

## Q&A - Hove-koncernen september 2024

10 interessenter har stillet i alt knap 40 spørgsmål til direktionen i Hove-koncernen. Der har været en del sammenfald af spørgsmål. Direktionen har for overskuelighedens skyld valgt at svare samlet på spørgsmålene under følgende 5 emner:

- Strategi
- Finans
- Markedet
- Organisation
- Kommunikation

Nogle spørgsmål har direktionen valgt ikke at besvare. Direktionen kan f.eks. ikke kommenteret på udsving i aktiekursen. Spørgsmål vedrørende guidance for dette år og næste år, forecast for de kommende år og/eller skøn over udviklingen i markedet for smørepumper og smørefedt til vindmøller og kraner har direktionen valgt ikke at besvare i denne præsentation.

## Strategi

### **Hvornår forventer Hove at komme med en ny strategiplan?**

Hoves strategi er mere fokuseret i dag sammenlignet med udmeldingen ved IPO'en i november 2021:

- Hove ser vindmøllemarkedet som sin basisforretning, der skal forsvares og derigennem fastholde en profitabel forretning.
- Hove ser smøring af kraner i havneterminaler som sit nye vækstmarked. Hove har ikke fokus på andre industrier, da det er en bevidst strategi at samle sine ressourcer på at få succes med smøring/servicering af kraner i havneterminaler, som ledelsen vurderer til at være af en betragtelig størrelse også sammenlignet med vindmarkedet.

### **Hvad er prognoserne for 2025 og derefter?**

Guidance for 2025 udmeldes marts 2025. Hove-koncernen har fokus på at:

- fastholde positionen på nuværende marked for smøring af vindmøller.
- lykkes med at penetrere markedet for smøring af kraner i havneterminaler.

### **Hvis man kunne rejse tilbage i tiden, ville Hove have gjort nogle ting anderledes?**

Hove har over de sidste par år haft en del nye tiltag. Nogle tiltag har ført gode ting med sig, mens andre har været mindre succesfulde. Det er dog først efter at have prøvet disse tiltag af, at Hove har kunnet vurdere, om de har været succesfulde eller ikke. Eksempler på mindre succesfulde tiltag er den mislykkede udvikling af kaffepumper i datterselskabet Hafnia og etableringen i Brasilien, der – trods store etableringsomkostninger - endnu ikke har medført den forventede omsætning og indtjening.

## Finans

### **Hvordan fordeler omsætning sig mellem pumper og smørefedt?**

Hove vil af konkurrencemæssige årsager ikke oplyse tal for omsætning eller dækningsbidrag for smørepumper hhv. smørefedt, men det kan oplyses, at salget af smørepumper har været ret konstant over en periode på 3 år (2019-2022), mens der har været en stigning i salget siden 2023 og til nu.

Salget af smørefedt burde ud fra en logisk betragtning have en konstant let stigende trend over flere år, da antal globalt opstillede vindmøller er stigende, og behovet for smørefedt burde følge denne trend. Dette er ikke oplevet i Hove, som har svært ved at få pålidelige forecast fra Hoves kunder, og år efter år har måttet sande, at der er svært forklarlige og store variationer i kunders indkøbsmønstre. Dette er hovedårsagen til, at Hove har haft meget svært ved at give retvisende guidance for omsætning og EBITDA igennem de seneste år.

### **Hvordan fordeler omsætning sig på regioner?**

Med undtagelse af Kina er Hove repræsenteret på de fleste markeder indenfor vind. Af konkurrencemæssige hensyn vil Hove ikke oplyse nærmere omkring fordelingen på regioner.

12 lande har opstillet 86 % af den samlede vindmølle kapacitet globalt (reference Global Wind Report 2023). Kina har 40 % af den samlede globale vindmøllekapacitet. Hove har af geopolitiske årsager fravalgt at sælge sine produkter i Kina. I de resterende 11 lande med i alt 46 % af den samlede vindmøllekapacitet globalt anser Hove sig som markedsleder mht. levering af sine to hovedprodukter: smørepumper og tilhørende smørefedt i specielt udviklede sammenklappelige plastbeholdere. Hove er repræsenteret i de fleste af de omtalte 11 lande enten med datterselskaber (USA, Indien, Brasilien og Tyrkiet) eller distributører (UK og Australien) eller lokal salgsrepræsentation (Tyskland og Spanien).

Det skal fremhæves, at Hove også har tilstedeværelse i lande, som ikke er en del af de 11 største lande mht. opstillet vindmøllekapacitet. Hove har f.eks. distributører i Sydkorea og Chile.

I forbindelse med fokus på salg til kraner i havneterminaler har Hove tilstedeværelse i Finland, hvor verdens største producent af kraner har sit hovedkvarter, og der regnes med udvidelse til endnu flere områder i nær fremtid.

### **Hvilken omsætning bidrager salg til kraner i havneterminaler med i 2024?**

Salg til kraner i havneterminaler er i den sidste udmeldte guidance for 2024 udeladt, idet direktionen ikke forventer at få den ønskede penetration i indenværende år. Direktionen ser optimistisk på mulighederne og forventer fortsat, at salg til kraner i havneterminaler bliver et stort vækstmarkedet for Hove-koncernen. Field test er vellykket gennemført, og Hove afventer kunders endelige accept af fremsendte tilbud om smøring og servicering af kranerne. Tre internationale salgsmedarbejdere vil fra udgangen af 2024 være 100 % fokuseret på at åbne op for globalt salg til kraner i havneterminaler. Derudover støttes denne aktivitet fra hovedkontoret i Danmark med teknisk support til produkter, markedsføring og ekstern ekspertise til support samt vedligeholdelse af Hove Smart Lube.

**I 2023 blev der foretaget ekstraordinære høje afskrivninger pga. nedskrivning af Hafnia pumps. Vil investeringer i kraner i havneterminaler risikere at medføre store nedskrivninger? Vil lignende nedskrivninger kunne påvirke 2024 og frem?**

Nedskrivningen på Hafnia pumps var en one-off nedskrivning i 2023 og vil derfor ikke ramme regnskabet igen. Hove-koncernen har aktiveret udviklingsomkostninger for i alt ca. 7,2 mio. DKK (jf. halvårsrapport 2024), som teoretisk set kan risikere at blive nedskrevet, men det er direktionens opfattelse, at det er meget usandsynligt, at dette vil ske. Udviklingsomkostningerne dækker over flere udviklingsprojekter, der alle forventes at føre til øget salg. Investeringer i kraner og havneterminaler udgør en mindre del af de aktiverede udviklingsomkostninger, så risici for større nedskrivning af aktiver er lav.

**Der er foretaget tiltag for at bringe de faste omkostninger, herunder personaleomkostninger, ned i de udenlandske datterselskaber. I hvilket omfang er disse udgifter medtaget i det forventede EBITDA for 2024?**

I den sidst udmeldte guidance for EBITDA i 2024 er alle kendte poster medtaget – herunder ændringer i personaleomkostninger.

**Er tilbagekøb af egne aktier eller udlodning noget, der overvejes i bestyrelsen?**

Hove-koncernen har for nuværende nedbragt sin gæld, så der ikke trækkes på en bankkredit i moderselskabet eller i datterselskaber. Samtidig har koncernen et betydeligt varelager, som aktuelt er i underkanten af DKK 40 mio. Det er målet at opbygge et positivt cash flow på 5-10 % af omsætningen, så koncernen er selvfinansierende og derigennem vil kunne finansiere organisk vækst. Derefter vil tilbagekøb af egne aktier eller udlodning kunne overvejes – måske allerede i forbindelse med fremlæggelse af regnskabet for 2025.

## Markedet

### **Hvad gør at kunderne vælger Hoves produkter fremfor konkurrenternes?**

Hove bestræber sig på at identificere kundernes problemer og komme med teknologisk, ergonomisk og økonomisk konkurrencemæssige løsninger.

Hove er kendt for sin meget innovative tilgang og er hele tiden opmærksom på problemer, som eksisterende pumper eller fedtbeholdere ikke løser tilstrækkeligt godt. Hoves udviklingsafdeling med 5 ansatte ingeniører arbejder hele tiden med innovative projekter, så Hove både kan løse problemstillinger med nuværende udstyr samt have et blik for fremtidens behov. Således har Hove hele tiden udviklingsprojekter i gang, som skal løse morgendagens problemer. Ofte er det salgsfolk i tæt relation med kunder, som ser nye problemstillinger. I andre tilfælde har Hoves udviklingsafdeling mulighed for at arbejde tæt sammen med udviklere og/eller kvalitetssikringsfolk hos Hoves store kunder. Det tætte samarbejde er naturligvis en meget vigtig forudsætning for, at kunder vælger Hove fremfor konkurrenter.

Det skal derudover samtidig understreges, at Hove hele tiden arbejder på at optimere sin produktion, så arbejdsprocesser forenkles, effektiviseres, optimeres (f.eks. indførelse af standardmoduler til brug i flere forskellige smørepumper) og/eller automatiseres, hvilket har betydning for leveringssikkerhed, kvalitetssikring og konkurrencedygtige priser.

Derudover lægger Hove store ressourcer i at leve op til nye kvalitetsmæssige krav, som bl.a. kræves for at opnå og fastholde certificeringer, som er en forudsætning for, at store kunder kan vælge Hove som samarbejdspartner.

Hoves globale tilstedeværelse er ligeledes en vigtig parameter for kunders valg af Hoves produkter, og endelig har en hurtig responstid mht. reparation af smørepumper en stor betydning for kunders tilfredshed med Hove.

### **Har Hove udfordringer med at hæve priserne overfor deres kunder for at kunne følge stigning i råvarepriser og generel inflation?**

Hoves priser følger generelt markedet for råvarer og generel inflation. Hove har som udgangspunkt årlige prisforhandlinger med alle større kunder. Disse forhandlinger kan have forskellige forløb og udfald afhængigt af kundens størrelse og dominans samt udefra kommende markedsvilkår som f.eks. konkurrenter, inflation, renteniveau, udsving i valutakurser, transportomkostninger, prisstigninger hos leverandører, danske fedtafgifter, kvalitetskrav, salgsvolumen/rabatter m.m. Alle disse forhold indgår i forhandlingerne, som typisk sker mellem ledende sælgere fra Hove og indkøbere fra kunderne.

### **Hvor stor er Hove's churn rate (hvor mange kunder der forlader Hove)?**

Størstedelen af omsætningen hos Hove stammer fra større aktører indenfor vindindustrien, hvor der typisk er tale om stabile kundeforhold, men med store variationer i kundernes indkøbsmønstre. Herudover har Hove en del mindre kunder, der er mindre aktører indenfor vindindustrien, hvor der er længere mellem indkøbene. Churn rate for 2024 er pt. opgjort til 1-2 % af omsætningen.

### **Har Hove oplevet en større konkurrence indenfor salg af pumper? Hvem ser Hove som de største konkurrenter?**

Hove har en dansk konkurrent, som tilbyder sammenlignelige smørepumper globalt, men derudover er der så vidt vides ingen andre væsentlige konkurrenter globalt. Hove har en ledende position på markedet inden for smørepumper. Da vores store kunder i vindindustrien altid ønsker "dual sourcing" (minimum to leverandører), så er den danske konkurrent en relevant og velkommen konkurrent, der hele tiden presser Hove til at forbedre sine produkter.

Mht. fyldning af fedt på de sammenklappelige beholdere, som oprindeligt blev opfundet og patenteret af Hove (patent udløb i 2016), er konkurrenter principielt store fedtleverandører, som ønsker at overtage Hoves fyldeopgaver (downstream integration). Hove forsøger at navigere bedst muligt under disse markedsvilkår og har bl.a. derfor valgt at tilbyde store fedtleverandører "privat label" fyldninger for derved at fastholde den store fedtfyldeaktivitet, som er en forudsætning for at indføre rentable automatiserede fyldeprocesser.

### **Hvordan har den markedet indtil videre reageret på den nye pumpe Easy Grease V5 (EGV5)?**

De største kunder har reageret positivt. En stor kunde har udtalt følgende om EGV5: *This is the Rolls Royce of lubrication pumps*. Det tager som regel lidt tid før kunderne i praksis er klar til for alvor at tage nye produkter ind i deres portefølje. Hoves direktion har en forventning om, at 2025 vil blive året, hvor salget af EGV5 viser sit potentiale.

### **Kan Hove uddybe, hvordan det går med at udvide til nye regioner indenfor vindindustrien?**

Det går generelt godt for Hove globalt, dog har Brasilien været et udfordrende marked. Hove har en meget stor global tilstedeværelse i vindindustrien. Hove har af strategiske årsager valgt for nuværende ikke at indtræde på det kinesiske marked. Hove kan ikke profitabelt opsøge små områder med få vindmøller overalt i verden, hvis Hove skal have en rentabel forretning. Hove ønsker at forsvare sin markedsleder position i vindindustrien gennem høj kvalitet, leveringssikkerhed, teknologi og så vidt muligt følge den globale vækst mht. opstillede vindmøller.

### **Flere spørgsmål relaterer til tilbagemeldingerne og udfordringerne med at penetrere det nye marked for kraner i havneterminaler.**

Der er gennemført vellykkede field tests. Lige nu forhandler Hove med nogle store kunder, som skal ændre i sine forretningsgange og rutiner for at bruge Hoves løsning. Derfor tager det længere tid end forventet at lande disse ordrer. Hove tilbyder - som noget nyt - en samlet servicepakke inkluderende salg af smørepumper, smørefedt, kvalitetssikring - Hove Smart Lube (HSL) - samt serviceteam til at udføre selve smøringen af kraner i havneterminaler.

## Organisation

### **Overvejer Hove at ændre i sammensætning af ledelsen for bedre at kunne ekspandere?**

Hove har en direktion bestående af en CEO og herunder yderligere tre direktører for hver deres fagområde: Salg (CCO), Produktion (COO) og Finans (CFO). Der har været en organisationsændring i USA og Brasilien, idet de to lokale general managers er stoppet, og i stedet har de tre fagdirektører overtaget den direkte kontakt med de relevante aktører i datterselskaberne. Det er direktionens opfattelse, at dette vil forenkle organisering, kommunikation, koordination og faglighed, når der etableres en direkte kontakt. I Indien fastholdes den lokale general manager, som anses for en meget vigtig funktion i et meget anderledes marked, som vanskeligt kan styres fra hovedkontoret i Danmark. Tyrkiet er så lille en organisation, at den styres direkte fra hovedkontoret i Danmark.

Derudover har Hove distributører i flere lande (bl.a. UK, Australien, Sydkorea og Chile) samt salgsrepræsentationer i flere lande (bl.a. Finland, Tyskland, Spanien, Singapore og formentlig også snart MENA-regionen). Disse områder styres hovedsageligt af den meget rutinerede og erfarne CCO fra hovedkvarteret i Danmark, hvilket naturligt medfører et stort antal rejsedage.

Der har i et spørgsmål været fremført en kritik, som vedrører CEO's interesse for virksomhedens globale ekspansion. Det skal understreges, at CEO'en har et klart globalt fokus på virksomheden og er sammen med direktionen en førende drivkraft for at muliggøre den ekspansive globale rejse, som Hove er på, efter at det på et strategisk niveau er besluttet at prioritere etablering af markedet bestående af smøring, kvalitetssikring (Hove Smart Lube) og service af kraner i verdens største havneterminaler.

### **Er Hove i stand til at vækste Brasilien og USA fra Danmark, uden general managers med de nødvendige kompetencer i landene?**

I den nuværende situation er det vurderet, at det bedst kan styres fra Hoves hovedkontor, men der vil løbende blive taget stilling til den fremtidige organisering. Se i øvrigt svar ovenfor.

## Kommunikation

### Flere spørgsmål relaterer til:

- **udmeldingen af ordrer som selskabsmeddelelser.**
- **om Hove kan blive mere transparent i sin kommunikation med investorer.**
- **om Hove har en ambition om kvartalsvis at rapportere udvalgte nøgletal.**

Hove anerkender informationsværdien ved at melde større ordrer ud til markedet ikke har været høj. Hove har modtaget en del kritik af sin ugentlige udmeldelse af ordrer over 500.000 DKK. Nogle investorer har ud fra antallet af ordrer forsøgt at beregne, om omsætningen ville blive større i en given periode sammenlignet med en tidligere periode. Dette har ført til misvisende konklusioner. Hove overvejer, hvordan man kan gøre denne kommunikation mere informativ, alternativt stoppe med denne informationsform.

Der har været et stort ønske om kvartalsrapporteringer, men Hove har den opfattelse, at tidspunktet ikke har været rigtigt for kvartalsrapporteringer, idet der er meget store periodemæssige udsving, som markedet formentlig vil fejlkonkludere på.

Direktionen overvejer indførelse af kvartalsvise Q&A, hvilket giver mulighed for en direkte dialog med aktieejere – dog med en naturlig begrænsning, idet en for stor åbenhed kan være sårbar for virksomhedens konkurrenceevne og lønsomhed.

### **Kan Hove blive bedre til at udmelde guidance, der ikke efterfølgende skal korrigeres for meget?**

Hove oplever betydelige udsving i hovedkundernes aftræk af især ordrer på smørefedt. Hove har ikke ved analyse af tidligere års salg kunnet identificere noget fast mønster i kundernes bestillinger. Hoves ledelse og bestyrelse har naturligvis et stort ønske om at kunne udmelde guidance med så stor sikkerhed som muligt. Ligesom der løbende vil blive arbejdet på at gøre de interne processer omkring forberedelse heraf mere robuste. Dog skal det understreges, at det har været og er en svær øvelse.

### **Hvornår forventer Hove at offentliggøre guidance for 2025?**

Inden udgangen af marts 2025 vil guidance for 2025 blive meldt ud.

### **Vil Hove overveje at afholde en investordag?**

Hove er positiv omkring dette tiltag, og ledelsen vil arbejde videre med tiltaget.