

Selskabsmeddelelse nr. 2009-10

Periodemeddelelse, tredje kvartal 2009

16. november 2009

Forstærket momentum inden for alle koncernens aktivitetsområder

- Koncernens høreapparatforretning har i årets tredje kvartal udviklet sig tilfredsstillende med en realiseret omsætningsvækst, der væsentligt overstiger udviklingen i første halvår.
- I tredje kvartal var høreapparatforretningens vækst i forhold til samme periode i 2008 drevet af såvel volumenfremskud som en stigning i engrosaktiviteternes gennemsnitlige salgspris, hvilket blandt andet skyldes solid fremgang i salget til de uafhængige forhandlere.
- Alle koncernens øvrige aktiviteter, dvs. detail, Diagnostiske Instrumenter og Personlig Kommunikation, har i tredje kvartal ligeledes udvist forbedrede vækstrater sammenlignet med første halvår. Alle koncernens aktiviteter har således fortsat øget momentum i tredje kvartal.
- Pr. 1. oktober 2009 overtog koncernen brandet Grason-Stadler, herunder selskabets driftsaktiver. Grason-Stadler er en high-end-produktlinje inden for diagnostiske instrumenter, og koncernen har dermed yderligere cementeret sin position som verdens største udbyder af diagnostiske instrumenter. Grason-Stadler omsætter årligt for USD 16-18 mio.
- Forventningen om, at koncernen i 2009 vil generere en omsætningsfremskud i høreapparatforretningens engrosaktiviteter, der overstiger markedsvæksten med 2-4 %, opretholdes. Dette understøttes blandt andet af, at høreapparatforretningens gennemsnitlige engrospris i øjeblikket udvikler sig gunstigere end priserne i det underliggende marked.
- Udviklingen i tredje kvartal betyder, at omsætning samt resultat af primær drift (EBIT) i andet halvår 2009 nu forventes at ville overstige de niveauer, der blev realiseret i årets første halvår. Omsætning og resultat vil dermed udvise væsentlig vækst i forhold til andet halvår 2008. Tidligere forventedes andet halvårs omsætning og resultat at blive realiseret i samme størrelsesorden som i første halvår.

Markedets udvikling

På høreapparatmarkedet er tendenserne fra første halvår fortsat ind i tredje kvartal. Således er indtrykket af mere stabile markedsvilkår blevet bekræftet. Samtidig ses visse tegn på en gradvis forbedring af markedsbetingelserne, om end markedet i tredje kvartal rent vækstmæssigt især har været drevet af betydelig vækst i efterspørgslen fra Veterans Affairs (VA) i USA. Derudover er vækstraterne i markedet positivt påvirket af svage sammenligningstal – en påvirkning, der er affødt af den vanskelige situation på det globale høreapparatmarked, der herskede i andet halvår 2008.

VA, der udgør knap 20 % af det amerikanske marked, har i tredje kvartal øget sin efterspørgsel med mere end 30 % og fortsætter dermed første halvårs udvikling. At VA på denne måde har udgjort en væsentlig drivkraft i et ellers afdæmpet, globalt høreapparatmarked, er ikke kommet koncernens høreapparatforretninger til gode, idet hverken Oticon eller Bernafon i perioden har været blandt VA's faste leverandører. Begge koncernens høreapparatforretninger er imidlertid med virkning fra 1. november 2009 blandt de faste leverandører til VA, hvilket særligt i 2010 og 2011 ventes at bidrage positivt til koncernens vækst.

Efterspørgslen fra det engelske sundhedsvæsen NHS, der målt på volumen er verdens største enkeltindkøber af høreapparater, er nu ved at stabilisere sig. Siden medio 2008, hvor NHS' ventelister nåede ned på det ønskede niveau, har NHS bidraget negativt til markedsvæksten, men alt tyder nu på, at væksten i NHS' samlede efterspørgsel er ved at normalisere sig. NHS har gennem hele perioden været en betydelig kunde hos William Demant Holding – og er det fortsat – men da et øget antal hospitaler i Storbritannien har købt uden om NHS-kontrakten, er koncernens markedsandel hos NHS i løbet af især andet og tredje kvartal 2009 blevet reduceret.

På den kommercielle del af markedet er vækstraterne øget gennem 2009, hvilket også har gjort sig gældende i tredje kvartal. I USA nåede stykvæksten i den private del af markedet i tredje kvartal op over 4 % målt i forhold til samme periode sidste år, hvilket dog svarer til samme absolutte niveau som i andet kvartal 2009. En tilsvarende udvikling kan observeres på flere europæiske markeder. Med en svag negativ markedsvækst i Japan i tredje kvartal ses der fortsat ingen tegn på en forbedring af markedssituationen her.

Det samlede antal apparater, der blev solgt på det globale høreapparatmarked i det forløbne kvartal, skønnes at være på niveau med andet kvartal. Det er således fortsat for tidligt at konkludere, at der på det globale høreapparatmarked er tale om en markant forbedret efterspørgsel.

Høreapparatforretningen

I tredje kvartal har koncernens høreapparatforretning i den kommercielle del af markedet vundet markedsandele drevet af volumen, miks og priser. Således er tilbagegangen i koncernens salg til NHS mere end opvejet af fremgang i salget på den kommercielle del af markedet, herunder salget til de uafhængige forhandlere. Udviklingen skal blandt andet ses i lyset af Oticons stærke produktportefølje samt Oticons Modern Hearing Care-kampagne (www.modernhearingcare.com), der formentlig er den største trænings- og salgsfremmende indsats, der nogensinde er blevet rettet mod forhandlerledet. Modern Hearing Care-kampagnen tager afsæt i et mere holistisk syn på høreapparattilpasning og sætter således fokus på – ud over selve høreapparatet – at forbedre den hørehæmmedes muligheder i vanskelige lyttesituationer, herunder specielt i telefon- og tv-scenarierne. Kampagnen, der blev igangsat hen over sommeren, var et af Oticons hovedtemaer på den tyske høreapparatkongres EUHA, som blev afholdt i oktober.

Det faktum, at koncernens salg til NHS er blevet erstattet af salg til de uafhængige forhandlere, har desuden medvirket til, at høreapparatforretningens gennemsnitlige salgspris er steget i forhold til samme periode i 2008. Udviklingen står i kontrast til den generelle udvikling på høreapparatmarkedet, hvor det vurderes, at engrospriser og produktmiks har været under pres, siden finanskrisen og recessionen satte ind i første halvår 2008. Især på det vigtige tyske marked, der gennem længere tid har været præget af intens konkurrence, synes priserne at være under pres.

Rent produktmæssigt er forløbet af tredje kvartal i vid udstrækning en fortsættelse af udviklingen i første halvår med fokus på RISE-baserede produkter. I Oticon-forretningen har især Hit, Dual, Epoq og Vigo bidraget til koncernens stykvækst, mens Tego, Delta og en række ældre produkter, der ikke længere markedsføres aktivt, trækker den anden vej. Lanceringen af Hit forløber særdeles tilfredsstillende, og salget af Dual og Epoq har i tredje kvartal fulgt samme tendens som observeret i årets første halvår.

I Bernafon-forretningen har Verité og Avanti genereret betydelig vækst i tredje kvartal. Således forløber introduktionen af Verité, der i foråret blev lanceret som Bernafons nye trådløse RITE-høreapparat, yderst tilfredsstillende. Avanti, der i efteråret 2008 blev introduceret i den lave ende af midtprissegmentet, følger de lagte planer.

I forbindelse med den tyske høreapparatkongres EUHA, der blev afholdt i slutningen af oktober, præsenterede koncernen en række nye produkter, herunder Oticon Vigo Connect i den øvre del af midtprissesegmentet. Med Vigo Connect tilbydes mere prisbevidste slutbrugere nu også markedets mest attraktive løsning for trådløs opkobling til eksempelvis tv og telefon. Høreapparattilpasserne har samtidig fået et instrument, der giver disse mere prisbevidste slutbrugere et åbenlyst incitament til at bevæge sig højere op rent prismæssigt.

På EUHA præsenterede Oticon også Safari, der er Oticons første høreapparatfamilie specielt udviklet og designet til børn. Oticon Safari tilbyder hidtil usete funktionaliteter inden for det pædiatriske område, herunder binaural signalbehandling (spatial sound), 10 kHz båndbredde, trådløs opkobling til eksempelvis mobiltelefon og tv samt trådløs programmering. Oticon Safari, der ventes frigivet til salg i december 2009, er fuldt kompatibelt med Oticons FM-system Amigo, der er særligt udviklet til brug i undervisningssituationer, fx klasseundervisning i skoler.

Bernafon benyttede EUHA til at præsentere Veras, der er en helt ny, komplet produktfamilie, som bliver tilgængelig i seks forskellige styles, heriblandt i en såkaldt Nano BTE-version, der er verdens mindste trådløse tyndslangeprodukt. Veras, der lanceres i tre forskellige prisvarianter og dermed dækker et meget bredt udsnit af markedet, byder blandt andet på 8-10 kHz båndbredde, binaural kommunikation, trådløs opkobling via SoundGate og mulighed for tilvalg af fjernbetjening. Veras ventes frigivet til salg i december 2009.

Koncernens detailaktiviteter har i tredje kvartal fortsat første halvårs flotte udvikling med en vækst, der ligger væsentligt over markedsvæksten i de lande, hvor aktiviteterne foregår.

Øvrige forretningsaktiviteter

Diagnostiske Instrumenter har i tredje kvartal leveret en tilfredsstillende vækst, der overstiger fremgangen i første halvår.

Pr. 1. oktober 2009 har William Demant Holding overtaget produktions-, produkt- og navnerettigheder til varemærket Grason-Stadler, der er en high-end-produktlinje inden for diagnostiske instrumenter. Produkterne vil indgå i koncernens portefølje af audiometre og diagnostiske instrumenter. Overtagelsen forventes at styrke William Demant Holdings division for diagnostiske instrumenter betydeligt – både gennem en udvidelse af den eksisterende produktpalet og tilføjelsen af et nyt high-end-brand. Med købet af Grason-Stadler har koncernen yderligere cementeret sin position som verdens største udbyder af diagnostiske instrumenter. Transaktionen betyder, at den tidligere ejer, CareFusion, helt udtræder af audiometermarkedet. I forbindelse med overtagelsen af Grason-Stadler er der hverken overtaget bygninger eller lejemål, men der er medfulgt omkring 20 medarbejdere fra Grason-Stadlers salgsorganisation. Grason-Stadler genererer årligt en omsætning på USD 16-18 mio.

Personlig Kommunikation er i højere grad end koncernens øvrige forretningsaktiviteter påvirket af finanskrisen og den økonomiske afmatning. Effekten ses tydeligst for Sennheiser Communications, der også i tredje kvartal har realiseret et lavere salg end i samme periode i 2008. Sennheiser Communications har dog i kraft af gennemførte omkostningstilpasninger formået at bevare sin lønsomhed. De øvrige aktiviteter i Personlig Kommunikation, dvs. FrontRow og Phonic Ear, har i tredje kvartal realiseret en mindre omsætningsfremgang.

Forventninger

Selskabet forventer, at volumenvæksten på det globale høreapparatmarked i 2009 vil udgøre 2-4 %, hvorimod de gennemsnitlige salgspriser skønnes at ville bidrage svagt negativt til markedsvæksten. Samlet set ventes der i 2009 en positiv, men beskeden, markedsvækst opgjort i værdi.

Koncernens udvikling i tredje kvartal betyder, at omsætning samt resultat af primær drift (EBIT) i andet halvår 2009 nu forventes at ville overstige de niveauer, der blev realiseret i årets første halvår. Omsætning og resultat vil dermed udvise markant vækst i forhold til andet halvår 2008. Senest blev det i Halvårsrapport 2009 oplyst, at koncernen i andet halvår forventede at ville generere en omsætning og et resultat i samme størrelsesorden som i første halvår.

Den positive udvikling er især drevet af koncernens høreapparatforretning, der er begunstiget af solid vækst i salget til de uafhængige forhandlere. Fremgangen understøttes af Oticons succesfulde Modern Hearing Care-kampagne samt et stærkt produktprogram, herunder succesfulde produktlanceringer af Oticon Hit og Oticon Vigo Connect. Forventningen om, at koncernen i 2009 vil generere en omsætningsfremgang i høreapparatforretningens engrosaktiviteter, der overstiger markedsvæksten med 2-4 %, opretholdes. Dette understøttes blandt andet af, at høreapparatforretningens gennemsnitlige engrospris i øjeblikket udvikler sig gunstigere end priserne i det underliggende marked.

I de opdaterede forventninger til 2009 er indarbejdet en mindre svækkelse af koncernens samhandelsvalutaer, herunder primært amerikanske dollar, hvilket dog delvist opvejes af en styrkelse af andre valutaer. Med udgangspunkt i oktober måneds gennemsnitlige valutakurser ventes valutakurseffekten i 2009 på såvel omsætning som resultat af primær drift (EBIT) at blive negativ med op til 1 %. Tidligere ventedes en neutral valutakurseffekt for 2009. På samme baggrund ventes en negativ valutakurseffekt på omsætningen på 1-2 % i 2010.

Effekten af overtagelsen af Grason-Stadler pr. 1. oktober 2009 er tillige indarbejdet i forventningerne til 2009, hvilket ventes at påvirke koncernomsætningen i 2009 positivt med DKK 15-20 mio. Resultateffekten ventes dog i 2009 at blive neutral som følge af de meromkostninger, der er forbundet med at integrere Grason-Stadler i de øvrige aktiviteter i Diagnostiske Instrumenter.



Yderligere information:

Telefon +45 3917 7100

www.demant.dk

Kontaktperson:

Adm. direktør Niels Jacobsen

Øvrige kontaktpersoner:

Finans- og IR-chef Stefan Ingildsen

IR Manager Søren B. Andersson