

(I tilfælde af afvigelser mellem det talte og skrevne ord, er det talte ord gældende)

Velkommen til Bang & Olufsens årlige ordinære generalforsamling. Jeg er glad for igen i år at se det store fremmøde. Jeg håber, at vi får en god generalforsamling.

Jeg vil som sædvanlig give en redegørelse for selskabets generelle udvikling samt resultatet for det forgangne år. Desuden vil jeg også gennemgå fokusområderne for den næste fase i selskabets strategi.

Finansåret 2014/15 har været et udfordrende år for Bang & Olufsen.

I løbet af året har selskabet lanceret en lang række nye og innovative produkter i såvel Bang & Olufsen-segmentet og B&O PLAY segmentet, og har arbejdet videre med at sikre selskabets udvikling gennem lancering af en fremtidssikret digital teknologi.

Første halvdel af året var kraftigt påvirket af lanceringsudfordringer på selskabets nye og innovative fjernsyn, BeoVision Avant, og ikke mindst en 23% nedgang i salget i Automotive-segmentet i første kvartal, som ellers hidtil havde vist en stabil positiv vækst. Selvom lanceringsvanskelighederne blev løst efter en meget ihærdig indsats af selskabets medarbejdere, så var det bestyrelsens vurdering, at udfordringerne og konsekvenserne af lanceringsvanskelighederne i høj grad var et udtryk for selskabets kompleksitet og ikke mindst selskabets manglende skala. Derfor iværksatte bestyrelsen og direktionen en gennemgang af selskabets strategiske og strukturelle muligheder. Resultatet af denne gennemgang vil jeg vende tilbage til om lidt.

I den anden halvdel af finansåret blev selskabets drift stabiliseret betydeligt. Både Bang & Olufsen og B&O PLAY segmenterne viste vækst, og selskabet skabte positive pengestrømme. Dog var selskabets indtjening fortsat utilfredsstillende.

I forlængelse af den gennemgang der blev iværksat i december 2014, tog selskabet nogle afgørende skridt i foråret 2015, for på sigt at kunne reducere kompleksiteten i selskabet og ikke mindst stabilisere selskabets fremtidige indtjening.

I marts 2015 annoncerede vi en tilpasning af organisationen, som vil spare selskabet for ca. 100 millioner kroner om året fremadrettet. Desuden blev det besluttet af frasælge aktiver, som ikke var en del af selskabets kerneforretning, eksempelvis selskabets 33% ejerandel i Medicom.

I april meddelte vi, at vi havde indgået en aftale med HARMAN International Industries om en fremtidig licensaftale inden for Automotive-industrien, samt at selskabet havde solgt sine aktiver relateret til Automotive-segmentet.

Samarbejdet mellem Bang & Olufsen og HARMAN gør det muligt at forene de to selskabers respektive styrker og særlige kompetencer. Vi vil desuden fortsætte med at producere visse komponenter til Harman.

Bang & Olufsen bidrager til samarbejdet med sine unikke brands; Bang & Olufsen og B&O PLAY, sine unikke kompetencer inden for akustik og ikke mindst kompetencerne inden for design.

HARMAN har særligt stærke kompetencer inden for teknologi, hvor selskabet er markedsledende inden for bl.a. navigation og "infotainment" systemer i biler. HARMAN har med deres store salgsstyrke global salgs- og distributionskraft, der kan medvirke til at øge eksponeringen af vores to brands.

Dertil kommer, at HARMAN har den finansielle styrke og de kompetencer, der er nødvendige for at kunne sikre, at Bang & Olufsen brandets lydsystemer i biler også følger med hastige teknologiudvikling i bilindustrien.

Selve aftalen indebærer et salg af aktiverne relateret til det tidligere Automotive-segment. For disse aktiver samt de eksisterede aftaler med Audi, BMW, Mercedes og Aston Martin har Bang & Olufsen modtaget en kontant betaling på 1,1 milliarder kroner.

Desuden vil selskabet fremadrettet modtage licensbetalinger, såfremt HARMAN indgår aftaler med nye bilproducenter, hvilket naturligvis både vi og HARMAN forventer vil være tilfældet. Hvor stort et beløb de fremtidige licensbetalinger vil udgøre, er vanskeligt at forudsige. Det er dog vores vurdering, at de fremtidige licensbetalinger vil udgøre et betydeligt beløb, som potentielt kan overstige den betaling på 1,1 milliarder kroner, selskabet allerede har modtaget, og vil dermed være med til at understøtte rentabiliteten i Bang & Olufsen mange år ud i fremtiden.

Med gennemførelsen af Automotive-transaktionen har selskabet opnået en mulighed for at kunne fokusere på at styrke den del af forretningen, som er direkte relateret til forbrugersegmentet. Dermed kan vi sikre, at de to brands, Bang & Olufsen og B&O PLAY, bliver endnu stærkere, end de i forvejen er.

Bang & Olufsen brandet vil blive ved med at være kernen i selskabet. Det primære fokus for Bang & Olufsen segmentet vil være at styrke brandet yderligere samt at investere i innovative produkter og sikre en bedre og mere konsistent forbrugeroplevelse i B1- og shop-in-shop-distributionen.

B&O PLAY forventes at blive selskabets vigtigste vækstmotor for de kommende år. Væksten vil være drevet af både nye produktlanceringer og en betydelig udvidelse af distributionen. Ud over at være en rentabel forretning for selskabet, så skal B&O PLAY også vedblive med at tiltrække nye og yngre kunder til selskabet, som det allerede i de første fire år af brandets levetid har bevist er muligt.

Licensforretningen, som Automotive-aftalen udgør en vigtig del af, har to primære formål. Dels skal det øge kendskabet til de to brands, og dels skal det styrke selskabets lønsomhed ved at sikre et stabilt cash flow, som kan understøtte selskabets langsigtede udvikling.

Med fokuseringen på forbrugersegmentet har bestyrelsen besluttet, at Bang & Olufsen vil søge at finde en ny ejer til ICEpower. ICEpower er et sundt selskab med et stærkt brand og unikke kompetencer. Selskabet har gennem årene været en integreret del af Bang & Olufsen. Dog er det efterhånden under 10% af ICEpowers omsætning, der er relateret direkte til Bang & Olufsen. Derfor er det bestyrelsens vurdering, at ICEpower med fordel kan få en ny, stærk ejer.

Både for Bang & Olufsen og for B&O PLAY vil der være nogle særlige strategiske fokusområder i de kommende tre år.

For Bang & Olufsen vil der være fokus på at sikre, at det høje niveau af produktinnovation og -kvalitet fortsætter. Der vil blive sat yderligere fokus på segmentets kompetencer inden for software, innovation, design og akustik. Samtidig vil der fortsat være et behov for at reducere kompleksiteten yderligere og forbedre rentabiliteten i produktporteføljen – særligt i TV-produktporteføljen. Her bliver det centralt, at selskabet i endnu højere grad end tidligere arbejder sammen med teknologipartnere, så deres skala- og teknologifordele kan medvirke til, at Bang & Olufsen igen bliver et stabilt og rentabelt segment.

I Bang & Olufsen segmentet vil der samtidigt være stort fokus på at sikre en forbedret og mere konsistent forbrugeroplevelse på tværs af butiksketnetværket. Ligeledes vil der fortsat være fokus på at tiltrække nye, stærke partnere til de byer, hvor selskabet ikke allerede har en stærk samarbejdspartner.

I B&O PLAY produktporteføljen vil der være fokus på at styrke både audio- og hovedtelefon-kategorierne med nye produkter. Da konkurrencen i B&O PLAY segmentet er meget hård, vil der være fokus på at supplere lanceringen af nye produkter med lanceringen af nye varianter og udgaver af eksisterende produkter, så kunderne hele tiden har nye og spændende varianter at vælge imellem.

Distributionen af B&O PLAY produkterne vil fortsat ske gennem egne butikker samt specialiserede distributører, med kendskab til de lokale forhold, hvilket vil medvirke til at sikre, at distributionen bliver så omkostningseffektiv som muligt. Væksten i tredjepartsdistributionen forventes at være global, men der vil være særligt fokus på vækst i Nordamerika og i Kina.

De strategiske tiltag forventes at resultere i både vækst og forbedret rentabilitet for selskabet. Selskabets finansielle målsætning for den treårige strategiperiode er således:

- 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 før særlige poster i løbet af strategiperioden.
- Og at opnå positive frie pengestrømme i strategiperioden.

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

- For det første, så bliver det særligt afgørende, at selskabet får etableret teknologipartnerskaber, som gør at TV-forretningen igen bliver rentabel. Selskabet skal også fremadrettet kunne levere en stærk Bang & Olufsen TV-løsning, men selskabet mangler den fornødne skala til at kunne gøre alt på egen hånd. Derfor må selskabet alliere sig med en partner, som kan bidrage med både teknologisk viden og skala, således Bang & Olufsen kan fokusere på kompetencerne inden for akustik og design.
- Den anden faktor er væksten i B&O PLAY. En markant vækst i B&O PLAY kræver ikke en tilsvarende vækst i omkostningsbasen. Da potentialet i dette segment er betydeligt, vil væksten i B&O PLAY segmentet også 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.

Baseret på disse strategiske tiltag, skal der ikke herske nogen tvivl om, at det fortsat er bestyrelsens opfattelse, at selskabet har et betydeligt potentiale. Dog er det også klart, at for at potentialet kan realiseres, skal selskabets udfordringer i relation til manglende skala løses.

Jeg vil nu gå i detaljer omkring selskabets udvikling i løbet af regnskabsåret 2014/15.

Frasalget af Automotive-aktiverne samt den reviderede strategi medførte i regnskabsårets sidste kvartal betydelige justeringer i selskabets balance. Disse justeringer er gennemgået i detaljer i årsregnskabet på side 11 – 14. Justeringerne havde en meget markant påvirkning på selskabets bruttomarginal og kapacitetsomkostninger i fjerde kvartal og påvirkede dermed også resultat af primær drift (EBIT).

Dog er det værd at bemærke, at langt hovedparten af disse justeringer er af engangskaraktter og forventes at være isoleret til fjerde kvartal. Desuden skal det også bemærkes, at justeringerne for størstedelens vedkommende ikke påvirker selskabets pengestrømme.

For at give regnskabslæseren indsigt i, hvordan bestyrelsen og ledelsen vurderer selskabets reelle udvikling i fjerde kvartal, har selskabet valgt at supplere de IFRS-rapporterede resultater med såkaldt "underliggende" resultater for udvalgte nøgleposter i resultatopgørelsen. Disse vil jeg ligeledes henvise til i min gennemgang.

Omsætningen for selskabets fortsættende forretning – dvs. for segmenterne Bang & Olufsen og B&O PLAY - blev 2.356 millioner kroner for året mod 2.162 millioner sidste år. Dette svarer til en stigning på 9 procent. Stigningen i omsætningen var drevet af begge segmenter, som viste henholdsvis 7% og 15% vækst i forhold til året før.

Væksten i Bang & Olufsen segmentet var primært drevet af Europa, hvor omsætningen voksede med 6% i året. Omsætningen i Nordamerika voksede med 3%, hvilket i høj grad var drevet af en styrkelse af dollaren i forhold til kronen. Den underliggende vækst i Nordamerika var således ikke tilfredsstillende, og selskabet har derfor i løbet af året tilpasset organisationen og forhandlernetværket, således dette marked kan blive et marked som på sigt igen kan vise vækst. Omsætningen i de såkaldte BRIK markeder, dvs. Brasilien, Rusland, Indien og Kina var flad i forhold til det foregående regnskabsår. Dette er naturligvis heller ikke tilfredsstillende, men skyldes især en kraftig tilbagegang i omsætningen i Rusland, hvor der har været stor økonomisk usikkerhed siden sommeren 2014.

Bang & Olufsen segmentets omsætning blev 1.743 millioner kroner mod 1.628 millioner året før. Segmentets positive vækst var primært drevet af vækst i TV-kategorien, hvor der særligt var god efterspørgsel efter BeoVision Avant, som blev lanceret i en 55-tommer version i maj 2014, og i 75- og 85-tommer versioner i løbet af regnskabsåret.

I januar 2015 lancerede selskabet det innovative trådløse musiksystem BeoSound Moment. Musiksystemet gør det nemt og enkelt at samle de mange moderne musikkilder i et simpelt musiksystem. Salget af Moment har siden lanceringen været lavere end ventet, men vi vurderer, at salget af produktet vil forbedres i det indeværende regnskabsår drevet af lanceringen af "Multiroom" funktionaliteten i Moment såvel som i flere af selskabets andre produkter.

Omsætningen for B&O PLAY var 613 millioner kroner i forhold til 534 millioner året før. B&O PLAY voksede således med 15 procent i regnskabsåret. Væksten var primært drevet af solid vækst gennem tredjepartskanaler og internethandel, som tilsammen voksede med 80% i forhold til forrige år. Omsætningen gennem tredjepartskanaler udgjorde således 244 millioner kroner, svarende til næsten 40% af B&O PLAYs samlede omsætning mod cirka 25% af den samlede omsætning forrige år.

Den kraftige vækst i salget gennem tredjepartsbutikker skyldes i høj grad en betydelig udvidelse af antallet af tredjepartsbutikker. Ved udgangen af regnskabsåret var der således mere end 3.300 tredjepartsbutikker, hvilket er ca. 1.900 butikker mere end ved udgangen af maj 2014. Omsætningen gennem selskabets e-commerce platform steg ligeledes i løbet af året, men udgør fortsat kun en mindre del af omsætningen i B&O PLAY.

B&O PLAY omsætningen gennem B1- og shop-in-shop-netværket faldt med 7% i forhold til sidste år. Faldet skyldes primært et fald i omsætningen i det første halvår, hvor der var for få nye produktlanceringer. Derimod voksede B&O PLAY kraftigt i andet halvår af 2014/15 både i B1- og shop-in-shop-kanalen.

Væksten i B&O PLAY i andet halvår blev i høj grad understøttet af lanceringen af mange nye produkter og opdateringer af eksisterende produkter. Særligt efterspørgslen efter den trådløse højttaler BeoPlay A2 og de trådløse hovedtelefoner BeoPlay H8 har oversteget forventningerne for året.

Den kraftige efterspørgsel efter BeoPlay A2 skabte leveringsvanskeligheder til at begynde med, men problemet blev løst i løbet af foråret, og selskabet endte således med at sælge ca. 100.000 stk. i løbet af regnskabsåret.

Med lanceringen af BeoPlay A2 har B&O PLAY nu en bred produktpalette inden for trådløse audiosystemer, som også inkluderer bl.a. Beolit 15 og BeoPlay A9, som vil blive udvidet yderligere i løbet af efteråret.

Som nævnt har selskabet også oplevet stor efterspørgsel efter de trådløse hovedtelefoner, BeoPlay H8, som har Active Noise Cancellation. Hovedtelefonerne bygger på de samme designlinjer som de populære BeoPlay H6 og BeoPlay H2, som blev lanceret i henholdsvis maj 2013 og november 2014. Også hovedtelefonporteføljen vil blive udvidet med nye modeller i løbet af efteråret.

Med de populære og innovative produkter, som blev lanceret i 2014/15 og nye modeller som bliver lanceret i løbet af efteråret 2015, vil B&O PLAY have den absolut stærkeste produktportefølje siden lanceringen af brandet for fire år siden. Kombinationen af den stærke produktportefølje og udvidelse af tredjepartsdistributionen vil, forventer vi, resultere i et markant stigende salg af B&O PLAY produkter i indeværende regnskabsår.

Den rapporterede bruttomarginal for den fortsættende forretning blev 24,6% for året. Den underliggende bruttomarginal, dvs. justeret for tidligere nævnte faktorer, var 37,2%. Bruttomarginalen for det foregående år var 38,4%.

Den underliggende bruttomarginal for året blev negativt påvirket af en høj salgsandel af TV i forhold til højttalere i Bang & Olufsen segmentet. Desuden var bruttomarginalen negativt påvirket af den stigende andel af omsætningen fra B&O PLAY segmentet, som generelt har lavere bruttomargin end Bang & Olufsen segmentet.

Selskabets kapacitetsomkostninger blev som tidligere nævnt også påvirket negativt af justeringerne i fjerde kvartal. Selskabets rapporterede kapacitetsomkostninger blev således 1.387 millioner kroner, og selskabets underliggende kapacitetsomkostninger blev 1.198 millioner kroner.

De underliggende kapacitetsomkostninger var dog fortsat over sidste års niveau på 1.090 millioner kroner. Stigningen skyldes dels en stigning af distributions- og markedsføringsudgifterne som følge af øget aktivitet, en negativ valutakursudvikling og ikke mindst at en væsentligt lavere andel af de afholdte udviklingsomkostninger, som blev kapitaliseret.

Koncernens afholdte udviklingsomkostninger udgjorde 370 millioner kroner mod 285 millioner forrige år. Selskabet fastholdt dermed et højt niveau af udvikling igennem året, hvilket vil være med til at sikre, at Bang & Olufsen – sådan som det har været tilfældet i det seneste år – kan blive ved med at lancere nye og innovative produkter i et endnu hurtigere tempo end tidligere.

Af de 370 millioner kroner er 159 millioner blevet aktiveret. Selskabets kapitaliseringsprocent er således faldet fra 62 procent i 2013/14 til 43 procent i 2014/15, hvilket i høj grad skyldes, at aktiveringsprocenten var høj i det forrige regnskabsår på grund af lanceringen af eksempelvis de trådløse højttalere og BeoVision Avant.

De totale af- og nedskrivninger på udviklingsprojekter var 238 millioner kroner, mod 184 millioner kroner året før. Stigningen skyldes bl.a. en nedskrivning af værdien af udviklingsprojekter relateret til produkter, der, som følge af lanceringen af den nye strategi ikke vil blive videreført.

Nettopåvirkningen af kapitaliseringer og afskrivninger af udviklingsomkostninger på selskabets resultat af primær drift (EBIT) var negative 79 millioner kroner, sammenlignet med en negativ påvirkning på 8 millioner kroner sidste år.

Selskabets aktiverede udviklingsprojekter faldt fra 724 millioner kroner primo året til 392 millioner kroner ultimo året. Ud over den faldende kapitaliseringsprocent, så skyldes nedgangen i høj grad salget af Automotive aktiverne.

Selskabets rapporterede resultat af primær drift, EBIT, for den fortsættende forretning blev negative 807 millioner kroner for året. Som tidligere nævnt var resultatet påvirket af flere justeringer i balancen i fjerde kvartal relateret til frasalget af Automotive-aktiverne og den reviderede strategi for selskabet. I alt påvirkede disse faktorer EBIT med 484 millioner kroner i regnskabsåret. Selskabets underliggende EBIT for den fortsættende forretning var således negative 323 millioner kroner, hvilket selvsagt ikke er et tilfredsstillende resultat, og hvilket er under de forventninger selskabet tidligere har udmeldt, som var negative 230 – 260 millioner kroner.

Resultatet for den ikke-fortsættende forretning, dvs. Automotive, ICEpower, Medicom samt de frasolgte butikker i Australien var 664 millioner kroner. Af resultatet på 664 millioner kroner, kan 492 millioner kroner henføres til gevinsten fra salget af aktiver og selskaber, dvs. primært fra forskellen mellem salgsprisen og den bogførte værdi på Automotive aktiverne. Den resterende del, dvs. 172 millioner kroner kan henføres til resultatet af den løbende drift af den ikke-fortsættende forretning.

Efter skat blev årets resultat for gruppen derfor 57 millioner kroner for regnskabsåret.

Når det gælder selskabets pengestrømme og balance, så er disse naturligvis også påvirket markant særligt af frasalget af aktiverne i Automotive. Dertil kommer, at selskabet har reduceret arbejdskapitalen betydeligt ved udgangen af regnskabsåret.

Selskabets arbejdskapital faldt således fra 724 millioner kroner ved udgangen af tredje kvartal til 261 millioner kroner ved udgangen af regnskabsåret. 140 millioner kroner af faldet er direkte relateret til frasalget af aktiver, 130 millioner kroner er de tidligere nævnte justeringer på balancen, og de resterende 193 millioner kroner skyldes generelle forbedringer af arbejdskapitalen samt forskydninger over regnskabsårets afslutning.

Selskabets frie pengestrømme fra drifts- og investeringsaktiviteter var positive 913 millioner kroner mod minus 101 millioner sidste år. De frie pengestrømme var positivt påvirket af salget af aktiver og selskaber med i alt 1.123 millioner kroner. Justerer man således selskabets pengestrømme for denne effekt, så har selskabet således haft negative frie pengestrømme, hvilket naturligvis er noget som bestyrelsen har stort fokus på at få rettet op på.

En del af de frie pengestrømme er blevet anvendt til at tilbagebetale selskabets bankgæld. Dermed er selskabet gået fra at have en nettorentebærende gæld på 374 millioner kroner ved udgangen af sidste regnskabsår, til at have et nettoindestående i banken på 788 millioner kroner. Selskabets finansielle position er dermed væsentligt styrket som følge af salget af aktiverne i Automotive-forretningen.

Egenkapitalen var ved regnskabsårets slutning på 1.921 millioner kroner sammenlignet med 1.604 millioner ved udgangen af forrige regnskabsår. Egenkapitalen udgør nu 56 procent af den samlede balancesum mod 55 procent ved udgangen af forrige regnskabsår.

Den 19. juni 2014 besluttede selskabets bestyrelse at gennemføre en kapitaludvidelse svarende til 9,99 procent af den eksisterende aktiekapital. For at gennemføre udvidelsen så hurtigt og effektivt som muligt, benyttede selskabet den bemyndigelse, som blev givet af aktionærerne på generalforsamlingen sidste år til at lave en såkaldt private placement til markedskurs. Opbakningen til kapitaludvidelsen var stor, og den kunne således gennemføres til en kurs svarende til lukkekursen på dagen. Nettoprovenuet fra kapitaludvidelsen var 250 millioner kroner.

Desuden er selskabets egenkapital positivt påvirket af frasalget af aktiver – særligt Automotive-aktiverne, som det er gennemgået tidligere.

Hvis vi går til selskabets forventninger til indeværende regnskabsår, så forventes en vækst i omsætningen mellem 8 og 12%.

B&O PLAY segmentet forventes at være den primære kilde til væksten, drevet af den tidligere omtalte stærke produktportefølje og den fortsatte udvidelse af tredjepartsdistributionen. Væksten i Bang & Olufsen segmentet ventes at være moderat.

Som følge af væksten i omsætningen, en forbedret bruttomarginal og fortsatte omkostningsbesparelser, forventer selskabet en betydelig forbedring i selskabets resultat af primær drift for den fortsættende forretning. Omkostninger relateret til funktioner der tidligere blev delt med Automotive forventes ikke at

være fuldt elimineret i 2015/16 regnskabsåret, da det vil tage tid, før besparelsesinitiativerne får fuld effekt. Derfor forventer selskabet et negativt resultat af primær drift i 2015/16. Justeres dette tal for omkostninger, der tidligere var delt med Automotive, forventes selskabets resultat af primær drift at være omkring nul og altså dermed en stærk forbedring i forhold til regnskabsåret 2014/15.

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 OMX de reviderede anbefalinger om god selskabsledelse. Bang & Olufsen følger på nuværende tidspunkt 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, antikorruption, 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 antikorruption 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 uetisk adfærd.

Bang & Olufsen vil i 2015/16 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.



Som følge af frasalget af Automotive-aktiverne har bestyrelsen gjort sig grundige overvejelser angående anvendelse af det provenu, selskabet har modtaget. Konklusionen af bestyrelsens overvejelser, som det også fremgår af årsrapporten, er, at det foreslås generalforsamlingen, at der ikke udbetales udbytte.

Baggrunden for anbefalingen er, at bestyrelsen vurderer, at kombinationen af selskabets sårbare situation, indfrielsen af selskabets bankgæld, de store resultatudsving, samt at den nyligt lancerede strategi netop er blevet igangsat, gør, at selskabet har behov for et stærkt kapitalgrundlag.

Jeg skal understrege, at dette naturligvis ikke er ensbetydende med, at pengene vil blive ødslet væk. Der vil blive arbejdet hårdt på en markant forbedring af selskabets indtjening. Når den nye strategi begynder at vise resultater, vil bestyrelsen fastlægge en langsigtet kapitalstruktur og genoverveje spørgsmålet om udlodning til aktionærene.

Jeg skal også oplyse, at bestyrelsen forud for indkaldelse til generalforsamlingen fra en aktionær har modtaget forslag om, at mindst 80 % af provenuet fra salget af Automotive-aktiviteterne burde udloddes som udbytte til Bang & Olufsens aktionærer. Grundet de overvejelser, som jeg netop har redegjort for, kan bestyrelsen ikke støtte dette forslag. Da generalforsamlingen efter selskabslovens regler ikke kan beslutte udlodning af et højere udbytte end foreslået eller tiltrådt af bestyrelsen, er dette forslag ikke optaget på dagsordenen.