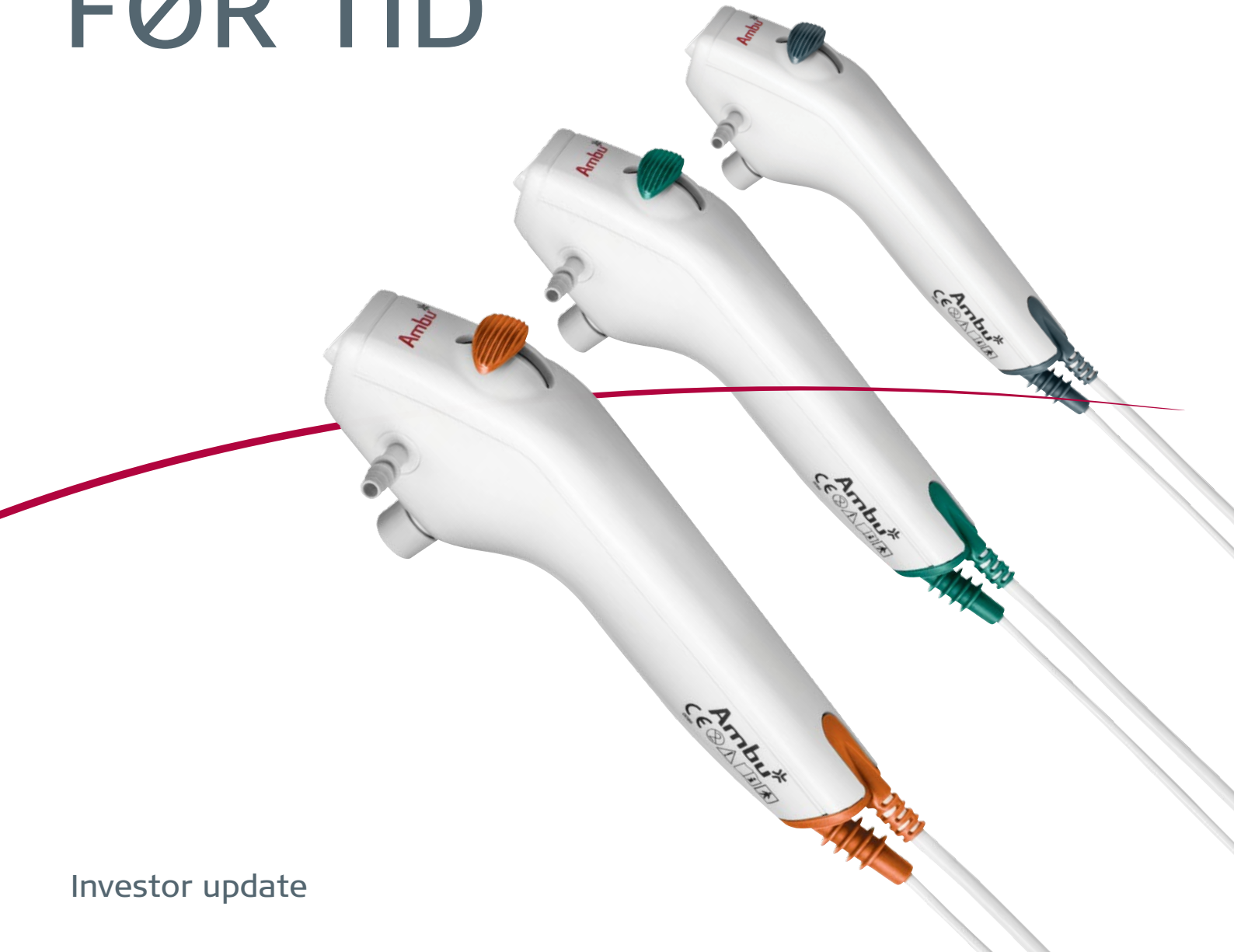


AMBU 2015/16

Ambu
Ideas that work for life

I MÅL FØR TID

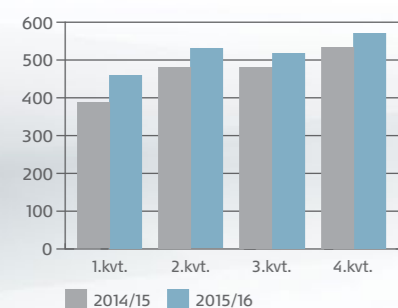


Investor update

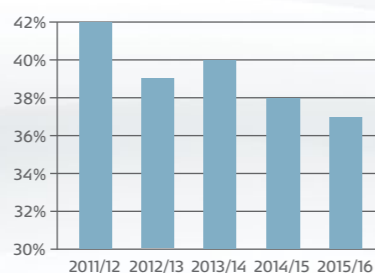
Hoved- og nøgletal

Mio. kr.	2015/16	2014/15	2013/14	2012/13	2011/12
Hovedtal					
Nettoomsætning	2.084	1.889	1.584	1.383	1.045
EBITDA, før særlige poster	458	332	286	235	204
EBIT, før særlige poster	356	236	198	161	151
EBIT	356	236	198	100	145
Finansielle poster, netto	-30	-21	10	-30	-1
Resultat før skat	326	215	208	70	144
Årets resultat	250	152	151	48	110
Aktiver					
Egenkapital	992	1.036	854	651	665
Netto rentebærende gæld	955	731	739	721	57
Frie pengestrømme før køb af virksomheder	285	107	103	68	111
Køb af virksomheder og teknologi	155	17	112	704	31
Antal medarbejdere, gns.	2.337	2.270	2.333	1.984	1.683
Nøgletal					
Organisk vækst, %	9	9	7	6	2
Bruttomargin, %	53,9	50,9	52,4	51,1	56,5
Omkostningsprocent, %	37	38	40	39	42
EBITDA-margin før særlige poster, %	22,0	17,6	18,1	17,0	19,5
EBIT-margin før særlige poster, %	17,1	12,5	12,5	11,6	14,4
Egenkapitalforrentning, %	25	16	20	7	18
NIBD/EBITDA, før særlige poster	2,1	2,2	2,6	3,1	0,3
Arbejds kapital, % af omsætning	25	29	29	28	34
Afkastningsgrad (ROIC), %	19	12	12	11	14
Aktiedata					
Börs kurs pr. aktie, kr.	356	181	106	56	37
Resultat pr aktie	5,27	3,16	3,19	1,01	2,37
Pay-out ratio, %	30	30	30	31	33

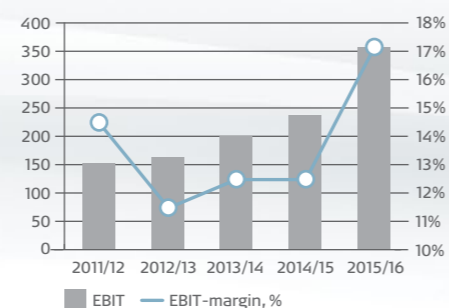
Omsætning pr. kvartal (mio. kr.)



Omkostningsprocent – 5 års udvikling



EBIT (mio. kr.) og EBIT-margin – før særlige poster



Strategiske beslutninger og målrettet arbejde



I 2013 lancerede Ambu strategien "Climbing New Heights 2017". Med denne strategiplan skulle Ambu vokse markant, nå 2 mia. kr. i omsætning på få år og samtidig løfte indtjeningsprocenten. Denne plan skulle desuden etablere Ambu som en førende global aktør inden for anæstesi og patientmonitorering.

I mål før tid

Det er derfor også ganske naturligt, at vi er tilfredse med, at vores finansielle målsætninger er nået allerede i dette finansår og dermed indfriet et år før tid. På tre år har vi nået de finansielle mål for vores fire-årige strategi. Vi har rundet to milliarder kroner i omsætning. Vi har hævet vores indtjeningsprocent til 17,1%. Og vi har realiseret frie pengestrømme på 285 mio. kr., en arbejdskapitalprocent på 25% og en faldende omkostningsprocent.

Styrke forretningen

Det har selvsagt været et travlt år, hvor virksomheden har implementeret omfattende projekter både i vores globale forsyningskæde og i vores salgsfunktion. Vi har lanceret flere nye spændende produkter. Et videoskop til urologi i partnerskab med Coloplast, et nyt aScope samt en række produkter inden for vores core-områder.

Vi har købt patenterne til en vigtig produktgruppe, nemlig breathing circuits. Dette køb cementerer vores position inden

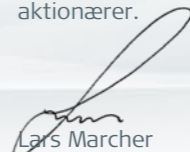
for breathing circuits, som stammer tilbage fra købet af King Systems i 2013. Vores appetit på akquisitioner, der skaber værdi, fortsætter. Senest med købet af EView Medical. Opkøbet komplementerer vores produktportefølje, og tilfører en række spændende engangsprodukter, der vil styrke Ambus position inden for avanceret visualiseringsudstyr på hospitalerne.

Det er vigtige tiltag, som styrker Ambus forretning, og som er med til at udvikle Ambu yderligere. Det er tiltag, som gør, at Ambu har mod på mere, og at vi hver dag udbygger vores relationer til hospitaler og ambulance-tjenester verden over.

Globale investeringer

Så hvad gør vi herfra, når nu de finansielle målsætninger er nået? Vi sætter nye mål for 2016/17 og implementerer de sidste aktiviteter, som er en del af vores Climbing New Heights-strategi, inden vi om et års tid præsenterer vores ambitiøse 2020-plan. Vi hæver barren, fordi vi tror på, at vi kan gøre det endnu bedre. At vi kan blive endnu mere relevante for læger, sygeplejersker og paramedicinere i hele verden. Vi tror på, at udbredelsen af avanceret medicinsk udstyr til engangsbrug kun er i sin spæde start.

Vi står stærkere, end vi nogensinde har gjort i Ambus 79-årige historie, og ser frem til at fortsætte den spændende og værdiskabende rejse for vores kunder, medarbejdere og aktionærer.


Lars Marcher
Administrerende direktør

Hovedpunkter og forventninger

Sammenligningstal til 2014/15 står i parentes

Udviklingen i 2015/16

- Omsætningen for helåret blev 2.084 mio. kr. med en organisk vækst i lokal valuta på 9% (9%).
- EBIT steg med 50% til 356 mio. kr. (236 mio. kr.), og EBIT-marginen blev 17,1% (12,5%).
- Skat af årets resultat er opgjort til 23% (29%).
- Årets resultat øgedes med 64% til 250 mio. kr. (152 mio. kr.), og bestyrelsen foreslår et udbytte på 1,55 kr. (0,95 kr.) pr. aktie svarende til en uændret udbytteprocent på 30%.
- Arbejdskapitalen ved udgangen af året var 521 mio. kr. (551 mio. kr.) svarende til 25% (29%) af årets omsætning.
- Frie pengestrømme blev 285 mio. kr. (107 mio. kr.), og gearingen blev 2,1 (2,2).
- Ambu aScope 3 fortsatte den gode udvikling, og der blev i 2015/16 solgt 200.000 styk engangs-videoskoper, hvilket er dobbelt så mange som året før. Der blev i maj 2016 lanceret en ny version af aScope 3 kaldet aScope 3 Large.
- Opkøb af patentrettighederne til produktgruppen breathing circuits samt virksomheden EView Medical Ltd. blev gennemført med en samlet investering på 155 mio. kr.

Forventninger 2016/17

- Organisk vækst i niveauet 8-10% opgjort i lokal valuta
- EBIT-margin før særlige poster i niveauet 18%
- Frie pengestrømme i niveauet 175 mio. kr. medregnet investeringer i bygninger og ny fabrik i størrelsesordenen 100 mio. kr., men før særlige poster
- Gearing i niveauet 1,75

97% afkast

I 2015/16 steg Ambus aktie fra kurs 181 til kurs 356. Afkastet var dermed 97% + udbytte. Til sammenligning steg MidCap-indekset 8%, mens Health Care-indekset faldt 9%.

Produktlancering: Urologi-produkt i samarbejde med Coloplast
Oktober 2015



Etablering af direkte salg i Japan og Norge
November 2015

Ambu aScope 3 godkendt til salg i Kina
Januar 2016

Opkøb: Patentrettigheder til breathing circuits
April 2016

Produktlancering: Ambu aScope 3 Large
Maj 2016

Opkøb: EView Medical Ltd.
September 2016

Produktlancering: Ny generation af trådløse træningsdukker
September 2016

Vores forretningsmodel

Ambu udvikler, producerer og sælger udstyr til hospitaler og ambulancetjenester i hele verden. Vi udvikler vores produkter i tæt samarbejde med læger, sygeplejersker og paramedicinere for at have den størst mulige sikkerhed for, at vores løsninger er relevante i vores kunders hverdag på operationsstuer og ulykkessteder.

Global produktudvikling

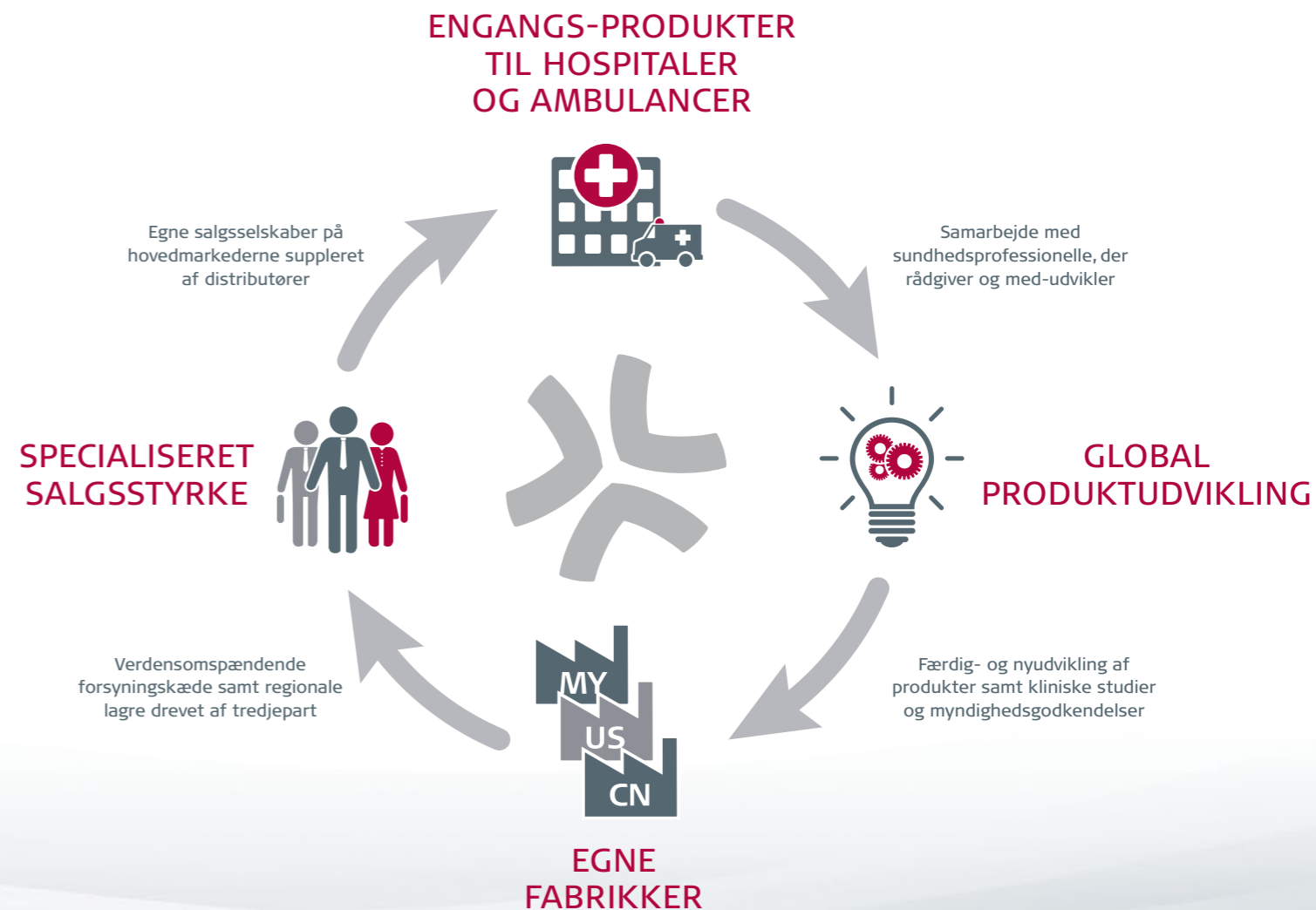
Produktudviklingen i Ambu er global. Det vil sige, at vores innovationscenter er placeret i Danmark, hvor vi har fokus på arbejdet med at udvikle helt nye produkter, og så har vi lokale udviklingsafdelinger på hver af vores fabrikker – i Kina, Malaysia og USA. De lokale udviklingsafdelinger arbejder primært med at opdatere og forbedre eksisterende produkter og produktionsmetoder.

Egne fabrikker

Vi ejer og driver vores fabrikker, som producerer langt de fleste af de varer, vi sælger. Desuden har vi mangeårige samarbejder med underleverandører.

Specialiseret salgstyrke

Hovedparten af vores omsætning kommer fra eget direkte salg. Ambu har salgsrepræsentation i 19 lande, og i løbet af de seneste år har vi specialiseret vores salgstyrke i forhold til vores forretningsområder. Vi har desuden ansat såkaldte kliniske rådgivere, som hjælper kunder til at bruge vores visualiseringsprodukter mest hensigtsmæssigt.





Stærk geografisk platform

Ambu fortsætter med at udbygge sin position i alle tre regioner og har samtidigt nået sit strategimål for 2016/17 et år før tid om en omsætning på 2 mia. kroner.

Nordamerika

I Nordamerika blev væksten i lokal valuta på 7% (8%). Ambus salgsvækst i USA er påvirket negativt af prisnedsættelse på breathing circuits, hvor der i året er indgået en 3-årig aftale med en amerikansk GPO om en prisreduktion på tæt ved 10% til gengæld for eksklusivitet. Effekten fra aScope 3 er markant, men salget af ansigtsmasker, ventilationsposer, nåleelektroder og breathing circuits har ligeledes en væsentlig indflydelse på den realiserede vækst.

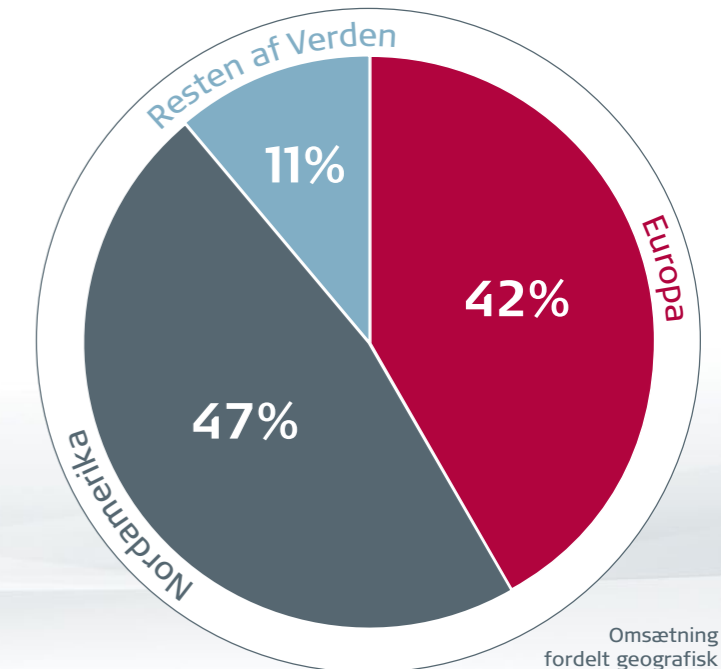
Europa

I Europa blev væksten i lokal valuta 11% (11%). Dette er markant mere end markedet vokser, og viser, at vi er i stand til at tage markedsandele. Desuden ser vi, at vores nye produkter er med til at løfte omsætningen i det øvrige sortiment. Væksten i Europa er bredt fordelt på de underliggende markeder.

Resten af Verden

I Resten af Verden blev væksten i lokal valuta 8% (7%). Der er dermed en beskedne fremgang i forhold til året før. At væksten ikke er højere skyldes primært Mellemøsten og Latinamerika, hvor de økonomiske konjunkturer fortsat skaber vanskelige forhold. På markederne i Asien og Oceanien er væksten anderledes høj, og her har Ambu haft en vækst på 22% (24%) i 2015/16.

Vi har udviklet vores salgsregioner således, at knap 50% af vores omsætning kommer fra verdens største marked for sundhed, nemlig USA. Knap 42% af vores omsætning fra Europa og resten fra Asien og emerging markets. En stærk platform for yderligere ekspansioner.



Omsætning fordelt geografisk

Omsætning fordelt på forretningsområder

Ambu har to forretningsområder. Anaesthesia, hvor vi primært henvender os til læger og sygeplejersker på hospitalernes operationsstuer og intensiv-afdelinger. Og Patient Monitoring & Diagnostics, som dels består af elektroder til hospitaler og klinikker, dels udstyr til ambulancer og træning af førstehjælp.

Anaesthesia

Sammenlagt udgør Anaesthesia nu 61% af Ambus omsætning. Væksten har været på 13% i år og er drevet af fremgangen i salget af videokoper; det vil sige den produktgruppe, vi betegner som visualisering. I 2015/16 har vi lanceret en ny variant af Ambu aScope, nemlig aScope 3 Large, som er rettet mod procedurer på intensiv-afdelinger.

De øvrige produkter inden for Anaesthesia har – set under ét – haft en relativt lav vækst. Dette dækker imidlertid over en periodeforskydning, idet salget af breathing circuits er påvirket af en kontrakt i USA, hvor Ambu har accepteret at nedsætte prisen med tæt ved 10% med virkning fra 1. kvartal 2015/16.

De øvrige top 5-produkter inden for Anaesthesia har derimod haft en tilfredsstillende vækst og noget over markedsvæksten. Det drejer sig om genoplivningsposer, larynxmasker samt ansigtsmasker, som i gennemsnit har en vækst på 4%.

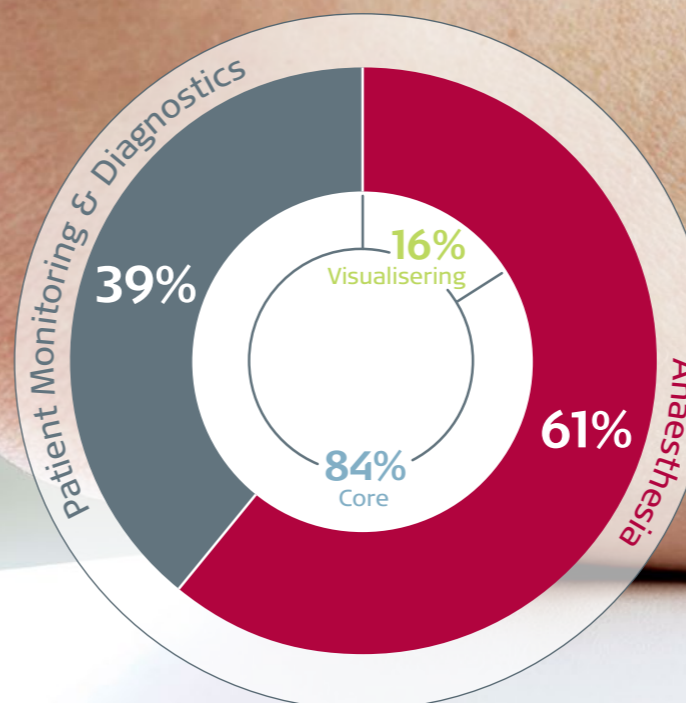
Patient Monitoring & Diagnostics (PMD)

PMD udgør 39% af Ambus omsætning i 2015/16 og væksten for året var 3%. PMD-området består af tre produktgrupper: kardiologi, neurofysiologi og førstehjælp. Kardiologi udgør ca. 50% af PMD, mens de to øvrige hver især udgør omkring 25%.

Inden for PMD er det neurofysiologi, som har den højeste vækst og den absolut højeste margin af alle Ambus produkter med en gennemsnitlig indtjening på over 80%.

Markedet for kardiologi har været presset i 2015/16, men den samlede vækst for området bliver alligevel positiv. I 2014/15 frasolgte elektrodefabrikken i England, og produktionen varetages nu af en indisk partner. Dette samarbejde forløber efter planen og bidrager til en stabilisering af indtjeningen inden for kardiologi.

Vi har i 4. kvartal lanceret en række nye produkter i PMD, som fremadrettet vil bidrage med øget vækst. Det drejer sig om en ny generation af trådløse træningsdukker (manikiner) til at træne bl.a. hjerte-lunge-redning og brug af hjertestarter.



PMD	ANAESTHESIA	
• Kardiologi-elektroder	• Genoplivningsposer	• Engangs-videokoper
• Neurologi-elektroder	• Larynxmasker	• Videolaryngoskoper
• Træningsdukker	• Ansigtsmasker	• Luftvejstuber med indbygget kamera
• Halskraver	• Breathing circuits	
	CORE	VISUALISERING



Videoskoper til engangsbrug

Inden for forretningsområdet Anaesthesia har vi en række produkter, som kort sagt giver lægen mulighed for at se inden i patienten. Vi kalder disse produkter for visualiseringsprodukter, og her har vi vores højeste vækst. Vi arbejder på at styrke vores position yderligere ved at udvikle nye produkter, købe ny teknologi og udvide vores produktionskapacitet.

Ny variant af aScope

Med lanceringen af aScope 3 Large i maj 2016 består aScope-produktsortimentet nu af tre varianter; Slim, Regular og Large, som har hver deres primære anvendelsesområde på hospitalernes operationsstuer og intensivafdelinger. I september 2016 har de amerikanske sundhedsmyndigheder godkendt aScope 3 Large til salg, således at salg i USA har kunnet påbegyndes i 1. kvartal 2016/17.

Køb af ny teknologi

Ambu købte ved udgangen af 2015/16 ETVIEW Medical Ltd. og fik derved adgang til en færdigudviklet luftvejstube med indbygget kamera til engangsbrug. Produktet er indtil nu hovedsageligt blevet solgt via distributører, men vil blive integreret i Ambus aScope-sortiment. ETVIEW muliggør konstant monitorering af luftvejstubens placering under operation. Det betyder, at ETVIEW komplementerer det eksisterende aScope-sortiment ved at tilbyde en ekstra funktion i form af kontinuerlig monitorering.

Ny fabrik påbegyndes

Den nuværende produktionskapacitet for aScope er i størrelsesordenen 400.000 styk, og i lyset af det vækstpotentiale, vi ser, er der truffet beslutning om at opføre en ny fabrik i Malaysia. Den nye fabrik vil, fuldt udbygget, have en kapacitet på mere end 3,5 millioner styk videoskoper og forventes klar i 1. halvår 2017/18.

100%
Vækst i
videoskoper

I 2015/16 solgte vi i alt 200.000 videoskoper mod knap 100.000 året før.

Det sidste år af strategien – og så mod år 2020

Ambus nuværende strategiperiode slutter ved udgangen af regnskabsåret 2016/17, men her et år før tid har vi nået de overordnede finansielle mål, som vi satte tilbage i 2013. Disse mål for 2016/17 var:

Disse mål for 2016/17 var:

- Omsætning på 2 mia. kr., opgjort i faste valutakurser svarende til en gennemsnitlig organisk vækst på 8-9% siden 2013
- EBIT i niveauet 17-18%, hvor vi i regnskabsåret 2015/16 har nået 17,1%
- Arbejdskapitalratio på 25%, hvilket er nået ved udgangen af september 2016.

Vores strategi, Climbing New Heights, fortsætter i 2016/17 med de planlagte aktiviteter, hvorefter den afsluttes. Den nye strategiproces vil blive sat i gang i foråret 2017 med henblik på lancering i oktober 2017. Rammerne for den nye strategi frem mod 2020 vil være fire målsætninger:

Høj organisk vækstrate

Siden 2013 har Ambu i gennemsnit haft en organisk vækst på 8-9%. Frem mod 2020 er det vores målsætning som minimum at fastholde Ambu som et selskab med en høj et-cifret organisk vækstrate. Væksten vil komme dels fra en fortsat udbygning af markedet for engangs-videoskoper, dels fra Ambus core-produkter.

Fortsat ekspansion af EBIT-margin

Ambu har udviklet en skalerbar forretningsmodel baseret på innovation, vækst drevet af høj-margin-produkter til engangsbrug samt kompetencer til konstant at reducere omkostninger. I kraft heraf har vi siden 2012/13 kunnet øge

vores EBIT-margin med mere end 5%-point. Ved at fastholde dette fokus, er det vores ambition frem mod 2020 som minimum at øge Ambus EBIT-margin i samme størrelsesorden, som vi er lykkedes med siden 2013.

Innovation

Ambu vil intensivere sit fokus på innovation med henblik på at udvikle og lancere flere nye, værdiskabende produkter til hospitalerne. Frem mod 2020 vil resultaterne fra Ambus udviklingsaktiviteter udmøntes i nye produkter og nye anvendelsesområder, der vil udbygge Ambus position som førende global leverandør af høj kvalitetsprodukter, der skaber økonomiske fordele for hospitalerne og forbedrer patientsikkerheden.

Vækst gennem opkøb og partnerskaber

Vi har gennem de seneste år gennemført en række akquisitioner af selskaber såvel som teknologier. Fremadrettet ser vi en række muligheder for selektive opkøb af teknologier og indgåelse af partnerskaber, som ved integration med Ambu vil styrke vores kommercielle og teknologiske position.

CLIMBING
2017
NEW HEIGHTS





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