**Nilfisk Annual General meeting**

Tak for ordet. Jeg hedder Karsten Kristiansen og repræsentere Dansk aktionærforening og Nilfisk aktionær. Først og fremmest vil jeg gerne takke formanden for en god beretning.

**Omsætningen over de seneste år**

Når jeg ser på omsætningen for 2023 var den på 1.033,6 millioner euro mens omsætningen i 2013 var på 880,7 millioner. En vækst på 17,4 pct på 10 år. Det er lidt mindre end den inflation som vi har haft i samme periode. Havde Nilfisk derimod haft en omsætningsvækst på 3,5 pct over seneste 10 år ville omsætningen i 2023 være nået 1200 millioner euro i stedet for de realiseret 1033 millioner euro i 2023. Det ældste mål for omsætningsvækst som jeg kunne finde. Det er 3-4 procent i 2017 årsrapporten.

Derudover synes jeg også at det er interessant at se på at salget i Nilfisk fordeler sig på mere end 100 lande verden over.

Det er i sig selv godt for det giver en god risikospredning i salget men jeg synes også at det er tankevækkende at salget udenfor top 10 lande udgør 257,5 millioner fordelt på mere end 90 lande. Det er ikke mange millioner euro per land.

Vores strategi er at skabe salgsvækst på vores store hovedmarkeder med USA som det største marked. I 2023 oplevede Nilfisk et faldende salg på alle de 10 største markeder på 5 pct. På markederne udenfor top 10 oplevede Nilfisk en vækst i salget på ca. 2 procent.

Derfor undrer det mig at vi ikke har de mindre markeder i fokus i vores strategiplan, når det ser ud til at vi er bedre til at skabe salgsvækst på disse mindre markeder sammenholdt med vores top 10 markeder.

Jeg er glad for at det har høj prioritet hos Nilfisk at skabe salgsvækst med en ambition om at skabe en omsætningsvækst på 3-6 procent om året.

Derfor vil jeg gerne om formanden kunne sætte i flere ord på hvordan vi skaber mere omsætningsvækst i Nilfisk på både top10 og de mindre markeder.

Når dette er sagt, vil jeg gerne rose Nilfisk for at opretholde en fin indtjeningsmargin på 12,8% i Ebitda med ambitioner om yderligere forbedringer de kommende år.

**Digitalisering.**

På generalforsamlingen i 2019 var et af temaerne digitalisering af rengøringsmaskiner med den ny introducerede Nilfisk Liberty SC50 som en af de store nyheder men også at der ville komme flere nye produkter og services på markedet de efterfølgende år.

Dengang spurgte jeg til hvorledes, at digitale produkter og services vil kunne bidrage til omsætningen fra 2019 og fremover. Her i 2024 synes jeg det ville være passende at spørge til dette igen og hvordan det er gået siden 2019 med salget af digitaliseret produkter og services.

Derfor vil jeg gerne spørge formanden om han kunne sætte nogle flere ord på hvordan salget af digitale produkter og services har udviklet sig siden 2019

Med disse spørgsmål og kommentarer vil jeg gerne sige tak for jeres tid.

**Nilfisk Annual General meeting**

Thanks for your time. My name is Karsten Kristiansen and I represent the Danish Shareholders' Association and shareholder in Nilfisk. First at all, I would like to thank the chairman for a good report.

**The turnover over last years**

When I look at the turnover for 2023, it was 1,033.6 million euros and compared to 880,7 million euros in revenue in 2013. It´s a growth of 17.4 per cent in 10 years. It´s a little bit less than the inflation in the same period.

Did Nilfisk, had a revenue growth of 3,5 per cent over the past 10 years that have been a target for Nilfisk in 2017. The revenue in 2023 would have reached 1200 million euros instead of the realized revenue at 1,033 million euros in 2023. The oldest target for sales grown as I could find is 3 to 4 procent in the annual report for 2017.

In the annual report I could see that sales in Nilfisk are spread over more than 100 countries worldwide.

It´s good because it provides a good spread of risk in sales, but that sales outside the top 10 countries amount to 257.5 million euro and spread over more than 90 countries. It is not many million euros per country.

Our strategy is to create sales growth in our major main markets with the US as the largest market. In 2023, Nilfisk see a declining sales in all 10 largest markets with 5 per cent. In the markets outside the top 10, Nilfisk see sales growth of approx. 2 percent.

Therefore, I wonder why Nilfisk don’t have the smaller markets in focus in our strategic plan, when it look like that we are better to create sales growth in these smaller markets compared to our top 10 markets

I really like, that the sales growth are a high priority in Nilfisk with an ambition to create revenue growth of 3-6 percent per year.

Therefore, I would ask the chairman to put more words on how Nilfisk could create more revenue growth on both top10 markets as well as smaller markets.

Finally, I find the earning in Nilfisk on a fine level with a profit margin of 12.8% in Ebitda with ambitions for further improvements in the coming years.

**Digitization.**

At the general meeting in 2019, one of the point on the agenda was the digitization of cleaning machines with the newly introduced Nilfisk Liberty SC50 as one of the big news, as well as more new products and services would be introduce on the market in the following years.

At that time, I ask how much digital products and services will be able to contribute to revenue from 2019 and forwards. Here in 2024, I would like to ask again. How are the sales of digital product and services gone since 2019.

I would like to ask the chairman to put some more words on, how the sales of digital products and services has performance since 2019

With these questions and comments, I would like to thank you for your time.

**Kommentarer fra virksomheden**

Enig I at omsætningsvækst er et nøgleområde

Det handler om at sikre bedste produkt salg i de rigtige markeder

Serviceforretningen skal også vokse, så salget ikke kun omhandler salg af maskiner men også service og der er mange muligheder i dette område

For Nilfisk handler det om at have de rette produkter, den rette service og forretningspartnere i de enkelte markeder og vi har også fokus på at vokse i markeder udenfor vores top 10 markeder som Sydamerika og Kina

Digitale produkter

Der er gang i en udvikling af digitale produkter indenfor rengøring og det er noget vi fortsat investere i men det tager tid men vi ser fremskridt indenfor dette område

Det er en lang proces med overgangen fra manuelle til robot styrede maskiner for vores kunder.