

Michael Pram Rasmussen:

Jeg glæder mig over at skulle aflægge beretning for det år, der er gået i Coloplast.

Overskudsgraden er i dag mere end 20 % og Coloplast vokser mere end markedet. Dermed lever Coloplast op til de løfter, der blev givet til aktionærerne i 2008, oven i købet før tiden.

Der ligger svære beslutninger og hårdt arbejde bag de resultater, som jeg vil berette om i dag. Men resultaterne taler for sig selv: Beslutningerne har været rigtige og nødvendige. Coloplast er i dag slankere, sundere og stærkere.

- Det nyder brugerne godt af, fordi Coloplast udvikler nye og bedre produkter, der giver brugerne kontrollen over sit liv tilbage.
- Det nyder medarbejderne godt af, fordi arbejdet på Coloplast er mere meningsfyldt, spændende og udfordrende.
- Det nyder samfundet godt af, fordi Coloplast betaler mere i skat og udvikler nye produkter, der gør passive patienter til aktive borgere.
- Og det nyder aktionærerne godt af, fordi Coloplast er blevet mere værd og dermed har leveret et flot afkast af investeringerne.

På den anden side er det fortsat et udfordrende økonomisk klima, som Coloplast opererer i. Underskuddene på de offentlige budgetter på mange af vores primære markeder er nærmest eksploderet på grund af stigende arbejdsløshed og manglende budget disciplin. Konsekvensen er, at besparelser vil være på den politiske dagsorden overalt i den vestlige verden i mange år fremover.

Coloplast er langt bedre rustet til at håndtere den situation i dag end for to år siden med en mere effektiv produktion, en stærkere salgsorganisation og et mere fokuseret forsknings- og udviklingsarbejde.

Jeg er derfor overbevist om, at Coloplast også fremover vil levere lige så flotte resultater, som dem, jeg nu vil berette om.

Coloplast offentliggjorde årsregnskabsmeddelelsen for 2009-10 den 3. november. Samme dag kunne årsrapporten læses på hjemmesiden sammen med den opdaterede Corporate Responsibility Rapport, som jeg vil fortælle mere om senere.

Regnskabsåret 2009-10 ligger på mange måder i forlængelse af det seneste regnskabsår. En række af de aktiviteter, der blev sat i gang i 2008-09, viser nu resultat og vil fortsætte med at gøre det også i det kommende år. Samtidig kommer der også resultater af de nye aktiviteter, der er sat i gang i det finansår, som lige er gået.

Aktiviteterne skaber et mere effektivt Coloplast ved – som det står på skærmen - at:

- reducere produktionsomkostningerne
- gøre salgsstyrken mere effektiv og
- optimere støttefunktionerne

Hvad førstnævnte angår, så er hovedparten af udflytningen af vores produktion fra Danmark og USA til Ungarn og Kina gennemført. I marts 2011, når vi er færdige, vil 85 % af produktionen ligge i Ungarn og Kina, 10 % i Danmark og resten i USA og Frankrig. Udflytningen bidrager i høj grad til dette års gode resultat sammen med en række andre initiativer, der knytter sig til produktionen: Vi har blandt andet samlet produktionen på færre fabrikker, forbedret logistik og distribution samt reduceret kompleksiteten i produktionen.

Coloplast salgstyrke er blevet mere effektiv gennem aktiviteter, som betyder, at sælgerne besøger færre, men større kunder med den rigtige frekvens. For hvert af disse besøg ligger detaljerede handlingsplaner. Desuden er der skabt global gennemsigthed i salgskaktiviteterne med nye rapporteringsstandarder. Det betyder, at salgsledelsen i ét land kan blive inspireret af de resultater, som opnås i andre lande. I de lande, hvor indsatsen er gennemført, kan vi se, at den enkelte sælger, sælger mere end før.

Tankegangen i støttefunktionerne, hvad enten det drejer sig om stabene i hovedkvarteret eller i datterselskaberne, er ændret. Vi har været igennem alt med en tættekam for at tilpasse serviceniveauet, forenkle strukturerne, fjerne unødvendige aktiviteter og undgå dobbeltarbejde. Etablering af et fælles finansservicecenter i Polen er et godt eksempel. Centeret åbnede 1. april 2010 og har 70 ansatte, der varetager finans- og regnskabsprocesser for 9 europæiske selskaber. I løbet af 2011 vil alle Coloplasts europæiske selskaber blive håndteret fra Polen.

For at gøre datterselskaberne endnu mere kunde- og salgsorienterede og øge muligheden for at koordinere aktiviteter på tværs af lande, har vi ændret og standardiseret strukturen i landene. Vi kalder det "Cronic Care Modellen". Tidligere var der ofte flere stabsreferencer til lantedirektøren, end der var salgs- og markedsreferencer. I dag er alle stabsfunktionerne samlet under en støttefunktionschef samtidig med, at landechefen selv skal have et salgs- eller marketingansvar. Med andre ord er der kommet et ledelses lag mindre, og på samme tid et langt større markedsfokus i det enkelte datterselskab.

I 2009-10 beskæftigede Coloplast i gennemsnit 150 færre heltidsansatte end sidste år. Organisationen leverede ikke desto mindre en omsætning, der er 717 mio. kr. højere. Det er en stor vækst i effektivitet.

I samme kategori hører udviklingen i afkastet af den gennemsnitligt investerede kapital i Coloplast. Det, der på engelsk hedder Return on Invested Capital (ROIC). Sidste år tjente Coloplast 15 kroner for hver af de 100 kroner, der var investeret i virksomheden. I det netop afsluttede resultat, tjente Coloplast 23 kroner for hver 100 kroner – efter skat vel at mærke. Forbedringen er i høj grad resultatet af en mere effektiv udnyttelse af Coloplasts eksisterende investeringer – først og fremmest fabrikkerne.

Sidste år nævnte jeg, at forretningsområdet Hud- og Sårpleje ikke var tilstrækkelig profitabelt. Det er der taget hånd om:

- Forretningsområdet er skilt ud fra de øvrige forretningsområder og der er udnævnt en global leder for området.
- Der er luget ud i produktporteføljen og antallet af markeder, som serviceres.
- Der er lanceret et lovende nyt produkt, Biatain Silicone,

Endelig er ledelsen i færd med at ansætte og uddanne en salgstyrke, der skal varetage salget i hjemmepleje-segmentet på de store markeder.

Men ganske som forventet har tilpasningerne og det mere indadrettede fokus kostet på salgsvæksten i det forløbne år. Derfor var der ingen vækst i dette forretningsområde, men vi forventer at se vækst allerede til næste år.

Jeg kan ikke komme udenom, at disse mange aktiviteter og forandringer har haft menneskelige konsekvenser, som ikke har været positive for alle. Vi har i år sagt farvel til 320 medarbejdere i den danske produktion, og 120 i den amerikanske, mens nye arbejdspladser er oprettet i Ungarn og Kina. Ændringerne i datterselskaberne og etableringen af servicecenteret i Szczecin [Stettin], har også kostet arbejdspladser i nogle lande, mens nye er oprettet i Polen. Coloplast har givet de opsagte medarbejdere gode vilkår, herunder vejledning og efteruddannelse, som kan bringe den enkelte videre i sit arbejdsliv.

Med disse ord vil jeg gå over til at præsentere koncernens hovedtal.

Den organiske vækst i omsætningen blev 7%. Udviklingen i valutakurserne løftede væksten med 1%-point. Målt i danske kroner voksede omsætningen således 8% til 9,5 mia. kr. fra 8,8 mia. kr. sidste år.

Bruttomarginen steg fra 58% sidste år til 61% i år. Som jeg tidligere omtalte, er udflytningen snart tilendebragt og det er særdeles tilfredsstillende, at vi kan se effekten af en langt mere effektiv produktion.

Driftsresultatet steg 43% til knap 2 mia. kr. mod ca. 1,4 mia. kr. året før. Særlige omkostninger til omstruktureringer kostede os i år 83 mio. kr. omtrent på niveau med sidste år.

Overskudsgraden blev 21% mod 16% sidste år. I faste valutakurser blev overskudsgraden 20%.

Årets resultat voksede med 41% til mere end 1,2 mia. kr. i forhold til 883 mio. kr. sidste år.

Som jeg tidligere har nævnt, blev årets afkast af den gennemsnitlige investerede kapital 23% efter skat mod 15% sidste år. Afkastet er forbedret uafbrudt siden 2006-07, hvor det lå på 6%. Det er meget tilfredsstillende.

Der er grund til at glæde sig over, at Coloplast igen vokser hurtigere end markedet på vores store forretningsområder Stomi, samt Urologi og Kontinens. Som nævnt voksede vi mindre end markedet på Hud- og Sårpleje. Samlet set vokser Coloplast mere end markedsvæksten, der vurderes til at være 5%.

Lad mig dykke lidt dybere ned i tallene.

Den samlede organiske vækst blev som nævnt 7%.

Coloplast har udbygget sit forspring som leder på verdensmarkedet for stomiprodukter. Den organiske vækst på dette område blev i år på 7%, 3%-point højere end sidste år og 2-3% højere end markedsvæksten. Målt i danske kroner blev væksten 9% og salget udgjorde 3,9 mia. kroner. Coloplasts andel af markedet ligger over 35%.

Omsætningen inden for Urologi og Kontinens voksede til 4,1 mia. kr. Den organiske vækst var 9%. Målt i danske kroner blev væksten 10%.

Når det gælder kontinensprodukter, eksempelvis katetre og urinposer, har vi ligeledes udbygget positionen som global markedsleder, og har fortsat omkring en tredjedel af verdensmarkedet.

Coloplasts andel af det samlede globale marked for urologiprodukter til behandling af eksempelvis stress-inkontinens er omkring 10%.

Salget af Coloplasts hud- og sårplejeprodukter voksede 2% i danske kroner til lidt mere end 1,5 mia. kroner, men omsætningen målt i lokale valutaer var uændret i forhold til sidste år. Forklaringen har jeg tidligere berørt.

Væksten er 5-7% i det globale sårplejesegment, hvor Coloplast konkurrerer og Coloplasts andel af dette marked er fortsat inden for et interval på 5-10%.

Og så til udviklingen på Coloplasts geografiske markeder.

Europa er og bliver Coloplasts base. Det er her, såvel vores omsætning som markedsandel er størst. I år voksede omsætningen med 5% til 7.1 mia. kr. Det er 1%-point over væksten sidste år og må siges at være tilfredsstillende i betragtning af det vanskelige økonomiske klima og vores i forvejen store markedsandel i Europa.

Der har været megen tale om offentlige besparelser herunder pris- og sundhedsreformer på de europæiske markeder. Coloplast har da også oplevet, at de spanske myndigheder med kort varsel i juni 2010 dekretede en prisnedsættelse på 7,5% for medicinsk udstyr.

Men samlet set har pris- og sundhedsreformer kun haft en beskeden negativ konsekvens for Coloplast i år. Vi er meget opmærksomme på, at forholdene kan ændre sig i lyset af de store offentlige budgetunderskud. Derfor fører vi en løbende dialog med myndighederne i de relevante europæiske lande for at henlede opmærksomheden på konsekvenser af eventuelle ændringer.

Omsætningen i Nord- og Sydamerika voksede med 15% til 1,6 mia. kr. Styrkelsen af den canadiske dollar og brasilianske real over for kronen øgede væksten med 3%-point, så den organiske vækst var 12% ligesom sidste år.

Regionens samlede vækst er positivt påvirket af udviklingen på de argentinske og brasilianske markeder.

I marts 2010 blev den meget omdiskuterede amerikanske sundhedsreform vedtaget. Reformen øger adgangen til sundhedsydelser for den amerikanske befolkning, men er først fuldt gennemført i 2019. Finansieringen af reformen sker blandt andet med en skat på medicinsk udstyr på 2,3% fra 2013. Vurderingen af reformen er, at Coloplast nogenlunde vinder på karrusellerne, hvad vi taber på gyngerne – så den samlede effekt af reformen vil være omtrent neutral.

Salget i resten af verden voksede med 21% til 842 mio. kr., mens den organiske vækst blev 12%. Det er 4%-point højere end sidste år. Væksten er primært drevet af det voksende salg i Kina.

Og nu til omkostningerne:

Coloplast har godt styr på omkostningerne. Siden 2008 er der arbejdet intensivt på at effektivisere organisationen og øge omkostningsbevidstheden. Det er hovedårsagen til, at overskudsgraden stiger igen i år.

I forhold til omsætningen er distributionsomkostningerne uændrede 30%, mens administrationsomkostningerne fortsætter med at falde, så de nu udgør 6% af omsætningen mod 7% sidste år.

Jeg har allerede omtalt den forbedrede produktionsøkonomi, som følge af udflytningen til Ungarn og Kina og den bedre udnyttelse af fabrikkerne. Effekten af disse aktiviteter ses nu tydeligt i form af forbedringer i regnskabet.

Forsknings- og udviklingsomkostningerne er på niveau med sidste år, nemlig 4% af omsætningen. Der er flere spændende nye produkter på vej. Her vil jeg blot fremhæve et enkelt af de nye produkter, nemlig Speedicath Compact Male. Det er et diskret kateter til mænd, som været efter-spurgt af brugerne længe, og som vi forventer os meget af.

På trods af den højere kurs på såvel britiske pund som amerikanske dollar, er de totale aktiver faldet lidt i forhold til sidste år og er 7,8 mia. kr. Faldet skyldes blandt andet, at afskrivningerne på vores anlægsaktiver har været større end nyinvesteringerne.

Coloplast investerede brutto 260 mio. kr. i materielle anlægsaktiver i 2009-10. Det er 227 mio. kr. mindre end året før, hvor det nye hovedkvarter i USA blev bygget. Investeringerne er først og fremmest sket i produktionsudstyr til fabrikkerne i Ungarn og Kina.

Egenkapitalen steg med 602 mio. kr. til 3,5 mia. kr. Til periodens resultat på 1,2 mia. kr. skal lægges gevinster på i alt 159 mio. kr. fra salg af aktier til medarbejderne og deres udnyttelse af aktieoptioner samt indtægter på valutaforhold. Det bliver delvist modsvaret af det udbetalte udbytte på 300 mio. kr. og tilbagekøb af aktier for 500 mio. kr.

Egenkapitalandelen steg til 44% fra 36% i starten af året.

Der blev afdraget gæld for omkring 800 mio. kr. og den rentebærende nettogæld er faldet med cirka en tredjedel til 1,6 mia. kr. Forklaringen er først og fremmest, at vores indtjening stiger og påvirker pengestrømmene positivt.

Bestyrelsen indstiller, at der udbetales 10 kr. pr. aktie i ordinært udbytte. Der er 3 kr. eller godt 40% mere end sidste år. Det svarer til en pay-out ratio på 34% ligesom sidste år og betyder, at 34% af årets resultat udbetales til aktionærerne.

På den første handelsdag i regnskabsåret var Coloplast aktien noteret til kurs 425,5 på NASDAQ OMX i København. Den sidste dag i regnskabsåret lukkede aktien på 653,5. Det svarer til en stigning på 54%. Og her ved frokosttid var kursen 768. I forhold til C20-Indekset, der er steget med 24%, har Coloplast aktien klaret sig bedre over året.

Coloplast genindtrådte pr. 1. juli 2010 i OMX-C20 indekset over de mest handlede aktier. Det giver mere medieomtale af selskabet og større opmærksomhed fra internationale investorer. Den udenlandske ejerandel i Coloplast er steget fra 12% til 20% i det forløbne år.

Resultatopgørelse, balance, egenkapitalopgørelse og pengestrøms-opgørelse og noter for koncernen fremgår af årsrapporten siderne 19-56. Moderselskabets årsregnskab fremgår af siderne 60-67. Ledelses- og revisionspåtegning findes på side 17-18. Der er, hvad man i revisionsprog kalder, en blank revisionspåtegning.

Og så til kapitalstruktur og aktietilbagekøb.

Det er Coloplasts mål at sikre stabilitet og en høj grad af finansiell styrke for at understøtte den fremtidige strategiske udvikling, herunder vækst gennem opkøb.

Nettogæld i forhold til EBITDA, altså indtjening før renter, skat og afskrivninger, er et vigtigt tal for at vurdere virksomhedens finansielle styrke. Vi har et mål for nettogæld i forhold til EBITDA på 1,5 til 2,5, men det mål har bestyrelsen suspenderet. Vi ønsker at reducere fremmedfinansieringen for at styrke kapitalberedskabet, men vi er villige til igen at acceptere en højere gældsætning i forbindelse med eventuelle opkøb. Nettogælden i forhold til EBITDA er 0,6 ved udgangen af dette regnskabsår mod 1,2 sidste år.

Bestyrelsen har i årets løb gennemført første halvdel af det aktietilbagekøbsprogram på i alt 1 mia. kr., der blev besluttet på generalforsamlingen sidste år. Fra begyndelsen af 2011 frem til udgangen af regnskabsåret 2010-11 vil anden halvdel af programmet blive gennemført. De nødvendige bemyndigelser til bestyrelsen bliver lagt frem til vedtagelse i dag på generalforsamlingen.

Coloplast ønsker at producere og sælge sikre produkter på en ansvarlig måde. I den ånd påtager Coloplast sig et ansvar, der rækker væsentligt længere end de lovpligtige

krav, blandt andet gennem vores medlemskab af FNs Global Compact.

Som noget nyt udgiver vi en årlig Corporate Responsibility Rapport, der fortæller om de vigtigste resultater og udfordringer for Coloplast i et ansvarligheds perspektiv. Rapporten ligger fremme såvel her i lokalet som på internettet for de særligt interesserede.

I oktober 2010 åbnede Coloplast en såkaldt "Whistleblower hotline" som en sidste udvej for medarbejdere og samarbejdspartnere, der har alvorlige anklager om lovovertrædelser, som involverer Coloplast. Indberetningerne kan ske telefonisk eller via på internettet. Coloplast slutter sig hermed til en stadig voksende kreds af globale virksomheder med tilsvarende "varme linjer". Det kan synes ubehageligt, men andre globale virksomheder har haft positive erfaringer. Det er langt fra givet, at alle vores ansatte i mere end 50 lande føler sig trygge ved at diskutere eventuelle forseelser åbent med deres ledere.

Coloplast besluttede sidste år at nedsætte et revisionsudvalg, der har fungeret i hele det forløbne år. Som ordet antyder overvåger revisionsudvalget blandt andet den lovpligtige revision og processen for regnskabsaflæggelse. En anden af revisionsudvalgets opgaver vil fremover også blive at følge op på karakteren og antallet af indberetninger til hotlinen.

Som det fremgår af det udsendte materiale til generalforsamlingen, forslår bestyrelsen en række vedtægtsændringer efter den nye selskabslov samt forskellige mere tekstmæssige ændringer, som vil blive omtalt af dirigenten.

Derudover foreslår bestyrelsen at ændre i ledelsens incitamentsprogram. Disse ændringer i principper og retningslinjer skal efter aktieselskabslovens §69b vedtages af generalforsamlingen, før de kan udmøntes i en konkret aftale med medlemmer af direktionen eller bestyrelsen.

Lad mig knytte et par ord til forslaget om ændring af direktionens aflønning. Forslaget går i korthed ud på, at bestyrelsen ønsker at få mulighed for at tildele direktionen flere optioner. Bestyrelsen vil gerne holde løn og gage på et rimeligt niveau samtidig med, at vi giver direktionen mulighed for at tjene mere, hvis aktionærene også tjener mere. Det er også vigtigt for bestyrelsen, at vi kan give direktionen en konkurrencedygtig aflønning. På den måde mener bestyrelsen, at vi kan sikre aktionærernes interesser bedst muligt.

Direktionen er allerede i 2009-10 år gået med til at bytte en måneds bonus ud med optioner, og det er årsagen til, at den kontante aflønning af direktionen er faldet lidt.

Forsamlingen kan finde en samlet redegørelse om Selskabsledelse på Coloplasts hjemmeside, men der er også mulighed for at læse en mere summarisk gennemgang i ledelsesberetningen på side 13-15.

Nu vil jeg vende mig til Coloplasts finansielle ambition

Nu da selskabet har nået de langsigtede mål, har bestyrelsen udstukket en ny finansiell ambition for selskabet. Den betyder:

- At selskabet skal vokse mere end markedet,
- og levere indtjeningsmarginale på niveau med de bedst indtjenende medicoselskaber

Ambitionen passer til Coloplast, der nu har gennemført en forandringsproces og forbedret sin indtjening markant, siden processen startede i 2008. Derfor er Coloplast parat til en endnu højere ambition om at være blandt de bedst indtjenende medicoselskaber.

Coloplast vil fortsat arbejde ud fra en strategi med temaet "profitabel vækst".

Det er selskabets ambition at:

- servicere vores kunder bedre, end andre gør det

- levere bedre produkter og services til brugerne, end andre gør det
- drive vores virksomhed bedre, end andre gør det

Til ambitionen knytter sig konkrete aktiviteter. De består eksempelvis i, at der skal bruges mere tid sammen med kunderne og mindre tid på kontoret, at der skal arbejdes systematisk med at forberede markederne, når nye produkter skal lanceres, og at der skal følges tættere op på den enkelte slutbruger med tilbud om uddannelse og rådgivning.

Og så til de finansielle forventninger til 2010/11.

I 2010/11 forventer Coloplast en organisk vækst i omsætningen på 6-8%.

Overskudsgraden, EBIT-margin, forventes at blive 23-25% i såvel udenlandske som danske kroner. Forbedringen er et resultat af de initiativer, der allerede er sat i gang.

Bruttoinvesteringer i bygninger, maskiner og driftsmateriel forventes at blive 300 - 400 mio. kr.

Den effektive skatteprocent forventes at blive ca. 26.

Der er udskiftninger på vej i Coloplast bestyrelse. Efter mange års bestyrelsesarbejde har såvel Torsten Rasmussen som Ingrid Wiik meddelt, at de ønsker at udtræde af bestyrelsen. Jeg takker jer begge for en ihærdig og dygtig indsats for Coloplast og for vores gode samarbejde i de forløbne år.

Vi forslår i denne anledning at reducere bestyrelsens størrelse fra 7 til 6 generalforsamlingsvalgte medlemmer, fordi vi ikke skønner, at der er behov for en større bestyrelse i Coloplast og foreslår således kun den ene af de to poster genbesat.

Bestyrelsen indstiller, at generalforsamlingen vælger Brian Petersen til nyt bestyrelsesmedlem. Brian Petersen har mange års erfaring fra bl.a. Proctor & Gamble og skal understøtte bestyrelsens kompetence inden for generel ledelse, marketing, salg, produktion og innovation. Der er mulighed for at læse mere om Brian Petersen i det udsendte materiale.

Også blandt de medarbejdervalgte medlemmer af bestyrelsen er der sket ændringer. Coloplast danske medarbejdere har nyvalgt Torben Julle Rasmussen og Gitte Böse Andersen, mens Thomas Barfod er blevet genvalgt.

Valgresultatet betyder samtidig, at vi i dag skal sige farvel til Knud Øllgaard og Mads Boritz Grøn, der har siddet henholdsvis 20 år og 4 år i Coloplast bestyrelse. Jeg vil på hele bestyrelsens vegne sige tak til jer for den store og engagerede indsats, som I har ydet.

Til de to nyvalgte medlemmer vil jeg sige: Velkommen til bestyrelsesarbejdet! Vi ser frem til det fremtidige samarbejde.

I min indledning påstod jeg, at det er blevet mere meningsfyldt, spændende og udfordrende at arbejde i Coloplast. Det kan lyde besynderligt i lyset af de mange omfattende forandringer og opsigelser. Men jeg kan ikke desto mindre dokumentere min påstand.

Hvert år måles medarbejdernes tilfredshed i hele koncernen, og hele 92% af alle adspurgte valgte at svare. Igen i år er der fremgang på de tre centrale parametre: For det første er medarbejderne blevet mere tilpasse med arbejdet i Coloplast end de var sidste år, for det andet

er de blevet mere engagerede i arbejdet og endelig føler de i højere grad at jobbet lever op til de værdier som Coloplast står for: nærhed, passion, respekt- og ansvarlighed.
I det lys er det ikke helt nemt at bevare pessimismen!

Endnu engang vil jeg glæde mig over året, der er gået som har gjort Coloplast til en bedre virksomhed for os alle – for aktionærerne, brugere, kunder, medarbejdere og samfundet.

Jeg vil slutte min beretning med at sige en rigtig stor tak til alle medarbejdere, ledelse og direktion for en dygtig indsats og tak for ordet!