

Bang & Olufsen iværksætter samlet strategiplan

Ledelsen i Bang & Olufsen har besluttet at iværksætte en samlet strategiplan for den fremtidige drift og udvikling af koncernen.

Målet med strategiplanen er, at Bang & Olufsen:

1. Fokuserer produktudviklingen, så Bang & Olufsen koncentrerer sig om færre produktkategorier, primært centreret omkring audio- og videoprodukter.
2. Opbygger én fælles digital teknologi-plattform, der i fremtiden skal udgøre det teknologiske fundament for koncernens produkter på tværs af produktporteføljen.
3. Sikrer en mere effektiv understøttelse og udvikling af Bang & Olufsens forhandlernet gennem etablering af én samlet, global salgsorganisation.
4. Forøger antallet af butikker på vækstmarkeder.
5. Tilpasser omkostningerne med 160 millioner kroner for at gøre virksomheden profitabel på kort sigt.
6. Udnævner et nyt ledelsesteam for koncernen.

1. Fokusering af produktudviklingen: Bang & Olufsen vil fokusere produktudviklingen mod de audio- og videoprodukter samt lydsystemer til biler, der i historisk perspektiv har været koncernens motor og vigtigste omsætningsgenerator, og som har været med til at skabe det unikke brand, Bang & Olufsen i dag har over hele verden.

Bang & Olufsen vil derfor ikke længere udvikle produkter inden for kategorier som mobiltelefoner, mp3-afspillere og stand-alone bokse som DVD2 og HDR2, ligesom koncernen fremover heller ikke vil involvere sig i udviklingen af nye co-brandede produkter. Allerede eksisterende produkter vil naturligvis blive støttet fuldt ud.

I stedet rettes fokus nu mod at cementere koncernens unikke brand ved at skabe nye innovative høj-kvalitets produkter inden for audio og video såvel som inden for lydsystemer til automobilindustrien. Det kommende digitale audioprodukt, som lanceres i november, er et godt eksempel på et sådan innovativt produkt.

Med BeoLiving konceptet har Bang & Olufsen et unikt koncept, når det gælder totalløsninger inden for lyd- og billede samt andre tekniske installationer i hjemmet. Koncernen vil i fremtiden udvikle og forfine dette koncept i endnu højere grad til egentlig Home Integration, så kunden med Bang & Olufsen-fjernbetjeningen kan styre alt fra lyd og billede til gardiner og aircondition m.v. – et behov,

som er under stærk udbredelse rundt om i verden. I forlængelse af dette vil Bang & Olufsen satse mere på løsninger og produkter, der er tilpasset den enkelte kundes behov.

Ledelsen vil endvidere sikre, at den succesrige udvikling af eksklusive lydsystemer til biler fortsætter. Salget er inde i en særdeles positiv udvikling og har nu nået et udviklingsstadium, så ledelsen i dag betragter det som en del af kerneforretningen.

2. Opbygning af én fælles digital teknologi-plattform: Gennem mere effektiv udnyttelse af eksisterende teknologier og målrettet udvikling af én samlet fremtidig digital teknologiplatform vil Bang & Olufsen ikke alene sikre en hurtigere, men også en langt mere effektiv produktudvikling. Den nye digitale teknologi-plattform vil om to til tre år danne grundlag for alle nyudviklede produkter i Bang & Olufsen. Inden da vil en konsolidering af de eksisterende teknologi-platforme skabe grundlag for en hurtigere og mere effektiv udvikling af høj-kvalitets produkter allerede fra 2009.

3. Én samlet, global salgsorganisation: Bang & Olufsen vil fortsat videreudbygge det nuværende butikskoncept. Med øjeblikkelig virkning igangsætter ledelsen en proces, som vil sikre en mere effektiv salgsorganisation på globalt plan. Hidtil har koncernens syv regionale salgsorganisationer verden over været drevet som selvstændige enheder med egne backoffice- og servicefunktioner. Med henblik på at sikre ensartetheden og respekten for helheden centraliserer ledelsen nu ansvaret på globalt plan og vil efterfølgende gennemføre en række effektiviseringer.

I planen indgår to andre hovedelementer:

- Ledelsen vil fokusere indsatsen over for forhandlerne, så de forhandlere med det bedste udviklingspotentiale kommer i centrum, mens der vil blive fulgt tæt op over for de øvrige i takt med, at ressourcerne er til stede. Fokus vil også være på at skabe et ensartet salgssystem med klare retningslinjer, handlingsplaner og opfølgingsværktøjer.
- Ledelsen vil sikre en opgradering og frem for alt en professionalisering af salgssystemet. Det skal blandt andet ske ved at videreudvikle de nuværende salgsmedarbejdere til et internationalt salgsteam af slagkraftige retail-rådgivere, der er eksperter i salgsfremmende metoder, baseret på erfaringerne med de bedste salgsfremmende tiltag fra den globale organisation. Ambitionen er ligeledes at sikre, at uanset hvilken Bang & Olufsen-butik, en kunde besøger i verden, skal butikken levere en mindeværdig oplevelse af lyd, billede, kvalitet, professionalisme og imødekommenhed.

4. Flere butikker på vækstmarkederne: Ledelsen vil målrettet gå efter at åbne nye B1-butikker i de dele af verden med størst økonomisk vækst. Inden for de næste to år er målet således at opnå mere end en fordobling af antallet af B1-butikker på vigtige vækstmarkeder, f.eks. Rusland og Kina. Samtidig vil der på koncernens øvrige vækstmarkeder fortsat blive ført en aggressiv vækstpolitik.

5. Tilpasning af omkostningerne: Bang & Olufsen har udarbejdet og iværksat en plan for omkostningsreduceringer i størrelsesordenen 160 millioner DKK i indeværende år i forhold til de aktiviteter, der var planlagt ved regnskabsårets begyndelse. Formålet er at tilpasse omkostningsniveauet til det nye og lavere niveau, som koncernens omsætning har ligget på i løbet af de seneste måneder. Bang & Olufsen vil fortsat være en slagkraftig organisation og fastholder et højt aktivitetsniveau inden for udviklingsområdet på trods af de gennemførte tilpasninger.

Som en del af omkostningsreduktionen har koncernen i dag nedlagt i størrelsesordenen 300 stillinger. Heraf er der tale om, at cirka 165 medarbejdere afskediges, mens de øvrige stillinger afvikles ved at undlade genbesættelse og lignende.

Blandt de øvrige elementer i spareplanen er, at koncernen reducerer indkøbet af eksterne services.

6. Nyt ledelsesteam: For at sikre en succesrig gennemførelse af den nye strategiplan har bestyrelse og koncernchef sammensat et nyt ledelsesteam, som sammen med koncernchefen får ansvaret for at omsætte planen til handling hurtigt, præcist og effektivt.

Bang & Olufsens direktion vil fremover alene bestå af koncernchef Karl Kristian Hvidt Nielsen, der tiltrådte stillingen 1. august i år.

Ledelseslaget under direktionen kommer til at bestå af:

- Senior Vice President, Finance & Accounting, Randi Toftlund,
- Senior Vice President, Operations, John Bennett-Therkildsen, og
- Senior Vice President, Sales, Michael Aagaard Andersen.

Ledelsesteamet vil desuden blive suppleret med yderligere to chefer:

- En kapacitet med erfaring i international brand marketing samt
- En højt kvalificeret ekspert, der kan løfte opgaven som øverst ansvarlige for Bang & Olufsens produktudvikling.

Med baggrund i sin uddannelse og erfaring vil Bang & Olufsens President & CEO Karl Kristian Hvidt Nielsen personligt varetage ansvaret for - og sikre fremdriften i - produktudviklingen, indtil den rette person er tiltrådt.

Strategiplanen ændrer isoleret set ikke Bang & Olufsens forventninger til indeværende regnskabsår. Koncernens omsætning i november og december er traditionelt væsentligt højere end normalt. Dette sammenholdt med den seneste tids tiltagende uro på de finansielle markeder har øget usikkerheden således, at koncernen ikke før offentliggørelsen af halvårsregnskabet 15. januar 2009 vil fremlægge et estimat for regnskabsåret 2008/09 som helhed.

Karl Kristian Hvidt Nielsen
President, CEO

Bang & Olufsen vil senere i dag tirsdag præsentere og uddybe den iværksatte strategiplan på et møde for analytikere og presse. Præsentationen afholdes på engelsk.

Det foregår kl. 14:00 i Bang & Olufsens nordeuropæiske salgshovedkvarter på adressen Kalvebod Brygge 43, 3., DK-1560 København V.

*Eventuelle henvendelser om denne meddelelse til:
President & CEO Karl Kristian Hvidt Nielsen, tlf.: +45 9684 5004*