

AMBU 2013/2014

MOD NYE HØJDER



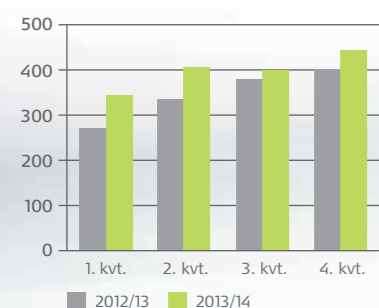
Investor update

Ambu 
Ideas that work for life

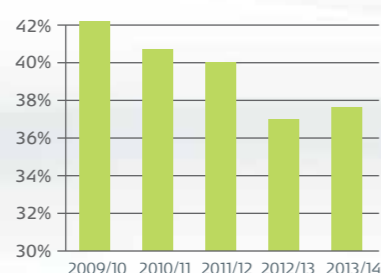
Hoved- og nøgletal

Mio. kr.	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14
Hovedtal					
Nettoomsætning	940	983	1.045	1.383	1.584
Resultat før renter, skat og afskrivninger (EBITDA), før særlige poster	179	201	204	235	286
Resultat af primær drift (EBIT), før særlige poster	118	144	151	161	198
Resultat af primær drift (EBIT)	116	111	145	100	198
Finansielle poster, netto	0	-13	-1	-30	10
Resultat før skat	116	98	144	70	208
Årets resultat	84	69	110	48	151
Balance					
Aktiver i alt	876	889	949	1.852	2.047
Egenkapital	562	580	665	651	854
Netto rentebærende gæld	110	105	57	721	739
Indtægt og udgifter					
Frie pengestrømme før køb af virksomheder	31	64	111	68	103
Køb af virksomheder og teknologi	-	-	31	704	112
Personale					
Antal medarbejdere, gns.	1.728	1.637	1.683	1.984	2.333
Nøgletal					
Bruttomargin, %	54,3	55,5	54,5	49,1	50,4
Omkostningsprocent, %	42	41	40	37	38
EBITDA-margin før særlige poster, %	19	20,4	19,5	17	18,1
EBIT-margin før særlige poster, %	12,6	14,6	14,4	11,6	12,5
Egenkapitalforrentning %	16	12	18	7	20
NIBD/EBITDA, før særlige poster	0,6	0,5	0,3	3,1	2,6
Egenkapitalandel, %	64	65	70	35	42
Arbejdskapital, % af omsætningen	30	32	34	28	29
ROIC, % efter skat inkl. goodwill	12	14	14	11	12
Aktiedata					
Børskurs pr. aktie, kr.	136	139	148	224	425
Resultat pr aktie	7,16	5,92	9,48	4,05	12,76
Pay-out ratio %	35	34	33	31	30

Omsætning pr. kvartal



Omkostningsprocent – 5 års udvikling



EBIT og EBIT-margin – før særlige poster



På vej mod nye højder

I oktober 2013 lancerede Ambu en ny 4-årig strategi: Climbing New Heights 2017. Målsætningen er, at Ambu i 2017 når en omsætning i niveauet 2 mia. kr. og en indtjening på mere end 300 mio. kr. Det er ambitiøse mål, men mål som vores mere end 2.300 medarbejdere tror på og arbejder hen imod hver dag.

Vi har med 2013/14-regnskabet afsluttet det første af de fire år og kan konkludere, at vi er på rette vej, og at det første bjerg er "besteget". Med en vækst for året på 15%, hvoraf de 7% er organisk, og en EBIT-indtjening på 12,5% og 198 mio. kr. har Ambu nået et solidt resultat.

Måltrettet positionering

Resultatet er skabt igennem en fokuseret strategi med klare mål, og Ambu er i dag en af de mest dedikerede leverandører af engangsprodukter til hospitaler og redningstjenester. Vi tror entydigt på, at ved at investere i udvikling af organisationen, nye produkter og salgsmetoder samt i god service til vores kunder, vil Ambu fortsætte med at vokse mere end markedet og styrke sin position som en høj kvalitets-leverandør af innovative løsninger, der hjælper sundhedspersonale med at redde menneskeliv.

Vi tror fuldt og fast på, at vores mission om at være førende inden for udvikling og produktion af engangsprodukter, er den optimale position for Ambu. Antallet af operationer er stigende, og i årene der kommer forventer Ambu en øget efterspørgsel på løsninger, der kan reducere omkostninger, eliminere smittefare og hjælpe hospitalerne med at være mere effektive gennem brug af engangsprodukter, der ikke skal steriliseres.

Akkquisitioner integreret

Ambu har inden for de seneste tre år købt tre virksomheder. På papiret er det altid ligetil at opkøbe virksomheder, få dem integreret og opnå den værdiskabelse, som man kan regne sig frem til. I praksis er opkøb langt mere komplekse, og derfor er det glædeligt at se, at vi er lykkedes med vores opkøb.

Det seneste opkøb – amerikanske King Systems – er i dag fuldt integreret med Ambu. Dette gælder ikke bare produktprogram, salgsstyrke, produktion og finans-enhed. Det tidligere King Systems er også fuldt integreret med Ambus IT-forretningsplatform.

Organisationen i topform

Vores 2.300 medarbejdere er nøglen til vores succes. Det er vores medarbejdere, der skaber værditilvæksten, og det er vores medarbejdere, der hver dag tackler udfordringer og hver dag leverer produkter af høj kvalitet til vores kunder. Derfor er det også glædeligt at se, at resultatet af vores globale medarbejderundersøgelse, som vi udførte i foråret 2014, viste stærkt motiverede, loyale og professionelle medarbejdere, der tror på ledelsens strategiske retning og ambitiøse mål.

2013/14 er afsluttet med tilfredsstillende resultater, et styrket fundament og klare mål og handlingsplaner for 2014/15.

Lars Marcher
Administrerende direktør

Hovedpunkter og forventninger

90%
afkast

I 2013/14 steg Ambus aktie fra kurs 224 til kurs 425. Afkastet var dermed 90% inkl. udbytte. Til sammenligning steg MidCap-indekset 15%, mens Health Care-indekset steg 44%.

Udviklingen i 2013/14

- Ambu har i 2013/14 lanceret tre unikke produkter i form af Ambu® aScope™ 3, KingVision® aBlade og Ambu® AuraGain™ samt købt smertepumpe-teknologien, som Ambu har distribueret siden 2010. De innovative produkter skal være med til at drive den fremtidige vækst.
- Omsætningen for helåret steg 15% i danske kroner til 1.584 mio. kr. med en organisk vækst i lokal valuta på 7%. Den organiske vækst er primært drevet af Anaesthesia, mens Patient Monitoring & Diagnostics (PMD) vokser på niveau med markedet. Regionsmæssigt er væksten drevet af Nordamerika og Resten af Verden.
- Bruttomarginen steg fra 49% til 50%. Stigningen skyldes bl.a. et øget salg af højmargin-produkter og omkostnings-synergier fra integration af tilkøbte aktiviteter, mens prispress trækker i modsat retning.
- EBIT før særlige poster steg til 198 mio. kr. (161 mio. kr.), hvilket giver en EBIT-margin på 12,5% (11,6%).
- Arbejdskapitalen ved udgangen af året var 452 mio. kr. svarende til 28,5% af omsætningen på 12 måneders basis mod 25,7% sidste år (opgjort på pro forma basis).
- De frie pengestrømme før køb af virksomheder og før betaling af særlige poster blev på 114 mio. kr. (103 mio. kr.), og gearingen blev 2,6 (nettorentebærende gæld / EBITDA før særlige poster).
- Nettoresultatet blev 151 mio. kr. (48 mio. kr.), og bestyrelsen foreslår et udbytte på 3,75 kr. (1,25 kr.) pr. aktie svarende til en pay-out ratio på 30%

Forventninger til 2014/15

- Organisk vækst i niveauet 7-8% opgjort i lokal valuta og i danske kroner i niveauet 10% svarende til en omsætning i niveauet 1.740 mio. kr.
- EBIT-margin i niveauet 12,5-13% og ved uændrede valutakurser i niveauet 13,5-14%.
- Frie pengestrømme i niveauet 130-140 mio. kr.
- En gearing i niveauet 2,2 (nettorentebærende gæld / EBITDA før særlige poster).



Globalt til stede

Ambu har i de senere år investeret markant i udviklingen af de tre salgsregioner Europa, Nordamerika og Resten af Verden. Det er positivt, at Ambus målsætning om at udvikle sig til at være en global aktør på det medicotekniske marked er lykkedes.

Den geografiske fordeling af Ambus omsætning afspejler det verdensmarked Ambu opererer på med en ligelig fordeling af omsætningen i Europa og Nordamerika og med et noget mindre men stigende omsætningsbidrag fra Resten af Verden.

Med en omsætningsandel i Nordamerika på 44%, i Europa på 44% samt i Resten af verden på 12% har vi opbygget en stærk global position, som er et solidt fundament for vores nye ambitiøse vækst mål.

Europa

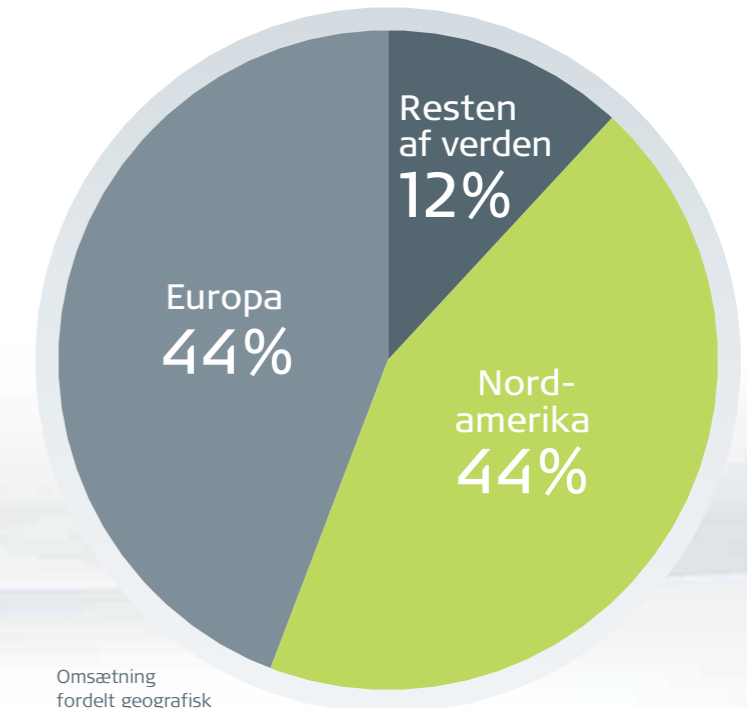
I Europa vokser Ambu fortsat i markeder, der er præget af stramme offentlige budgetter. Innovation på produktsiden har hjulpet Ambu til fortsat at vækste i et presset marked.

Nordamerika

Ambu vækster i Nordamerika over markedet med en organisk vækst på 5%. Væksten er et resultat af salgssynergier ved det udvidede produktprogram, som King Systems har tilført, en bredere dækning af markedet og den reorganiserede salgsstyrke for Anaesthesia og PMD. Effekten fra de nye produktlanceringer er endnu beskeden, men ventes at være en vækstdriver fremover.

Resten af Verden

Købet af King Systems har givet Ambu en stærkere position på vækstmarkeder i Sydamerika. Den øgede tilstedeværelse i Resten af verden med egne sælgere, kundeservice, forhandlere og logistik i bl.a. Kina, Indien, Malaysia, Australien og New Zealand har resulteret i en organisk vækst på 32% på markederne uden for Nordamerika og Europa.



Omsætning
fordelt geografisk

Stærk spiller på operationsstuerne

Anaesthesia – that's us

Ambu største forretningsområde Anaesthesia fortsætter med at vokse markant mere end markedet. Vores førende position som leverandør af engangsprodukter til operationsstuen er blevet yderligere styrket i strategiperiodens første år. Vi har lanceret tre unikke produkter, der alle forbedrer patient-sikkerheden og øger hospitalernes effektivitet.

Med købet af King Vision og de nyligt lancerede produkter har Ambu opnået en position som "one-stop-shop" for hospitalerne, hvilket øger muligheden for at krydssælge vores produkter betragteligt. Et område som vi forventer at udnytte i højere grad i årene fremover.

Ambu har i dag produktløsningerne klar, og salgsstyrken er fokuseret og til stede på de vigtigste markeder. Næste skridt er at øge salget af de nye produkter samt udnytte mulighederne for krydssalg.

From defence to offence in Patient Monitoring & Diagnostics

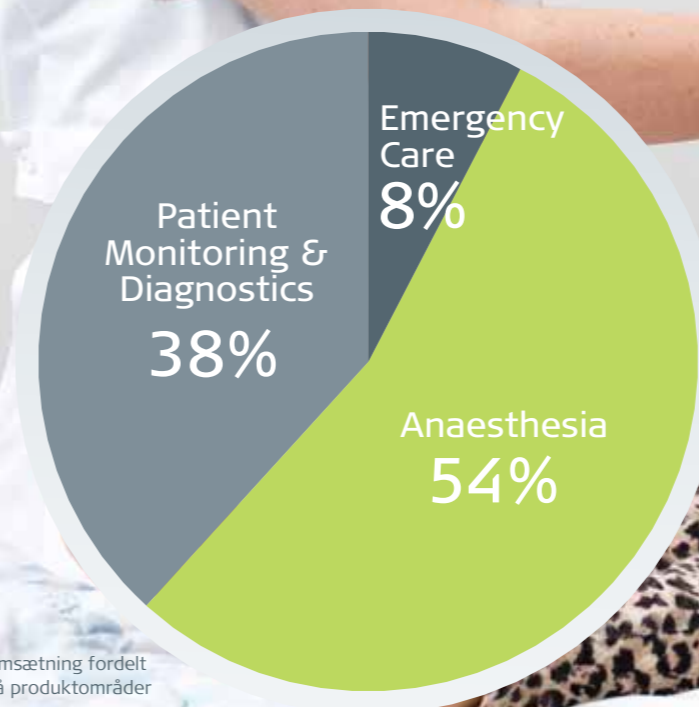
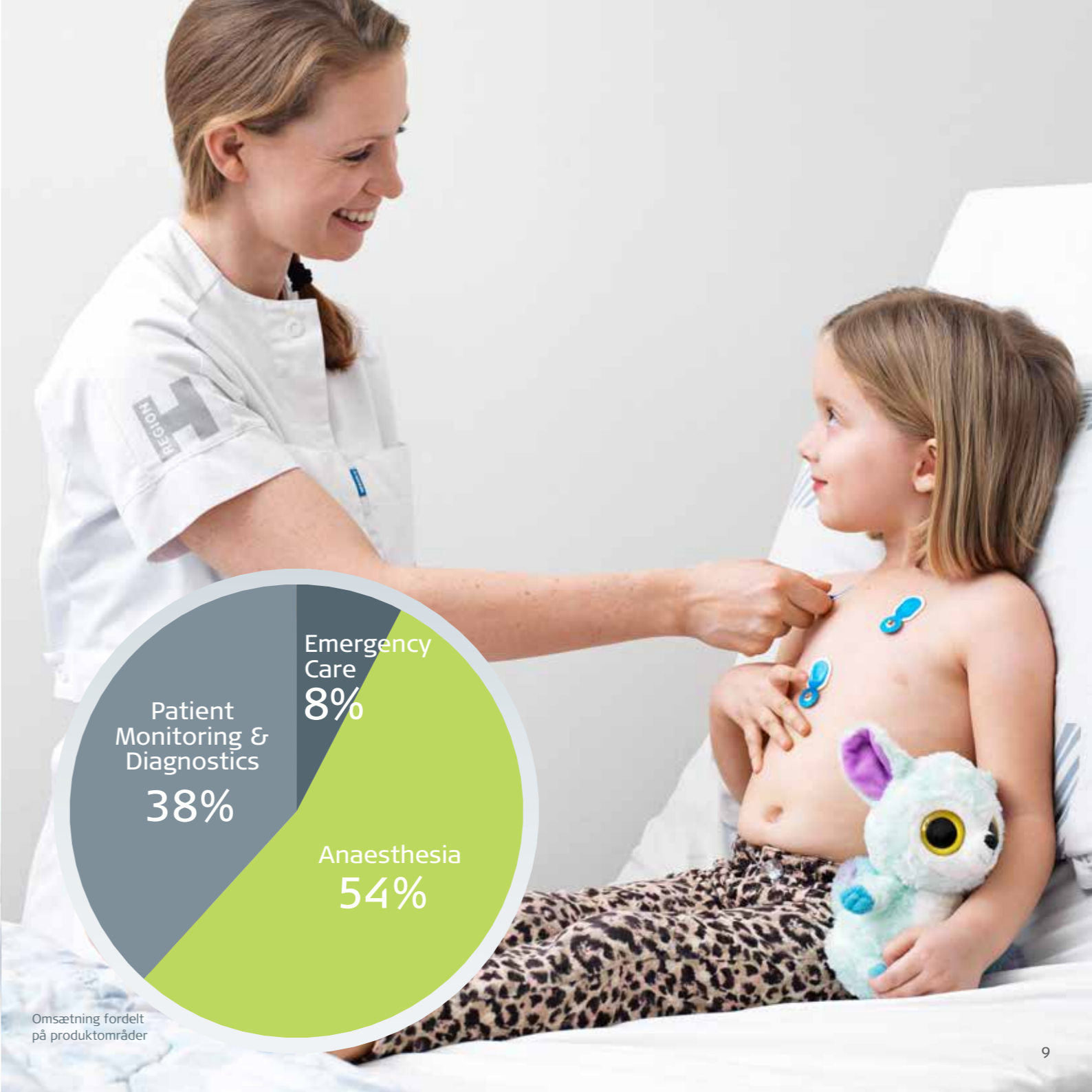
Ambu har i dag verdens bedste elektroder med BlueSensor-elektroderne, og til den prissensitive del af markedet tilbyder vi WhiteSensor-elektroderne, der har en stabil kvalitet til en lavere pris. På den måde kan vi forsvare vores markedsandele

og mindske det samlede prispress fra markedet. At kunne markedsføre et fuldt sortiment af engangselektroder til både diagnostik, monitorering og ambulante behandling har gjort os bedre i stand til at opbygge og supportere den vigtige BlueSensor-forretning.

Vi fortsætter med at investere i at styrke vores attraktive markedsposition inden for højvækstområdet Neurology gennem udvikling af nye salgsmetoder og værktøjer. Ligeledes har Ambu fokus på at øge markedsandelen på det amerikanske marked, hvor vores andel af markedet er væsentligt lavere end i Europa.

Emergency Care

Salget i Emergency Care-segmentet er i stor udstrækning baseret på projektsalg, og der vil derfor være udsving i væksten som følge af engangsordrer. Efter en god efterspørgsel og deraf følgende store engangsordrer på især halskraver og dukker sidste år, har ordrer i samme størrelsesorden ikke materialiseret sig i dette regnskabsår.



Omsætning fordelt på produktområder

Innovative produktlanceringer

Ambu har i 2013/14 demonstreret, at vi er en af de mest innovative virksomheder inden for vores felt, med lancering af tre helt unikke nye produkter.

aScope 3

Først og fremmest 3. generation af vores optiske engangs-fiberskop Ambu aScope™. Et produkt der i 2013/14 for alvor har fået sit gennembrud med mere end 30.000 solgte skoper på de udvalgte markeder, hvor produktet er lanceret.

King Vision aBlade

Vi forventer os desuden meget af King Vision aBlade. Det er det første nye produkt, Ambu har udviklet på King Vision-plattformen, som vi erhvervede ved akkvisitionen af King Systems i 2013. Det oprindelige King Vision videolaryngoskop er primært interessant for redningstjenester. Med King Vision aBlade er produktet nu attraktivt for hospitaler, som udgør et væsentligt større marked.

AuraGain

Sidst, men ikke mindst, har vi lanceret Ambu AuraGain™, som er 3. generation af vores larynxmaske. AuraGain giver lægerne helt nye muligheder ved intubering og under operation, og produktet, der blev lanceret sidst på sommeren, har fået en positiv modtagelse på hospitalerne.

Væk fra farlig kemi

Vi arbejder målrettet med at fjerne klassificerede ftalater i alle produkter inden udgangen af 2017. I år har vi taget endnu et væsentligt skridt væk fra farlig kemi. Alle Ambus larynxmasker og genoplivningsposer er nu fri for ftalater.

Historien bag Ambu aScope

Forestil dig, at du skal bedøves i forbindelse med en operation, og du får et valg om, hvilket udstyr anæstesi-lægen skal bruge. Enten kan du vælge flergangsudstyr, som blev brugt i formiddags til en anden operation og nu er blevet rengjort. Eller du kan vælge engangsudstyr, som er sterilt, når lægen åbner pakningen og ikke har været brugt på andre mennesker.

Trenden i medicobranchen går fra flergangsudstyr til engangsudstyr. Det gælder også for det udstyr, som Ambu producerer, og vi har gennem det seneste årti fokuseret på engangsversioner af vores klassiske produkter som genoplivningsposer, ansigtsmasker og larynxmasker.

Det første i verden

I vores samarbejde med læger fandt vi ud af, at de traditionelle videokoper til flergangsbrug giver nogle unødigt komplicerede arbejdsgange på hospitaler og har en indbygget risiko for smitte fra patient til patient. I 2007 stillede vi derfor os selv et virkeligt udfordrende spørgsmål: Kan vi udvikle et videokop til engangsbrug? Kan vi gøre et videokop billigt, transportabelt og dog robust; med så høj kvalitet, at lægen kan gøre sit arbejde godt, og patienten ikke bliver udsat for smittefare?

Allerede i 2009 introducerede vi den første generation af Ambu aScope – verdens første videokop til engangsbrug – og konceptet vakte stor interesse blandt anæstesi-læger.

De færreste havde forestillet sig, at et videokop kunne være til engangsbrug. Vi måtte dog erkende, at teknologien ikke var helt klar, og i særligt vanskelige situationer var kameraets linse ikke god nok.

I 2011 blev aScope 2 lanceret med forbedret kameralinse, og hospitaler verden over begyndte at købe produktet. Det var dog stadig primært som backup til de traditionelle flergangsvideokoper, som havde flere funktioner end aScope 2.

3. generation og overvældende interesse

Efter tilbagemeldinger fra læger udviklede vi nye funktioner, blandt andet den meget vigtige arbejdskanal, som gør det muligt for lægen at suge sekret op gennem skopet, ligesom kamerateknologien blev forbedret yderligere.

Vi lancerede aScope 3 i foråret 2013 i udvalgte lande, nemlig Storbritannien, Tyskland, Skandinavien og Australien.

Vi oplevede en overvældende interesse, som har accelereret i 2014, hvor vi har udbredt salget til en række lande i Europa, Amerika og Asien. Den store interesse har betydet, at vi har kunnet udbygge vores produktionskapacitet i Malaysia, hvor en ny fabrik står færdig ved udgangen af 2014.

Udviklingen af Ambus engangs-videoskop er et eksempel på, hvordan vi giver vores kunder innovative løsninger, der optimerer arbejdsgange, reducerer udgifter og forbedrer patientbehandlingen.

Fem år efter den første lancering er vi stadig den eneste virksomhed i verden, der kan tilbyde et fleksibelt videokop til engangsbrug.



"Kameraet er fænomenalt. Langt bedre, end jeg forventede."
-Læge, Nordamerika

"Vi har brug for det, og vi vil gerne ha' det. Kan jeg skrive dig en check?"
-Kirurg, Storbritannien

"Vi har etableret aScope med succes på vores anæstesi-afdeling, og vi bruger ikke flergangsvideokoper længere."
-Oversygeplejerske, Tyskland

Med blikket rettet mod 2017

Ambus strategi frem mod 2017 hedder Climbing New Heights.

Målet er, at vores omsætning i 2017 bliver i niveauet 2 mia. kr. med en organisk vækst over markedsvæksten, og at vi dermed fortsætter med at øge vores globale markedsandele. Med den nuværende produktportefølje, kommende produktlanceringer samt udnyttelse af stordriftsfordele vil vi øge vores EBIT-margin til niveauet 17-18% i 2017.

Sidst men ikke mindst vil et fortsat stærkt cash flow og lav gæld gøre det muligt for Ambu at overveje yderligere akquisitioner, der kan bidrage med synergier til vores globale forretning og dermed styrke vores konkurrencemæssige position.

Nu, et år inde i strategiperioden, er vi godt på vej og kan skimte målet i horisonten. Vi tager markedsandele fra vores konkurrenter, har lanceret tre unikke engangs-produkter og har styrket vores globale markedsposition med stærk vækst i Asien, hvilket alt sammen har bidraget til den organiske vækst på 7%. Indtjeningen og cash flowet er styrket, og vi begynder at kunne se resultaterne af skalerbarheden i Ambus organisation.

Med blikket rettet mod 2017 tager vi hver dag skridt, der øger vores styrke.

CLIMBING
2017
NEW HEIGHTS



2017 mål

- Omsætning 2 mia. kr.
- EBIT-margin 17-18%
- Stærkt cash flow



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