarslet og beslutningsdygtig med hensyn til de ting, der er på dagsordenen.

Og det er den. Indkaldelsen til den ordinære generalforsamling blev offentliggjort via en fondsbørsmeddelelse den 22. august, og samme dag blev den sendt med almindelig post til de aktionærer, som har bedt om det. Og den 23. august, som var den sidste dag det kunne lade sig gøre, blev den offentliggjort i Jyllands-Posten og i Dagbladet Holstebro-Struer.

Alle øvrige krav til indkaldelsen er også opfyldt, så jeg kan derfor konstatere, at generalforsamlingen er lovligt indvarslet og beslutningsdygtig med hensyn til de ting, der er på dagsordenen.

Hvis der skulle være nogen, der har indsigelser mod det, så hører jeg det gerne fra dem. Det ser ikke ud til at være tilfældet. Tak for det.

Der er repræsenteret i dag 44,31 procent af selskabets aktiekapital, og da der ikke er aktieklasser i selskabet, er det også 44,31 procent af stemmerne.

Samtlige medlemmer af selskabets bestyrelse er til stede, de sidder her. Direktionen er til stede og selskabets revisorer er til stede, de sidder her på første række.

Før jeg går til præsentationen af dagsordenen, så skal jeg sige, at vi jo har, som formanden vil komme ind på, en ny administrerende direktør i B&O. Men ligesom de seneste 4-5 år, vil der efter den formelle del af generalforsamlingen være lejlighed til at høre Henrik Clausen fortælle lidt om udvalgte emner, der har betydning for B&O, observationer og fokusområder – en formentlig 5-10 minutters tid. Så vi vil bede jer om, når selve generalforsamlingen er slut, at man stadig blive siddende og høre Henrik fortælle om det. Men altså først på det tidspunkt.

Hvis der er nogen, der måtte ønske at forlade generalforsamlingen sådan permanent – det er ok, at gå på toilettet – så skal vi bede jer om, at I afleverer jeres stemmesedler til de repræsentanter for selskabet, der står udenfor, og så sørger vi for, at de bliver destrueret.

Dagsordenen for generalforsamlingen står her bag mig, og det er jo dagsordenen i vedtægterne, så der er ikke grund til, tror jeg, at gennemgå den i detaljerne. Jeg skal dog gøre opmærksom på, at vi har tænkt os, i lighed med tidligere år, at behandle punkterne 1, 2 og 3 under et, sådan at forstå at der selvfølgelig bliver lejlighed til, efter formandens beretning, at stille spørgsmål til den, men at vi ligesom sætter punkt 2 og 3, som er konsekvensen af punkt 1, til afstemning, når det punkt er overstået.

Jeg tror sådan set, det er det, jeg vil sige i starten, så vil jeg give ordet til formanden, som nu vil aflægge bestyrelsens beretning for regnskabsåret 2015/2016."

Ad dagsordenens punkt 1, 2 og 3

Bestyrelsens beretning v/formand Ole Andersen

"Bang & Olufsen kunne i november sidste år fejre 90-års fødselsdag. Dagen blev markeret med en lang række aktiviteter – herunder lanceringen af den avancerede BeoLab 90 højttaler – med stor opmærksomhed til følge både internt i selskabet og ude hos vores forhandlere. Dermed symboliserede den meget godt det begivenhedsrige år, som finansåret 2015/16 udviklede sig til for Bang & Olufsen. Jeg vil her lige nævne nogle af de væsentligste overskrifter for året, hvorefter der senere vil blive lejlighed til at gå mere i detaljer med tal, forventninger til indeværende år og selskabets nye produkter.

Med de gennemførte frasalg af ikke-kerneaktiviteter som Automotive i foråret 2015 og ICEpower dette forår er kompleksiteten i selskabet blevet reduceret. Selskabets primære fokus er nu på at opbygge de to forbrugerbrands Bang & Olufsen og B&O PLAY suppleret af en licensforretning for begge brands. Samtidig arbejdes der fokuseret på at opnå de stordriftsfordele, som selskabets ændrede struktur og nye partnerskaber har åbnet op for, så dette tilsammen kan skabe en markant forbedring i selskabets rentabilitet.

High-end brandet Bang & Olufsen er selskabets rygrad, som resten af forretningen er bygget på. Vi har gennem året bestræbt os på at fortsætte med at styrke Bang & Olufsen brandet ved at udnytte virksomhedens kernekompetencer. Hovedfokus har været på yderligere at styrke brandets tiltrækningskraft over for kunderne og fortsætte med at investere i innovation og detailoplevelser, samtidig med at vi forbedrer segmentets lønsomhed.

I løbet af året har selskabet lanceret nye og innovative produkter med banebrydende teknologier i Bang & Olufsen segmentet. BeoLab 90, som jeg nævnte før, er selskabets mest innovative akustikprodukt i nyere tid. De nye teknologier udviklet til BeoLab 90 er med til at manifestere Bang & Olufsens markedsposition blandt de mest innovative inden for akustik, samtidig med at udviklingen af produktet har drevet innovation, der vil være til gavn for selskabets fremtidige produktportefølje. Derved vil BeoLab 90 være med til at sikre, at Bang & Olufsen brandet bliver yderligere styrket, hvilket også har en afsmittende effekt på opfattelsen af B&O PLAY og på muligheden for at skabe yderligere licensindtægter.

Et andet vigtigt skridt for Bang & Olufsen segmentet er indgåelsen af det strategiske teknologipartnerskab med LG Electronics. Det handler om udvikling og produktion af Bang & Olufsens fremtidige TV. Selskabet har i forvejen en stærk TV-portefølje, og vil med denne aftale få nye teknologiske muligheder i kraft af LG's førerposition inden for OLED-teknologi. Samtidig vil selskabet kunne fokusere på sine unikke kompetencer inden for design, akustik og smart home-integration. Aftalen med LG Electronics vil medvirke til at forbedre selskabets langsigtede lønsomhed, idet vi forventer et årligt besparelspotentiale på 150-200 millioner kroner, når partnerskabet er fuldt implementeret. Således er partnerskabet et vigtigt skridt i forhold til at nå de langsigtede finansielle mål for 2017/18 om en EBIT-margin på omtrent 7 procent og positivt frit cash flow.

Ud over bedre udnyttelse af teknologipartnere så er en vigtig forudsætning for at kunne skabe en stabil og forbedret lønsomhed, at selskabet sikrer et stabilt flow af nye og innovative produkter. Selskabets evne til at bringe nye Bang & Olufsen produkter rettidigt til markedet har ikke været tilfredsstillende i 2015/16. Samtidig måtte vi udskyde lanceringen af nye TV, hvilket medførte et betydeligt fald i omsætningen i fjerde kvartal af regnskabsåret 2015/16. Dette skal vi blive bedre til. Vi har tidligere bevist, at vi kan skabe denne stabilitet i B&O PLAY- og nu er det nødvendigt, at Bang & Olufsen segmentet lærer af de erfaringer, vi har gjort med B&O PLAY.

I løbet af året har vi generelt forbedret lønsomheden i Bang & Olufsen segmentet. Dog er lønsomheden stadigvæk langt fra tilfredsstillende, og det er derfor fortsat et meget vigtigt fokusområde at blive ved med at optimere selskabets omkostninger. Desuden arbejder vi på kontinuerligt at forbedre lønsomheden for såvel distributionen som for de enkelte produkter igennem fokus på omkostninger, innovationskraft og oplevelser, som er relevante for forbrugerne.

Fokus for B&O PLAY brandet har været at fortsætte med at styrke positioneringen i premium-segmentet og yderligere øge det globale brandkendskab.

2015/16 har været endnu et år med hyppige lanceringer af nye og innovative audio- og hovedtelefonprodukter i B&O PLAY. Faktisk har vi lanceret mere end 20 nye produkter og produktvarianter i løbet af året.

De mange nye produkter kombineret med ca. 2.400 nye udsalgssteder resulterede i, at segmentet voksede med 58 procent i forhold til sidste år og dermed drev en total vækst for selskabet op på 12 procent. Dette er den højeste vækst for selskabet i ti år.

Selvom vi er ganske tilfredse med den udvikling, vi har oplevet i B&O PLAY i løbet af året, så er der dog stadig enkelte områder, hvor vi havde ønsket os en bedre udvikling. Særligt væksten i Nordamerika har været lavere, end vi forventede. Vi vurderer, at B&O PLAY har et stort potentiale i Nordamerika, og derfor er det et hovedfokusområde for os i det indeværende finansår at søge at udnytte dette potentiale.

Den succesfulde vækst i B&O PLAY betyder, at kendskabet til selskabets brand bliver væsentligt forøget. Med tiden vil dette medvirke til at tiltrække nye kunder til Bang & Olufsen og dermed skabe yderligere vækst for hele selskabet.

Det samme gælder for licensforretningen, som primært består af licenspartnerskaber som Automotive-partnerskabet med HARMAN, partnerskabet med Hewlett-Packard om pc'er, tablets og tilbehør, og partnerskabet med LG Electronics om udvikling af TV og lydoptimering af smartphones.

De første cirka seks måneder af 2015/16 er der pågået en transition, hvor HARMAN gradvist har overtaget Automotive, og hvor Bang & Olufsen har støttet og givet support hertil. Transitionen er nu gennemført. Dermed er grundlaget lagt for et godt partnerskab fremadrettet, hvor HARMANs globale salgs- og distributionskraft, finansielle styrke og teknologiske kompetencer vil sikre, at Bang & Olufsen får værdifuld brandeksponering og forhåbentlig licensindtægter.

Det er faktisk kun to dage siden, at HARMAN og bilfabrikanten Ford offentliggjorde et langsigtet samarbejde, som rummer meget spændende perspektiver for Bang & Olufsen. Samarbejdet indebærer således, at Ford i de kommende år vil tilbyde B&O PLAY audioløsninger til Fords store portefølje af bilmodeller på verdensplan. Det er første gang, at B&O PLAY brandet vil blive benyttet på Automotive-området.

Selskabets andre licenspartnerskaber med Hewlett-Packard og LG er blevet udviklet yderligere, hvilket vil være med til at udbrede kendskabet til brandet og ikke mindst understøtte forbedringen af lønsomheden i selskabet fremadrettet. Hewlett-Packard har i løbet af året lanceret en række pc'er, hvor Bang & Olufsen har været med til at forbedre lyd kvaliteten, og til gengæld modtager Bang & Olufsen licensbetalinger – og ikke mindst eksponering af brandet over for en lang række nye potentielle kunder. Desuden har selskabet arbejdet sammen med LG om at forbedre lyden i udvalgte telefonmodeller.

Tilbage i april annoncerede vi ansættelsen af Henrik Clausen som selskabets nye administrerende direktør. Henrik kommer fra Telenor-koncernen, hvor han var ansat som Executive Vice President for Strategy & Digital i Telenor globalt og rådgiver for koncernens CEO. Tidligere var han CEO for den danske del af Telenor og CEO for det børsnoterede Malaysian DiGi. Henrik begyndte her hos Bang & Olufsen den 1. juli. Jeg er overbevist om, at han har den rigtige profil til at tage selskabet skridtet videre – herunder international ledelseserfaring, stor viden om Asien og stor forståelse for digitale tjenester.

Jeg vil benytte lejligheden til at takke Tue Mantoni for hans indsats for Bang & Olufsen i de seneste godt fem år. Med Tue i spidsen for selskabet er der blevet gennemført en række væsentlige strategiske projekter, som har betydet, at selskabet nu er rustet til at møde de fremtidige udfordringer, om end der utvivlsomt vil komme vanskeligheder undervejs.

I årets løb har der været spekulationer om det fremtidige ejerskab af selskabet, og det fået en del omtale i medierne. I november sidste år meddelte vi, at selskabet havde modtaget visse indledende henvendelser vedrørende en potentiel offentliggørelse af et købstilbud, og at selskabet havde indledt en dialog for at undersøge og analysere substansen af disse henvendelser.

Sparkle Roll, som selskabet i forvejen samarbejder med på det kinesiske marked, bekræftede i marts måned dialogen med Bang & Olufsen. Der kom dog ikke umiddelbart noget ud af dialogen, og derfor besluttede vi i bestyrelsen at melde ud, at vi betragtede dialogen med Sparkle Roll vedrørende et potentielt købstilbud som ophørt. Det, følte vi, var nødvendigt for at give klarhed for Bang & Olufsen og selskabets interesser.

Sparkle Roll er stadig en god og vigtig samarbejdspartner på det kinesiske marked og øgede i finansåret sin ejerandel i Bang & Olufsen til de nuværende godt 20 procent af aktierne.

Jeg vil nu gå i detaljer omkring selskabets udvikling i løbet af finansåret 2015/16.

I lighed med sidste år har vi i 2015/16 valgt at supplere de IFRS-rapporterede resultater med såkaldte "underliggende" resultater for udvalgte nøgleposter i resultatopgørelsen. Det har vi valgt at gøre for at give jer indsigt i, hvordan bestyrelsen og ledelsen vurderer selskabets reelle udvikling i finansåret uden påvirkningen fra omkostningerne i forbindelse med de frasolgte Automotive-aktiviteter og andre omkostninger af ikke-tilbagevendende karakter. Disse underliggende tal vil jeg ligeledes henvise til i min gennemgang.

Omsætningen for selskabets fortsættende forretning – dvs. for segmenterne Bang & Olufsen og B&O PLAY – blev 2.633 millioner Kroner for året mod 2.356 millioner sidste år. Dette svarer til en stigning på 12 procent, hvilket som tidligere nævnt er den højeste vækstrate for selskabet i ti år. Stigningen i omsætningen var drevet af en stærk vækst i B&O PLAY på 58 procent i forhold til året før, mens der var en tilbagegang i Bang & Olufsen segmentet på 5 procent.

Bang & Olufsen segmentets omsætning blev 1.663 millioner Kroner mod 1.743 millioner året før. Nedgangen i segmentet skyldes primært, at salget af TV – især i Europa – var lavere end sidste år, og det skyldtes primært de forsinkede TV-lanceringer i årets fjerde kvartal.

Omsætningen for B&O PLAY var 970 millioner Kroner i forhold til 613 millioner året før. B&O PLAY voksede således med 58 procent. Væksten blev drevet af nye og innovative produkter såvel som en markant vækst i antallet af såkaldte tredjepartsforretninger. Der har generelt været stor interesse for at få lov til at markedsføre produkterne fra B&O PLAY, og antallet af tredjepartsbutikker nåede op på 5.692 ved udgangen af finansåret mod 3.308 året forinden. Antallet af tredjepartsbutikker forventes fortsat at stige i de kommende år. Ud over at generere salg så er stigningen i antallet af tredjepartsbutikker også med til at løfte kendskabet til brandet og selskabets kernekompetencer.

Ud over at åbne flere tredjepartsbutikker så følger vi desuden salgsvæksten i butikkerne tæt. I finansåret 2015/16 voksede B&O PLAY salget i sammenlignelige butikker (dvs. like-for-like salg), og vi forventer at denne positive udvikling vil fortsætte i 2016/17.

B&O PLAY udvidede produktporteføljen med fem nye og innovative produkter i løbet af året og introducerede desuden en lang række nye funktionaliteter, farvevarianter og softwareopdateringer på månedsbasis.

Af vigtige produktlanceringer kan fremhæves den lille musikafspiller Beoplay A1, som blev lanceret i april. Beoplay A1 sætter helt nye standarder for bærbare Bluetooth-højtalere, når det handler om lydspredning, volumen og bas. Den lille musikafspiller leveres med et genopladeligt batteri, som giver op til 24 timers afspilningstid.

Andre vigtige produktlanceringer i årets løb omfatter de trådløse Beoplay H7 hovedtelefoner og det kraftfulde og fleksible Beoplay A6 musiksystem, som er designet til en moderne livsstil. Musiksystemet kan håndtere stort set alle streaming-standarder og fungerer også i et BeoLink Multiroom-system.

De nye produkter har fået en særdeles god modtagelse i medierne og har været stærkt medvirkende til at skabe vækst i B&O PLAY.

Den rapporterede bruttomarginal for den fortsættende forretning blev 36 procent for året. Den underliggende bruttomarginal, dvs. justeret for tidligere nævnte faktorer, var 38 procent. Den underliggende bruttomarginal for det foregående år var 37 procent.

Både Bang & Olufsen og B&O PLAY bruttomarginalerne var bedre end sidste år, men selskabets samlede bruttomarginal var kun en anelse bedre i forhold til sidste år. Dette skyldes B&O PLAYs relativt højere andel af den samlede omsætning, ligesom forbedringen i selskabets bruttomarginal materialiserede sig langsommere hen over året end forventet.

Selskabets rapporterede kapacitetsomkostninger blev 1.159 millioner Kroner i forhold til 1.387 millioner Kroner året før. Kapacitetsomkostningerne blev negativt påvirket af engangsposter og aperiodiske poster på 54 millioner Kroner, og af omkostninger på 40 millioner Kroner relateret til delte funktioner tidligere allokert til Automotive og ICEpower.

Engangsposterne og de aperiodiske poster på 54 millioner Kroner er blandt andet relateret til omkostninger i forbindelse med den ophørte dialog om et muligt købstilbud, omkostninger i forbindelse med ændringer i direktionen og afskrivninger på butikker ejet af selskabet.

Selskabets underliggende kapacitetsomkostninger blev 1.066 millioner Kroner mod 1.198 millioner Kroner sidste år. Den væsentlige forbedring skyldes i særdeleshed lavere omkostninger til distribution og marketing, hvor selskabet har arbejdet på at reducere det generelle omkostningsniveau, optimere distributionen og valgt at udskyde kampagner som følge af udskudte produktlanceringer.

Koncernens afholdte udviklingsomkostninger udgjorde 302 millioner Kroner mod 370 millioner forrige år. Selskabets stigende brug af teknologipartnere gjorde det muligt at fastholde et højt aktivitetsniveau og at give et yderligere løft til innovationsevnen til trods for faldende udviklingsomkostninger.

Af de 302 millioner Kroner er 152 millioner blevet aktiveret i forhold til 159 millioner Kroner sidste år. Selskabets kapitaliseringsprocent er således steget fra 43 procent i 2014/15 til 50 procent i 2015/16, hvilket i høj grad skyldes udviklingen af BeoLab 90 og to nye TV-modeller.

De totale af- og nedskrivninger på udviklingsprojekter var 165 millioner Kroner mod 238 millioner Kroner året før, hvor der var nedskrivninger på 31 millioner Kroner.

Nettopåvirkningen af kapitaliseringer og afskrivninger af udviklingsomkostninger på selskabets resultat af primær drift (EBIT) var negative 13 millioner Kroner, sammenlignet med en negativ påvirkning på 79 millioner Kroner sidste år.

Selskabets aktiverede udviklingsprojekter faldt en anelse fra 392 millioner Kroner primo året til 383 millioner Kroner ultimo året.

Selskabets rapporterede resultat af primær drift, EBIT, for den fortsættende forretning blev negative 202 millioner Kroner for året. Som tidligere nævnt var resultatet påvirket af omkostninger af ikke-tilbagevendende karakter. Selskabets underliggende EBIT for den fortsættende forretning var negative 69 millioner Kroner, og lønsomheden i selskabet er dermed ikke tilfredsstillende. Dette resultat skal ses i forhold til de tidligere udmeldte forventninger om et EBIT-resultat lidt under break-even.

Efter skat blev årets resultat for selskabet negative 208 millioner Kroner for finansåret.

Selskabets arbejdskapital udgjorde ved udgangen af finansåret 2015/16 319 millioner Kroner svarede til 12 procent af årets omsætning, hvilket er på niveau med de 11 procent, der blev realiseret i forrige regnskabsår.

Selskabet har dermed formået at lave en væsentlig reduktion i pengebindingen de seneste år i forhold til det niveau, selskabet realiserede for blot få år siden. Reduktionen er sket ved en kombination af ændringer i selskabets struktur – det vil sige primært frasalg af aktiviteter – og løbende optimering af driften. Reduktionen i pengebindingen gør selskabet langt mere agilt og sikrer at den høje vækst i B&O PLAY ikke skaber et væsentligt dræn på selskabets likviditet.

Selskabets frie pengestrømme var negative 187 millioner Kroner mod negative 211 millioner Kroner sidste år fratrukket indtægterne fra salg af aktiver og selskaber. Dette skyldes primært den negative indtjening og stigningen i arbejdskapitalen i regnskabsåret, hvilket bestyrelsen naturligvis har stort fokus på at få rettet op på.

De frie pengestrømme var positivt påvirket af salget af aktier i ICEpower og et associeret selskab med i alt 28 millioner Kroner.

Ved udgangen af regnskabsåret havde selskabet et nettoindestående i banken på 599 millioner Kroner og har derudover 93 millioner Kroner til gode fra Automotive-transaktionen, eller rettere sagt havde 93 millioner til gode, fordi vi har faktisk modtaget provonyet, så de penge i dag ligger i kassen.

Med andre ord så har selskabet en solid likviditetssituation, som giver selskabet ro til at kunne foretage de fornødne langsigtede dispositioner, som skal sikre, at selskabet bliver lønsomt.

Egenkapitalen var ved regnskabsårets slutning på 1.725 millioner Kroner sammenlignet med 1.921 millioner ved udgangen af forrige regnskabsår. Egenkapitalen udgør nu 61 procent af den samlede balancesum mod 56 procent ved udgangen af forrige regnskabsår.

Hvis vi går til selskabets forventninger til indeværende regnskabsår, så forventes koncernens omsætning at vokse i forhold til 2015/16.

B&O PLAY forventes fortsat at skulle levere størstedelen af væksten i selskabet med en tocifret vækst. Heraf forventes den største del af væksten at komme fra nye produktlanceringer, større kendskab til brandet og fortsat ekspansion af distributionen.

I Bang & Olufsen segmentet vil fokus være på at fortsætte med at styrke brandet, lancere nye produkter og forbedre sundheden og lønsomheden i segmentet. Omsætningen i Bang & Olufsen segmentet forventes at vise et fald i første kvartal af regnskabsåret 2016/17 sammenlignet med samme kvartal sidste år på grund af forsinkede produktlanceringer, herunder de forsinkede tv lanceringer. Omsætningstilbagegangen forventes at være på niveau med det, vi så i fjerde kvartal 2015/16. En stærk pipeline af nye produkter gør dog, at Bang & Olufsen segmentet forventes at vokse moderat i løbet af regnskabsåret.

Hvis vi ser på indtjeningen, så vil vi fremover måle den på EBITDAC, som er driftsresultatet før skat, renter af- og nedskrivninger samt kapitalisering af udviklingsomkostninger. Vi mener, at EBITDAC er et godt udtryk for selskabets evne til at tjene penge, samtidig med at det forbedrer sammenligneligheden af resultaterne mellem forskellige perioder.

Resultat før renter, skat, afskrivninger, amortisering og kapitalisering i den underliggende forretning (EBITDAC) forventes at blive forbedret i forhold til EBITDAC på 14 millioner Kroner realiserede i den underliggende forretning i regnskabsåret 2015/16. Dette vil blive drevet af fortsat vækst i omsætningen, højere bruttomargin samt lavere kapacitetsomkostninger målt i forhold til omsætningen.

Som en konsekvens af det nyligt lancerede strategiske teknologipartnerskab med LG Electronics vil der være højere afskrivninger på den aktuelle TV-portefølje samt lavere kapitaliseringer i regnskabsåret 2016/17. Disse poster vil have en negativ indvirkning på EBIT i regnskabsåret 2016/17, men vil ikke påvirke virksomhedens frie pengestrømme.

Selskabets finansielle målsætning for den treårige strategiperiode, som løber til og med finansåret 2017/18, er uændret i forhold til sidste år:

- At vokse selskabets omsætning med ca. 10 procent i gennemsnit over perioden, med B&O PLAY som den primære vækstmotor
- At opnå en overskudsgrad på 7 procent for særlige poster i løbet af strategiperioden
- Og at opnå positive frie pengestrømme i strategiperioden

Forbedringen i lønsomheden vil i høj grad være drevet af tre faktorer:

- Det er afgørende, at selskabet formår at kapitalisere på aftalen med LG Electronics om udvikling af selskabets fremtidige TV
- Den anden faktor er væksten i B&O PLAY, som forventes at fortsætte med at levere tocifret vækst og dermed medvirke til en markant forbedring af selskabets lønsomhed
- Den tredje faktor er licensbetalingerne, særligt fra Automotive, som dog først forventes at bidrage til selskabets rentabilitet mod slutningen af den treårige strategiperiode, det vil sige i 2017/18

Det er således stadig bestyrelsens opfattelse, at selskabet har et betydeligt potentiale, og med de strategiske tiltag i finansåret 2015/16 er vi kommet et skridt nærmere en realisering af potentialet.

Hvis vi kigger på, hvad der skal være med til at skabe væksten i indeværende finansår, så er det blandt andet to helt nye TV-modeller, som netop er kommet på markedet.

BeoVision 14 er et nyt 4K Ultra HD-TV, som fås med en 40" eller 55" LED-baseret LCD-skærm. De ultratynde lameller, som dækker BeoVision 14's trevejshøjtalere, er fremstillet af det fineste egetræ og er resultatet af et ekstraordinært præcisionsarbejde, der udnytter materialet til det yderste. Den træbeklædte højtalerfront er baseret på de akustiske erfaringer, som vi fik ved lanceringen af BeoLab 18, der har tilsvarende egetræslameller.

BeoVision 14 er baseret på Android TV-plattformen og har integreret Google Cast-teknologi, der gør det muligt at streame film, fotos og musik direkte fra en mobiltelefon eller tablet.

Det andet nye TV i produktporteføljen er BeoVision Horizon, som netop er blevet lanceret i forbindelse med forbrugerelektronikmessen IFA i Berlin.

BeoVision Horizon fås i to størrelser, 40" og 48". Det nye TV har aluminiumsoverflader på rammen, anodiserede lameller på forsiden og et stort udvalg af stande og beslag. BeoVision Horizon giver dermed mulighed for en meget fleksibel indretning i hjemmet og tilbyder naturligvis en fantastisk lyd- og billedoplevelse.

Vi forventer, at lanceringerne af de to nye TV-modeller vil bidrage til at genskabe væksten i Bang & Olufsen segmentet i indeværende regnskabsår.

Bang & Olufsen har også netop præsenteret en ny familie af trådløse højtalersystemer, som består af BeoSound 1 og BeoSound 2. De trådløse højtalersystemer er designet til fleksibelt brug – både når det handler om brugervenlighed, tilslutningsmuligheder og placering. Designet i aluminium og med en akustisk linse i toppen signalerer i høj grad Bang & Olufsen. Begge højtalersystemer kan indgå i et trådløst BeoLink Multiroom-system, hvor der er mulighed for at tilslutte op til otte højtalere.

BeoSound 1 kan allerede opleves i Bang & Olufsen butikkerne, mens BeoSound 2 følger senere i efteråret.

B&O PLAY har i indeværende finansår lanceret Beoplay H5, som er selskabets første trådløse in-ear-hovedtelefoner. Beoplay H5 er designet af en af Skandinaviens førende designere, Jakob Wagner.

Derudover har B&O PLAY opretholdt niveauet af hyppige lanceringer af nye farvevarianter og produktopdateringer, ligesom der snart vil komme nye, spændende produkter, som vil bidrage til den fortsætte vækst af B&O PLAY.

For at sikre at der også fremover vil blive lanceret mange nye, innovative produkter baseret på Bang & Olufsens kernekompetencer inden for lyd og akustik, design, godt håndværk og systemintegration, er det blevet besluttet at etablere et nyt innovationscenter – Innovation Lab – i Struer. Innovationscentret er ved at blive indrettet i den nuværende montagefabrik, hvor de fleste processer er blevet overført til vores fabrik i Tjekkiet.

Målet er at skabe et innovationscenter, som virkelig kan inspirere og motivere medarbejderne til at udvikle fremtidens Bang & Olufsen produkter. Samtidig forventer vi, at Innovation Lab kan udvikle sig til et kraftcenter i udviklingen af samspillet imellem virksomhedens forskellige kernekompetencer. Indretningen vil således give optimale rammer for et tættere samarbejde medarbejderne imellem og understøtte en mere fleksibel måde at arbejde på, samtidig med at vi sikrer en optimal udnyttelse af faciliteterne i Struer. Innovationscentret forventes at blive taget i brug i sommeren 2017.

Vi skal også omkring det, som hedder god selskabsledelse. Bang & Olufsen betragter arbejdet med god selskabsledelse som en vigtig og vedvarende proces, og forholder sig løbende til principperne for god selskabsledelse. Selskabet ønsker en høj grad af gennemsigtighed i kommunikationen og følger derfor anbefalingerne for god selskabsledelse.

I 2013 implementerede NASDAQ de reviderede anbefalinger om god selskabsledelse. Bang & Olufsen følger disse anbefalinger, som det også var tilfældet sidste år.

Årsrapporten findes ikke længere i en trykt version, men er tilgængelig i en elektronisk version på vores hjemmeside. Her er der også mulighed for at hente yderligere information omkring vores produkter, selskabsmeddelelser, god selskabsledelse og samfundsansvar med videre.

Bang & Olufsen ønsker at tage aktivt medansvar for det samfund, vi er en del af. Derfor har vi gennem en årrække arbejdet med samfundsansvar – også kaldet CSR – inden for rammerne af vores forretning.

Vi anerkender FN's og ILO's erklæringer om menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, antikorrupition, miljø og klima, og har derfor valgt at strukturere CSR-arbejdet, herunder CSR-politikken, i overensstemmelse med retningslinjerne i FN's Global Compact.

For at formalisere og tydeliggøre de principper for social ansvarlighed, som selskabet lever efter, har selskabet en CSR-politik. CSR-politikken omfatter alle forretningsenheder og faciliteter i koncernen, og selskabet arbejder for, at leverandører og andre samarbejdspartnere agerer i overensstemmelse med politikens intentioner.

Selskabets "code of conduct" for leverandører understøtter CSR-politikken på centrale områder som miljø, menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder og antikorrupition og gør rede for koncernens værdier, således at disse klart kommunikerer til leverandører og samarbejdspartnere m.v. Desuden har selskabet en intern etisk politik for indkøbsfunktionen.

For at understøtte retningslinjerne har Bang & Olufsen en whistleblower-funktion, der er en eksternt drevet hotline, hvor ansatte og andre med direkte tilknytning til virksomheden anonymt kan rapportere, hvis noget bryder med selskabets CSR-politik.

Bang & Olufsen vil i 2016/17 fortsætte arbejdet med at forbedre arbejdsmiljøet og reducere miljøpåvirkningerne fra koncernens aktiviteter med henblik på at forhindre arbejdsulykker og reducere

mængden af skrot og energiforbrug. Uafhængige kontroller af leverandører fortsætter med henblik på at sikre overholdelse af Code of Conduct.

En mere uddybende gennemgang af selskabets arbejde med CSR er tilgængelig på selskabets hjemmeside.

Jeg giver ordet til dirigenten."

Dirigenten

"Tak til formanden for beretningen

Nu er vi så kommet til det punkt på dagsordenen hvor aktionærer som er berettigede til det og det vil sige aktionærer som i tide har tilmeldt sig generalforsamlingen har adgangskort eller sådanne aktionærers rådgivere eller fuldmægtige, de kan tage ordet og kan kommentere på formandens beretning. Hvis der er nogen, og der er allerede en liste på 3, skal jeg skynde mig at sige, men hvis der er nogle flere, der ønsker at tage ordet, som opfylder de her kriterier, så skal jeg bede jer om, at I kommer op til mig og medbringer jeres legitimationskort for generalforsamlingen, så jeg kan se, i hvilken egenskab I er her, og oplyser navn og den egenskab I taler i, altså om I er aktionær, fuldmægtig eller rådgiver for en aktionær.

Vi har som den første aktionær, der har ønsket at få ordet, Claus Wiinblad fra ATP, og jeg giver ordet til dig Claus."

Claus Wiinblad, ATP

"Tak for ordet. Mit navn er som nævnt Claus Wiinblad, og jeg repræsenterer ATP og kommer derfor som aktionær, hvis der var nogen, der skulle være i tvivl.

Jeg vil gerne starte med at takke for formandens beretning og for og fremlæggelsen af regnskabet for regnskabsåret 2015/16. Det må siges at have været et begivenhedsrigt år, ikke mindst fordi der var debatten omkring er muligt købstilbud fra Sparkle Roll. Vores holdning i den proces var, at vi ønskede at beholde vores aktier i Bang & Olufsen, og vi ejer knap 13 procent af aktierne.

De primære grunde til at vi valgte at beholde vores aktier er:

- Fortsat tro på at der er en stor brand value i både B&O mærket og B&O PLAY
- Et forsat stort vækstpotentiale i B&O PLAY
- At aftalen med LG har styrket mulighederne for at udvikle konkurrencedygtige TV og reducere omkostningerne
- En simplificeret forretningsmodel efter frasalg af Automotive og ICEpower som endvidere har været med til at styrke balancen i selskabet

Alt i alt en række tiltag som gør, at jeg mener, at B&O faktisk står med et stærkere udgangspunkt i dag, end det længe har været tilfældet. Dermed ikke sagt, at B&O står i nogen nem situation. Der er forsat store udfordringer, som selskabet står overfor, hvis der på lang sigt skal genereres profitabel vækst.

Jeg ser to hovedområder, hvor der er udfordringer indenfor produktudviklingen og indenfor distributionen. En af de største udfordringer er at styrke B&O's samlede eksekveringskraft i hele værdikæden, ikke mindst i produktudviklingen, hvor produkterne skal være relevante og lanceres på det rigtige tidspunkt, hvor distributionen har brug for dem.

Formanden har allerede omtalt konsekvenserne af at de to TV formentlig er blevet lanceret 6 måneder senere, end de burde have været. Jeg vil også gerne komme med et andet lille eksempel, og det er lanceringen af BEOLAB 90 – et ikonisk produkt i mine øjne i hvert fald - som stadfæster Bang & Olufsens status som et luksus brand i den allerhøjeste ende. En kunde skal betale en halv million Kroner for et

produkt, hvor nogle af de vigtigste fetaures man sælger produktet på, først er færdigeudviklede 6 måneder efter lanceringen og det er ikke godt nok. Det er afgørende, at man bliver bedre til at udvikle produkterne til tiden.

For både Bang & Olufsen og for B&O PLAY er der behov for en styrkelse af distributionen.

Mange af B1 butikkerne rundt omkring i verden; når man ser dem, så bærer de desværre ikke præg af den luksus, de burde, og trænger til en opgradering, og mange af butikkerne har en omsætning, som ligger på et kritisk lavt niveau.

Er der ikke et helt overordnet behov for at genoverveje strategien for distributionen af Bang & Olufsens produkter? Det gælder både, om der er behov for en bredere distribution, og om der er behov for at øge investeringsniveauet i det nuværende distributionsapparat.

B&O PLAY har været en stor succes og vist flotte vækstrater, men som formanden allerede har været inde på, så har væksten på det amerikanske marked været skuffende. I mine øjne så er B&O PLAY's succes på det amerikanske marked meget afgørende, ikke kun fordi der er et stort vækstpotentiale på det marked, men også fordi B&O PLAY kan være med til at gøre kendskabsgraden til B&O generelt og dermed også styrke B&O brandet hvis man får en bedre penetration på markedet. Jeg vil derfor gerne spørge, om vi kan få nogle uddybende kommentarer til, hvad man rent faktisk har tænkt sig at gøre for at styrke indsatsen på det amerikanske marked.

Jeg vil også gerne til sidst ønske velkommen til Henrik Clausen som ny direktør. Der er nok opgaver - som nævnt - at tage fat på, og jeg ser frem til en fortsat god dialog med ham omkring udviklingen af Bang & Olufsen. Tak for ordet."

Dirigenten

"Tak til Claus Wiinblad, formanden vil godt lige med det samme kommenterer indlægget."

Formand Ole Andersen

"Tak for indlægget fra Claus Wiinblad og tak for spørgsmålene.

Jeg hørte to spørgsmål, den ene var omkring B1 distributionen, og om der skal distribueres bredere, og om der skal investeres mere i B1 distributionen. Lad mig starte med at sige at udviklingen i B1 distributionen har været fokusområdet for selskabet igennem flere år, vi har arbejdet meget fokuseret med at nedlægge små ulønsomme butikker og opgradere de bedste butikker.

Og det ser faktisk ud til at virke. Vi har en betydelig bedre lønsomhed i de butikker, der har vores nye forretningskoncept, end i dem der ikke har. Men det er også ganske klart, at den generelle distribution, den generelle rentabilitet i vores B1 distribution, den stadigvæk er svag, og derfor er det også en af de ting, som jeg roligt kan sige står ganske høje på listen hos Henrik Clausen, nemlig arbejdet med at styrke vores distribution.

Det er sandsynligt, at vi vil kigge på både en bredere distribution. Vi vil selvfølgelig også overveje yderligere investeringer i bestemte dele af den nuværende distribution, men det er nogle af de elementer, der vil indgå i overvejelserne. Jeg vil gerne vente med, at være konkret og så give Henrik Clausen og hans ledelsesteam tid til at analysere og vurdere om, hvordan vi skal gøre vores distribution mere slagkraftig. Men det er helt sikkert, at det er et problemområde, som vi er opmærksomme på. Vi skal have forbedret vores distribution, og i den forbindelse kigger vi selvfølgelig også på B1 distributionen.

Det andet spørgsmål var omkring B&O PLAY salget i USA. Jeg tror, jeg nævnte i min beretning at generelt set, så er vi ganske tilfredse med den overordnede udvikling i B&O PLAY, men vi deler ATP's skuffelse over

udviklingen i USA. Og derfor har direktionen og ledelsen også iværksat initiativer, som skal være med til at kick-starte udviklingen i USA.

Det vigtigste initiativ er nok, at vi har rekrutteret en ny ansvarlig for B&O PLAY i USA. Han startede for ca. 2 måneder siden, og han er nu i fuld gang med at få sat gang i initiativer, som skal drive væksten.

Jeg vil også gøre opmærksom på, at HARMAN lige har lanceret denne her aftale med Ford, som betyder en øget eksponering af B&O PLAY brandet globalt, men ikke mindst i USA hvor der som bekendt kører ganske mange Ford biler. Så der er helt klart også et af de emner, som står meget højt på prioritetslisten, at vi skal have realiseret det store potentiale, som vi ser for B&O PLAY i USA.

Og det tredje, som jeg godt lige vil nævne til Claus Wiinblad, jeg tror ikke rigtig det var et spørgsmål, men det var det der med de forsinkede produktlanceringer, det er vi fuldstændige enige i. Vi arbejder stenhårdt med at sikre, at vi får nogle end-to-end processer, der gør, at når vi siger, at produktet kommer den 17. november, så skal vi også være i stand til at sætte årstal bagefter og sige, at det kommer rent faktisk den dato, og så skal det komme. Tak."

Dirigenten

"Tak til formanden for det. Så er det Torben Udsen fra Dansk Aktionærforening, som har bedt om ordet."

Torben Udsen, Dansk Aktionærforening

"Ja, mit navn er Torben Udsen, og jeg repræsenterer i dag Dansk Aktionærforening, som varetager private investorers interesser på aktiemarkedet. Vi ønsker, at udbrede kendskab til investering i aktivt medejerskab til virksomheder på Børsen. Vi er således en forening for alle danskere, som interesserer sig for at investere deres opsparing sundt og langsigtet.

Tak for en god gennemgang af beretningen og regnskab. Det har endnu engang været et turbulent år for Bang & Olufsen. Som overskrift på dette års indslag fra min side har jeg skrevet "Hvor er B&O på vej hen?" Det spørgsmål vil jeg gemme til sidst i indlægget.

Bang & Olufsen har 3 hovedproblemer, et lille salg, høje omkostninger og produkter, der kommer for sent ud i markedet. Der har været problemer igennem flere år, men jeg vil alligevel sige, at jeg mener, der er lys at skimte for enden af tunnelen. Gennem en lang årrække har selskabet arbejdet med nye produktserier og tilpasning af salg og markedsføring. Frasalget af Automotive gjorde, at der blev frigivet kapital, og gælden blev lavere, og det har givet en økonomisk frihed, og det skulle på den måde egentlig kunne løse problematikkerne omkring uheldige tidspunkter eller have løst problematikken med, at lagrene ofte på uheldige tidspunkter løber tør simpelthen, som der ellers har været et problem i.

De fleste er nok overraskede over, hvor mange år der skulle gå, før vi nåede hertil det punkt, vi står i nu. Men forhåbentlig vil resultaterne indfinde sig og anstrengelserne vise sig at være det hele værd. Det er tiden at kunne begynde at høste frugterne.

Gennem længere tid har der været en uvished om, hvorvidt B&O ville blive solgt, men nu tegner der sig imidlertid et billede af en reorganiseret organisation og koncern, hvor der er muligheder for at slå igennem med nye produkter og opnå en lønsomhed i forretningen.

Strategisk samarbejde, ny administrerende direktør og en styrket bestyrelse, hvor der er lagt op til yderligere 2 medlemmer, det er nogle af de dele, der ligger i planen i øjeblikket, som skal bringe koncernen tilbage på sporet, og den mulighed skal helt klart følges helhjertet.

Efter frasalget af Automotive og ICEpower, som også i årene fremover vil understøtte B&O finansielt, er der nu kun fokus på salg til private forbrugere af traditionelle B&O produkter i en høj prisklasse og den nye

produktserie B&O PLAY. Bang & Olufsen præsenterer et gennembrud af B&O PLAY, der omfatter produkter af en væsentlig lavere prisklasse og rettet mod et yngre publikum, en bredere produktserie om trådløs teknologi og hyppigere lanceringer. Selvfølgelig er der også her problemer, men det kan der arbejdes på.

Stadigvæk må B&O også til en hver tid fastholde de unikke kompetencer indenfor lyd, og de er med ti, fortsat at tiltrække det kræse publikum, som også er meget købedygtige.

Vi har hørt og set i regnskabet, at det endnu ikke er blevet året hvor B&O tjener penge. Den største udfordring ligger i produktion og salg af TV. I den forbindelse er det glædeligt, at B&O har fået et samarbejde etableret LG Electronics om deling af teknologividen, og det er vigtigt, at B&O fortsat er at finde som et eksklusivt mærke i butikkerne. Og partnerskabet med LG vil gøre det muligt for Bang & Olufsen fortsat at være med helt fremme for innovation for TV.

Mine spørgsmål går på, om ledelsen stadig er af den opfattelse, at samarbejdet med LG kan være nået helt i toppen i 2017/18 og med en effekt på 200 mio. ca. eller måske 150-200 mio. i årlige omkostningsbesparelser til den tid på udviklingsbudgettet?

Og det andet spørgsmål går på, hvilken indflydelse det forventes at samarbejdet får med LG – hvilken indflydelse forventer man, at det får på B&O's produktsortiment indenfor TV og muligheden for at forøge slagvolumen i indeværende år, dvs. 2016/17, og evt. også hvis man kan se frem til 2017/18?

Og så vil jeg også se på at den teknologiske viden, den går hurtigere end nogensinde før. Vi ved godt, at B&O har nogle dyrere produkter end konkurrenterne generelt. Det betyder jo også, at B&O produkterne egentlig lever i en forholdsvis lang tidsramme – antageligvis 8-12 år. Har man betalt en høj pris for et produkt, der tager sig god ud i stuen, så har man også en tilbøjelighed til at sige, jamen det er ikke et produkt der bare ryger ud efter 3,4-5 år. Men de produkter, der ellers er i markedet, har jo netop en tilbøjelighed til at ryge ud af folks stuer i løbet en kort årrække, 3,4,5 år. Hvilke tanker gør ledelsen sig i den forbindelse omkring denne problemstilling? Jeg kunne også føje til, om ledelsen har nogle erfaringer indtil nu med den omstilling, der har været på servicedelen, hvor servicen er samlet i dag på nogle ganske få servicecentre, og det vil så i kraft af det sige, at den lokale forhandler ikke har så stor en mulighed for at gå ind, reelt set, og varetage nogen form for service.

Og så endeligt det spørgsmål jeg lagde ud med – hvor er B&O på vej hen? Kapitalfondene har i stigende grad kig på mindre børsselskaber. Efter alle de prøvelser B&O og de private aktionærer har været igennem og vi er måske tæt på, at vi er ved et mål, der begynder at tegne til rentabel drift, så skulle det nødigt gå således, at selskabet bliver opkøbt på et forkert tidspunkt. Hvordan ser ledelsen på det? Tak for ordet."

Dirigenten

"Tak og jeg tror formanden godt vil kommentere på det med det samme."

Formand Ole Andersen

"Tak til Torben Udsen fra Dansk Aktionærforening. Jeg kan starte med at bekræfte, at det fortsat er bestyrelsens og ledelsens opfattelse, at samarbejdet med LG vil resultere i en årlig forbedring af indtjeningen i størrelsesordenen 150-200 mio. kroner – vel at mærke når samarbejdet er fuldt implementeret. Og det forventer vi, det er ca. 3 år fra annonceringen af samarbejdet, dvs. det er hen mod slutningen af finansåret 2018/19. Det første finansår, hvor samarbejdet det således er fuldt implementeret gennem hele finansåret, bliver således 2019/20.

Så var der et spørgsmål omkring hvilken indflydelse samarbejdet forventes at få på B&O's produktsortiment indenfor TV og mulighed for øget salgsvolumen, både i indeværende år og fremtidige år. Teknologisamarbejdet med LG, det forventes ikke at påvirke salget af TV i 2016/17, altså i indeværende

regnskabsår. Vi har jo netop lanceret både Beovision 14 og Beovision Horizon og begge disse TV forventes at være vigtige bidragsydere til TV salget i indeværende finansår. Det første TV, der bliver lavet i samarbejde med LG, det vil ikke være tilgængeligt i vores butikker før næste finansår.

Teknologisamarbejdet med LG det gør, at vi også i fremtiden har sikret adgang til de førende teknologier, og vi kan drage fordel af LG's styrker, når det handler om produktion og supply-chain. Samtidig så kan vi tilføje de unikke kompetencer, som Bang & Olufsen er kendt for – dvs. særligt design, lyd- og systemintegration.

Så er der et spørgsmål omkring levetid, om vi har gjort os nogen overvejelser omkring den lange levetid, som vores produkter har i forhold til konkurrerende produkter. Det er først og fremmest korrekt, at Bang & Olufsen produkter har generelt set en lang levetid - også længere end hvad standarden er på forbrugerelektronikmarkedet. Vi mener at en lang levetid på produkterne, både med hensyn til teknologi og design, det er essentielle elementer, som Bang & Olufsens forbrugere efterspørger, når de køber produkter i den prisklasse og den kvalitet, som vi leverer.

Dog vil jeg gøre opmærksom på at vores lanceringshyppighed, den jo er øget betydeligt, så det er jo ikke sådan, at vi sælger TV apparater eller andre produkter, og vi så sidder og venter 8,10,12 år på, at forbrugeren skal have skiftet produkterne ud. Vi har øget vores lanceringshyppighed ganske betydeligt, og heldigvis er der jo stadig mange forbrugere, som endnu ikke har Bang & Olufsen produkter i deres hjem.

Det sidste spørgsmål, det var noget om, hvor er det Bang & Olufsen er på vej hen. Lad mig starte med at sige, at både jeg og mine bestyrelseskollegaer, vi ser det som vores allervigtigste opgave at varetage aktionærernes interesse. Vi glemmer aldrig, hvem der ejer det her selskab, det er ikke os – vi ejer en lille bitte smule af det - men det er aktionærerne, der ejer foretaget, og vi varetager aktionærernes interesse, og vi varetager vel og mærke ALLE aktionærernes interesser.

Derfor er det også min og bestyrelses pligt at sikre, at såfremt der måtte komme et bud på selskabet, at dette bud afspejler den virkelighed, som selskabet står i og de forventninger, som selskabet har til fremtiden. Den vurdering som vi vil lægge til grund, i det tilfælde at der kommer et bud, vil reflektere disse forventninger og den opfattelse, som vi har. Men i sidste ende er det selvfølgelig op til aktionærerne at beslutte, om de vil sælge deres aktier eller ej. Tak."

Dirigenten

"Tak til formanden for det indlæg, så har aktionær Helge Krohn bedt om ordet."

Helge Krohn, aktionær

"Ja, mit navn det er Helge Krohn, og jeg taler sådan set på vegne af mig selv og som en god aktionær, som elsker B&O ud over alle grænser og har en masse sjove ting. Da jeg er her, så tænker jeg på det her med produktlanceringerne. Jeg syntes, vi har hørt om det her med de udskudte produktlanceringer mange gange indenfor de sidste 3-4 år. Hvorfor bliver det ved – hvorfor tænker man ikke over, hvad gør vi nu? Er det virkelig sådan, at man er febrilsk og tænker, at nu skal man bare ud, og så har man ikke nogen opdateringer på produkterne – man for at vide hos sin forhandler, at hvis du lige venter et par måneder eller tre, så får du et bedre produkt, for så får du en fuldbyrdet opdatering.

Spørgsmål 2 – bliver der lavet en strategiplan ligesom Tue Mantonii gjorde, indenfor de næste 5 år?

Spørgsmål 3 – ved man egentlig hvad kunderne vil have? Ved man, hvad de gode gamle B&O kunder vil have, som har de gode gamle produkter, og ved man hvad de unge vil have? Bliver der lavet nogle analyser, undersøgelser over det.

Det var mine 3 spørgsmål, og så vil jeg i øvrigt ønske den ny direktør rigtig god arbejdslyst og velkommen til B&O, fordi jeg håber da virkelig, der kan ske noget sjovt. Tak"

Dirigenten

"Tak til Helge Krohn, nu skal jeg lige se om formanden vil svare på det."

Formand Ole Andersen

"Tak for spørgsmålene fra Helge Krohn og tak for de pæne ord. Jeg havde lige misset 1 af de 3 spørgsmål, men jeg tror, jeg har fået det noteret."

Udskudte produktlanceringer, det er tilbagevendende issue, og jeg kan sådan set godt forstå, at du er træt af at høre på det, fordi det er ikke første gang vi har haft det som undskyldning for, hvorfor vi ikke har nået vores resultater. Og det er korrekt, at det har været en problemstilling for Bang & Olufsen igennem mange år faktisk. Jeg vil våge den påstand, at det er blevet bedre, men det er absolut ikke blevet godt nok. Vi arbejder stenhårdt med, at få forbedret vores processer på tværs af virksomheden, vi har nok også historisk outsourcet for meget, det kunne f.eks. være software osv., som vi har outsourcet til Indien. Indien er meget langt væk, specielt når man er et forholdsvis lille selskab som Bang & Olufsen. Og vi har taget initiativ til igen at in-source de allermest kritiske komponenter, fordi det er klart, at vi kan ikke lancere et produkt, hvis der er en software fejl, så det er med til at udskyde det. Det eneste jeg kan sige, det er, at vi har meget attention på den problemstilling. Det har Henrik Clausen også, og jeg håber, at vi her næste år kan rapportere om markant fremgang på det område.

Så er der det andet spørgsmål, det var omkring, om der kommer en strategiplan, på samme måde det var tilfældet, da Tue Manton han tiltrådte. Det har vi ikke tænkt os. Vi har jo sådan set gennemført nogle store strategiske forandringer, og strategien er nu klar, at det handler om at optimere de 2 forbruger brands Bang & Olufsen og B&O PLAY og så tilhørende licensforretninger. Der bliver selvfølgelig nogle tilpasninger, dem rapporterer vi om hen over året, men der bliver ikke tale om sådan et big bang med en helt ny strategi for Bang & Olufsen. Vi har i øvrigt besluttet os for, at de strategiske emner dem drøfter vi også løbende i bestyrelsen, så der bliver heller ikke tale om et stort forkromet produkt.

Det tredje spørgsmål, det var, om vi ved noget om, hvad kunderne egentlig vil have. Ja, det mener vi, at vi ved, og vi laver selvfølgelig løbende analyser af, hvad forbrugerne mener om produkterne, og det gælder selvfølgelig både Bang & Olufsen og B&O PLAY. Vi kan sikkert blive meget bedre til det, og det er selvfølgelig også noget, som er vigtigt, fordi vi simpelthen skal forstå vores konsumenter. Og jeg bliver også nødt til at sige, at opfattelsen af Bang & Olufsen i Danmark er nok meget anderledes end den er ude i den store verden. Så det er klart, at når man møder folk fra Danmark så har de meget stærke synspunkter om, hvordan Bang & Olufsen skal agere, men det er ikke altid, det passer til München, New York, London, eller hvor det nu måtte være. Men vi forsøger at gøre os så kloge som overhovedet muligt for så vidt angår konsument ønsker."

Dirigenten

"Ja, tak til formanden for det."

Så skal jeg spørge om der er flere aktionærer, som er berettigede til det, som har lyst til at tage ordet og stille spørgsmål til årsberetningen. Det syntes ikke at være tilfældet. Tak for det."

Så er vi kommet til der, hvor regnskabet skal godkendes, og det er sådan i relation til årsberetningen, at den skal der ikke stemmes om. Men jeg vil tage forsamlingens tavshed til indtryk for, at den godkender man med de bemærkninger, der har været fra de 3 aktionærer."

Inden vi skrider til afstemningen, så er der denne her lidt besværlige regel i selskabslovens § 101, stk. 5, hvor en aktionær kan kræve en såkaldt fuldstændig redegørelse. Vi har de andre år, det håber jeg også i år, ikke haft nogen aktionærer, som har ønsket at gøre brug af reglen om fuldstændig redegørelse i forbindelse med afstemninger. Det ser heller ikke ud, som om der er en stor skov af fingre på det, så det vil jeg tillade mig at gå ud fra, at vi undlader at gøre.

Det næste er så dagsordenens punkt 2 og 3, som vi jo behandler samlet – det kunne være, vi kunne få dem op på skærmen. Og der har vi dagsordenens punkt 2, som er godkendelse af årsrapporten, og den dækker som bekendt perioden 1. juni 2015 til 31. maj 2016. Der indgår også beslutning om decharge for bestyrelse og direktion, og der er så en særskilt beslutning om anvendelse af overskud, som formanden har en kommentar til.

Jeg skal henlede opmærksomheden på, at der er en blank revisionspåtegning på side 135 i årsrapporten. Revisionen har således ikke givet anledning til forbehold, og jeg har den originale årsrapport her, som er underskrevet af bestyrelsen, direktionen og selskabets revisor.

Så skal jeg for en kort bemærkning overlade ordet til formanden i relation til motiveringen omkring disponeringen af resultatet."

Formand Ole Andersen

"Ved udgangen af regnskabsåret 2014/15 modtog selskabet et betydeligt provenu fra Automotive-transaktionen, hvilket betyder, at selskabet i dag har en betydelig positiv likviditet, og som jeg gav udtryk for lidt tidligere, så har vi nu også modtaget de sidste beløb, som vi havde til gode fra denne transaktion. Det betyder, at vi ved udgangen af regnskabsåret 2015/16 havde en nettolikviditet i størrelsesorden på ca. DKK 700 mio. I løbet af regnskabsåret 2015/16 er selskabets finansielle resultater blevet bedre, men selskabet befinder sig stadig i en sårbar situation. Samtidig er den effekt fra de seneste års strategiske initiativer, såsom partnerskabet med HARMAN International og teknologipartnerskabet med LG Electronics, endnu ikke slået igennem.

Derfor indstiller bestyrelsen til generalforsamlingen, at der ikke udbetales udbytte.

Virksomheden undergår i disse år en betydelig transformation. Når effekten af strategien for alvor begynder at vise sig, vil bestyrelsen fastlægge en langsigtet kapitalstruktur og genoverveje spørgsmålet om udlodning til aktionærerne.

Ordet tilbage til dirigenten."

Dirigenten

"Ja, tak for det. Så er vi kommet til at skulle stemme om punkterne 2 og 3 på dagsorden, og jeg skal høre, om der er nogen, der ønsker ordet i den forbindelse. Det er der ikke, ser det ud til. Er der nogen, der ønsker, at der afstemmes om det, eller skal jeg anse at forsamlingen tager de 2 punkter til følge, sådan at årsregnskabet og årsrapporten er godkendt og resultatdisponeringen også? Det ser sådan ud – tak for det.

Så er vi færdige med punkt 1, 2 og 3, og så kommer vi til punktet, som er forslag fra bestyrelsen, og der er 5 stk. i alt i år

Det første vedrører spørgsmålet om vederlag og der vil jeg også overlade ordet til formanden for en kort motivation af det."

Ad dagsordenens punkt 4.1

Formand Ole Andersen

"Det foreslåede vederlag, det er uændret i forhold til sidste år:

(i) Det årlige basisvederlag til medlemmer af bestyrelsen fastsættes til kr. 275.000 pr. medlem for bestyrelsesmedlemmer valgt af henholdsvis generalforsamlingen eller medarbejderne, dog således at formanden og næstformanden modtager henholdsvis tre gange basisvederlag og to gange basisvederlag.

(ii) Vederlag til medlemmer af bestyrelsen, der er udpeget som medlemmer af selskabets revisionsudvalg, udgør kr. 50.000 pr. medlem, dog således at formanden for revisionsudvalget modtager to gange dette vederlag.

(iii) Vederlag til medlemmer af bestyrelsen, der er udpeget som medlemmer af selskabets vederlagsudvalg eller nomineringsudvalg, udgør kr. 50.000 pr. medlem.

Bestyrelsens honorar har ikke været ændret de seneste 5 år, og bestyrelsen har, grundet selskabets performance, valgt ikke at ændre på honoraret i år. Det er dog bestyrelsens vurdering, at det kan blive nødvendigt at forhøje honoraret næste år, idet det ellers kan blive svært at tiltrække kvalificerede kandidater til bestyrelsen."

Dirigenten

"Ja, det er altså det første af de 5 punkter under punkt 4, og jeg skal høre, om der er nogen, der ønsker ordet?"

Det ser ikke sådan ud. Jeg kigger ud i forsamlingen, og jeg skal også høre, om man kan tiltræde forslaget om at bevare bestyrelseshonoraret på samme niveau som sidste år? Det ser også sådan ud – tak for det.

Ad dagsordenens punkt 4.2

"Så er vi kommet til det næste punkt, som er et tilbagevendende punkt, fordi i selskabsloven er det sådan, at hvis man vil have en bemyndigelse til at købe egne aktier op, så skal man forny den hvert år, og derfor har vi også hos Bang & Olufsen det her punkt på generalforsamlingen hvert år, med at man får mulighed for at købe op til 10 procent af sine egne aktier. Jeg skal høre, om der er nogen der ønsker at få ordet i den forbindelse og jeg skal også høre om I kan tiltræde, at det godkendes også for i år? Det ser sådan ud – tak for det."

Ad dagsordenens punkt 4.2

Så er det det tredje forslag, og det vedrører selskabets incitaments aflønning, og her vil jeg også lige lade formanden kommentere lidt på forslaget.

Formand Ole Andersen

"Bestyrelsen har, i forbindelse med rekrutteringen af Henrik Clausen, gennemgået selskabets aflønningsstruktur og vurderet, at der var behov for nogle mindre justeringer til de generelle retningslinjer for incitamentsaflønning. I den forbindelse har Bestyrelsen valgt at stille følgende ændringsforslag til de generelle retningslinjer for incitamentsaflønning, således at:

- (i) medlemmer af direktionen kan modtage en årlig bonus, der maksimalt kan udgøre 38,5 procent af det pågældende medlems bruttoløn for det pågældende år, hvilket svarer til en forhøjelse på 3,5 procentpoint;

- (ii) resultatkrakterne for direktionens deltagelse i vores langsigtede incitamentsprogram, det såkaldte Matching Shares-program, som fastsættes af bestyrelsen, primært vil vedrøre opfyldelse af aftalte mål for selskabets indtjening og omsætning således, at målene er bedre afstemt med selskabets nuværende strategi.
- (iii) det maksimale antal Investeringsaktier, som de deltagende medlemmer af direktionen kan overføre til et Matching Shares-program, fastsættes af bestyrelsen, men kan under ingen omstændigheder overstige 30 procent af den administrerende direktørs løn og 20 procent af de øvrige direktionsmedlemmers årlige grundløn. Tidligere var disse procenter henholdsvis 20 og 15 procent. Vores forslag er at øge dem til 30 og 20 procent.

Matching Shares-programmet, det langsigtede incitamentsprogram, det er baseret på bestyrelsens ønske om, at selskabets direktion løbende har en treårig incitamentsordning, som kan fastholde og motivere ledelsen, og som sikrer, at selskabets direktion har incitament til at maksimere aktionærernes langsigtede værdier. Bestyrelsen foreslår, her to år efter implementeringen af det første Matching Shares-program, en forhøjelse af det maksimale antal investeringsaktier for selskabets CEO samt for de øvrige direktionsmedlemmer.

For en yderligere uddybning af detaljerne i Matching Shares-programmet kan jeg desuden henvise til det appendiks, som var vedlagt indkaldelsen til denne generalforsamling.

Jeg skal herefter overlade ordet til dirigenten."

Dirigent en

"Jeg skal høre om der er spørgsmål eller kommentarer til forslaget om ændring i incitamentsprogrammet? Nej, det tror jeg ikke der er. Hvis ikke der er nogen der er imod forslaget, så vil jeg også anse det for, at være vedtaget. Tak."

Ad dagsordenens punkt 4.4

"Så er det punkt 4.4 og det er en revision af den såkaldte vederlagspolitik for Bang & Olufsen A/S, jeg tror også formanden har et ønske om en kort bemærkning til det."

Formand Ole Andersen

"Ja, den bliver meget kort. Der er faktisk ikke så forfærdeligt meget at sige, det vi foreslår, det er opdateringer, der bringer vederlagspolitikken i overensstemmelse med det af generalforsamlingen tidligere vedtagne. Så det er småting, og der er som sagt ikke noget nyt. Det er kun en opdatering af dokumentet."

Dirigenten

"Godt, jeg vil på samme måde, som med de andre forslag fra bestyrelsen, spørge, om der er nogen, der ønsker ordet i relation til vederlagspolitikken? Nej, det tror jeg ikke, der er. Og er der nogen, der er imod? Heller ikke. Godt, så anser vi også det for vedtaget."

Ad dagsordenens punkt 4.5

"Så er vi nået til det sidste af bestyrelsens forslag, punkt 4.5, som også er teknisk. Det er sådan, at når man er et børsnoteret selskab i Danmark, så skal man have nogen til at føre sin aktiebog, og der har selskabet efter en årrække med VP Investor Services A/S i stedet valgt at samarbejde med Computershare A/S, og det kræver teknisk set en vedtægtsændring, og det er forslaget."

Jeg skal høre, om der er nogen, der ønsker ordet eller i øvrigt er imod det forslag? Det er heller ikke tilfældet – godt."

Så har vi punkterne under punkt 4 klaret."

Ad dagsordenens punkt 5

"Så bevæger vi os hastigt til punkt 5, som er valg til bestyrelsen.

Og der er det jo sådan i Bang & Olufsen, at de generalforsamlingsvalgte medlemmer, de er på valg hvert år, og de stiller alle sammen op til genvalg, og så er der 2 nye medlemmer, som foreslås.

Jeg overlader ordet til formanden."

Formand Ole Andersen

"Selskabets generalforsamlingsvalgte bestyrelsesmedlemmer stiller alle op til genvalg i år.

Bestyrelsen foreslår således genvalg af undertegnede, Jesper Jarlbæk, Jim Hagemann Snabe, Majken Schultz, Albert Bensoussan og Mads Nipper. Alle medlemmer anses for at være uafhængige i henhold til de gældende anbefalinger om god selskabsledelse.

Bestyrelsen foreslår endvidere valg af Juha Christensen som nyt bestyrelsesmedlem.

Juha er dansk statsborger og bor i øjeblikket i Silicon Valley i USA. Han har studeret Business Management på London Business School og er en iværksætter inden for design og teknologi med en bemærkelsesværdig baggrund fra Europa, USA og Asien. I den første del af sin karriere byggede han operativsystemer til mobile enheder og mobiltelefoner, han førte an i grundlæggelsen af Symbian, gik videre til at føre an i starten af Microsofts indsats inden for Smartphone og Pocket-pc, og siden har han blandt andet stået i spidsen for en del af Macromedia. I dag ligger hans fokus på innovative virksomheder i vækst, såsom Cogniance, CloudMade, Pelican Imaging, The Pad og Brandworkz.

Juha er bestyrelsesformand og CEO i CloudMade, bestyrelsesformand i Cogniance, Brandworkz, The Pad, Buttonwood Financial og bestyrelsesmedlem i Pelican Imaging.

Juha Christensens særlige kompetencer, som er vigtige for varetagelsen af hans bestyrelseshverv i Bang & Olufsen, er hans afgørende indsigt i markedet og viden om koncepter inden for forbrugerelektronik og kundeoplevelse. Det er bestyrelsens opfattelse, at Juha med disse kompetencer vil kunne medvirke til at skabe værdi for selskabet og dets aktionærer.

Juha Christensen anses for at være en uafhængig kandidat til bestyrelsen

Bestyrelsen har været i løbende i dialog med Qi Jianhong, der indirekte ejer ca. 20,2 procent af aktierne og stemmerettighederne i Bang & Olufsen.

Denne dialog har nu konkretiseret sig i en indstilling af Ivan Tong til Bang & Olufsens bestyrelse. Bestyrelsen har enstemmigt besluttet at anbefale aktionærerne at stemme for denne indstilling.

Bestyrelsen har med denne beslutning lagt vægt på Ivan Tongs særlige kompetencer inden for salg og distribution af luksusforbrugervarer i Kina, der er et vigtigt strategisk marked for Selskabet. Ivan Tong er bl.a. formand for bestyrelsen i Sparkle Roll Group Limited, som er distributør for bl.a. B&O PLAY produkter i Kina, og han har derfor en væsentlig forretningsmæssig relation til Bang & Olufsen.

Af denne årsag anses Ivan Tong ikke for at være en uafhængig kandidat til bestyrelsen.

Jesper Olesen, Geoff Martin og Brian Bjørn Hansen fortsætter alle som medarbejdervalgte bestyrelsesmedlemmer.

For oplysninger om de eksisterende bestyrelsesmedlemmers kvalifikationer, herunder ledelseshverv i andre virksomheder, henvises der til selskabets årsrapport, side 35-36.

Jeg giver herved ordet tilbage til dirigenten."

Dirigenten

"Ja, tak for det.

Nu er vi så nået til bestyrelsesvalg, og jeg skal lige indledningsvis sige, at hvor Juha Christensens kandidatur var ventileret i den dagsorden og det materiale, der blev sendt ud, så var Ivan Tong's kandidatur lidt senere, så det er ikke kommet med nødvendigvis i det I har fået, men det har så været meldt ud i en selskabsmeddelelse fra selskabet og det er jo sådan, når man stiller op til bestyrelsen, så kan man faktisk gøre det helt frem til det her tidspunkt, hvor vi er på generalforsamlingen. Så begge kandidater er, om man så må sige, kommet rettidigt, og formanden har også redegjort for sin og bestyrelsens indstilling til de 2.

Så jeg skal høre, om der er nogen, der ønsker ordet i relation til det her punkt på dagsordenen omkring bestyrelsesvalg? Spejder ud i forsamlingen, og når jeg kigger sådan lidt, så er det, fordi det er mørkere ude hos jer, end der heroppe hos os, men jeg kan ikke se nogen, der markerer i hvert fald.

Godt, da vi jo er ved at være møre alle sammen, og der er lidt varmt herinde, så vil jeg foreslå, medmindre der er nogen, der ønsker at stemme imod, at jeg må få lov til at anse jeres tavshed som udtryk for, at alle stemmer for den eksisterende bestyrelse, Juha Christensen og Ivan Tong."

Ad dagsordenens punkt 5

Dirigenten

"Så er det det næstsidste punkt, og det er valg af revisor

Og der er forslaget fra bestyrelsen, at vi genvælger Ernst & Young P/S som revisor for selskabet.

Jeg skal høre, om der er nogen, der ønsker ordet? Nej, og jeg skal høre, om der er nogen, der er imod? Det er der heller ikke. Fint, så er det også vedtaget.

Ad dagsordenens punkt 6

Dirigenten

"Og så er det den formelle del af generalforsamlingens sidste punkt, nemlig eventuelt, og der er det jo, at dirigenten skal forklare, at der kan man i princippet tage alt op, men man kan til gengæld ikke beslutte noget, så det er kun et punkt, hvor aktionærene har mulighed for at tage andre emner op.

Er der nogen, der ønsker ordet under punktet "eventuelt"? Det syntes heller ikke at være tilfældet.

---o0o---

Dirigenten

"Så tror jeg mit hverv som dirigent er afsluttet. Husk nu at Henrik Clausen kommer og optræder. Der var en aktionær sidste år, der sagde, at det var jo den interessante del af generalforsamlingen. Det er sikkert rigtigt, så det skal I huske at blive til.

Jeg giver lige ordet til formanden, så han kan få en afsluttende bemærkning."

Formand Ole Andersen

"Tak. Ja, der er varmt herinde, og jeg er glad for, at generalforsamlingen trods alt ikke varer 5,5 time.

Generalforsamlingen, den er nu afsluttet, og jeg vil starte med på bestyrelsens vegne at sige tak for fremmødet og for jeres deltagelse i generalforsamlingen. Jeg skal også takke dirigenten for god ledelse af generalforsamlingen og for god ro og orden.

--o0o--

Generalforsamlingen hævet kl. 18:00

Som dirigent:

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized 'K' followed by a horizontal line and a flourish.

Kåre Stolt