

Ambu 2014/15
Investor update

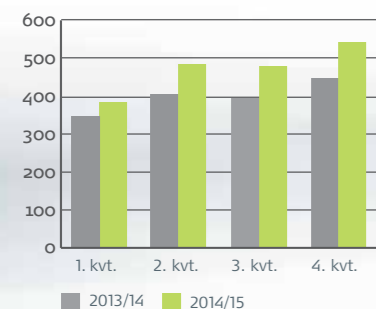
VÆKST PÅ VERDENSPLAN



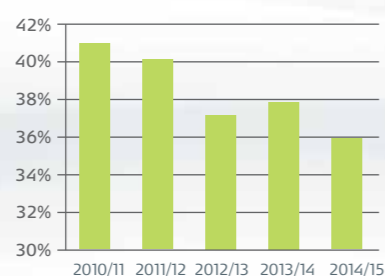
Hoved- og nøgletal

Mio. kr.	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Hovedtal					
Nettoomsætning	983	1.045	1.383	1.584	1.889
EBITDA, før særlige poster	201	204	235	286	332
EBIT, før særlige poster	144	151	161	198	236
EBIT	111	145	100	198	236
Finansielle poster, netto	-13	-1	-30	10	-21
Resultat før skat	98	144	70	208	215
Årets resultat	69	110	48	151	152
Aktiver i alt					
Egenkapital	580	665	651	854	1.036
Netto rentebærende gæld	105	57	721	739	731
Frie pengestrømme før køb af virksomheder					
Køb af virksomheder og teknologi	64	111	68	103	107
	0	31	704	112	17
Antal medarbejdere, gns.					
	1.637	1.683	1.984	2.333	2.270
Nøgletal					
Bruttomargin, %	55,5	54,5	49,1	50,4	48,5
Omkostningsprocent, %	41	40	37	38	36
EBITDA-margin før særlige poster, %	20,4	19,5	17,0	18,1	17,6
EBIT-margin før særlige poster, %	14,6	14,4	11,6	12,5	12,5
Egenkapitalforrentning %	12	18	7	20	16
NIBD/EBITDA, før særlige poster	0,5	0,3	3,1	2,6	2,2
Egenkapitalandel, %	65	70	35	42	46
Arbejdskapital, % af omsætningen	32	34	28	29	29
Afkastningsgrad (ROIC)	14	14	11	12	12
Aktiedata					
Børskurs pr. aktie, kr.	35	37	56	106	181
Resultat pr aktie	1,48	2,37	1,01	3,19	3,16
Pay-out ratio %	34	33	31	30	30

Omsætning pr. kvartal



Omkostningsprocent – 5 års udvikling



EBIT og EBIT-margin – før særlige poster



Vi er godt på vej

Siden finanskrisen har sundhedsindustrien ændret sig markant. Hospitalerne verden over er under gevaldigt pres for at levere bedre sundhedsøkonomi, højere sikkerhed for patienterne og nye innovative løsninger. For Ambu har 2014/15 været endnu et år i fremgang, fordi vi har været i stand til at imødekomme hospitalernes udfordringer. I dag udgør engangsprodukter næsten hele vores forretning, og efterspørgslen stiger støt.

Intensiveret innovation

I gennem Ambus 78-årige historie har drivkraften for vores eksistens været evnen til at udvikle og levere innovative løsninger, der kan hjælpe læger til at redde menneskeliv og samtidig effektivisere lægernes arbejde. I de senere år er vores indsats inden for innovation intensiveret. Vi har udviklet og lanceret flere nye produkter til vores kunder end nogensinde før. Produkter, der forbedrer nuværende behandlingsmetoder, men også revolutionerer dem.

Verdens første og eneste engangs-videoskop, aScope, er udviklet, produceret og solgt til hospitalerne af Ambu. Vi lancerede aScope i 2009, og i 2015 har vi for alvor set effekten. Med tæt ved 100.000 skoper leveret til kunder i indeværende år er koncept og produktet nu anerkendt blandt verdens læger. Engangsskoper tilbyder en enestående mulighed for at erstatte flergangsskoper og dermed spare høje anvendelsesomkostninger på hospitalerne, samt forbedre hygiejne og øge patientsikkerhed.

Ambus seneste løsning inden for engangsskoper er et udviklingssamarbejde med Coloplast, som på verdensplan er markedsleder inden for urologi. Sammen har vi udviklet endnu et unikt produkt, der skal forbedre lægernes behandlingsmetode markant ved fjernelse af urinvejs-stenter. Vi forventer os meget af dette nye samarbejde.

De strategiske højder

I 2013 lancerede vi vores nuværende strategi: Climbing New Heights 2017. Den er vores pejlemærke på den rejse, som skal øge Ambus omsætning og indtjening markant. Og vi er rigtig godt på vej.

Med industriens højeste vækstrater nærmer vi os med hastige skridt målet om en omsætning på 2 milliarder kroner. Vi har tre velfungerende salgsregioner, som servicerer tusindevis af hospitaler. Og vi har en unik vifte af engangsprodukter i høj kvalitet, som vi producerer på egne fabrikker i Kina, Malaysia og USA. Vi bliver større, og det betyder at vi bliver bedre i stand til at udnytte vores infrastruktur, der vil tage os til vores indtjeningsmål i 2017: En EBIT-margin på 17-18%.

Med en stærk strategisk platform, et Ambu, der for alvor er blevet global, og en salgskraft, der målrettet kan levere de mest komplette løsninger til hospitalerne, er Ambu godt på vej. Efter endnu et historisk regnskabsår med rekordhøj omsætning og indtjening tror vi og vores 2.300 medarbejdere på, at vores ambitiøse mål er inden for rækkevidde.

Lars Marcher
Administrerende direktør

Hovedpunkter og forventninger

Udviklingen i 2014/15

- 2014/15 er det første hele regnskabsår, hvor Ambu® aScope™ 3 har været tilgængeligt på alle markeder, og der er i dette år solgt tæt ved 100.000 skoper mod knap 40.000 styk i det foregående regnskabsår.
- Ambu har i 2014/15 offentliggjort et produktudviklingssamarbejde med Coloplast, introduceret en komplet serie af størrelser af 3. generations-larynxmasken Ambu® AuraGain™, indgået salgsaftaler med Tri-anim Health Services i Nord-amerika samt indgået flere nye aftaler med amerikanske indkøbsorganisationer.
- Omsætningen for helåret steg 19% (15%) i danske kroner til 1.889 mio. kr. med en organisk vækst i lokal valuta på 9% (7%), som er over den normale markedsvækst.
- EBIT steg til 236 mio. kr. (198 mio. kr.), og EBIT-margin blev 12,5% (12,5%).
- Finansielle poster blev en omkostning på netto 21 mio. kr. (indtægt på 10 mio. kr.) og er positivt påvirket fra regulering af hensat forpligtelse på earn-out.
- Arbejdskapitalen ved udgangen af året var 551 mio. kr. (452 mio. kr.) svarende til 29% (29%) af årets omsætning.
- Frie pengestrømme blev på 107 mio. kr. (103 mio. kr.), og gearingen blev 2,2 (2,6).
- Nettoresultatet blev 152 mio. kr. (151 mio. kr.), og bestyrelsen foreslår et udbytte på 0,95 kr. (0,94 kr.) pr. aktie svarende til en pay-out ratio på 30%.

71%
afkast

I 2014/15 steg Ambus aktie fra kurs 106 til kurs 181. Afkastet var dermed 71% ekskl. udbytte. Til sammenligning steg MidCap-indekset 25%, mens Health Care-indekset steg 27%.

Forventninger til 2015/16

- Organisk vækst i niveauet 7-9% opgjort i lokal valuta og i danske kroner i niveauet 9-11%
- EBIT-margin i niveauet 14-15%
- Frie pengestrømme i niveauet 150-175 mio. kr.
- Gearing i niveauet 2,0 medregnet det annoncerede opkøbsprogram af egne aktier med 175 mio. kr.

God geografisk udvikling

Ambu har udviklet sig fra være en Europa-centrisk forretning til i dag at have et globalt fokus. 47% af vores omsætning kommer i dag fra nordamerikanske hospitaler, 41% fra Europa og 12% fra resten af verden, herunder Asien. Vi er derfor stærkt positioneret til globalt at imødekomme hospitalernes behov for løsninger på deres daglige udfordringer.

Europa

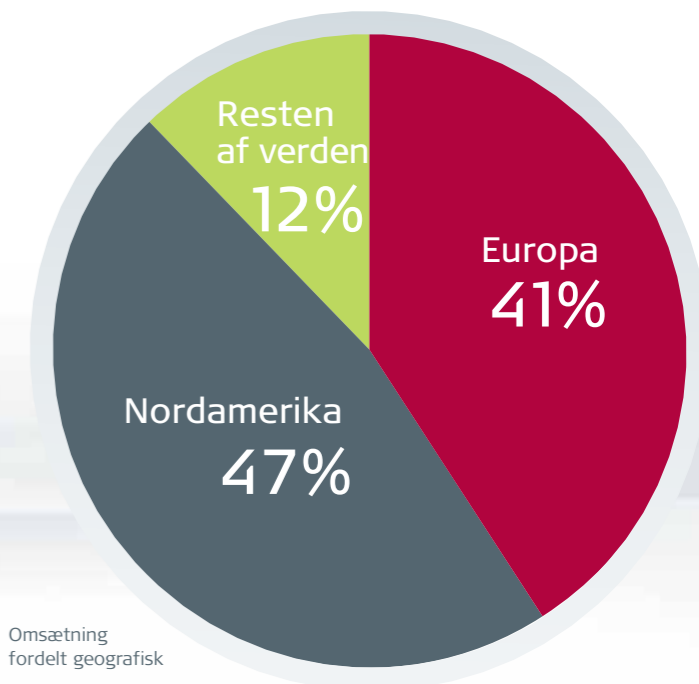
I Europa havde Ambu en vækst på 11% i finansåret 2014/15. Der er tale om en markant fremgang og markant højere vækst end markedsvæksten. Væksten er bredt funderet på de underliggende lande, og om end der fortsat er stramme offentlige budgetter, oplever Ambu et solidt vækstpotentiale i kraft af både de nyere innovative produkter og Ambus kerneprodukter.

Nordamerika

I Nordamerika blev væksten på 8%, hvilket er pænt over markedsvæksten. Væksten er opnået i et år, hvor vi har gennemført væsentlige strukturelle ændringer og effektiviseringer i vores forsyningskæde. Det bør nævnes, at salgsorganisationen i Nordamerika her to år efter sammenlægningen af Ambu og King Systems er optimeret og tydeligvis skaber de forventede salgssynergier i form af krydssalg og styrkede relationer til de amerikanske indkøbsorganisationer. Desuden har vi i slutningen af året indgået aftale med den nordamerikanske distributør, Tri-anim Health Services, hvilket vil gøre os i stand til at nå endnu flere potentielle kunder i USA.

Resten af Verden

'Resten af Verden' dækker Asien og Oceanien samt Latinamerika. Samlet har Ambu i året haft en vækst på 7%, hvilket er en tilbagegang fra 19% året før. Tilbagegangen dækker over lavere salg i både Mellemøsten og Latinamerika. På markederne i Asien og Oceanien fortsættes den positive udvikling. Her har Ambu haft en vækst på 24%, og salget rundede i finansåret 100 mio. kr. En markant milepæl siden Ambu i 2011 etablerede sig med egen salgsledelse i Malaysia.



Omsætning
fordelt geografisk





Vigtige produkter til sundhedspersonale

Anaesthesia

Ambus største forretningsområde kalder vi for Anaesthesia, og her henvender vi os til læger og sygeplejersker, der bruger vores produkter i forbindelse med operationer på hospitaler; på operationsstuer og på intensiv-afdelinger.

Anaesthesia er vokset yderligere i løbet af året og udgør nu næsten 60% af omsætningen. Med en vækst på 16% er det tydeligt, at vi lykkes bedre end konkurrenterne og udbygger vores position som førende leverandør af engangsprodukter til hospitaler.

I det forløbne år har vi set det gennembrud for engangs-videoskoper, som Ambu har arbejdet hen imod siden 2009, hvor vi lancerede den første version af Ambu aScope, verdens første fleksible videoskop til engangsbrug. Salget af aScope er mere end fordoblet i forhold til sidste år både, hvad angår omsætning og antal styk. Vi ser en interessant fremtid for engangs-visualiseringsudstyr, fordi det kan afhjælpe nogle af vor tids vigtigste sundhedsfaglige udfordringer og hjælpe læger til at yde effektiv behandling og begrænse smittefare.

Den tocifrede vækst, vi skaber inden for Anaesthesia, bygger desuden på vores brede portefølje af masker, ventilationsposer, videoskoper, smertepumper og circuits (som er cirkelsystemer mellem patient og anæstesiapparat under operationer).

Patient Monitoring & Diagnostics

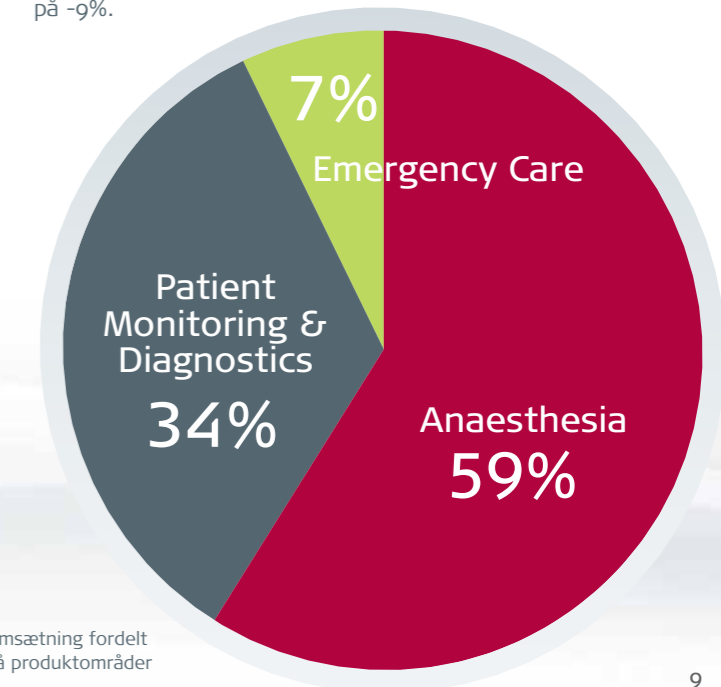
Elektrodedelen af Ambus forretning udgør godt en tredjedel af omsætningen. Det er et segment, hvor vi har særdeles loyale kunder, som – særligt i Europa – har handlet med Ambu igennem mange år. Det er samtidig et marked, der er påvirket af konsolidering og prispress. Vores salg er vokset med 4% i år, hvilket er over markedsvæksten.

Vi har i 2014/15 fokuseret på at fastholde vores loyale kunder, udvide kundebasen i Nordamerika og øge forretningen inden for neurologi, som er en niche med særdeles høj vækst.

Vi har desuden foretaget et mindre, strategisk frasalg i 2014/15, ved outsourcing af den engelske produktion af elektroder inden for monitorering. Strategien bag er en del af det fortsatte stærke fokus på at nedbringe vores omkostninger.

Emergency Care

Emergency Care er Ambus mindste forretningsområde, og afsætningen er præget af store udsving, fordi salget består af engangsordrer. I Emergency Care skønnes markedsvæksten at være aftagende – i flere områder negativ – hvilket vores udvikling i det seneste regnskabsår også afspejler med en vækst på -9%.



Omsætning fordelt på produktområder

Sikker anæstesi – i alle størrelser

I 2014/15 har vi lanceret børnestørrelser af vores 3. generations-larynxmaske, Ambu AuraGain. Dette er strategisk vigtigt, fordi disse produkter giver os bedre muligheder for at vinde udbud og sikre et stærkt salg på tværs af anæstesi-porteføljen.

AuraGain omfatter nu otte størrelser; fra små børnestørrelser (5kg+) til store voksenstørrelser (100kg+).

AuraGain-masken udmærker sig ved at give anæstesi-lægen en bedre og mere sikker mulighed for at sikre patientens luftvej under operation.

Med AuraGain kan Ambu tilbyde kunderne en maske med større funktionalitet og høj kvalitet.

Et afgørende marked

Salget af larynxmasker er i 2014/15 øget med to cifrede vækstrater, hvor markedet generelt er vokset betydeligt mindre, og Ambu har derfor tydeligvis erobret markedsandele i dette højprofit-marked.

Ambu har store muligheder for at vinde yderligere markedsandele på det amerikanske marked, idet Ambus position inden for larynxmasker historisk har været begrænset i USA.

Hvad er en larynxmaske?

En larynxmaske bruges til at skabe en luftvej, hvorigennem man kan tilføre ilt til en patient, som er bedøvet i forbindelse med en operation.

Til forskel fra en ansigtsmaske, som dækker næse og mund, placerer anæstesi-lægen en larynxmaske i patientens hals, så den dækker strubehovedet. Larynx er den medicinske betegnelse for strube eller strubehoved.

STRATEGISKE PARTNERSKABER

Helt grundlæggende ser vi tre måder at forfølge vores mål på. Den første er ved egen kraft. Det vil sige gennem alle de daglige handlinger, hvorved vores 2.300 medarbejdere rykker Ambu videre, når vi udvikler, producerer, markedsfører og sælger.

Den anden måde at optimere vores forretning på er ved at foretage opkøb. I de seneste år har vi tilkøbt produkter eller virksomheder, når der har været et match med vores strategi og mulighed for synergier – og når både vi og sælger har kunnet finde hinanden i forhold til pris og vilkår. Ambus seneste og største opkøb var, da vi købte amerikanske King Systems i 2013. Vi har ikke foretaget nye akkvisitioner i 2014/15, men vi arbejder fortsat på at finde egnede kandidater, der passer til vores forretning, og som kan styrke vores position som global leverandør af innovative løsninger til hospitaler.

Den tredje måde at nå vores mål er ved at indgå partnerskaber.

I år har vi kunnet offentliggøre partnerskabet med Tri-anim Health Services, som er en nordamerikansk leverandør af medicinsk udstyr. Tri-anim vil fra 2015/16 distribuere fire af Ambus produktgrupper inden for Anaesthesia, herunder aScope 3. Dette betyder, at Ambu får større styrke på det nordamerikanske marked og vil være i stand til at nå ud til flere kunder.

Vi har desuden offentliggjort et partnerskab med Coloplast, som tog sin begyndelse i 2011. Sammen har vi udviklet et engangsskop til brug inden for urologi. Produktet blev præsenteret på verdenskongressen for endourologi i London i begyndelsen af oktober 2015, og er en videreudvikling af den teknologiske platform bag aScope. Ambu producerer produktet på vores fabrik i Malaysia, og Coloplast markedsfører og sælger det til sine urologi-kunder.

Større salgsmuskler og nyt marked
Partnerskaber indgår som et vigtigt strategisk indsatsområde i strategien Climbing New Heights. Og i år har vi altså samarbejdet med andre om at opnå større salgsmuskler i Nordamerika og om at gøre vores aScope-teknologi tilgængelig på urologi-markedet, som Ambu ikke traditionelt har fokus på.

De to eksempler her viser, at partnerskaber kan medvirke til, at vi når vores mål og til, at vi bliver endnu bedre i stand til at hjælpe læger og patienter verden over.

Ambu er ingen mastodont, men hvis vi samarbejder klogt med de rigtige partnere, så kan vi gøre vores indflydelse gældende langt ud over, hvad vi formår ved egen kraft.



Ambitiøse mål inden for rækkevidde

Ambu er nu halvejs gennem den fire-årige forretningsstrategi "Climbing New Heights 2017", og vi er godt positioneret til at nå de fastlagte mål.

Strategien blev lanceret i oktober 2013 og indeholder tre finansielle mål: I 2017 skal omsætningen være i niveauet 2 mia. kr. qua en organisk vækst, som er over markedsvæksten. EBIT-marginen skal være 17-18%, og vi skal have et stærkt positivt cash flow.

Omsætning på 2 milliarder

Målet om at nå 2 mia. kr. i 2017 svarer til en gennemsnitlig vækst over fire år på 7-8% p.a. Og efter de første to år har vi nået omkring 8% p.a. og er velpositioneret for 2015/16. Samtidig er den organiske vækst i 2014/15 på 9%, hvilket er væsentligt over markedsniveau og højere end vores konkurrenter.

Indtjening på 17-19% og stærkt cash flow

I forhold til EBIT-margin er vores fokus nu at høste udbyttet fra de seneste års investeringer i produktion, forsyningskæde og innovation. De produkter som skal drive vækst og indtjening er lanceret, og vores integrerede salgsorganisation er på plads. Med en forventet vækst på 7-9% p.a. drevet af høj-margin-produkter og partnerskaber forventer vi at se en ekspansion af EBIT, som bringer os i mål i 2017.

For så vidt angår forbedringer af de frie pengestrømme vil vi nu kunne fokusere herpå i kraft af, at outsourcing af lagre og forsyningskæde i Nordamerika er gennemført.

Mennesker bag succes

Ambu er en virksomhed med 78 års historie, og vores succes er skabt af dygtige og engagerede medarbejdere. Vi tror på, at det også fremover vil være afgørende for vores resultater, at vi lykkes med at opretholde en sund og produktiv virksomhedskultur, der bygger på åbenhed, kvalitet i arbejdet og loyale medarbejdere.

I år har vi afsluttet implementeringen af vores globale Performance Management System, SuccessFactors, som herefter anvendes i hele vores globale organisation. Systemet er et vigtigt element i vores evne til at udmønte den overordnede strategi i operationelle delmål for hver enkelt medarbejder.

Mål i sigte

I det forløbne år har vi set det gennembrud for engangsvideoskoper, som Ambu har arbejdet hen imod siden 2009. Med udvidelsen af vores teknologiske platform ind i det urologiske område cementerer vi vores position som verdens førende udvikler af engangsvideoskoper.

Efter endnu et historisk regnskabsår med rekordhøj omsætning og indtjening tror vi og vores 2.300 medarbejdere på, at vores ambitiøse mål er inden for rækkevidde.



CLIMBING
2017 
NEW HEIGHTS



Baltorpbakken 13
DK - 2750 Ballerup
Tel. +45 7225 2000
Fax +45 7225 2050
www.ambu.com