



Generalforsamling i Ambu A/S

Ledelsens beretning

BESTYRELSESFORMAND JENS BAGER

2013/14 var det første hele år efter købet af King Systems og et år, hvor Ambu lancerede fire produkter herunder bragte aScope 3 ind på det nordamerikanske marked. Integrationen af King Systems samt produktlanceringerne udgør grundstenen i de vækst- og indtjeningsforventninger Ambu har i sin fire-årige strategi – Climbing New Heights – som vi påbegyndte sidste år.

2013/14 har været et meget travlt og begivenhedsrigt år i Ambu. Integrationen af King Systems er afsluttet med implementeringen af Ambus ERP-system på fabrikken i Noblesville. Noblesville ligger i staten Indiana, og 'ERP' er en forkortelse for Enterprise Resource Planning. Det er et system til at styre økonomi, ordrer og lagre. Alle Ambus produktionsenheder er herefter på samme ERP-plattform, og det er en vigtig milesten for at opnå yderligere produktivitetsforbedringer.

I 2013/14 havde vi en samlet vækst på 6% i salget af King-produkter, og det er en god indikator for, at integrationen af King Systems er lykkedes. Væksten i salget er også tegn på, at den tidligere King-forretning er stærkere nu end før Ambu købte King Systems.

Året har også budt på en række lanceringer af Ambus egenudviklede produkter. For et år siden – ved udgangen af 2012/13 – blev aScope 3 lanceret på udvalgte markeder, nemlig i Tyskland, Storbritannien, Skandinavien og Australien. Ved udgangen af 2013/14 er produktet lanceret globalt; inklusive i Nordamerika. Udviklingen i salget er særdeles positiv, og det betyder, at aScope 3 har haft – og fremover forventes at have – væsentlig betydning for Ambus omsætning og vækstpotentiale.

Efterspørgslen efter aScope 3 har nu nået niveauet for den eksisterende produktionskapacitet, men vi forventer at kunne fordoble kapaciteten ved udgangen af kalenderåret 2014, når den nye fabrik i Malaysia tages i brug.

Ambu har i 2013/14 set en stærk salgsudvikling i den region, vi kalder Resten af Verden, og som primært dækker over Asien og Latinamerika. Med 32% vækst udgør Resten af verden nu 12% af den samlede omsætning og begynder at bidrage væsentligt til gruppens samlede omsætning og indtjening.

Jeg vil afslutte min indledende beretning med at konstatere, at Ambus strategi, Climbing New Heights, skrider frem som planlagt.

Ambus organiske vækst er over den underliggende markedsvækst, og Ambu vinder dermed markedsandele. Vi har lanceret nye, innovative produkter, ligesom indtjeningen og cash flowet er styrket. Og vi begynder at se resultaterne af skalerbarheden i Ambus organisation.

Vi er nu ét år inde i den fire-årige strategi, og som resultaterne for 2013/14 viser, så er Ambu godt på vej mod 2017-målene, som er en omsætning i niveauet 2 milliarder danske kroner med en EBIT indtjening i niveauet 17-18% af omsætningen.

ADM. DIREKTØR LARS MARCHER

Lad mig starte med at gennemgå de finansielle højdepunkter fra det seneste fulde regnskabsår.

Omsætningen i 2013/14 endte på 1.584 mio. kr. med en vækst på 15%, hvoraf 7% er organisk. Ændringer i vores distributionsmodel i USA førte i 1. kvartal til negativ vækst. Derfor er det meget tilfredsstillende at se det momentum, vi har haft i årets sidste 3 kvartaler, og som sammenlagt har ført til 7% vækst for året.

Som det kan ses er vores bruttomargin også forbedret, og vi forventer at kunne øge denne yderligere i årene fremover med de initiativer, vi har sat i gang for at optimere produktionen og med de allerede lancerede højmargin-produkter.

EBIT blev på niveau med vores udmeldte forventninger og steg med 23% til en EBIT-margin på 12,5% og et EBIT på 198 mio. kr.

De frie pengestrømme blev 114 mio. kr. før særlige poster, og gearingen endte på 2,6.

Vi har – som bestyrelsesformanden nævnte – afsluttet integrationen mellem Ambu og King Systems. Og vi har set en vækst på 6% i den forretning, der stammer fra King Systems. Og vi står nu med en stærk global organisation både med hensyn til salgsstyrke og fabrikker.

Vores balance udvikler sig fortsat positivt. Den samlede nettorentebærende gæld er ved udgangen af 2013/14 739 mio. kr. og udgøres væsentligst af de erhvervsobligationer, som blev udstedt ved købet af King Systems i marts 2013.

Erhvervsobligationerne blev børsnoterede i december 2013, og vi kan se, at den risikopræmie, som investorerne kræver, sidenhen er reduceret væsentligt. Vi tager dette som et udtryk for den tillid, investorerne viser Ambu.

Med en egenkapitalandel på 42% og en gearing, som er reduceret til 2,6, har Ambu en fornuftig struktur på sin balance.

Et væsentligt element i vores strategi er at skabe værdi gennem en reduceret pengebinding i arbejdskapital. Ved udgangen af 2013/14 binder vi knap 29% af vores omsætning i arbejdskapital, og vi arbejder frem mod 2017 med at reducere denne binding markant.

Vi tager lige et hurtigt blik på vores geografiske fordeling af salget samt fordelingen mellem vores tre forretningsområder.

For flere år siden tog vi beslutningen om at fokusere på hospitalernes operationstuer, og Ambu er nu førende inden for produktion og salg af engangsprodukter til anæstesilæger. Med en organisk vækst inden for anæstesi på 16% for året og 24% i 4. kvartal vokser Ambu mere end markedet, mens vores PMD-forretning – det vil sige elektroforretningen – vokser i niveau med markedet.

Hidtil har Europa været Ambus primære marked. Men nu er vores omsætning i henholdsvis Nordamerika og Europa for første gang lige store. Dette er en meget positiv udvikling, som betyder, at Ambu nu har en størrelse som gør, at vi langt lettere kan komme i betragtning som leverandør og partner for de store kunder og indkøbsorganisationer – de såkaldte GPO'er – i Nordamerika.

For fire år siden begyndte vi at investere i Asien og Sydamerika med egne sælgere, der går direkte efter hospitalskunder i for eksempel Australien, Kina, Indien og Malaysia. Investeringen begynder nu at betale sig tilbage med en samlet organisk vækst på 32% i 2013/14, og det segment vi refererer til som Resten af Verden er således nu en signifikant del af vores forretning med en andel af omsætningen på 12%.

En vigtig driver for omsætning og indtjening er vores fire nye fokus-produkter: aScope, King Vision aBlade, AuraGain og SmartInfuser.

aScope udmærker sig blandt andet ved at reducere risikoen for at overføre bakterier mellem patienter i og med, at aScope er 100% sterilt. Blandt andet som følge af Ebola-situationen får aScope øget opmærksomhed fra læger på alverdens hospitaler. aScope 3 er nu lanceret på alle større markeder, og det bliver interessant, om vi får den samme hurtige penetrering af det amerikanske marked, som vi har oplevet i Europa og Australien gennem de seneste 12 måneder.

Vi lancerede det nye aBlade til King Vision i maj dog med en væsentlig forsinkelse. Som følge af denne forsinkelse forventer vi nu et lavere salg i den 3-årige periode, hvor vi skal betale "earn-out" til den tidligere ejer af King Systems, end vi forventede ved akquisitionen af King. På længere sigt er vi dog overbeviste om, at King Vision vil være et succesfuldt produkt for Ambu.

Ambu har udviklet og produceret larynxmasker i over 10 år. I år lancerede vi AuraGain, som giver lægerne mulighed for at højne patientsikkerheden og reagere hurtigt på særlige uforudsete hændelser på operationsstuen. AuraGain-salget ser lovende ud, og produktet er samtidig med til at løfte salget af vores øvrige larynxmasker.

Vores smertepumpe inden for regional anæstesi "SmartInfuser" viser betydeligt potentiale, og vi forventer to-cifret vækst for dette produkt i 2014/15.

Ambu er bedre positioneret end nogensinde i forhold til de vigtige GPO-kontrakter i USA, og vi har i løbet af året sikret os flere store kontrakter. GPO'er er indkøbsorganisationer, der køber hospitalsudstyr for store sammenslutninger af hospitaler.

Alt i alt er det en meget lovende pipeline af nye produkter, der skal gøre os i stand til at accelerere toplinevæksten yderligere i årene fremover.

Selv om vi har opnået mange gode resultater i Ambu, er det ikke alt, der går helt som planlagt.

Da vi overtog King Systems vidste vi, at en del af det ældre produktionsapparat på fabrikken i Noblesville skulle valideres, hvilket vi vil sige, at produktionsprocessen skal dokumenteres på skrift. Vi havde forventet at kunne foretage denne validering over en periode, men den amerikanske sundhedsmyndighed FDA besluttede at accelerere dette projekt og kræve, at det blev afsluttet på seks måneder.

Som følge heraf blev vi nødt til at udskyde mange af de planlagte forbedringsprojekter og i stedet fokusere på valideringsprojektet, som i en periode har lagt beslag på mange ressourcer. Desværre endte vores produktionskapacitet med at blive påvirket, og det resulterede i, at vi kom i restordre på et af King Systems'

vigtigste produkter; nemlig "breathing circuits" – på dansk slanger til ilt og anæstesi. Valideringen blev afsluttet i sommer, og restordre-situationen forbedres løbende.

Den anden større udfordring i 2013/14 handlede om den nye generation af King Vision. Da Ambu overtog King Systems var planen, at vi hurtigt skulle lancere et engangsblad – "aBlade" – til King Vision. Der er to aspekter, der er vigtige at vide om aBlade.

For det første er det lavere prissat end det oprindelige flergangs-blad til King Vision. For det andet har King Vision oprindeligt været rettet mod rednings- og ambulance-tjenester, hvorimod aBlade kan matche konkurrenternes priser på hospitalsmarkedet, hvor der er langt større potentiale for brug af videolaryngoskopi.

aBlade blev lanceret i årets 3. kvartal – hvilket var senere, end vi havde regnet med – og forsinkelsen har betydet, at vækstbidraget fra King Vision har været lavere end forventet. Dette har dog også en positiv side.

Med 7% organisk vækst i 2013/14 ender Ambu i den høje ende af det udmeldte interval, hvilket er tilfredsstillende. Bruttomarginen er som nævnt steget fra 49,1% til 50,4%, og EBIT-marginen endte på 12,5%, hvilket svarer til et EBIT på 198 mio. kr.

Som følge af forsinkelsen af lanceringen af King Vision aBlade er vores forventede fremtidige betalinger på earn-out aftalen justeret, og dette har påvirket de finansielle poster positivt med 31 mio. kr., som bidrager til stigningen i nettoresultatet, der herefter ender på 151 mio. kr. Skattesatsen lander på 27% mod 31% sidste år.

Vi ser en solid udvikling i de frie pengestrømme drevet af stærke operationelle pengestrømme. Stigningen i investeringer afspejler etableringen af den nye aScope-fabrik, som jeg vil komme nærmere ind på om lidt.

Nu vil jeg gerne dele noget af stemningen fra Ambu med jer ved at vise en kort film. Filmen er sammensat af en marketing-del, hvor vi præsenterer vores nye produkter for læger, og en intern del hvor nogle af vores knap 2.400 medarbejdere fortæller om helt konkrete mål for næste år.

Som det fremgår af filmen, så arbejder vi meget målstyret i Ambu. Det betyder helt konkret, at vi opererer med nogle få, men betydningsfulde overordnede mål, som alle vores daglige aktiviteter er med til at opfylde. Og hvert eneste land, hver eneste afdeling, hver eneste medarbejder har specifikke mål inden for netop det område, hvor han eller hun har sine styrker og gør en forskel.

Vi taler om bjergbestigning som en metafor for vores virksomhed. Bjergbestigning handler om først at analysere situationen, så lægge en god plan og derefter føre planen ud i livet skridt for skridt. Og dette er netop, hvad vi gør for at løfte Ambu til nye højder.

Når vi afslutter Climbing New Heights-strategien i 2017, så vil vi have et stærkere Ambu, end vi har nu. Vores helt grundlæggende mål vil være det samme. Nemlig at redde liv og forbedre patientbehandlingen. Men vi vil være en anerkendt global markedsleder på innovative engangs-løsninger til hospitaler. Vi vil være økonomisk stærkere og skabe mere værdi. Vi vil være endnu mere effektive i vores drift. Og vi vil være fokuseret på Anaesthesia og Patient Monitoring & Diagnostics.

Vi vil stadig ikke være på størrelse med vores store amerikanske konkurrenter. Men vi vil til gengæld være mere fleksible, mere kunde-orienterede og hurtigere på fødderne. Og de to absolutte nøgletal, vi arbejder hen mod er en omsætning i niveauet 2 milliarder kroner og en EBIT mellem 17 og 18%.

I 2017 har Ambu 80-års jubilæum. Min ambition er, at jeg til den tid vil kunne sige, at det tog Ambu 75 år at opnå én milliard i omsætning. Og det tog 5 år at nå til to milliarder.

Så hvordan skal det lykkes at opfylde vores strategiske mål? Som jeg fortalte på generalforsamlingen sidste år, så er nøglen til vores succes, at vi flytter Ambu fra de 5-6% organisk vækst op på en højere kurve, hvor vi har 8-10% organisk vækst.

Og som jeg sagde sidste år, så er det især disse fem områder, der skal løfte os: Vores fokus på visualisering, vores nye produkter, vores evne til krydssalg, vores nye markeder og – sidst men ikke mindst – vores evne til at indgå de rigtige partnerskaber.

Visualisering dækker over de produkter, der giver lægen mulighed for at se og videoptage i f.eks. patientens lunger. I takt med udviklingen inden for moderne kamerateknologi er visualisering et område i kraftigt udvikling. Og Ambu er med helt i front. Vi er stadig de eneste, der tilbyder hospitalerne et fleksibelt videoskop til engangsbrug, nemlig Ambu aScope.

Og vi kan se, at vi lykkes med at drive salget af vores visualiseringsprodukter. På trods af forsinkelsen i lanceringen af aBlade har vi haft 18% vækst i salget af King Vision.

Innovation er en af grundpillerne i Ambu. Vores fokus på innovation og nytænkning betyder, at vi kan blive ved med at udvikle nye produkter, der hjælper vores kunder med at optimere deres arbejdsgange, nedsætte deres omkostninger og forbedre deres behandling af patienter.

Nye produkter er afgørende for, at vi fortsat er en relevant partner for vores kunder. Og netop nye produkter er afgørende for, at vores sælgere kan tilbyde flere løsninger til den enkelte kunde. Derfor arbejder vi aktivt med at øge vores relevans over for kunderne ved at gøre opmærksom på krydssalg. Lad mig give et eksempel. Hvis en kunde er glad for at bruge vores larynxmasker, så spørger vi ind til den kundes behov for visualiseringsprodukter. Eller hvis en kunde viser interesse for aScope, så bruger vi den kontakt som indgang til at gøre opmærksom på, at Ambu faktisk opfandt ventilationsposen tilbage i 1956 og i dag har nogle af de bedste ventilationsposer på markedet.

Ved hjælp af krydssalg er vores nye produkter med til at løfte salget af vores eksisterende produktportefølje. Og det er én af grundene til, at vores organiske vækst inden for anæstesi i år har været på 16%.

Den fjerde løftestang for vores strategi er vores aktiviteter på nye markeder. Ambu har nu en ligelig fordeling af omsætningen i Europa og Nordamerika. Men vi har et stigende bidrag fra andre markeder, hvor samfundsudviklingen foregår i højt tempo.

Vi har i 2013/14 set en organisk vækst på 32% uden for vores kernemarkeder. Denne vækst er blandt andet et resultat af, at vores position i Sydamerika er styrket gennem købet af King Systems, og at vi har øget vores tilstedeværelse med egne sælgere, kundeservice, forhandlere og logistik i lande som Kina, Indien, Malaysia, Australien og New Zealand.

Vi arbejder på højtryk for at virkeliggøre gode idéer på de bedst mulige måder. Men vi er også fuldt ud klar over, at vi ikke skal opfinde alle de dybe tallerkener selv. Derfor har vi fortsat fokus på at indgå partnerskaber, som kan styrke vores forretning.

Tidligere har vi udviklet en veterinær udgave af aScope, som vi gennem partnerskaber sælger til dyrlæger i både Danmark og Europa. I år har vi indgået to aftaler, som så at sige går den anden vej. Det vil sige, at vi tager et produkt ind i vores portefølje, som er udviklet af en anden virksomhed. Det gør vi, når vi kan se, at et ikke-Ambu-produkt kan løfte salget af vores egne produkter – som i tilfældet med Myoguide – eller når et

andet produkt kan styrke vores dialog med de kunder, som vi alligevel sælger til – som i tilfældet med vores distributionsaftale med Fuji Systems.

Vi er altså i gang med at flytte Ambu fra de 5-6% organisk vækst op på en højere kurve, hvor vi har 8-10% organisk vækst. Og som vi kan se på udviklingen i den organiske vækst hen over de fire kvartaler i 2013/14, så er det et mål, vi er i gang med at indfri.

Vi startede 2013/14 med fire procent fald i omsætningen, som skyldtes ændring af salgsstrategi over for nogle få store distributører i USA, samt en engangsordre i samme kvartal året før. Det var to usædvanlige forhold, og vores organiske vækst for resten af året var inden for eller lige over det mål på 8-10%, vi har sat os i Climbing New Heights.

Ambus succes bygger på en stærk virksomhedskultur samt dygtige og motiverede medarbejdere. Det blev bekræftet i år, da vi foretog en anonym spørgeskemaundersøgelse blandt Ambus medarbejdere. Undersøgelsen viste, at de mennesker, der arbejder i Ambu, er mere tilfredse, mere motiverede, mere loyale og mere stolte af deres arbejdsplads, end medarbejderne i andre sammenlignelige virksomheder. Desuden viste undersøgelsen, at mine kolleger i Ambu i høj grad tror på den strategiske retning og de ambitiøse mål, som ledelsen har sat.

Vores arbejde med den interne tilfredshed i Ambu pågår, og undersøgelsen, som vi gennemførte i år, danner desuden basis for diskussion af punkter, som vi kan forbedre fremover.

Vi har i året der gik, gennemført et større projekt i USA, som betyder, at den nordamerikanske lagerhåndtering og distribution – som indtil nu har været dubleret – blev lagt sammen. Ambus nordamerikanske salgs- og lagerfacilitet har været placeret i Baltimore siden, vi etablerede os i USA i 1983. Og da vi købte King Systems i 2013, fik vi en ny lokation i Noblesville med produktion og lager.

Vi har i løbet af 2013/14 analyseret, hvilken model der er mest fordelagtig. Og resultatet blev, at vi flyttede vores to lagre til Louisville, hvor et eksternt firma står for at håndtere vores nordamerikanske varelager. Denne løsning giver os færre udgifter til varelager, større fleksibilitet og bedre leveringstider til vores kunder.

Den første ordre til en kunde fra det nye lager udgik den 17. november – altså for præcis én måned siden.

aScope producerer vi på vores fabrik i Malaysia. Og vi har i løbet af 2013/14 opført en ny bygning i forbindelse med vores malaysiske fabrik.

På denne tegning fra starten af sidste år, kan man se, hvordan den nye bygning er placeret mellem de to eksisterende bygninger. Byggeprocessen er forløbet planmæssigt, og vi begynder at producere aScopes i den udvidede produktion med udgangen af denne måned. Vores produktionskapacitet vil dermed øges fra de nuværende ca. 60.000 til fremover ca. 120.000 aScopes om året.

Alt i alt har vi haft et godt første år i strategiperioden. Nu er vi gået ind i år to, hvor vi har fokus på vækst.

Vores overordnede mål for 2014/15 handler om at opnå solid organisk vækst i vores kerneforretning. Samtidig skal vi have succes med vores nyeste produkter, som skal drive væksten.

Vi har stor erfaring og stadig gode muligheder for at optimere vores produktion. Både i USA, England, Kina og Malaysia. Vi skal fortsat arbejde på at nedbringe vores omkostninger, hvilket vi vil gøre ved at udnytte stordriftsfordel. Desuden skal vi forbedre vores arbejdskapital. Og så er vi i gang med at udvikle nye, spændende produkter, som vi ser frem til at lancere.

Tak for opbakningen i året, der gik. Vi vil arbejde videre på at hjælpe læger med at forbedre patientbehandlingen og redde liv.

Jeg tør godt love, at 2014/15 bestemt ikke bliver et kedeligt år i Ambu.

BESTYRELSESFORMAND JENS BAGER

Ambu har gennem en årrække fastholdt en politik om at udbetale et udbytte i niveauet 30% af årets resultat.

Bestyrelsen vurderer, at det finansielle beredskab er tilfredsstillende, og i forventning om stigende indtjening i det kommende regnskabsår ønsker bestyrelsen at fortsætte denne politik for 2013/14, Vi foreslår derfor et udbytte på 3,75 kr. pr. aktie svarende til i alt 45 mio. kr. svarende til 30% af årets resultat. Udbyttet vil være til rådighed for aktionærene inden for de kommende 2 til 3 bankdage.

Kursen på Ambu-aktien er i regnskabsåret steget med 90%. Ambu har nu en markedsværdi på over 5 mia. kroner og har konsolideret sin position som et af de større Mid cap-selskaber på Nasdaq OMX-børsen i København.

Vi har i løbet af året set en stigning i antallet af internationale investorer, der har mødt selskabet på de mange roadshows, ledelsen har gennemført. I det forgangne år er der i gennemsnit handlet mere end 12.000 Ambu-aktier hver børsdag, og set henover året er handlen med Ambu-aktier steget med 10% i forhold til året før.

Som bestyrelse ønsker vi at skabe det bedste grundlag for en fortsat god likviditet og dermed en præcis værdiansættelse af Ambu-aktien. Jeg vil komme tilbage til dette punkt under forslaget om aktiesplit.

Vi har afsluttet det første år af vores fire-årige strategi, og vi er godt rustet til de tre år, der ligger foran os.

For 2014/15 forventer vi en organisk vækst mellem 7 og 8% og opgjort i lokal valuta en vækst på i størrelsesordenen 10%. Dette betyder en omsætning i niveauet 1,74 mia. kr. og er dermed endnu et skridt på vejen mod 2017-målsætningen om en omsætning i niveauet 2 mia. kr.

Vores EBIT-margin forventer vi vil ligge i niveauet 13,5-14% opgjort i lokal valuta og 12,5-13% opgjort i danske kroner. På grund af den styrkede amerikanske dollar mod danske kroner oplever vi en negativ indvirkning på vores EBIT-margin med cirka 1%-point. Dette skyldes, at en stor del af vores produktion foregår i Kina og Malaysia, hvor de lokale valutaer korrelerer med den amerikanske dollar.

Vi forventer, at vores frie pengestrømme bliver mellem 130 og 140 mio. kr., og at vi dermed reducerer vores netto rentebærende gæld således at gearingen, dvs. forholdet mellem gæld og indtjening, kan reduceres fra 2,6 til cirka 2,2.

Alt i alt er det en række ambitiøse mål, vi har sat for Ambu for det kommende regnskabsår. Med en række nye produkter, geografiske markeder der viser gode vækstmuligheder, en dygtig ledelse og motiverede medarbejdere der kan føre planerne ud i livet, så tror vi på at det kan lade sig gøre at nå vores mål for året.

Det har været et travlt år med mange aktiviteter i Ambu. Det er også reflekteret i bestyrelsens mødekalender, hvor der i løbet af året blev afholdt 10 bestyrelsesmøder og en række møder i udvalgene.

Bestyrelshonoraret blev justeret på sidste års generalforsamling, og bestyrelsen finder derfor ikke, at der er behov for justeringer i indeværende år og indstiller til generalforsamlingen, at dette honorar fastholdes for det kommende regnskabsår 2014/15.

Som jeg også kunne fortælle på sidste års generalforsamling har Ambu forholdt sig til Corporate Governance-anbefalingerne fra maj 2013. Der er fortsat kun én anbefaling, hvor Ambu har valgt ikke at følge anbefalingerne og én anbefaling, som Ambu følger delvist:

Der hvor Ambu ikke følger anbefalingerne er, at Ambu har valgt ikke at offentliggøre hver enkelt direktørs vederlag, men derimod viser direktionens samlede vederlag. Igennem Ambus vederlagsudvalg forholder Bestyrelsen sig til udviklingen i aflønning og incitamenter for direktører i sammenlignelige selskaber og sikrer på den baggrund, at Ambus direktionens aflønning er fair, markedskonform og stemmer overens med de præsterede resultater. Vi mener ærlig talt, at den indbyrdes fordeling af lønnen mellem de to direktører Lars Marcher og Michael Højgaard er en privatsag.

For så vidt angår den anbefaling hvor Ambu kun følger anbefalingerne delvist drejer dette sig om frekvensen af evaluering af samarbejdet i bestyrelsen og direktionen. Ambu har gennem en årrække foretaget evaluering af samarbejdet hvert andet år, hvor reglerne i God Selskabsledelse anbefaler, at denne evaluering foretages årligt. Vi mener, at den valgte frekvens er passende for Ambu, sådan som situationen er i øjeblikket, men vurderer naturligvis denne forudsætning løbende.

I henhold til Ambus vedtægter er alle de generalforsamlingsvalgte bestyrelsesmedlemmer på valg hvert år, og det indstilles til generalforsamlingen, at alle de nuværende bestyrelsesmedlemmer genvælges.

Som jeg har nævnt tidligere, er bestyrelsen meget opmærksom på at understøtte den bedst mulige likviditet i Ambu-aktien. Roadshows med ledelsen og en god dialog med vores aktionærer og de finansanalytikere der følger Ambu er effektive redskaber, som bestyrelsen lægger vægt på.

Efter de senere års stigninger i aktiekursen har vi vurderet, at kursen på Ambu-aktien nu har nået et nyt og højere niveau, hvor det vil være formålstjenligt at splitte styk-størrelsen på aktien, så vi fremmer omsætteligheden og dermed en mere præcis værdisætning af aktierne.

Bestyrelsen anbefaler derfor et split i forholdet 1:4. Dette forhold er passende, idet vi opgjort til dagens børskurs vil ændre kursen på én aktie til i niveauet 125 kr., som vi anser for et godt udgangspunkt for den videre rejse, Ambu er på.

Bestyrelsen lægger som nævnt under anbefalingerne for god selskabsledelse vægt på, at direktionens aflønning er fair, markedskonform og i overensstemmelse med de præsterede resultater.

For at sikre dette søger Bestyrelsen fra tid til anden rådgivning hos et anerkendt konsulenthus omkring sammensætningen af en passende markedskonform aflønning af Direktionen.

Med henblik på at give bestyrelsen en passende fleksibel ramme herfor, foreslås det, at der foretages to mindre justeringer i "De overordnede retningslinjer for aflønning af Bestyrelse og Direktion"

De to justeringer, der her er tale om, er:

1: At øge rammen for værdien af det antal optioner, der kan tildeles direktionen fra nuværende tre måneders gage til fremover fire måneders gage baseret på en beregning efter Black & Scholes.

2: At øge rammen for den maksimale ordinære kontante bonus, der kan tildeles direktionen fra nuværende 70% af en årsløn til fremover ni måneders løn. Idet ni måneders løn svarer til 75%, er værdien af denne justering begrænset.

Det er vigtigt for mig at understrege, at der med ovenstående ikke for nærværende tages beslutning om at ændre den faktiske aflønning af direktionen. Justeringen foreslås alene for at give Bestyrelsen fleksibilitet, idet vi søger at sammensætte elementerne i incitamentsordningerne, så vi opnår den største værdiskabelse til gavn for selskabet og dets aktionærer.

Jeg takker på bestyrelsens vegne for fremmødet til årets generalforsamling i Ambu.

Kontakt

Lars Marcher, adm. direktør, tlf. +45 5136 2490, e-mail: lm@ambu.com

Ambu A/S
Baltorpbakken 13
2750 Ballerup
Tlf. +45 7225 2000
CVR-nr.: 63 64 49 19
www.ambu.com

Om Ambu

Siden 1937 har Ambus ideer skabt effektive løsninger til sundhedssektoren inden for vores ekspertiseområder: Anaesthesia, Patient Monitoring & Diagnostics og Emergency Care. Millioner af patienter og ansatte i sundhedssektoren verden over sætter deres lid til vores produkters funktionalitet og ydeevne. Vi arbejder kontinuerligt på at forbedre patientsikkerheden og med målrettet at raffinere engangsprodukter. Vores udstyr spænder over opfindelsen af den første ventilationspose og de legendariske Blue Sensor® elektroder til en af vores sidste innovationer – aScope™ – verdens første videoskop til engangs-brug. Vores idéer er målrettet vores kunder, som vi yder den bedst mulige service, hvilket har gjort Ambu til et af verdens mest anerkendte medico-selskaber. Vores hovedkontor ligger i Ballerup. Ambu har godt 2.350 ansatte i Europa, Nordamerika, Asien og i Stillehavsområdet. Du kan finde mere information om Ambu på vores hjemmeside: www.ambu.com.