

# Selskabsmeddelelse nr. 2022-10

## Periodemeddelelse for Q1 2022

3. maj 2022

Omsætningsvækst i koncernen på 9 % i Q1 drevet af meget flotte resultater i Hearing Aids og Diagnostics. Fortsat øgede markedsandele på høreapparatmarkedet som følge af udvidelse af produktporteføljen. Hearing Implants rapporteres som ophørende aktivitet efter den udmeldte hensigt om frasalg af forretningen. Fastholder forventninger til 2022 trods en effekt på EBIT på helåret på ca. DKK -100 mio. relateret til Rusland.

Som tidligere udmeldt, og fra og med denne periodemeddelelse, rapporterer koncernen nu kvartalsvis omsætning og kvartalsvise vækstrater pr. forretningsområde, pr. segment og for koncernen som helhed. Ligesom for tidligere år offentliggøres der kun fuldstændige resultatopgørelser, balancer og pengestrømsopgørelser på halvårlig basis.

Forretningsområde	Omsætning (DKK mio.)		Vækst				
	Q1 2022	Q1 2021	Organisk	Akkvisitiv	LCY	FX	Rapporteret
Hearing Aids	2.351	2.159	9 %	-2 %	7 %	2 %	9 %
Heraf salg til Hearing Care	-441	-459	-11 %	4 %	-7 %	3 %	-4 %
Hearing Care	1.898	1.731	2 %	5 %	7 %	3 %	10 %
Diagnostics	503	402	19 %	1 %	19 %	6 %	25 %
<b>Hearing Healthcare</b>	<b>4.311</b>	<b>3.833</b>	<b>9 %</b>	<b>1 %</b>	<b>10 %</b>	<b>3 %</b>	<b>13 %</b>
Communications	292	381	-25 %	0 %	-25 %	2 %	-23 %
<b>Koncern</b>	<b>4.603</b>	<b>4.214</b>	<b>6 %</b>	<b>1 %</b>	<b>7 %</b>	<b>3 %</b>	<b>9 %</b>

- I Q1 genererede **koncernen** organisk vækst på 6 % med yderligere vækst på 1 % fra akkvisitioner og 3 % fra valutakurseffekter. Den samlede rapporterede omsætningsvækst for koncernen var 9 %.
- Hearing Healthcare** opnåede organisk vækst på 9 % drevet af meget flotte resultater i Hearing Aids og Diagnostics. Hearing Aids fortsatte med at øge sin markedsandel efter en succesfuld udvidelse af de nyeste produktfamilier med flere formfaktorer og prispunkter. Væksten var drevet af højere styksalg, hvorimod væksten i den gennemsnitlige salgspris som forventet var negativ som følge af ændringer i produkt- og kanalmiks. Hearing Care leverede solid organisk vækst på de fleste markeder, men blev negativt påvirket – om end i mindre grad end forventet – af meget høje sammenligningstal i Frankrig som følge af den høresundhedsreform, der blev implementeret sidste år. Akkvisitioner i Hearing Care bidrog ligeledes betydeligt til væksten i Q1. Diagnostics fortsatte det meget stærke momentum fra sidste år.
- Communications** leverede organisk vækst på -25 % som følge af meget høje sammenligningstal. Resultatet var i det store og hele i tråd med vores planer drevet af Enterprise Solutions, men i Gaming påvirkede udfordringer i vores forsyningskæde salget af visse produktfamilier negativt.
- Koncernens **bruttomargin** var på niveau med vores forventninger, idet den forblev negativt påvirket af den dynamiske forsyningsituation. Vi skønner, at effekten var ca. 0,5 procentpoint, som primært kan henføres til højere fragtomkostninger.
- OPEX** var på niveau med vores forventninger, og vi oplever i øjeblikket ikke noget betydeligt pres som følge af inflation ud over det oprindeligt forventede. Vi har set lav tocifret vækst i lokal valuta i koncernens OPEX. En del af denne vækst afspejler de tidligere udmeldte midlertidige omkostningsbesparelser i sammenligningsperioden, som for hele H1 2021 beløb sig til DKK 150-200 mio.
- Som følge af krigen i Ukraine og det aktuelle stop for salg til Rusland, Belarus og Donetsk- og Luhansk-provinserne forventer vi en negativ effekt på koncernens EBIT på ca. DKK 100 mio. i 2022. Dette beløb består for størstedelens vedkommende af mistet salg resten af året til de direkte påvirkede lande, som tegner sig for mindre end 1 % af koncernens årlige omsætning, med kun små realiserbare omkostningsbesparelser til følge. Beløbet omfatter også en hensættelse til tab på alle vores tilgodehavender, som er blevet indregnet under distributionsomkostninger i Q1. Det negative EBIT forventes at få fuld effekt på pengestrømme.

- Til trods for en negativ effekt af krigen i Ukraine var koncernens **EBIT** på niveau med vores forventninger drevet af Hearing Aids og Diagnostics. Valutakurseffekter bidrog ligeledes positivt til koncernens EBIT i Q1. Som forventet realiserede Communications et negativt EBIT.
- Den 4. marts gennemførte vi akkvisitionen af 20 % af **ShengWang**, som er en førende kæde af høreklivker i Kina med ca. 500 klinikker. Vi forventer fortsat at gennemføre akkvisitionen af de resterende 80 % af ShengWang inden udgangen af H1 2022, hvorefter vi vil offentliggøre den finansielle effekt af transaktionen i detaljer.
- Som meddelt den 27. april 2022 agter koncernen at frasælge sin Hearing Implants-forretning til Cochlear Limited, og Hearing Implants indregnes derfor separat som en ophørende aktivitet. Som en konsekvens heraf rapporteres Hearing Implants ikke længere som en del af Hearing Healthcare-segmentet, og sammenligningstal er justeret for at afspejle dette. I Q1 oplevede Hearing Implants vækst på niveau med forventningerne, men i perioden indtil transaktionen er gennemført, forventes selve udmeldingen om transaktionen at påvirke væksten negativt.
- Pr. 31. marts 2022 havde vi tilbagekøbt aktier for DKK 817 mio.

## Forventninger til 2022

Vores forventninger til 2022, som er opsummeret i tabellen nedenfor, er uændrede med undtagelse af valutakursvæksten som er opdateret, så den afspejler gældende valutakurser.

Parameter	Forventninger til 2022
Organisk vækst	5-9 %
Akkvisitiv vækst	1 % baseret på omsætning fra virksomheder tilkøbt pr. 2. maj 2022
Valutakursvækst	4 % baseret på valutakurser pr. 2. maj 2022 og inkl. effekten af valutakurssikring
EBIT	DKK 3.600-3.900 mio.
Effektiv skattesats	22-23 %
Gearing	Gearing (NIBD i forhold til EBITDA) på niveau med vores mellem- til langsigtede mål på 2,0-2,5
Aktietilbagekøb	Mindst DKK 2,5 mia.
Overskud efter skat fra ophørende aktiviteter	Negativt på DKK 150-200 mio.

Forventningerne er fortsat baseret på en række nøgleantagelser, som er uændrede med undtagelse af kommentarer markeret med fed skrift herunder:

- Høresundhedsmarkedet vil normalisere sig i 2022, hvilket vil resultere i stykvækst på høreapparatmarkedet på 4-6 % samt yderligere vækst som følge af den ophobede efterspørgsel, om end med betydelige forskelle mellem de enkelte markeder og kanaler. Sådanne forskelle vil ikke mindst være drevet af forskellige sammenligningsbaser et stykke ind i 2022. På grund af ændringer i geografi og kanalmiks forventer vi, at stigningen i den gennemsnitlige salgspris på høreapparatmarkedet vil være en anelse mere negativ i 2022 end det sædvanlige prisfald på 1-2 % om året.
- Væksten på det franske høreapparatmarked vil være negativ i 2022 efter den ekstraordinære efterspørgsel i 2021, som efter vores skøn havde en positiv effekt på koncernens omsætning på DKK 300 mio. og på EBIT på DKK 150 mio. Vi forventer ikke at se en gentagelse af denne effekt i 2022. **Efter det positive momentum, vi oplevede i Q1, kan det franske marked for høreapparater udvikle sig lidt mere positivt i 2022 end oprindeligt antaget.**
- **Markedet for enterprise- og gaming-headset og videoløsninger vil vokse under det skønnede strukturelle vækstniveau på ca. 12 % grundet den aktuelle forsyningssituation.**
- Begge segmenter, Hearing Healthcare og Communications, vil vinde markedsandele i 2022.
- Forsyningssituationen vil forblive dynamisk i hele 2022 og vil resultere i højere komponent- og fragtomkostninger end normalt, hvilket vil have nogenlunde den samme effekt som i 2021, men ikke vil medføre en betydelig negativ påvirkning af vores salgsaktiviteter.

- Koncernens OPEX-base vil ikke opleve nogen effekt af midlertidige omkostningsbesparelser i 2022, som efter vores skøn beløb sig til DKK 150-200 mio. i H1 2021.
- For 2022 som helhed vil Communications realisere et beskedent negativt EBIT.
- **Det planlagte frasalg af Hearing Implants forventes afsluttet i slutningen af 2022.**

*“På baggrund af en begivenhedsrig start på 2022 med usikkerheder, som påvirker virksomheder i hele verden, præsenterer vi i dag et stærkt første kvartal for Demant med særligt flot vækst i vores forretningsområder Hearing Aids og Diagnostics. I det forløbne kvartal har vi vist, at vi har været dygtige til at få attraktive produkter og services ud på markedet, samtidig med at vi forbliver relevante for vores kunder og brugere. Vi vil fortsætte i samme spor, og selvom vi forventer at se en negativ effekt af vores salgsstop i Rusland, fastholder vi vores finansielle forventninger til 2022, som viser meget solid vækst og et solidt overskud. De konstante ændringer i vores omverden samt de strategiske beslutninger, vi selv træffer, som fx vores senest udmeldte intention om at frasælge vores Hearing Implants-forretning, viser, at vores evne til at agere dynamisk er en forudsætning for succes,”* siger Søren Nielsen, koncernchef og administrerende direktør for Demant.

Demant afholder en telekonference den 3. maj 2022 kl. 14.00. For deltagelse i konferencen anvendes et af følgende telefonnumre: +45 3544 5577 (DK), +44 3333 000 804 (UK) eller +1 6319 131 422 (USA). Pin-koden er 70596694#. Præsentationen, som vil blive gennemgået på telekonferencen, vil blive uploadet på [www.demant.com](http://www.demant.com), kort før konferencen starter.

*Yderligere:*

Søren Nielsen, koncernchef og adm. direktør  
Telefon +45 3917 7300  
[www.demant.com](http://www.demant.com)

*Øvrige kontaktpersoner:*

René Schneider, CFO  
Mathias Holten Møller, Head of Investor Relations  
Peter Pudselykke, Investor Relations Officer  
Trine Kromann-Mikkelsen, VP Corporate Communications and Relations

## Hearing Healthcare

### Markedsudvikling

Overordnet set oplevede markedet for høresundhed, som vi adresserer, og som nu omfatter markederne for høreapparater og diagnostisk udstyr og tjenesteydelser, meget solid vækst i Q1, om end der var store forskelle mellem de forskellige regioner.

#### Markedet for høreapparater

Baseret på tilgængelige markedsstatistikker, som dækker lidt mindre end to tredjedele af markedet for høreapparater, og på vores egne antagelser skønner vi, at stykvæksten på det globale marked for høreapparater var ca. 12 % i Q1 sammenlignet med samme periode i 2021. Markedet har set betydelig vækst i offentlige kanaler som fx NHS og Veterans Affairs (VA), hvor sammenligningsbasen var lavere end i de kommercielle kanaler. Generelt set ser vi fortsat store forskelle mellem de enkelte markeder og kanaler, hvor væksten på nogle markeder stadig er under det normale niveau og på andre markeder over, blandt andet som følge af ophobet efterspørgsel. Vi skønner, at disse ændringer i geografisk miks og kanalmiks medførte en negativ udvikling i den gennemsnitlige salgspris på markedet, hvilket er som forventet.

#### Estimeret høreapparat markedsstykvekst pr. region

Region	2021					2022
	Q1	Q2	Q3	Q4	Total	Q1
Europa	10 %	130 %	12 %	14 %	30 %	20 %
Nordamerika	9 %	182 %	18 %	16 %	35 %	8 %
Heraf USA (kommercielt salg)	12 %	156 %	17 %	15 %	34 %	6 %
Heraf USA (salg til VA)	-7 %	522 %	52 %	22 %	51 %	19 %
Resten af verden	0 %	64 %	11 %	8 %	16 %	4 %
<b>Global</b>	<b>6 %</b>	<b>116 %</b>	<b>14 %</b>	<b>13 %</b>	<b>27 %</b>	<b>12 %</b>

Sammenlignet med samme periode i 2021 var stykvæksten i Europa i Q1 meget høj, og udviklingen var positiv i de fleste lande. I Storbritannien var markedsvæksten ekstraordinært høj, og NHS i særdeleshed oplevede stærk vækst, hvilket kan henføres til meget lave sammenligningstal, men også det kommercielle marked opretholdt en stærk position. I Tyskland fortsatte den bedring, der har fundet sted de seneste kvartaler, og man oplevede stærk vækst, som dog skal holdes op imod lave sammenligningstal. I Frankrig var markedsvæksten svagt positiv til trods for den ekstraordinære, positive effekt sidste år af høresundhedsreformen.

Stykvæksten i Nordamerika var solid i Q1 og skyldtes hovedsageligt stærk vækst i VA. Den kommercielle del af markedet holdt sig over det normale niveau, til trods for at coronavirus blussede op regionalt, hvilket påvirkede væksten negativt i starten af Q1. Stykvæksten i Canada holdt sig på et solidt niveau, og markedet udviklede sig på linje med det normale niveau.

I Australien var stykvæksten moderat positiv i Q1 sammenlignet med samme periode sidste år, til trods for at coronavirus-restriktioner begrænsede markedsvæksten. I Japan var væksten også svagt positiv sammenlignet med sidste år, men markedet var fortsat under niveauet i Q1 2019, før pandemien startede. Vi skønner, at vækstraterne i Kina og Sydkorea var negative i Q1. For især Kina startede året på et solidt fundament, men nylige nedlukninger og coronavirus-relaterede restriktioner påvirkede væksten væsentligt hen imod slutningen af Q1, og vi skønner, at aktivitetsniveauet i øjeblikket er betydeligt lavere end normalt, om end med store regionale variationer.

Vi forventer fortsat, at den længe ventede *over-the-counter*-kategori (OTC) af høreapparater bliver færdigbehandlet af US Food and Drug Administration (FDA) i 2022. Som tidligere kommunikeret ændrer indholdet i de foreslåede regler ikke vores grundlæggende tro på vigtigheden af en samlet leverance af personlig rådgivning, individuel tilpasning, livslang service og yderst avanceret teknologi, men den nye kategori kan blive et fint supplement til de eksisterende høreapparat kategorier.

### Markedet for diagnostisk udstyr

Markedet for diagnostiske instrumenter og tjenesteydelser er forblevet meget modstandsdygtigt. Vi skønner, at sammenlignet med samme periode sidste år lå markedsvækstraten i Q1 over den estimerede strukturelle årlige vækstrate på 3-5 %.

### Hearing Aids

Vores Hearing Aids-forretning leverede meget flotte resultater i Q1 med en organisk vækstrate på 9 %. Den akkvisitive vækst lå på -2 % som følge af frasalget i oktober 2021 af FrontRow Calypso LLC, mens valutakurseffekten var 2 %.

Omsætning	Omsætning (DKK mio.)		Vækst				
	Q1 2022	Q1 2021	Organisk	Akkvisitiv	LCY	FX	Rapporteret
Samlet omsætning	2.351	2.159	9 %	-2 %	7 %	2 %	9 %
Internt salg til Hearing Care	441	459	-11 %	4 %	-7 %	3 %	-4 %
Salg til eksterne kunder	1.910	1.700	14 %	-4 %	11 %	2 %	12 %

Den organiske vækst var drevet af meget højt salg til eksterne kunder, og sidstnævnte voksede organisk med 14% drevet af højt styksalg til vækstmarkeder og til NHS, hvor sidstnævnte kom stærkt igen fra en lav sammenligningsbase i 2021. Vi oplevede også stærkt momentum på de fleste europæiske markeder. Internt salg til Hearing Care tegnede sig for 19 % af den samlede omsætning i Hearing Aids, men væksten var negativ som følge af høje sammenligningstal. Som forventet var væksten udelukkende drevet af en stigning i styksalget, hvorimod den gennemsnitlige salgspris faldt som følge af betydelige forskelle i momentum mellem de enkelte regioner og kanaler.

Hearing Aids fortsatte med at øge sin markedsandel efter en succesfuld udvidelse af de nyeste produktfamilier, Oticon More, Philips HearLink, Bernafon Alpha og Sonic Radiant, med flere formfaktorer og prispunkter. I Q1 introducerede alle vores fire høreapparat-brands nye miniBTE-formfaktorer, hvilket resulterede i, at alle hidtil tilgængelige formfaktorer nu også er gjort tilgængelige i produktkategorierne i midtprissegmentet.

Vi så stærk vækst i Q1 i Europa, især drevet af den betydelige bedring i salget til NHS, som har været voldsomt påvirket af coronavirus i sammenligningsperioden. Vi så fortsat stærkt momentum i det kommercielle salg i Storbritannien, hvilket også var tilfældet i Italien og i mindre grad i Frankrig. Det nuværende stop i salget til Rusland, Belarus og Donetsk- og Luhansk-provinserne havde kun ganske begrænset effekt på væksten i Q1, men dette stop i salget forventes ikke desto mindre at dæmpe væksten en anelse i 2022.

Nordamerika leverede solid omsætningsvækst drevet af salg til VA – hvor vores markedsandel i styk er øget fra 10,5 % i marts 2021 til 15,1 % i marts 2022 – men også af fortsat stærkt momentum i salget til Costco og de uafhængige forhandlere. Canada leverede ligeledes solid vækst i Q1.

Væksten i Asien og Pacific var påvirket af nye coronavirus-relaterede restriktioner på nogle af de store markeder. Kina var påvirket mest, og med nedlukninger, der har strakt sig ind i april og begyndelsen af maj – særlig betydeligt i Shanghai, som er knudepunkt for vores aktiviteter i Kina – så er vores nuværende runrate i Kina meget lav. Japan, Sydkorea og Australien var også påvirket af fortsatte restriktioner. Salget til *Other countries*, som for størstedelens vedkommende omfatter vækstmarkeder, voksede kraftigt i Q1 drevet af et godt kommercielt momentum samt betydelig, bredt funderet bedring på en række markeder.

### Hearing Care

I Q1 oplevede Hearing Care godt momentum og leverede organisk vækst på 2 % trods høje sammenligningstal i Frankrig efter implementering af høresundhedsreformen i 2021. Drevet af USA og Canada var den akkvisitive vækst 5 % og valutakurseffekten 3 %. I Q1 så vi fortsat en mindre negativ effekt af coronavirus på nogle markeder, hvilket medførte en stigning i antallet af aflyste aftaler, men vi tror, at denne effekt kun er midlertidig, og mange aftaler er da også hurtigt blevet booket igen.

Europa var den største bidrager til væksten i Q1 drevet af positive resultater på de fleste markeder. Frankrig holdte lidt bagefter rent vækstmæssigt efter den betydelige medvind, vi oplevede sidste år som følge af høre-sundhedsreformen, men effekten var mindre negativ end forventet. Vi har også opnået gode resultater i Spanien og Polen og i en række andre europæiske lande.

Nordamerika leverede svagt negativ organisk vækst i Q1, hvilket skyldes USA, hvor høje smittetal i begyndelsen af året resulterede i et øget antal aflyste aftaler og vanskeligheder med at opnå fuld bemanning på vores klinikker. Derudover havde vores strategiske beslutning om at reducere salget til *managed care* en negativ effekt på væksten, men en neutral effekt på indtjeningen. Canada leverede positiv organisk vækst, og akquisitioner i både USA og Canada bidrog betydeligt til væksten.

I Australien var omsætningen i begyndelsen af Q1 negativt påvirket af nedlukninger og coronavirus-relaterede restriktioner, som dog blev ophævet i perioden. Derudover blev vi negativt påvirket af oversvømmelser i nogle områder, hvilket resulterede i midlertidige lukninger af klinikker. I den sidste del af Q1 normaliserede omsætningen sig.

## Diagnostics

Efter et imponerende 2021 leverede Diagnostics meget flot organisk vækst på 19 % i Q1 og fortsatte dermed med at vinde markedsandele. Derudover realiserede vi akquisitiv vækst på 1 % og vækst på 6 % i valutakurseffekter. Væksten var bredt funderet i alle regioner, og ordreindgangen var fortsat stor. USA er stadig den største enkelte bidrager til væksten, men vi så også positiv udvikling i Europa, drevet af Storbritannien og Danmark, og i Australien. Hen imod slutningen af Q1 blev salget til Kina negativt påvirket af genindførelsen af coronavirus-relaterede restriktioner.

Diagnostics leverede vækst i alle produktkategorier, men de produktkategorier, der bidrog mest til væksten, var instrumenter til høreapparatilpasning og instrumenter til balancetest.

## Communications

### Markedsudvikling

Efter en meget stærk udvikling i sammenligningsperioden skønner vi, at markedet for gaming- og enterprise solutions-produkter oplevede negativ vækst i Q1. Faldet i markedet var – og er fortsat – forværret af den aktuelle forsyningssituation, der især påvirker trådløse produkter. Vi vurderer, at markedet for gaming-udstyr også oplever en vis effekt af den generelle opbremsning i forbruget, men at efterspørgslen efter enterprise solutions-produkter stadig er solid.

Som konsekvens af forsyningssituationen vil markedet for headsets til virksomheder, gaming og videomødeudstyr forventeligt opleve lavere vækst i 2022 end det forventede strukturelle niveau på 12 %. På mellemlang til lang sigt anser vi dog stadig de grundlæggende vækstdrivere i markedet for at være helt intakte, og vi forventer stadig en strukturel markedsvækstrate på ca. 12 %.

### Communications (EPOS)

Vores Communications-forretningsområde, som drives under EPOS-brandet, oplevede organisk vækst på -25 % i Q1. Valutakurseffekten var 2 %. Væksten var betydeligt påvirket af høje sammenligningstal efter et meget flot Q1 2021. I geografisk henseende leverede Europa den største negative vækstrate, mens USA og Asien lå bedre til.

Den negative vækst var mest udtalt i Gaming-segmentet, hvor efterspørgsel fra brugerne efter lavprisprodukter, store lagre i salgskanalerne og udfordringer i forsyningskæden for visse produktfamilier alt sammen trak væksten i negativ retning. I Q1 opnåede Enterprise Solutions solide resultater, som rent geografisk var bredt funderet, men med Europa som den største vækstdriver. Vi så en positiv udvikling i ordreindgangen, og vores ordrebeholdning steg fra slutningen af 2021.