

Nilfisks ordinære generalforsamling 2021
26. marts 2021

Formandens beretning

Kære aktionærer. Endnu engang velkommen til årets generalforsamling.

Vi er samlet i dag for at gennemgå året 2020 – vores resultater og vigtige begivenheder hos Nilfisk i årets løb. Jeg vil gerne reflektere lidt over 2020, før vi gennemgår rapporten.

Det har virkelig været et ekstraordinært år for os alle!

Da 2020 begyndte, var der ingen, som forventede en verdensomspændende pandemi i den målestok, vi oplevede i løbet af året. Det blev en udfordrende tid for os som mennesker, for vores samfund og for verdensøkonomien, og i marts – for præcis ét år siden – stod det klart, at udbruddet af COVID-19 ville få en betydelig indvirkning, også for Nilfisk.

Det at pandemien udviklede sig så hurtigt, skabte usikkerhed og omskiftelighed på et helt nyt niveau, der tvang os til at drive vores forretning under udfordrende arbejdsforhold og med nogenlunde transparens.

I den forbindelse vil jeg gerne sige stor tak til alle – både til vores medarbejdere for deres evne til at tilpasse sig den vanskelige situation, og til Nilfisks kunder for at have vist os tillid gennem krisen.

Pandemien er her stadig. Og selvom vi stræber efter at finde en mening og definere, hvad den "nye normal" vil være, når COVID er besejret, så påvirker den *fortsat* både individer, virksomheder og samfund over hele verden. Med udrulningen af vaccine-programmerne i en lang række lande begynder vi at se et glimt af lys for enden af tunnelen, men COVID-19-pandemien er ikke forsvundet, og den vil sandsynligvis fortsat påvirke vores virksomhed i 2021.

Når vi ser på resultaterne for 2020, er vi selvklart ikke tilfredse med de samlede resultater, og vi er overbeviste om, at resultaterne kan og vil blive bedre. Men når det er sagt, er vi alligevel tilfredse med, hvordan vi har navigeret gennem pandemien i 2020, og hvordan vi med de tiltag, der er sat i værk, har skabt grundlaget for et stærkere Nilfisk.

Lad os se nærmere på de tiltag, vi satte i gang.

Fra det øjeblik pandemien begyndte at udvikle sig i begyndelsen af året, har vores primære fokus her i Nilfisk været at sikre vores medarbejdere – og samtidig opretholde driften af virksomheden og servicere vores kunder på alle markeder.

Vi har kunnet fortsætte produktionen og distributionen med få eller ingen afbrydelser – også når krisen har været værst. Vi implementerede sikkerhedsforanstaltninger for at sikre, at vores sælgere og serviceteknikere fortsat kunne servicere kunderne. Det har især været vigtigt for kunder, der er en del af den såkaldte "kritiske infrastruktur" såsom sundhedssektoren, produktionen og dele af detailhandelen. Som leverandør til disse segmenter fik Nilfisk status som "væsentlig leverandør" i lande som USA og Storbritannien. Det har givet os mulighed for at fortsætte vores aktiviteter – også på markeder, hvor alle ikke-livsvigtige virksomheder måtte lukke midlertidigt.

I forhold til vores produkter og serviceydelser reagerede vi også hurtigt på pandemien og på det øgede fokus på rengøring. I løbet af året markedsførte Nilfisk en række nye løsninger, der var skræddersyet til vores kunders specifikke rengøringsudfordringer under pandemien:

1. På udvalgte markeder, relancerede vi en række maskiner, der rengør ved hjælp af damp



2. Vi lancerede en bærbar spray-løsning til desinficering i USA
3. Sidst, men ikke mindst, introducerede vi en innovativ løsning med UV-lys, der kan desinficere og fjerne bakterier og virus. Løsningen kan anvendes på Nilfisks selvkørende gulvvasker, kaldet Liberty SC50

Og så var vi nødt til helt at genoverveje, hvordan vi interagerer med kunderne. Vi mødte med dem online, og vi afholdt virtuelle produkt demonstrationer. Vores kunder har reageret positivt på de virtuelle salgsbesøg, og vi er overbeviste om, at disse nye samarbejdsformer vil fortsætte – også efter pandemien.

Internt reagerede vi hurtigt på den nye situation og ændringerne i efterspørgslen. Vi fokuserede på proaktiv likviditetsstyring, samt på reduktion og prioritering af kapitalomkostninger. Og samtidig gennemførte vi en omstrukturingsplan med det formål at sænke vores strukturelle omkostninger.

Så alt i alt har det været afgørende for os at reagere og handle for at afbøde de omfattende konsekvenser af COVID-19.

Når vi ser på resultaterne for 2020, er der især to tal, jeg gerne vil fremhæve. Nilfisk leverede en stabil EBITDA margin før særlige poster på 12,1 % i 2020. Som jeg lige talte om, var det udfordrende markedsvilkår, men med de tiltag, vi gennemførte, såsom en disciplineret omkostningsstyring, færre omkostninger til rejseaktivitet, og en vellykket eksekvering af omstrukturingsprogrammet, leverede vi en margin på linje med sidste år – trods nedgangen i omsætningen.

Årets organiske vækst var på minus 11,5 %. I den første halvdel af året oplevede vi et kraftigt fald i efterspørgslen på tværs af alle markeder. Begrænsninger og nedlukninger som reaktion på COVID-19 tvang mange af vores kunder til at skære ned eller endda til midlertidigt at lukke deres virksomhed, og det påvirkede tydeligvis vores omsætning. Det var et mønster, vi så på tværs af hele kloden. Det startede i Kina og APAC-regionen og bevægede sig senere til EMEA og så til USA. Det gjorde os i stand til at forudse udviklingen og planlægge.

Da pandemiens første bølge begyndte at aftage, oplevede vi en gradvis og stabil forbedring af efterspørgsels-mønstre kvartal for kvartal i årets anden halvdel. Efterspørgslen nåede dog ikke til niveauet fra før pandemien, trods den markante forbedring.

Omsætningen var på 832,9 mio. euro sammenholdt med 966,5 mio. euro i 2019. Fraregnet påvirkning fra valutakurser og vores afvikling af aktiviteter i vores *Consumer*-forretning i Stillehavsområdet, svarer det til en organisk vækst på minus 11,5 %. Dette er en nedgang på 133,6 mio. svarende til en rapporteret vækst på minus 13,8 %.

Som nævnt oplevede vi en gradvis og stabil forbedring i markedet i andet halvår af 2020 med forbedringer fra kvartal til kvartal. Markedsaktiviteten vendte tilbage i EMEA og Americas-regionerne, og efterspørgslen steg. Vi endte året med en samlet organisk vækst på minus 2,1 % i fjerde kvartal.

Der har i løbet af 2020 været store variationer i markedsefterspørgslen på tværs af kundesegmenter og markeder, og Kina og Sydeuropa hørte til de mest påvirkede markeder. Når vi ser på vores rapporterings-segmenter og geografiske områder, ser vi her de organiske vækstrater for hele året, hvor EMEA ligger på minus 11,6%, idet lande som Frankrig, Spanien og Italien var hårdt ramt i de første måneder af pandemien.

Americas – som er Nord- og Sydamerika – endte på minus 12,4%, og her oplevede vi en solid fremgang i markedsaktiviteten i USA i anden halvdel af 2020. Americas rapporterede en positiv organisk vækst på 2,1% i fjerde kvartal, drevet af en positiv udvikling i USA.

På tværs af alle geografier så vi, at hotel- og restaurationsbranchen var betydeligt mere påvirket end for eksempel detailhandlen og produktionen. Det har påvirket vores forretning i mange asiatiske markeder, hvor hotel- og restaurationsbranchen udgør en stor del af vores omsætning. APAC som helhed endte med en organisk vækst på minus 28%.



Vores *Consumer*-forretning leverede solide resultater over hele året: Vi er meget tilfredse med den udvikling, fordi den ikke kun skyldes stor efterspørgsel på markedet for bolig-forbedringer som følge af pandemien, men også en stærk indsats leveret af vores *Consumer*-team. Det er fantastisk at se, hvordan teamet har fået øjnene op for muligheder på markedet, ikke kun hos eksisterende kunder, men også ved at tilføje nye kunder i løbet af året.

Nu går vi videre til indtjeningen:

Nedgangen i omsætning førte til en lavere bruttofortjeneste for året, da vores bruttomargin blev påvirket af lav kapacitetsudnyttelse særligt i årets andet og tredje kvartal – på grund af den lavere efterspørgsel. I fjerde kvartal førte den stigende efterspørgsel dog til højere aktivitet. Derfor har der været en gradvis forbedring af vores kapacitetsudnyttelse, hvilket afspejles i en bruttomargin på 41,6% for hele året og på 42,4% for fjerde kvartal. Til sammenligning var vores bruttomargin i 2019 på 42,1%.

Som jeg nævnte tidligere, var 2020 kendetegnet ved et stærkt fokus på omkostningsstyring overalt i Nilfisk på grund af den nye situation, som pandemien havde skabt.

Generelt har vi opnået besparelser på tværs af alle funktioner og på tværs af alle Nilfisks nøglemarkeder, og i løbet af 2020 er det lykkedes os at reducere de faste omkostninger med 43,7 mio. euro sammenlignet med 2019. Vi modtog tilskud fra offentlige støtteprogrammer på omkring 7 millioner euro – og dem sætter vi pris på – så den underliggende reduktion var på omtrent 37 millioner euro.

Omkring halvdelen af denne reduktion kan tilskrives lavere aktivitetsrelaterede omkostninger såsom færre rejser, mindre markedsføring og færre fragtomkostninger. Den resterende del af reduktionen skyldes lavere personaleomkostninger, hvor den primære drivkraft har været vores omstrukturingsprogram, der har reduceret arbejdsstyrken med ca. 250 fuldtidsstillinger.

Så selvom omsætningsnedgangen førte til en lavere bruttofortjeneste for året, blev det delvist opvejet af lavere omkostninger. EBITDA før særlige poster var 17,2 mio. euro lavere end sidste år, men samtidig lå vores EBITDA margin før særlige poster på samme niveau som sidste år på 12,1 %. Vi har drevet forretning under helt ekstraordinære omstændigheder, og gennem en velovervejet omkostningsstyring var vi i stand til at fastholde marginen, som endte på et niveau lidt højere, end vi forventede i vores seneste forventninger til året, udsendt i november 2020.

Nettoresultatet for 2020 blev minus 2,6 mio. euro, og det er lavere end sidste år på grund af den lavere EBITDA og påvirkning af visse skatte-aktiver.

Den finansielle gearing – målt som EBITDA i forhold til den netto-rentebærende gæld – var 3,8 gange, hvilket er en stigning i forhold til niveauet på 3,5 gange i 2019. Ifølge Nilfisks principper for kapital-allokering anvendes der et mål for forholdet mellem udbetaling og finansiell gearing. Helt specifikt har vi angivet et finansielt gearings-mål beregnet som nettorentebærende gæld i forhold til EBITDA på cirka 2,5, hvilket p.t. ikke er opfyldt.

Derudover har udbruddet af COVID-19 haft en negativ indvirkning på efterspørgslen i markedet, og dermed på Nilfisks omsætning i 2020. Endnu vigtigere er det, at udbruddet har ført til en høj grad af usikkerhed omkring den fremtidige makroøkonomiske udvikling. Derfor har vi fokuseret på proaktiv likviditetsstyring og har arbejdet aktivt på at styre vores lagerniveau, så det svarede til den forventede efterspørgsel.

Og vi har yderligere forstærket vores fokus på kredit-inddrivelse, som har været med til at reducere den nettorentebærende gæld ved udgangen af 2020 til 383,2 mio. euro. Det er 30,9 mio. lavere end ultimo 2019.

Da vores kapital-mål ikke er nået, foreslår bestyrelsen, at der ikke udbetales udbytte for regnskabsåret 2020.

Lad mig afslutte gennemgangen af regnskabsåret 2020 med at se på aktiekursens udvikling i året.



Aktiekursen faldt med 11 % i løbet af 2020 set i lyset af de alvorlige økonomiske udsving og forstyrrelser, der fulgte af COVID-19-pandemien. Kursen har genvundet terræn efter regnskabsmeddelelsen i januar 2021 og de fuldt konsoliderede tal i begyndelsen af marts.

Hvis jeg skal opsummere 2020, vil jeg gerne gøre det med disse tre hovedbudskaber:

1. Vi har styret igennem udfordrende markedsforhold, skabt af pandemien, og vi har haft et målrettet fokus på at servicere vores kunder og tilbyde de løsninger og serviceydelser, de havde brug for. Herunder også nye produkter, der imødekom de krav, der fulgte af pandemien
2. Vi har handlet på baggrund af den nye situation og har afbødet konsekvenserne gennem stram omkostningsstyring og et omstrukturingsprogram, der – alt i alt - har gjort os i stand til at opretholde marginerne på trods af den lavere omsætning
3. Og vi har holdt fokus på strategien i et år, der har udfordret os, for eksempel ved at bevare et kontinuerligt fokus på digitale og automatiserede løsninger. Jeg vil lige lidt fortælle mere om vores strategiske kurs

Alt i alt giver det os tillid til den kommercielle eksekvering i 2021. Det bliver et år, hvor vi vil fokusere på at genvinde salgsvolumen, efterhånden som markederne kommer sig efter pandemien. Dette fokus afspejles i vores økonomiske forventninger til 2021, som blev annonceret den 3. marts, og som vi gentager i dag.

Vi kommer fra en situation, hvor vi har set efterspørgslen blive forbedret kvartal over kvartal i andet halvår 2020, men samtidig, ved indgangen til 2021, har der været en stigning i antallet af nedlukninger og restriktioner på tværs af markeder som følge af den fortsatte udvikling af pandemien. Med udrulningen af vacciner på tværs af markeder forventer vi mere normaliserede vilkår i årets anden halvdel, selvom vi fortsat ser usikkerhed omkring markedsforholdene for året.

I 2021 forventer vi, at den samlede virksomhed vil generere en organisk vækst på mellem 5% og 10 % i forhold til 2020, baseret på de tendenser vi ser i markeds-efterspørgslen, samt på den samlede forventede økonomiske fremgang.

De strukturelle omkostninger i 2021 forventes at ligge på et lavere niveau end året før. På den anden side forventer vi, at de aktivitets-relaterede omkostninger såsom marketing, fragt og rejser vil stige i forhold til de forholdsvis lavere niveauer, der blev rapporteret i tredje og fjerde kvartal af 2020.

Så med vores fortsatte fokus på omkostnings-disciplin og omsætningsvækst, som netop beskrevet, forventer vi en EBITDA margin før særlige poster på 12,5% til 14,5%.

Så fokus i 2021 vil i høj grad være på at gribe og dække efterspørgslen, efterhånden som markederne kommer på fode igen. Vores aktiviteter vil fortsat være styret af den overordnede retning, der er fastlagt i vores "Nilfisk Next"-strategi. Med udgangspunkt i vores mission og i vores vision, præsenterer Nilfisk Next tre overordnede mål:

1. At blive global med harmoniserede processer og arbejdsmetoder på tværs af organisationen – for at sikre ensartet kundeservice og produktkvalitet.
2. At blive en løsningspartner, hvilket betyder, at vi tilfører værdi ud over maskinen og leverer komplette løsninger til vores kunder.
3. Og endelig vores digitale tilgang, hvilket betyder, at vi fremmer en digital tankegang, der hjælper os med at forbedre kundeoplevelsen og opbygge en sammenhængende it-infrastruktur.

Vores strategiske kurs, der er sat af "Nilfisk Next", er blevet bekræftet under pandemien, hvor fokusområder som globalisering, automatiserede rengøringsløsninger og digitale løsninger nu er vigtigere end nogensinde.



Så mens vi navigerede gennem de oprørte farvande, som COVID skabte, holdt vi fokus på vores strategi og gennemførte vigtige initiativer i strategien. Dette billede giver et overblik over de vigtigste resultater fra 2020, og lad mig gennemgå dem her:

Inden for vores automatiserede løsninger har vi oplevet solide fremskridt i salget af Liberty SC50, den første selvkørende rengøringsløsning fra Nilfisk. Salget er blevet udvidet til flere kundesegmenter og rengøringsapplikationer inden for brancher såsom lufthavne, detailhandel og sundhedssektoren. Og på tværs af segmenter har vi som følge af pandemien oplevet en stigende interesse for de automatiserede løsninger. På grund af COVID-19 er rengøring blevet vigtigere for mange virksomheder og institutioner, og mange af dem har brugt automatiseret rengøringsteknologi til at imødekomme disse nye krav.

Parallelt hermed lancerede vi endnu en selvkørende gulvvasker, Liberty SC60. Det er en større maskine, og vores første maskine bygget på software udviklet af en vores teknologipartnere, nemlig Brain Corp. Da den er større og derfor relevant for større indendørs områder såsom lagre og logistikcentre, supplerer den vores anden selvkørende maskine, Liberty SC50 ganske godt.

Vi fortsatte eksekveringen af vækstplanen for den amerikanske virksomhed med fokus på at udnytte hele porteføljen, servicere vores distributionspartnere bedre og styrke vores tilgang til strategiske kunder. På trods af COVID-19-pandemien har vi oplevet fremskridt på alle tre områder i 2020.

Vi er også glade for at se udviklingen inden for vores digitale indsatser, der i høj grad er blevet fremskyndet af en voksende digital parathed, foranlediget af pandemien. Vi fortsatte udbygningen af vores globale e-handelsløsning, som i slutningen af året var implementeret på 16 europæiske markeder, og sammen med andre initiativer såsom virtuelle produktlancerings-arrangementer og kurser, samt migreringen til en skalerbar og mere effektiv web-platform, har vi yderligere understøttet en bedre digital kundeoplevelse.

Endelig vil jeg gerne nævne udbygningen af vores distribution. I løbet af 2020 gik vi i luften med to nye europæiske distributionscentre, der drives af vores distributionspartner, og medfører en hurtigere og mere effektive levering til vores kunder.

COVID-19-pandemien har ikke kun sat sit præg på vores måde at arbejde og drive forretning på, men også på rengøring generelt.

Værdien af rengøring er blevet mere tydelig. Vi fokuserer mere på renlighed og hygiejne, og begge dele er nu virksomhedskritiske for alle brancher. Samtidig har pandemien positioneret folkesundhed og -sikkerhed som kritiske parametre.

Bevidstheden om behovet for bæredygtige rengøringsløsninger har været stigende de seneste mange år, men vi er nu nået et punkt, hvor bæredygtighed er ved at blive et grundlæggende krav set med både kundernes, medarbejdernes og investorernes øjne.

Klimarelaterede udfordringer står højt på den globale dagsorden – også på Nilfisks. Som leverandør af rengøringsudstyr er vi hos Nilfisk ansvarlige for at udvikle produkter, der er endnu mere bæredygtige end dem, der findes i dag, så vores kunder kan gøre rent efter en højere standard – uden at skade miljøet.

I løbet af 2020 fortsatte vi indsatsen for at nå vores ambitiøse mål på klimadagsordenen. Nilfisk har ud fra et solidt datagrundlag tilsluttet sig initiativet "Science Based Targets" og forpligtet sig til at reducere CO₂-udledningerne fra driften – både direkte og indirekte – med mindst 35% senest i 2030. Parallelt hermed arbejder vi på at beregne og reducere vores produkters CO₂-aftryk.

Fokus på bæredygtighed vil blive stadig vigtigere, når vi bevæger os ind i 2021 og derefter. Dette bakkes naturligvis op af innovation som en fortsat vigtig drivkraft. Herunder digitale løsninger og arbejdet med bæredygtighed på tværs af virksomhed og produkter.

Så hvis jeg skal se fremad, vil 2021 – som jeg nævnte tidligere – være kendetegnet ved fokus på at genvinde salgsvolumen, efterhånden som markederne kommer på fode igen efter COVID-19.



Pandemien er her stadig, men vi tror også på, at markedsvilkårene vil normalisere sig i 2021, og vi er fast besluttet på at imødekomme og reagere på enhver stigning i efterspørgsel og ethvert behov, der måtte opstå i forbindelse med dette "comeback".

Værdien af rengøring er blevet styrket, og Nilfisk befinder sig i en stærk position til at kunne drage fordel af denne udvikling – og komme ud på den anden side af pandemien som en stærkere virksomhed.

For at øge væksten, vil vi forbedre vores kommercielle eksekvering for at tilbyde vores kunder en god oplevelse af både salg og service. Og med de fremskridt, der er gjort med hensyn til at forenkle strukturer og processer i de seneste år – herunder de tiltag, vi har gennemført i løbet af 2020 – står vi nu på et bedre grundlag for kommerciel eksekvering.

Nu er vi nået til bestyrelsens arbejde.

De udfordrende markedsforhold som følge af pandemien dannede et frugtbart grundlag for fortsat gode drøftelser på bestyrelses- og ledelsesniveau i hele 2020.

Vi følger en fast mødeplan for hele året for bestyrelsen og de individuelle bestyrelsesudvalg. Her kan I se en oversigt over de møder, bestyrelsen har afholdt i 2020, og på grund af den ekstraordinære situation som følge af COVID-19 har der været afholdt flere bestyrelsesmøder end normalt. Desuden har der været mange telefonsamtaler og videokonferencer samt en lang række uformelle møder. Samtidigt har vi haft et tæt og aktivt samarbejde med Nilfisks ledelse.

Efter den ordinære generalforsamling i juni 2020 og et ønske fra bestyrelsen om at engagere sig dybere i markeds- og konkurrent-analyser, samt udviklingen i de strategiske initiativer i selskabet, nedsatte vi yderligere to ad-hoc udvalg, nemlig et projektledelses-udvalg og et USA-udvalg, sidstnævnte for at øge bestyrelsens fokus på det amerikanske marked.

Bestyrelsens vederlag er på dagsordenen for denne generalforsamling under punkt 7. Jeg vil gerne knytte et par kommentarer til denne allerede her.

Bestyrelsen foreslår, at vederlaget for 2021 fastholdes på samme niveau som i 2020. Det vil betyde, at menige bestyrelsesmedlemmer modtager et grundhonorar på 300.000 kroner. I tillæg foreslås det, at deltagelse i bestyrelsesudvalg aflønnes som beskrevet i indkaldelsen med dagsorden og fuldstændige forslag. Der er ikke grundhonorar for deltagelse i de to ad hoc-udvalg, nemlig projektledelses-udvalget og USA-udvalget. Derudover har et medlem af bestyrelsen, Are Dragesund, valgt at afstå fra at modtage grundhonorar såvel som honorar for deltagelse i bestyrelsesudvalg. Forslaget indeholder, at bestyrelsesformanden modtager 3 gange grundhonoraret, og ikke yderligere honorar for deltagelse i bestyrelsesudvalg. Næstformanden skal modtage 2 gange grundhonoraret.

Forslaget om bestyrelsens vederlag bliver behandlet under punkt 7 lidt senere på denne generalforsamling.

Nu vi er ved emnet vederlag, vil jeg gerne sætte nogle ord på netop dette emne:

Nilfisks vederlagspolitik blev senest godkendt af generalforsamlingen i juni 2020. Den fastlægger den generelle ramme for vederlag og indeholder specifikke regler om incitaments-aflønning for bestyrelsen og direktionen i Nilfisk. Bestyrelsens vederlagsudvalg har i løbet af året gennemgået selskabets nuværende vederlagspolitik for at sikre, at den lever op til de nye 'Anbefalinger for god Selskabsledelse' og reflekterer markedsstandard.

På den baggrund foreslår bestyrelsen, at der foretages enkelte ændringer af vederlagspolitikken. Det fremgår af punkt 10a i dagsordenen til denne generalforsamling:

- Hovedændringen er, at den mulige højeste tildeling af årlig bonus øges fra 70% til 100% af grundlønningen for at følge markedspraksis. I visse tilfælde var vores nuværende bonuspotentiale ikke højt nok til at tiltrække relevante kandidater og den foreslåede ændring adresserer dette

- Det præciseres, at der normalt udbetales 50% af tildelingsbeløbet ved opnåelse af målet i forbindelse med den langsigtede incitaments-ordning. Dette afspejler nuværende praksis
- Det ordinære opsigelsesvarsel tilpasses fra normalt 6 måneder fra direktørens side og 12 måneder fra selskabets side til 6-9 måneder fra direktørens side og 12-18 måneder fra selskabets side
- Endelig gives der mulighed for at aftale forlænget opsigelsesvarsel for ledelsen i tilfælde af kontrolskifte, dog således at den samlede aftalte opsigelsesperiode fortsat ikke kan overstige det gældende maksimum på 24 måneder

Vederlaget til bestyrelsen og direktionen er beskrevet i yderligere detaljer i Nilfisk's vederlagsrapport, som bliver fremlagt til vejledende afstemning for første gang på denne generalforsamling. Det sker under punkt 6.

I vederlagsrapporten kan man se, at COVID-19 også her har spillet en rolle. Bonusaflønnning af ledere og nøglemedarbejdere blev justeret for at reflektere de kvartalsvise udsving. For ledelsen blev bonusmål ikke justeret, og bonusudbetalingen blev derfor lavere. Samtidig blev der ikke gennemført en årlig lønjustering på tværs af alle niveauer i organisationen. I vederlagsrapporten fremgår det desuden, at Nilfisk reducerede antallet af ansatte herunder også en reduktion af direktionen og andre ledende stillinger, hvilket har ført til en slankere og mere omkostningseffektiv organisation.

Vores mål og hensigt er at betale ledere og ansatte i Nilfisk passende og retfærdigt i henhold til markedsstandard. Vi stræber efter en aflønningspolitik og praksis, der afspejler virksomhedens art, kompleksitet og størrelse og dens nuværende situation. Desuden gør vi vores bedste for at sikre, at aflønningspolitikken fortsætter med at støtte virksomhedens strategi, som den tiltrækker, motiverer og fastholder nøglemedarbejdere, og at den samtidig afspejler aktionærernes interesser.

Tilbage til bestyrelsens arbejde:

Bestyrelsens selvevaluering blev gennemført i første kvartal 2021 som en online-undersøgelse, der blev ledet af nomineringsudvalget. På et bestyrelsesmøde i dag, forud for denne generalforsamling, har bestyrelsen gennemgået og diskuteret denne selvevaluering.

Undersøgelsen konkluderede, at bestyrelsen har de nødvendige og de relevante kompetencer og erfaring repræsenteret, men kunne drage fordel af mere mangfoldighed. Bestyrelsen har en åben dialog, hvor alle bidrager, og meninger deles frit. Mødefrekvens, dagsorden og det delte materiale er passende og relevant.

Et år med betydelige forretningsmæssige udfordringer har også haft indflydelse på vores samlede tilfredshedsniveau. Vi er generelt mindre tilfredse med kvaliteten af vores diskussioner og også på balancen mellem strategisk tilsyn og operationelle diskussioner. Mens den gennemsnitlige score fortsætter med at ligge mellem "god" og "meget god", er der flere afvigelser i individuelle svar både på gruppe-niveau og i forhold til enkeltpersoner.

Vi har i dag besluttet en række handlinger, der har til formål at forbedre bestyrelsens arbejde yderligere.

Valg af bestyrelsesmedlemmer behandles på dagsordenens punkt 8 på denne generalforsamling. Som det fremgår af indkaldelsen med dagsorden og fuldstændige forslag, som er udsendt forud for generalforsamlingen, har vores næstformand Anders Runevad besluttet ikke at søge genvalg.

Jeg har arbejdet tæt sammen med Anders i mange år, og jeg beklager at se ham gå. Han og jeg har i årenes løb haft mange gode samtaler, og jeg har – sammen med hele bestyrelsen - værdsat Anders' input. I løbet af det seneste år har jeg især nydt at samarbejde med Anders i hans rolle som næstformand. Jeg taler på hele bestyrelsens vegne, når jeg siger, at vi er kedede af Anders' beslutning om ikke at søge genvalg, men at vi fuldt ud forstår og respekterer, at han har andre forpligtelser.

Det er bestyrelsens anbefaling ikke at søge en erstatning for Anders for nuværende, da vi har en relativ stor bestyrelse allerede, og fordi vi mener, at vi har de rette kompetencer repræsenteret, og fordi vi har et flertal af uafhængige medlemmer.



I Nilfisk har vi knap 60% af vores aktionærer repræsenteret i bestyrelsen. Dette indebærer, at vi har et antal ikke-uafhængige medlemmer. På den måde kan man nærmest karakterisere os som et "privat, børsnoteret selskab".

Dette forhold har konsekvenser for ledelsen af virksomheden: På den ene side har vi store fordele ved at have en meget direkte forbindelse mellem aktionærernes interesser og selskabets ledelse. Og på den anden side er vi nødt til at bevare vores bestyrelses uafhængighed – både for at beskytte de aktionærers interesser, som ikke har direkte repræsentation i bestyrelsen, men også for at opretholde integriteten i vores to-delte ledelsessystem.

I Nilfisk har vi håndteret og organiseret dette som følger:

1. Vi ønsker at fastholde, at et flertal af vores bestyrelsesmedlemmer er uafhængige af institutionelle interesser. Selvom Anders Runevad fratræder i bestyrelsen, er dette fortsat tilfældet
2. Ikke-uafhængige bestyrelsesmedlemmer kan ikke sidde som formand for et bestyrelsesudvalg
3. Bestyrelsesudvalg består altid af mindre end 50% af det samlede antal bestyrelsesmedlemmer og har kun forberedende opgaver. Dette sikrer, at beslutninger altid træffes af hele bestyrelsen, hvor de uafhængige medlemmer altid vil udgøre et flertal

Når det er sagt, værdsætter vi den direkte aktionærdeltagelse og den indsigt, dette giver, samt den korte afstand mellem aktionærer og selskabsledelse.

Vi vender tilbage til valg af bestyrelsesmedlemmer lidt senere på generalforsamlingen under punkt 8.

Bestyrelsen vil konstituere sig umiddelbart efter denne ordinære generalforsamling. Hvis bestyrelsesmedlemmerne bliver valgt, som det er foreslået, er det forventningen, at bestyrelsen vil konstituere sig som følger: Undertegnede vælges som formand, og René Svendsen-Tune som næstformand. I Revisionsudvalget foreslås Jutta af Rosenberg valgt som formand og Are Dragesund valgt som ordinært medlem. I Nomineringsudvalget foreslås René Svendsen-Tune valgt som formand og Franck Falézan som ordinært medlem. I Vederlagsudvalget foreslås Jutta af Rosenberg valgt som formand og Thomas Lau Schleicher som ordinært medlem.

De to ad-hoc udvalg vil fortsætte indtil videre: I projektledelsesudvalget foreslås undertegnede valgt som formand og Are Dragesund og Franck Falézan som ordinære medlemmer. Og i USA-udvalget foreslås undertegnede valgt som formand og René Svendsen-Tune og Richard Bisson som ordinære medlemmer.

Dermed er vi nået til de afsluttende bemærkninger i beretningen.

På vegne af hele bestyrelsen vil jeg gerne sige tak til vores aktionærer for jeres fortsatte støtte til og engagement i Nilfisk, navnlig i løbet af endnu et år med udfordringer og ekstraordinære omstændigheder.

Jeg vil også gerne takke vores mere end 4.000 medarbejdere for deres fortsatte engagement og bidrag til Nilfisk i et år som på ingen måder har været let.

Endelig vil jeg gerne takke Nilfisks ledelses-team for deres engagement i – og vilje til – den fortsatte eksekvering af strategien trods vanskelige markedsvilkår.

Mange tak.