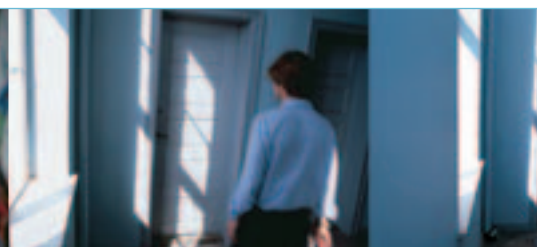
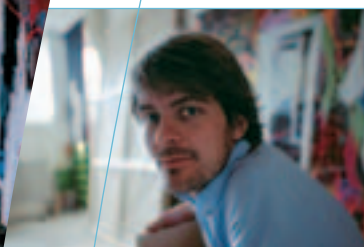


Årsrapport

2001/2002

GLOBALISERING OG VÆKST - MULIGHEDER OG UDFORDRINGER



Leger med rummet

Kaspar Bonnén arbejder med rummet. Han kan lide ting i rummet, synes, de gør maleriet mere fysisk konkret. Derfor har han f.eks. lavet møbler til en af sine maleriudstillinger. De trækker maleriet ud i rummet, skaber samspil mellem formerne.

Serien til Coloplast har døre som tema. Døre mellem rum og døre, der svæver rundt og kan give en fornemmelse af kaos. Kaspar Bonnén synes, det er spændende, når billeder og strukturer blander sig, så maleriet bringes nye steder hen.

"Dørene giver et skrøbeligt rum, hvor man kan gå på opdagelse. Beskueren kan opleve et lidt diffust rum, bliver måske desorienteret, fordi jeg tvinger ham til at se en mellemting mellem et billede af et rum og noget som alligevel ikke er et rum."

Coloplast beder hvert år en kunstner skabe en serie billeder til udsmykning af fabrikker og kontorer til glæde for medarbejderne.

"Jeg tror, at kunst er nødt til også at være en del af det politiske, eller ikke kan undgå at bevæge sig i et politisk felt. Kunst er en af de stemmer, der repræsenterer det, som ellers ikke har så meget plads i vores samfund. Der er i Danmark en stærk tradition for funktionalisme. Men i mine øjne er det ikke nok, at tingene fungerer, for vores liv er ikke funktionalistisk. Jeg har lavet møbler for at vise en anden måde at indrette sig på. Det er vigtigt, at vi spørger os selv, om det er den rigtige måde, vi lever vores liv på."

Kaspar Bonnén er født i 1968, dimitterede fra Kunstakademiet i 1999. Han bor og arbejder i København. Karpar Bonnén har i 2002 udstillet i Kunstforeningen, København, Danish Contemporary Art, New York, Brandts Klædefabrik, Odense, Arken Kunstmuseum, Ishøj, og Victoria Moro, London. Kaspar Bonnén har udgivet en række bøger.

Forsidefoto:
Naja Petersen
fra kontinensdivisionen
har fået nye udfordringer
med at oplære kolleger
på den ny fabrik i Ungarn.

Coloplasts Mission

Inden for vores forretningsområder ønsker vi globalt at være den foretrukne leverandør af medicinsk udstyr og service, der forbedrer brugernes livskvalitet.

Vi udvikler innovative løsninger af høj kvalitet, som opfylder kundernes behov. Vi søger at opnå kundernes loyalitet ved at lytte til og forstå deres situation og ved at være en pålidelig samarbejdspartner.

Vores virksomhedskultur tiltrækker og udvikler mennesker, der trives i et aktivt miljø, hvor personligt engagement er afgørende.

Vi respekterer forskellighed og handler ansvarsbevidst over for samfund og miljø og i forretningssammenhæng.

Vi vil være bedst på vores felt for at kunne skabe vækst og større værdi for kunder, medarbejdere og aktionærer.

Mere information på:

www.coloplast.com



- 04** Nøgletalsdefinitioner og grafer
- 05** 5 års hoved- og nøgletal
- 06** Bestyrelse og direktion
- 07** Ledelsesberetning
- 12** Selskabsledelse
- 15** Regnskabsberetning
- 19** Regnskabspraksis
- 21** Resultatopgørelse
- 22** Balance
- 24** Pengestrømsopgørelse
- 25** Påtegninger
- 26** Noter
- 34** Supplerende beretning
– om værdiskabelse for interessenter
- 52** Oversigt over indsatser og resultater
- 54** Ledelseshverv
Koncernens adresser
- 55** Ledende medarbejdere

Redaktion

Coloplast A/S og Communiqué A/S

Design og produktion

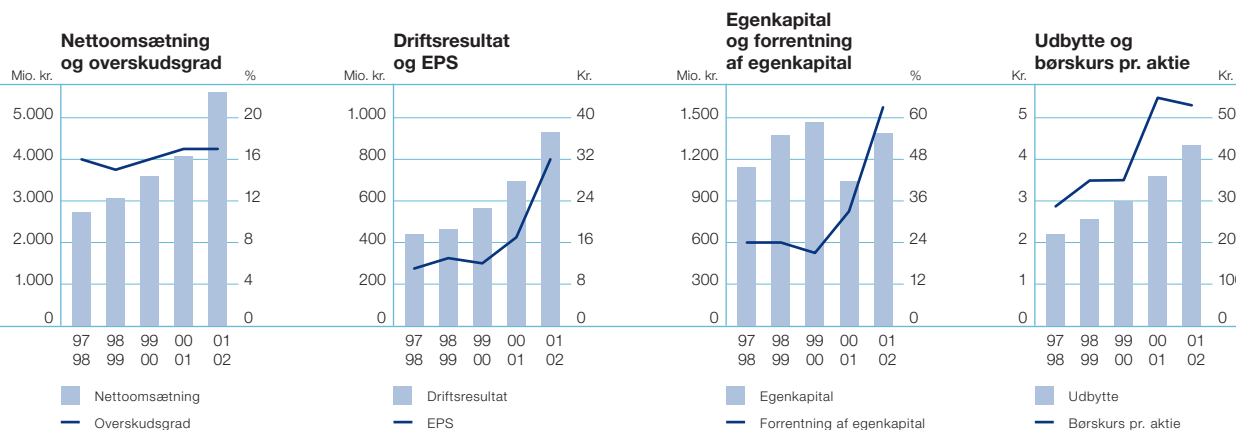
Kontrapunkt A/S

Fotos

Jesper Westley, Ted Fahn, Jesper Ludvigsen,
Henning Alberti

Tryk

Phønix-Trykkeriet as



Nøgletal i henhold til Finansanalytikerforeningens definitioner

Antal ansatte ultimo Antal ansatte ultimo omregnet til fuldtidsstillinger

Overskudsgrad $\frac{\text{Driftsresultat}}{\text{Nettoomsætning}} \times 100$

Afkastningsgrad 1 $\frac{\text{Driftsresultat}}{\text{Gennemsnitlige aktiver}} \times 100$

Afkastningsgrad 2 (ROCE) $\frac{\text{Driftsresultat} + \text{finansielle indtægter}}{\text{Gennemsnitlig arbejdende kapital}} \times 100$

Cashflow baseret afkastningsgrad (ROAIC) $\frac{\text{Driftsresultat}}{\text{Gennemsnitlig investeret kapital} + \text{akkumulerede goodwill afskrivninger}} \times 100$

Egenkapitalforrentning $\frac{\text{Resultat til analyseformål}}{\text{Gennemsnitlig egenkapital}} \times 100$

Gennemsnitlig egenkapital er korrigeret for eventuelle aktieemissioner

Indre værdi $\frac{\text{Egenkapital ultimo} \times \text{just. faktor}}{\text{Antal aktier ultimo}}$

Nøgletal er justeret for eventuelle aktieemissioner

Earnings per share $\frac{\text{Resultat til analyseformål} \times \text{just. faktor}}{\text{Gennemsnitlige antal aktier}}$

Nøgletal er justeret for eventuelle aktieemissioner

Price/earnings ratio $\frac{\text{Børskurs}}{\text{Earnings per share}}$

Nøgletal er baseret på børskurs pr. aktie ultimo

Driftsresultat er resultatet for finansielle poster, skat og minoritetsaktionærer.

Gennemsnitlig arbejdende kapital er passiver i alt fratrukket ikke rentebærende passiver.

Resultat til analyseformål er resultat efter skat korrigeret for minoritetsinteressers andel af resultat efter skat.

5 års hoved- og nøgletal

Mio. kr.	1997/98	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02
Nettoomsætning	2.724	3.065	3.603	4.069	5.624
<i>Årlig vækst i %</i>	<i>14</i>	<i>13</i>	<i>18</i>	<i>13</i>	<i>38</i>
Driftsresultat	438	464	564	696	931
<i>Årlig vækst i %</i>	<i>27</i>	<i>6</i>	<i>22</i>	<i>23</i>	<i>34</i>
Resultat før skat	395	452	478	624	1.238
<i>Årlig vækst i %</i>	<i>16</i>	<i>14</i>	<i>6</i>	<i>31</i>	<i>98</i>
Årets resultat efter skat og minoritetsinteresser	258	304	295	413	770
<i>Årlig vækst i %</i>	<i>-2</i>	<i>18</i>	<i>-3</i>	<i>40</i>	<i>86</i>
Udbytte	53	61	72	86	104
Likvide beholdninger og værdipapirer	206	193	175	274	321
Samlede aktiver	1.955	2.533	2.711	3.233	4.356
Aktiekapital	240	240	240	240	240
Egenkapital ultimo	1.144	1.377	1.471	1.042	1.392
Cash flow fra driftsaktivitet	373	366	467	600	913
Cash flow fra investeringsaktivitet	-405	-494	-334	-1.292	-878
Cash flow fra finansieringsaktivitet	-127	113	-151	791	-39
Afskrivninger	139	178	222	260	282
Afskrivning, koncern-goodwill	116	5		897	276
Antal ansatte ultimo	3.269	3.745	3.771	4.203	5.515
Overskudsgrad, %	16	15	16	17	17
Afkastningsgrad 1, %	23	21	22	23	25
Afkastningsgrad 2 (ROCE), %	35	34	34	35	38
ROAIC, cash flow baseret, %	22	20	21	18	20
Egenkapitalforrentning, %	24	24	21	33	63
Egenkapitalandel, %	59	54	54	32	32
Indre værdi, kr.	48	58	61	43	58
EPS, earnings per share, kr.	11	13	12	17	32
Børskurs pr. aktie	287	349	350	548	530
Børskurs/indre værdi	6	6	6	13	9
PE, price/earnings ratio	27	28	28	32	17
Udbytte pr. aktie, kr.	2,20	2,55	3,00	3,60	4,35



Bestyrelse

Fra venstre:

Palle Marcus, direktør (formand)

Kurt Anker Nielsen, administrerende direktør

Jytte Gliim, seniorprojektchef*

Knud Øllgård, elektriker*

Niels Peter Louis-Hansen, civiløkonom (næstformand)

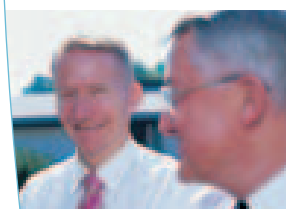
Per Magid, advokat

Torsten Erik Rasmussen, administrerende direktør

Helle Bechgaard, administrerende direktør

Flemming Moss, laboratorieleder*

** valgt af medarbejderne*



Direktion

Fra øverst:

Max S. Stringer, koncerndirektør

Carsten Lønfeldt, koncerndirektør

Lars Rasmussen, koncerndirektør

Sten Scheibye, administrerende direktør

Ledelseshverv side 54

Ledelsesberetning

Coloplast gennemførte i 2001/02 betydelige strategiske initiativer, der justerede selskabets forretningsgrundlag. SSL International plcs kontinensvirksomhed i England blev erhvervet i september 2001. Yderligere aktier i Sterling Medical Services, USA, og i HSC, Tyskland blev ligeledes erhvervet. Den samlede årlige omsætning fra de tre selskaber udgjorde ca. 1,3 mia. kr. Forretningsområdet Nutrition, der indgik i HSC, og Coloplast Konsumentvarer A/S blev frasolgt. Yderligere iværksatte Coloplast en ny international produktionsstrategi, ligesom der påbegyndtes en større omstrukturering af brystplejeområdet.

Disse ændringer har i væsentligt omfang påvirket selskabets aktiviteter og økonomiske resultater i regnskabsåret 2001/02.

Fremgangen i omsætning på 40% i lokale valutaer og overskudsgraden på 17%, lever op til de forventninger, der senest er udtrykt ved aflæggelsen af regnskabet for 3 kvartaler af 2001/02. Den organiske vækst blev på 14% målt i lokale valutaer, hvilket er højere end de forventninger, selskabet havde ved årets begyndelse. Den organiske vækst i de fortsættende forretningsområder blev 15%. Lavere valutakurser i årets sidste halvdel betød, at omsætningsvæksten målt i danske kroner blev 38%.

Resultat

Resultatet før skat steg med 98% til 1.238 mio. kr. fra sidste års 624 mio. kr. Årets resultat efter skat og minoritetsinteresser blev 770 mio. kr., hvilket er 86% over sidste år.

Driftsresultatet før særlige poster, finansielle nettoudgifter og skat blev 931 mio. kr. Det er 235 mio. kr. eller 34% mere end året før. De særlige poster udgør en samlet indtægt på 410 mio. kr. og vedrører større aktiviteter af engangskarakter: frasalg af to forretningsområder, omstrukturering af brystplejeområdet mv. Efter inkludering af de særlige poster blev driftsresultatet 1.341 mio. kr. svarende til en overskudsgrad på 24%.

De finansielle omkostninger udgøres af nettorenteudgifter, kontributter samt påvirkning fra reguleringer af valutakurserne og valutasikring. Samlet er nettofinansposterne minus 103 mio. kr. mod sidste års minus 72 mio. kr. Omsætning og driftsresultat opgøres til årets gennemsnitsvalutakurser, der ligger under sidste års gennemsnit med 2%-point. Der har i finansåret været en nedadgående tendens i værdien af Coloplasts faktureringsvalutaer, og slutkurserne pr. 30. september 2002 lå lavere end årets gennemsnit. I henhold til Coloplasts valutapolitik er der blevet solgt valuta forlods. Det har betydet en finansiell indtægt, der i alt væsentligt modvirkede valutaeffekten i driftsresultatet.

Omsætning

Alle produktområder havde fremgang. På de europæiske markeder, der udgør 77% af selskabets omsætning blev den samlede vækst på 41%. Omsætningen i Nord- og Sydamerika tilsammen udgør 17% af selskabets omsætning og voksede med 40% i forhold til

Årets resultater

Regnskabet er i betydelig grad påvirket af de siden september 2001 gennemførte virksomhedskøb og -salg.

Koncernomsætningen steg med 38% til 5.624 mio. kr. Målt i lokale valutaer var stigningen 40%. Den underliggende organiske vækst i lokale valutaer blev 14%.

Driftsresultatet før særlige poster blev 931 mio. kr., en stigning på 34% i forhold til sidste år. De særlige poster blev en indtægt på 410 mio. kr.

Overskudsgraden blev 17%.

Koncernresultat før skat, inklusive provenu fra salg af forretningsområder, blev 1.238 mio. kr.

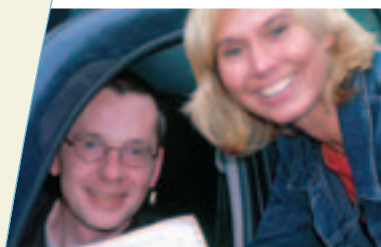
Årets resultat steg med 86% til 770 mio. kr. mod 413 mio. kr. sidste år.

Udbyttet foreslås hævet til 4,35 kr. pr. aktie à 10 kr., en stigning på 21%.

For 2002/03 forventes for de fortsættende forretningsområder en vækst på omkring 10%. Koncernomsætningen for 2002/03 forventes dermed at stige med ca. 7% målt mod omsætningen i 2001/02 inklusive de frasolgte forretningsområder Nutrition og konsumentvarer. Overskudsgraden forventes at blive ca. 17%.

Regnskabsberetning findes på side 15.

Martin Rauser og Doris Krüger arbejder i HSC-selskabet Cosamed. De besøger stomiopererede i hjemmet med 4–8 ugers mellemrum, eller efter behov. De vejleder bl.a. om pleje af stomien, komplikationer, kemoterapi, kostændringer og om, hvordan man kommer i gang med udadvendte aktiviteter igen. I de 10 år, der er gået, siden HSC blev grundlagt, har virksomheden udviklet sig til den førende leverandør af produkter og service til stomiopererede i Tyskland med i alt 17 selskaber.



Nye produkter

Assura Convex Light

Komplet sortiment af bløde, fleksible stomiposer til stomier i eller under hudniveau

SureCath Set med tilbehør

Sterilt, intermitterende overfladebehandlet katetersæt med sterilt klæde, engangshandsker og renseservietter

Conveen Security+ med applikator

Ekstra kort uridom med applikator, der letter påsætningen, og farvekode for størrelse

Conveen DUO

Udvidet sortiment i alt-i-en løsninger til brugere med behov for at kombinere uridom og urinpose

Alione

Sårbandage med fremragende evne til at håndtere sårvæske

SeaSorb Soft

Højtabsorberende, letaftagelig, blød alginatbandage

Contreet Skum

Skumbandage med effektiv frigivelse af antibakterielt sølv

Aviana

Bh-kollektion i ekstra store størrelser

Classic Flow, **Tria** Flow

Tolags-brystproteser med formbar bagside

Classic Basic, **Tria** Basic

Etlags, eksterne silikonproteser

Nurses' Own

Hudplejeprodukter til behandlere, hvis arbejde kræver hyppig håndvask

EasiCleanse Bath

Engangsvaskeklud med integreret sæbe og fugtighedscreme

Baza Cleanse and Protect Odor Control

Hudbeskyttelsesmiddel med lugthæmmende virkning

sidste år inklusive salget fra tilkøbt virksomhed. Salget uden for Europa og Amerika steg med 9% og udgør 6% af det samlede salg.

Forretningsområder

Stomi Coloplast er en af verdens førende producenter af stomiprodukter til mennesker, der – oftest som følge af en kræftsygdom – har fået ført tarmen ud på maven. Det samlede verdensmarked for stomiprodukter skønnes at have en værdi på ca. 8 mia. kr. med en årlig vækst i størrelsesordenen 5–10%. Markedsvæksten er knap 5% i Europa, men noget højere i USA og i resten af verden.

I 2001/02 blev Coloplasts samlede salg af stomiprodukter på 1.979 mio. kr., svarende til en vækst på 20% i danske kroner. Den underliggende organiske vækst målt i lokale valutaer blev 14%. Coloplast vinder dermed fortsat markedsandele. Væksten i markedsandel opnås først og fremmest ved, at en stigende andel af de nye patienter anvender produkter fra Coloplast. Kundeloyaliteten søges fastholdt gennem attraktive servicetilbud til såvel brugerne af Coloplasts produkter som til behandlerne.

Det er selskabets vurdering, at Coloplast nu er markedsleder i Europa. I USA vokser Coloplasts markedsandel ligeledes, men fra et lavt niveau.

Væksten skyldes fortsat fremgang for **Assura** produktserien, herunder især de tømbarde poser med den særlige lukkemekanisme, der sælges under navnet **Assura Hide-away**.

I regnskabsåret blev **Assura** Convex Light produktserien introduceret på de vigtigste markeder. Efterspørgslen efter denne type produkter har i de seneste år været stigende, idet de giver en højere sikkerhed for tætheden omkring stomien hos visse brugere. En stomipose med et nyt klæberkoblingskoncept, **Easiflex**, er mod årets slutning lanceret på et par europæiske markeder. Produktet, der er udstyret med en fleksibel klæberkobling, er i testmarkedsføringen blevet positivt modtaget og ventes lanceret på alle betydelige markeder i løbet af regnskabsåret 2002/03.

Kontinens Coloplast producerer og sælger urinposer, uridomer, katetre til blæretømning, specialbind og andre produkter til mennesker med vandladningsproblemer. Den primære kundegruppe er personer med rygmarvsskade.

Markedet for kontinensprodukter skønnes at vokse med 7–10% om året. Coloplasts salg på dette marked steg til 1.212 mio. kr. inklusive den tilkøbte omsætning fra SSL International plc's kontinensvirksomhed. Den organiske vækst blev på 21% i lokale valutaer i forhold til året før. Medregnes de tilkøbte aktiviteter, blev væksten på 45%.

Salget af overfladebehandlede katetre til tømning af blæren vokser stærkt, ligesom også salget af urinposer under mærkerne **Conveen** og **Moveen** går frem. Med **SpeediCath** kateteret, der med en særlig overfladebehandling ligger klar til brug i emballagen, vinder Coloplast fortsat markedsandele på markedet for overfladebehandlede katetre.



76-årige John Roberts i Birmingham har brugt kateter, siden han for godt et år siden fik konstateret prostatakræft. Fran besøger ham hver 6.-7. uge.



Fra regnskabsårets første kvartal har nye produktionslinjer til **SpeediCath** været i funktion. Der er dermed sikret tilstrækkelig kapacitet til den forventede fortsat øgede afsætning af **SpeediCath** i de kommende år.

Umiddelbart før regnskabsårets begyndelse erhvervede Coloplast den engelske kontinensvirksomhed, hvis produkter sælges under varemærker som **Simpla**, **Aquadry**, **Clear Advantage**, **Freedom** og **Trident**. Produkterne har givet Coloplast en forøget styrke på det engelske marked, der er et af verdens største og mest betydende for kontinensbehandling. Salget har udviklet sig som forventet trods de leveringsproblemer, der var en følge af, at fabrikken til produktion af urinposer nedbrændte kort før Coloplasts overtagelse af virksomheden. Leveringssituationen er nu normaliseret.

Salgsudviklingen fra selskabet **ThackrayCare** har været bedre end forventet. **ThackrayCare**, der indgik i SSL-handelen, er en hjemmeplejevirksomhed, der har ansat sygeplejersker, som arbejder tæt sammen med det engelske sundhedsvæsen og yder rådgivning, undervisning og pleje af mennesker i deres eget hjem. Coloplast er, som leverandør af et udvalg af produkter og hjemmepleje gennem **ThackrayCare** og af produkter fra Coloplast Direct Ltd., den største leverandør i England af medicinsk udstyr direkte til brugerne.

Den 14. juni 2002 offentliggjorde den engelske minister for konkurrenceforhold sin afgørelse vedrørende Coloplasts køb af SSL's kontinensvirksomhed. Ministeren bad den engelske konkurrencemyndighed om at pålægge Coloplast at genforhandle distributionsaftalen for uridomer med producenten Mentor Corp., USA, med henblik på enten at frasælge varemærket for uridomet Clear Advantage eller at frasælge Clear Advantage varemærket og produktet inden seks måneder. Hvis Coloplast og Mentor ikke kan nå en aftale inden for denne frist, skal Coloplast søge råd hos de engelske konkurrencemyndigheder. Pålægget har ikke påvirket resultatet for regnskabsåret 2001/02 eller de langsigtede mål for Coloplasts kontinensforretning. Der er indledt forhandlinger med Mentor, som dog ikke var afsluttet ved tidspunktet for regnskabsaflæggelse.

Sårpleje Verdensmarkedet for produkter til behandling af kroniske sår har en størrelse på ca. 15 mia. kr. og skønnes at vokse med 10–12 % årligt. Heraf udgør markedet for moderne sårpleje produkter ca. 8 mia. kr. Coloplast markedsfører produkter baseret på princippet om fugtig sårheling til behandling af skinnebessår, liggesår og sår hos diabetespatienter.

Salget af selskabets sårbandager steg i regnskabsåret med 12% målt i lokale valutaer. Målt i danske kroner nåede salget op på 736 mio. kr., en stigning på 11%.

Coloplasts bandager baseret på skumteknologien, der sælges under navnet **Biatain**, har fortsat god vækst, og salget er i løbet af året yderligere stimuleret gennem introduktionen af nye varianter og størrelser af bandager til behandling af mere specielle sår.

Med lanceringen af den antibakterielle sårbandage **Contreet** Hydrokolloid introducerede Coloplast sin første sårbandage med en

Fran Roberts, Birmingham, 2002

*Fran Roberts besøger kunder med vandladningsproblemer. Hun vurderer som kontinensrådgiver i **ThackrayCare** den enkeltes behov og sammen sætter et passende plejeprogram. Fran bestiller produkter gennem administrationskontoret i Wolverhampton, som også sørger for recepter og henvisninger.*

Fran har en fortid i det offentlige sundhedsvæsen. I 15 af sine 21 år som sygeplejerske har hun arbejdet som distriktssygeplejerske.

"Jeg har arbejdet både på hospitalsafdelinger og i hjemmesygeplejen. Min erfaring er, at man bedre kan lære kunderne at håndtere produkterne i trygge, hjemlige rammer. Problemer med vandladningen er et meget følsomt emne, og derfor skal man have stor indfølelse, ikke kun i forhold til kunden selv, men også i forhold til de pårørende.

Jeg arbejder tæt sammen med mine hospitalskolleger, og jeg er glad for at være med til at gøre overgangen fra hospitalet til hjemmet så gnidningsløs for kunderne som muligt.

Jeg har det godt med at arbejde i en virksomhed, der er indstillet på at opfylde kundernes behov uden at give egne produkter forrang", siger Fran.

"Som offentligt ansat sygeplejerske følte jeg mig ikke altid værdsat af arbejdsgiveren. Nu har jeg et godt samarbejde med kolleger i det offentlige sundhedsvæsen og er samtidig værdsat og respekteret for mine faglige kvalifikationer."

"Jeg føler, jeg får lov til at udvikle mig fagligt i Coloplast, og salgskonsulenterne opfordrer mig til at give feedback om produkterne til marketingfolkene," siger Fran. "Det betyder, at jeg kan få indflydelse på produktudviklingen."



Brittany Lovell, Californien, 2002

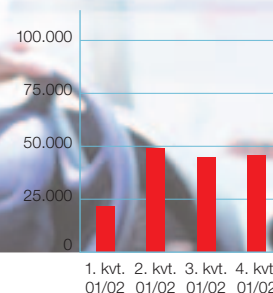
"Jeg stødte første gang på TheBreastCareSite.com, da jeg lavede research til en rapport på sygeplejeskolen. En tung byrde blev fjernet fra mine skuldre, da jeg læste andre brystopererendes beretninger og forstod, at mange af dem havde de samme bekymringer som jeg," fortæller Brittany Lovell (39), der fik brystkræft som 29-årig.

"Det var som om folk, på grund af min unge alder, reagerede anderledes på min sygdom, end de ville have gjort, hvis jeg havde været ældre. Jeg vidste ikke, hvad jeg skulle spørge min læge om, endnu mindre hvad jeg kunne forvente, at han svarede. Jeg var dengang enig med mig selv, at han reddede mit liv, men derefter fik jeg ingen særlig støtte."

"Efter at jeg giftede mig igen, har jeg ofte spekuleret på, om min mand måske elsker mig mindre på grund af arrene på min krop. Da en kvinde på websitet beskrev, hvor genert hun blev, når hendes mand så på hende, blev det lettere for mig at spørge min egen mand, hvad det egentlig betød for ham."

Brittany fandt også praktiske tips på websitet, f.eks. oplysninger om rekonstruktion af brystet, som hun valgte at få foretaget sidste år. Indtil da brugte hun delproteser efter fjernelse af knuder i begge bryster.

"Hvis jeg havde set websitet for brystopererede før rekonstruktionen, ville jeg have sikret mig, at det blev en plastikkirurg, der foretog operationen, ikke en almindelig kirurg. En plastikkirurg ville kun have efterladt et ar på knap 12 cm, mens jeg har et ar, der er flere gange så langt. Mit forsikringsselskab var ikke opmærksom på, at der er forskel på kirurger. Det er en oplysning, andre brystopererede også kan have gavn af."



aktiv ingrediens på det professionelle sårplejemarked. Produktet er rettet mod behandling af sår, hvor der er mistanke om infektion med bakterier. Sådanne sår har vanskeligt ved at hele. **Contreet** Hydrokolloid blev i 2001/02 lanceret på alle væsentlige markeder og lever op til forventningerne.

I slutningen af regnskabsåret introducerede Coloplast endnu en antibakteriel sårbandage, skumproduktet **Contreet** Skum, der kombinerer skumteknologiens nyttige egenskaber som blødhed og evne til ikke at hænge fast i såret med sølvets antibakterielle virkning. **Contreet** Skum planlægges introduceret på alle væsentlige markeder, herunder USA, i løbet af 2002/03.

Endelig introducerede Coloplast umiddelbart efter regnskabsårets afslutning sårbandagen **Alione**, der kan opsuge store mængder sår væske og dermed har meget alsidige anvendelsesmuligheder. **Alione** introduceres på en række vigtige markeder i løbet af 2002/03.

På det vigtige engelske marked er salgsindsatsen øget ved, at den salgskraft i Coloplast Ltd., der tidligere solgte både kontinens- og sårplejeprodukter, nu alene koncentrerer sig om sårplejeområdet. Salget af kontinensprodukter varetages af den salgsorganisation, der blev overtaget fra SSL.

Hudpleje Coloplast producerer og markedsfører hudplejeprodukter til behandling og forebyggelse af hudskader. Produktionen finder sted i Minnesota, USA, og produkterne sælges hovedsageligt til plejehjem og lignende institutioner på det amerikanske marked. Væksten på det amerikanske marked for hudplejeartikler til plejesektoren skønnes at være på 7–9% årligt.

Omsætningen blev 204 mio. kr., hvilket er 3% højere end sidste år målt i lokale valutaer.

Coloplasts salgskraft på området er mindre end flere andre udbydere, og der er taget skridt til at øge ressourcerne. Salget i Europa, hvor en del af hudplejeprodukterne blev solgt under konsumentvare-, sårpleje-, stomi- eller kontinensvaremærkerne, går fortsat frem.

Brystpleje Coloplast er verdens største udbyder af eksterne proteser til brystopererede kvinder. Herudover omfatter produktprogrammet en række specialtekstiler (bh'er og badedragter). Et stigende antal kvinder med brystkræft vælger at få foretaget en brystbevarende operation, hvorved behovet for standardproteser reduceres. Samtidig øges antallet af brystkræfttilfælde. Markedet for brystproteser og specialtekstiler, der vurderes at være på ca. 1,2 mia. kr., skønnes at vokse med 3–5% årligt.

Salget på brystplejeområdet voksede med 6% i lokale valutaer. Målt i danske kroner steg salget med 2% til 537 mio. kr. Salget af letvægtsproteser, herunder **Tria** Light, samt af Classic **Contact** Pearl og **Prema**, forløber godt på alle markeder. Salget af specialtekstiler havde også fortsat vækst i både USA og Europa.

I foråret 2002 blev en omstrukturering af Coloplasts brystplejeorganisation iværksat. Målet er at skabe én global forretningsen-

Brittany Lovell har været professionel skøjtedanser i IceCapade Show. Nu bruger hun og resten af familien noget af fritiden til at køre motocross.

Coloplast Corp.'s website for brystopererede blev lanceret i september 2001. Besøgstallet på ca. 15.000 pr. måned afspejler interessen for et forum for brystopererede.



hed, der fortsat kan vinde markedsandele. Samtidig effektiviseres området således, at det fortsat kan udgøre en væsentlig del af Coloplasts langsigtede forretningsgrundlag.

Alle aktiviteter samles i én forretningsenhed, der har hovedsæde i Atlanta, Georgia i USA, som er det mest betydningsfulde marked. Produktion og udvikling af brystproteser samles på Coloplasts fabrik i Tyskland, og den nuværende produktion i USA nedlægges ved udgangen af 2002. Fabrikken i USA beskæftiger i dag ca. 90 medarbejdere. Det forventes, at staben på fabrikken i Tyskland øges med ca. 40 medarbejdere. Produktionen af tekstilprodukter fortsætter på fabrikken i Costa Rica.

Når ændringerne er fuldt gennemført, forventes i 2003/04 en forbedring af driftsresultatet på ca. 40 mio. kr. I regnskabsårene 2001/02 og 2002/03 medfører omstruktureringerne engangsomkostninger på i alt ca. 40 mio. kr.

Integrationen af de to forretningsenheder i Tyskland og USA skrider frem som planlagt, og de første tyskproducerede brystproteser er introduceret på det amerikanske marked med fuld kundeaccept. Coloplast erhvervede den 10. oktober 2002 de resterende aktier i Amoena GmbH og er nu enejer.

Home care aktiviteter

Coloplasts tyske serviceselskab HSC opnåede som ventet tocifret salgsvækst. Frasalget i december 2001 af forretningsområdet Nutrition har gjort det muligt at koncentrere indsatsen på stomiområdet. HSC er et holdingselskab med et landsdækkende net af distributionsvirksomheder, der har specialiseret sig i levering af produkter og service til stomiopererede overalt i Tyskland. HSC er med en markedsandel på ca. 30% den største distributør af sin art i Tyskland.

Sterling Medical Services har specialiseret sig i distribution af sårpleje-, stomi-, kontinens- og diabetesprodukter på det amerikanske marked. Selskabet har indgående kendskab til refusionsregler, forsikringsspørgsmål og udarbejdelse af behandlingsoversigter med henblik på omkostningskontrol. Sterling Medical Services leverer produkter både til private, plejehjem og hjemmeplejeordninger. Siden etableringen af selskabet i 1993 har den årlige vækst i sal-

get været tocifret. Også i 2001/02 fik selskabet stærk vækst. Salgsstyrken blev væsentligt udvidet, og der blev indgået yderligere kontrakter med plejehjem og institutioner i hjemmeplejesektoren.

Home care aktiviteterne er karakteriseret ved en lavere indtjening, men også en lavere kapitalomkostning end selskabets øvrige aktiviteter.

Den samlede omsætning for home care, som foruden ovennævnte også omfatter **ThackrayCare** og Coloplast Direct i England, udgjorde i regnskabsåret 2001/02 1.332 mio. kr. Af den samlede home care omsætning indgår 376 mio. kr. i de ovenfor nævnte produktområders omsætning. Den resterende del af home care omsætningen er medtaget under gruppen "andet".

Akkvisitioner og frasalg

Pr. 1. oktober 2001 indgik Coloplast aftaler med partnerne i de to associerede selskaber Sterling Medical Services Inc., New Jersey, USA, og HSC Group, Tyskland, således at Coloplast blev enejer af Sterling og hovedaktionær i HSC. Coloplast lånefinansierede købene, der beløb sig til i alt 320 mio. kr. for de to aktieposter.

Pr. 17. december 2001 frasolgte HSC forretningsområdet Nutrition til et nyt selskab dannet af Baxter Deutschland Holding GbmH og Nutricia Deutschland GmbH, et datterselskab af Royal Numico.

I regnskabsåret 2001/02 indgik Coloplast endvidere en aftale om at afhænde Coloplast Konsumentvarer A/S, inklusive varemærkerettighederne til varemærket **Compeed**, til Johnson & Johnson med virkning fra 1. oktober 2002. Coloplast vil fortsat varetage produktudvikling og produktion for Johnson & Johnson på omkostningsdækket basis.

I regnskabsåret 2001/02 fik indtægten fra salget af aktierne i Coloplast Konsumentvarer A/S en positiv indflydelse på resultatet, men der realiseredes et noget mindre salg og lavere indtjening end forventet fra konsumentvareområdet på grund af opsigelse af de hidtidige distributører. Endvidere har handelen krævet en række engangsomkostninger til kompensation til medarbejdere og samarbejdspartnere. Nettoprovenuet fra salget af konsumentvareområdet blev 236 mio. kr. efter skat.

På www.StomaNet.se har svenske sygeplejersker siden foråret 2002 kunnet debattere, dele viden, spørge eksperter, hente brochurer m.m. Det lukkede internet-fællesskab er – ligesom det hollandske pionersite fra 2001 – blevet til i samarbejde med ledende stomisygeplejersker. Coloplast sørger for rammerne, mens en redaktionskomité af sygeplejersker står for indholdet.

Selskabsledelse i Coloplast

Ejerforhold Coloplast har eksisteret i 45 år og har haft en konstant sund økonomisk udvikling. Da selskabet i 1983 blev introduceret på Københavns Fondsbørs, opdeltes ejerskabet i to aktieklasser, B-aktier med en stemme pr. aktie, som blev noteret, og A-aktier med 10 stemmer pr. aktie, som ikke blev noteret.

Dette forhold har efter ledelsens opfattelse været med til at skabe grobund for en langsigtet, konsekvent strategi for selskabet med ambitiøse, langsigtede finansielle mål. Ved at realisere disse er der skabt øget værdi for aktionærer, kunder og medarbejdere.

Forholdet til interessenterne Coloplasts Mission og Værdisæt er offentligt tilgængeligt og indeholder selskabets idégrundlag og værdier. Coloplast rapporterer i årsrapporten om strategier og mål, om finansielle forhold og specifikt om selskabets forhold til de vigtigste interessenter. Selskabet vil fortsat bestræbe sig på at have en åben og aktiv dialog med interessenterne og vil udnytte moderne informationsteknologi til løbende at forbedre kommunikationen.

Coloplasts kommunikationspolitik er tilgængelig for alle, og selskabet kommunikerer både i forbindelse med den kvartalsvise offentliggørelse af resultater og løbende på forskellig måde med investorer og andre interessenter. Coloplasts website indeholder generelle og finansielle oplysninger.

Bestyrelsen Bestyrelsen fastlægger idégrundlag, værdier og de overordnede mål og strategier for Coloplast, udfører den ledelsesmæssige kontrol af selskabet og vurderer løbende direktionens arbejde.

Bestyrelsen mødes mindst fem gange om året i selskabets hovedkontor, i datterselskaber eller på produktionssteder i ind- eller udland. Alle væsentlige beslutninger træffes af den samlede bestyrelse. Bestyrelsens formand og næstformand har særlige opgaver i forhold til direktionen og de generalforsamlingsvalgte revisorer, herunder direktionens ansættelsesforhold og revisorenes uafhængighed.

Forretningsordenen gennemgås en gang årligt med henblik på justeringer. Der er retningslinier for direktionens rapportering til bestyrelsen og for bestyrelsens kommunikation med direktionen.

Bestyrelsens kompetencer er beskrevet, og ved rekruttering af medlemmer søges den samlede bestyrelsens kompetenceprofil udbygget bedst muligt.

Bestyrelsens medlemmer er på valg hvert år på den ordinære generalforsamling.

Bestyrelsen gennemfører jævnligt en selvevaluering, ligesom bestyrelsen evaluerer direktionens arbejde og samarbejdet mellem bestyrelse og direktion.

Bestyrelsen honoreres med et fast årligt honorar, der vedtages af generalforsamlingen. Bestyrelsen modtager ikke bonus og aflønnes ikke med incitamentsordninger. Direktionen og ledende medarbejdere i selskabet er omfattet af et aktieoptionsprogram, der er revolverende, og hvor indløsningskursen er højere end markedskursen på tildelingstidspunktet. Oplysninger om medarbejdernes udnyttelse af incitamentsordningen offentliggøres kvartalsvis for grupper af medarbejdere.

Selskabet gennemfører hvert år en systematisk planlægningsproces. Som et væsentligt element i denne proces afholder bestyrelsen en strategidag, hvor selskabets langsigtede planer drøftes.

Produktion og distribution

For at sikre optimale betingelser for selskabets fortsatte vækst er der udarbejdet en ny samlet strategi for fremtidig produktion og distribution. Den betyder, at udvidelser af selskabets produktionskapacitet primært skal finde sted i lande med et lavere omkostningsniveau.

Coloplasts distributionsstruktur i Europa forenkles i løbet af de kommende år, således at de nuværende nationale lagre samles i nogle få centrale europæiske distributionscentre. Formålet er at reducere de samlede distributionsomkostninger og fastholde en høj leveringsservice.

I maj måned blev en ny fabrik i Ungarn på 13.000 m² indviet. Fabrikken skal producere stomi- og kontinensprodukter. Udflytningen af maskiner til produktion af stomi- og kontinensprodukter er i gang, og selvom det går lidt langsommere end planlagt, er det konstateret, at resultaterne lever op til forventningerne. I oktober 2002 blev det besluttet at etablere næste fase af denne fabrik. Der vil blive tale om ca. 9.500 m² indeholdende bl.a. rum til produktion af sterile sårplejeprodukter. Det samlede medarbejderantal bliver ca. 600, når fuld kapacitet opnås i 2005.

Investeringer

Koncernens produktionskapacitet har gennem hele året været udnyttet fuldt ud. Den igangsatte omstrukturering af brystplejeproduktionen og den igangsatte flytning af maskiner til Ungarn har givet et ekstra pres på produktionsapparatet. Den samlede investering til fabrikken i Ungarn andrager godt 80 mio. kr.

De faste anlægsinvesteringer udgjorde i alt 409 mio. kr., hvilket er på niveau med sidste år. Heraf var investeringerne i bygninger 165 mio. kr. eller 16 mio. kr. mindre end i 2000/01. Investeringerne i drifts- og produktionsudstyr udgjorde 244 mio. kr. På IT-området blev investeret 40 mio. kr. i et nyt ERP-system. Dette projekt følger de lagte planer tidsmæssigt og økonomisk.

IT

Det nye såkaldte ERP (Enterprise Resource Planning) system One World blev som planlagt taget i brug på to fabrikker i Danmark og i det danske salgsselskab. Systemet vil gradvist blive indført i flere forretningsenheder i Danmark, Tyskland, Ungarn og USA i løbet af det kommende år. For at understøtte Coloplasts markedsføring er der udviklet et antal websites for brugere og behandlere.

Forskning og udvikling

Coloplasts forsknings- og udviklingsprojekter foregår i den centrale forskningsenhed Coloplast Research og i divisionernes produktudviklingsafdelinger. Til forskning og produktudvikling anvendtes i 2001/02 et beløb svarende til ca. 4% af omsætningen. Af dette beløb går en del til anvendt forskning og basal materialeudvikling i Coloplast Research. Hovedaktiviteterne ligger inden for klæber-, hydrogel- og coatingteknologi. Coloplast Research har i det for-



løbne år taget del i udviklingen af det nye ligtorneplaster til Johnson & Johnson. I 2001/02 indgik Coloplast Research i et fireårigt multilateralt forskningssamarbejde vedrørende avancerede sårbehandlingsmidler under EU rammeprogrammet Growth.

Ledelsesforhold

Bestyrelsen besluttede efter regnskabsårets afslutning at fortsætte det aktieoptionsprogram, som blev iværksat i november 2000 som en to-årig forsøgsordning. Ordningen udvides, således at direktionen og 200 ledere og specialister tildeles i alt ca. 200.000 optioner til en kurs, der fastsættes med udgangspunkt i børskursen i en periode på 5 dage efter årsregnskabsmeddelelsen. Optionerne kan udnyttes i en periode frem til 2011, og indløsningskursen øges over perioden.

Retssag

Den 13. november 2002 har Højesteret afsagt en dom, der giver Coloplast medhold i en sag om retten til at foretage fradrag for kurstab i forbindelse med nyudstedelse af medarbejderaktier til favørkurs.

Coloplast forventer som følge af dommen at få tilbagebetalt godt 45 mio. kr. inklusive renter. Den tilbagebetalte skat på 32 mio. kr. godskrives selskabets egenkapital, mens renterne på 13 mio. kr. vil indgå i resultatopgørelsen for 2002/03.

Risikoforhold

Der er i løbet af 2001/02 ikke sket væsentlige ændringer i de risikoforhold, som Coloplast driver virksomhed under. Vedrørende finansielle risici henvises til regnskabsberetningen side 15-18. Vedrørende patenter, miljø og Coloplasts generelle risikoberedskab henvises til den supplerende beretning på side 49.

Videnressourcer

Coloplasts Mission og Værdisæt er udgangspunktet for selskabets bestræbelser på at øge værdiskabelsen for både kunder, medarbejdere, samfund og aktionærer år for år. I den supplerende beretning, side 34, er der redegjort for denne proces. Værdiskabelsen bygger på omfanget og kvaliteten af virksomhedens samlede viden om disse sammenhænge. Derfor kalder vi også den supplerende beretning for et videnregnskab.

Den supplerende beretning er i fire hovedafsnit, som beskriver indsatser og resultater i værdiskabelsen for hver interessent. Medarbejdere fra store dele af koncernen har i år været med i en proces, der skulle opdatere Mission og Værdisæt. Coloplasts Mission findes forrest i årsrapporten.

Coloplast har siden 1995 arbejdet med en model, der betegnes EFQM Excellence modellen, og som bygger på, at sammenhængen mellem indsatser og resultater kan beskrives. Virksomheden drives optimalt, når strategier og beslutninger på samme tid øger tilfreds-

Birgitte Bjørkman, København, 2002

"Da min datter Julie startede i vuggestue, havde institutionen fået at vide, at jeg sad i kørestol. Pædagogerne havde derfor på forhånd drøftet, hvordan de kunne støtte vores familie, som de antog var ressourcesvag," fortæller Birgitte Bjørkman.

I løbet af Julies tid i institutionen fik Birgitte, som hun udtrykker det, vendt omgivelsernes billede helt på hovedet:

"Selvfølgelig kunne jeg ikke tage med i skoven. Jeg er ikke så god til at løbe efter børn i kuperet terræn. Til gengæld var jeg aktiv i forældrebestyrelsen og med til at starte institutionens blad," fortæller Birgitte, der nu redigerer og layouter de rygmarvsskadedes blad.

Birgitte Bjørkman er redaktør, skolebestyrelsesmedlem og konsulent for Herlev Kommune. Hun er kørestolsbruger og efterlever sin egen livsfilosofi: at se mulighederne frem for begrænsningerne.

"Som kørestolsbruger oplever jeg indimellem, at mine medmennesker tror, at jeg har et reduceret liv. Som kassedamen, der siger: "Det er da godt, at du kan komme lidt ud." Så får jeg lyst til at svare, at jeg da også var glad for min safarirejse til Tanzania.

"Naturligvis behøver man ikke tage til den grønlandske indlandsis eller snorkle ved Great Barrier Reef i Australien for at se mulighederne i livet. Kørestolsbrugere er jo som befolkningen i øvrigt," konstaterer Birgitte.

"Vigtigst er, at man gør det, man har lyst til. Selv har jeg et ønske om, at jeg, den dag jeg "stiller stolen", kan sige, at jeg satte mig nogle spor her i livet."



Professor Huang Yan Ting (tv) er Kinas førende stomiekspert. I midten ses stomisygeplejerske Wang Jin Hui og til højre Tang Wen Ju, som er stomiopereret og ansat i et kinesisk olie-selskab.

Pionerarbejde i Kina

Coloplast har siden 1995 udviklet og fremstillet produkter i Kina. Udviklingen af nye produkter foregår i tæt samarbejde med kinesiske læger, sygeplejersker og brugere. Derfor er vores produkter i særlig grad tilpasset markedskrav og -betingelser i Kina.

Behandleren

"Jeg har efterhånden samlet gode erfaringer med stomioperationer, men det har knebet med at finde ressourcer til støtten til patienterne før og efter operationen," fortæller professor Huang Yan Ting, der er den førende stomiekspert i Kina. Han har arbejdet som kirurg på universitetshospitalet i Beijing i over 40 år.

"Derfor er det godt at have samarbejdspartnere som Coloplast, der kan være med til at sætte en høj standard for oplysning og produktvejledning til brugerne igennem hele forløbet. Der er også et stort behov for uddannelse af stomisygeplejersker i Kina, for flere og flere mennesker må leve med en stomi. Nu er der etableret en sygeplejerskole i Guangdong, hvor sygeplejersker uddannes til specialister i stomi-pleje.

Brugeren

Tang Wen Ju er 61 år. Han arbejder som konsulent for et kinesisk olieselskab og har haft stomi i seks år. "Jeg føler mig ikke hæmmet i mit daglige arbejde, men kan ikke motionere så meget som før operationen.

Jeg håber, at det vil lykkes for brugere og behandlere i fællesskab at få myndighederne til at indføre refusion for stomiprodukter. Mange har ikke råd til at bruge de poser, som giver fuld trykthed og høj livskvalitet," siger Tang Wen Ju.

heden hos kunder og medarbejdere, har en positiv effekt på samfundet og bidrager med gode økonomiske resultater til gavn for aktionærerne. I forhold til tidligere beretninger indeholder dette års supplerende beretning en øget rapportering om Coloplasts aktiviteter i udlandet.

Coloplast ønsker at bidrage til en bæredygtig udvikling. Rapporteringen herom er indeholdt i den supplerende beretning. Selskabet har i 2002 tilsluttet sig FN's Global Compact, som har til formål at få virksomheder til at følge et sæt principper for menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder og miljø. Det er hensigten at udbygge rapporteringen om Coloplasts efterlevelse af FN's Global Compact i de kommende år.

Forventninger til fremtiden

Med valutakurser som i 2001/02 forventes det, at væksten i 2002/03 vil være lidt lavere end i 2001/02, hvor den organiske vækst var noget stærkere end ventet. For 2002/03 forventes for de fortsættende forretningsområder en vækst på omkring 10%. Koncernomsætningen for 2002/03 forventes dermed at stige med ca. 7% målt mod omsætningen i 2001/02 inklusive de frasolgte forretningsområder Nutrition og konsumentvarer.

I 2002/03 forventes investeringer i faste anlægsaktiver at blive i niveauet 450 mio. kr. Skatteprocenten for 2002/03 forventes at blive ca. 33%.

Markedet for medicinske engangsartikler skønnes at vokse mindre end 10%, hvilket betyder at indfrielsen af disse forventninger kræver, at Coloplast fortsat kan vinde markedsandele.

Der er som tidligere omtalt iværksat en række aktiviteter for at forbedre overskudsgraden, herunder bl.a. etablering af produktion i Ungarn og omstrukturering af brystplejeområdet. I home care aktiviteterne, som nu udgør en betydelig andel af koncernens samlede salg, realiseres en overskudsgrad, som er under koncern gennemsnittet, hvilket vil mindske overskudsgraden. Den samlede effekt i 2002/03 forventes at medføre en overskudsgrad på niveau med 2001/02, dvs. ca. 17%.

Coloplasts langsigtede målsætning er uforandret en omsætning på 8 mia. kr. i 2005 og en overskudsgrad på 17%. Disse mål kan nås ved en gennemsnitlig årlig organisk vækst på 10% samt enkelte mindre tilkøb.

Større udsving i valutakurserne på betydende valutaer, væsentlige ændringer på sundhedsområdet eller store forandringer i verdensøkonomien kan påvirke selskabets muligheder for at nå de langsigtede mål og for at leve op til forventningerne for næste år.

Generalforsamling

Generalforsamlingen afholdes mandag den 16. december 2002 kl. 16.00 på selskabets adresse Holtevej 3, 3050 Humlebæk.

Bestyrelsen indstiller til generalforsamlingens godkendelse, at der udbetales et udbytte på 4,35 kr. pr. aktie à 10 kr. (2000/01: 3,60 kr. pr. aktie à 10 kr.).

Regnskabsberetning

Udviklingen i hovedpunkter

Koncernomsætningen blev 5.624 mio. kr., en stigning på 38% i forhold til 4.069 mio. kr. i 2000/01. Resultatet før skat steg med 98% til 1.238 mio. kr. fra sidste års 624 mio. kr. Årets resultat efter skat og minoritetsinteresser blev 770 mio. kr., hvilket er 86% over sidste år.

Driftsresultatet er i årets regnskab vist både før og efter særlige poster. De særlige poster udgør en samlet indtægt på 410 mio. kr. og vedrører større aktiviteter af engangskaraktér: frasalget af to forretningsområder, omstrukturering af brystplejeområdet mv. Før de særlige poster, finansielle nettoudgifter og skat blev driftsresultatet 931 mio. kr. Det er 235 mio. kr. eller 34% mere end året før. Dermed blev overskudsgraden – beregnet som driftsresultatet i procent af omsætningen – 17%, hvilket er i overensstemmelse med den langsigtede målsætning. Det er ligeledes i overensstemmelse med forventningerne udtrykt i den seneste regnskabsmeddelelse for 3 kvartaler. Efter inkludering af de særlige poster bliver driftsresultatet 1.341 mio. kr., svarende til en overskudsgrad på 24%.

De finansielle omkostninger udgøres af nettorenteudgifter, kontantrabatter samt påvirkningen fra reguleringer af valutakurserne og valutasikring. Samlet er nettofinansposterne en udgift på 103 mio. kr. mod sidste års udgift på 72 mio. kr.

Omsætning og driftsresultat opgøres til årets gennemsnitsvalutakurser, der ligger under sidste års gennemsnit med 2%-point. Der har i regnskabsåret været en nedadgående tendens i værdien af Coloplasts faktureringsvalutaer, og slutkurserne pr. 30. september 2002 lå lavere end årets gennemsnit. Omsætningsvæksten eksklusive valutakurspåvirkningen udgør 40%. Den organiske vækst eksklusive valutakurspåvirkning på 14% er højere end de forventninger, selskabet havde ved årets begyndelse.

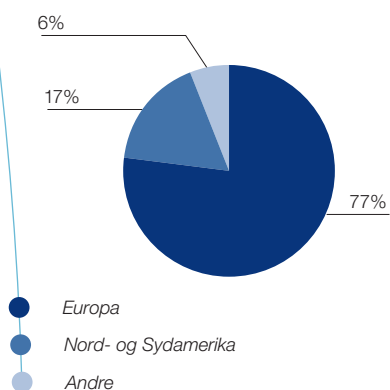
Væsentlige begivenheder

I regnskabsåret er der gennemført virksomhedskøb og -salg. I begyndelsen af året blev investeringen øget i Sterling Medical Services Inc., New Jersey, og HSC Group i Tyskland, hvorefter de indgår i koncernregnskabet. Efterfølgende blev ernæringsområdet i HSC, Nutrition, solgt til et selskab dannet af Baxter Deutschland Holding GmbH og Nutricia Deutschland GmbH.

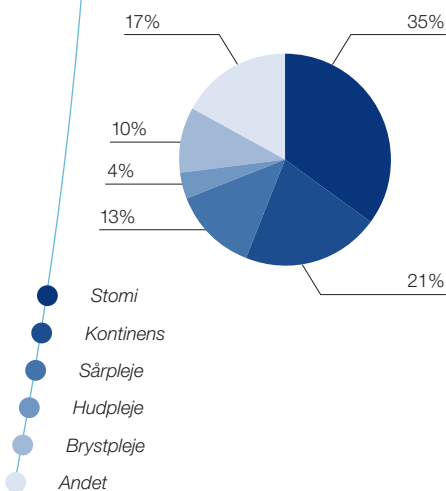
I maj måned blev der indgået aftale med Johnson & Johnson om deres køb af Coloplast Konsumentvarer A/S. Effekten af salget er indregnet i regnskabet pr. 30. september 2002. Som en del af salget indgår en aftale om, at udvikling og produktion fortsat varetages af Coloplast A/S på omkostningsdækket basis.

Købet af SSL's kontinensforretning ultimo september 2001 har medført, at resultaterne indgår fuldt ud for hele regnskabsperioden.

Geografisk fordeling af omsætning 2001/02



Koncernomsætnings fordeling på produktområder 2001/02



Omsætningsvækst for fortsættende produktområder

	Samlet vækst i DKK	Organisk vækst lokale valutaer
Stomi	20%	14%
Kontinens	45%	21%
Sårpleje	11%	12%
Hudpleje	0%	3%
Andet	420%	–
Medicinske engangsartikler	44%	19%
Brystpleje	2%	6%
I alt	38%	15%

Omsætningsudvikling, geografiske markeder

Omsætningen i Europa udgjorde 77% af koncernomsætningen, hvilket er lidt over året før. Væksten var både i lokale valutaer og omregnet til danske kroner på 41%. Valutakursudsving har en beskeden virkning på det europæiske salg.

Salget i Nord- og Sydamerika udgjorde tilsammen 17% af koncernomsætningen svarende til 976 mio. kr. I USA blev koncernomsætningen 43% højere end sidste år målt i USD inklusive Sterling Medicals salg. Den organiske vækst var 2%, og ligger således lavere end året før, hvor den var 8%.

Coloplasts salg uden for Europa og USA udgjorde i 2001/02 6% af koncernomsætningen og udviste en stigning på 9%.

Omsætningsudvikling, produktgrupper

Det samlede salg af stomiprodukter blev i regnskabsåret 1.979 mio. kr., og mod sidste års 1.651 mio. kr. var der tale om en stigning på 20% målt i danske kroner.

Omsætningen af kontinensprodukter blev 1.212 mio. kr., en stigning på 45%.

Omsætningen inden for stomi- og kontinensområderne inkluderer tilkøbt omsætning. Den del af omsætningen, der finder sted gennem home care selskaberne, er opgjort til et højere prisniveau end det sædvanlige salg gennem datterselskaberne. De anførte vækstprocenter er opgjort i danske kroner og er påvirket af organisk vækst, tilkøb, frasalg og af den ekstra fortjeneste, som opnås ved distribution gennem home care selskaberne.

Sårplejesalget steg med 11% til 736 mio. kr. mod en omsætning i 2000/01 på 666 mio. kr.

På brystplejeområdet blev der realiseret en fremgang på 2% i danske kroner til en omsætning på 537 mio. kr. Dette er negativt påvirket af den lavere kurs på dollaren, som er faktureringsvaluta for mere end halvdelen af omsætningen.

Udviklingen i dollarkursen påvirkede også salget af hudplejeprodukterne, hvor godt 75% af koncernens omsætning, der udgør 204 mio. kr., realiseres i USA.

I regnskabsåret 2001/02 er tilføjet en omsætningsgruppe benævnt "andet". Den inkluderer salg af

konsumentvarer samt salg af service og produkter, som ikke er fremstillet af Coloplast, primært gennem koncernens home care selskaber. Omsætningen i denne gruppe er 956 mio. kr. Omsætningen sidste år på 184 mio. kr. udgøres alene af konsumentvarer.

Segmentoplysninger

Efter frasalg af Coloplast Konsumentvarer A/S og dermed konsumentvaresegmentet retter Coloplasts produkter sig mod to forskellige kundesegmenter. Det største segment er medicinske engangsartikler omfattende stomi-, kontinens-, sårpleje- og hudpleje-produkter. Fælles for disse produkter er, at de markedsføres til hospitaler og institutioner, hvor patienterne får kendskab til produkterne. Hovedparten af forbruget finder efterfølgende sted i brugerens hjem.

Brystplejeprodukterne sælges af bandagister og specialbutikker med hjælpemidler samt lingeributikker. Beslutningen om valg af produkt træffes af brugeren under vejledning fra forhandleren.

Segmenternes lønsomhed måles ved overskudsgraden defineret som segmentets driftsresultat i procent af omsætningen. Alle direkte segmentrelaterede omkostninger er opgjort for hvert enkelt segment. De omkostninger, der ikke har et direkte segmenttilhør, er blevet fordelt efter omsætning. De således fordelte indirekte omkostninger udgør ca. 124 mio. kr. Overskudsgraden er opgjort for særlige poster.

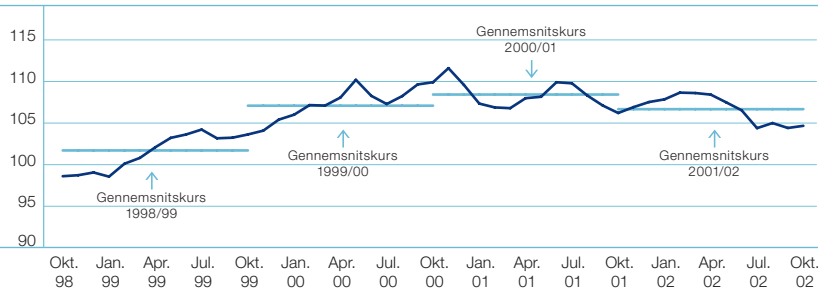
Segmentresultater

Inkl. valutakurs-effekt	Medicinske engangsartikler	Brystpleje
Omsætning i mio. kr.	5.087	537
Vækst ift. 2000/01	44%	2%
Overskudsgrad	16%	19%

Omkostninger og overskudsgrad

Udgifter til råvarer, hjælpematerialer, personale og eksterne ydelser steg med 38% til 4.511 mio. kr. fra sidste års 3.271 mio. kr., og afskrivningerne steg med 8%. Minoritetsinteresser udgør mindretalsaktionærernes andel af fortjenesten i ikke helejede datterselskaber. Den væsentligste andel vedrører indtjening i HSC, Tyskland, herunder salget af forretningsområdet Nutrition.

Udvikling i Coloplasts faktureringsvalutaer 1998-2002 (1994 er = indeks 100)



En del af det resultat, der tidligere kom fra associerede selskaber, indgår nu fuldt ud i konsolideringen, idet ejerandelen er øget i de to distributionselskaber, hvis resultat tidligere indgik under associerede selskaber.

Særlige poster

Nettoprovenuet fra salg af forretningsområder indgår i resultatopgørelsen med 458 mio. kr. Primært indgår salget af ernæringsaktiviteterne fra HSC samt salg af Coloplast Konsumentvarer A/S, herunder **Compeed** varemærket på verdensplan.

Omstrukturingsomkostninger på bryststøpleomrødet mv. er ligeledes anført under særlige poster.

Finansielle poster og skat

De finansielle poster omfatter nettorenter, kontanttrækker og valutakursreguleringer samt diverse bankomkostninger.

Nettofinansudgiften blev 103 mio. kr. i 2001/02, hvilket var 31 mio. kr. højere end sidste år. Det faldende renteniveau har påvirket rentebetalingerne positivt, men den højere gennemsnitlige nettorentebærende gæld i forhold til foregående år har forøget renteudgifterne. Nettorenteudgifter mv. er øget til 80 mio. kr. Valutakursreguleringer indgår positivt med 31 mio. kr.

Den samlede gæld var ved regnskabsårets udgang 2.907 mio. kr., heraf var 1.791 mio. kr. rentebærende gæld. Af denne havde 1.612 mio. kr. en restløbetid på over et år. I løbet af regnskabsåret er der foretaget en større omlægning af lånesammensætningen. Ved indgangen til regnskabsåret udgjorde en betydelig del af den samlede gæld kortfristede banklån optaget til finansiering af akquisitioner. I året er optaget en 5-årig kreditfacilitet på 1 mia. kr. til indfrielse af kortfristede lån. Gunstige vilkår og det historisk lave renteniveau har yderligere medført fastlæggelse af renten for længere perioder, bl.a. ved optagelse af lange lån i bygninger.

Den samlede nettorentebærende gæld er øget til 1.470 mio. kr. ultimo 2001/02. En ændring på 1%-point i renteniveauet vil dermed påvirke resultatet med 15 mio. kr.

De samlede skatter er for året beregnet til 341 mio. kr. for koncernen mod 211 mio. kr. i 2000/01. Den effektive skatteprocent udgjorde 28% mod sidste års 34%. Den lavere skatteprocent skyldes en positiv påvirkning vedrørende beskatning af frasolgte aktiviteter.

Valutaforhold

Værdien af koncernens salg målt i danske kroner er påvirket af udviklingen i valutakurserne. Effekten af valutakursudsving påvirker omsætningen, idet den altovervejende del af Coloplasts aktiviteter gennemføres uden for Danmark.

Den gennemsnitlige værdi af de vægtede faktureringsvalutaer i 2001/02 lå 2% under niveauet for 2000/01. Effekten heraf er negativ på omsætningen og resultatet for finansielle poster.

Inden for regnskabsåret søges effekten af valutakurspåvirkninger dækket ved indgåelse af valutaterminsforretninger og optioner.

I regnskabet for 2001/02 indgår den samlede valutakurssikring og andre kurspåvirkninger under finansielle poster som en samlet nettovalutaindtægt på 31 mio. kr. Året før udgjorde den samlede nettovalutaudgift 4 mio. kr.

Antallet af valutaer, der indgår i valutakurssikringen, er øget i løbet af året. Kurssikring har primært været anvendt for USD, EUR, AUD, GBP, HUF, SEK, NOK og JPY.

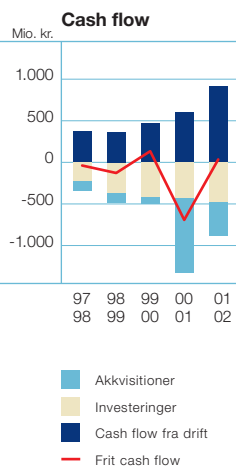
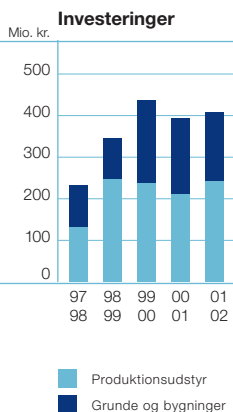
Balance og egenkapitaludvikling

Pr. 30. september 2002 udgjorde koncernens samlede balance 4.356 mio. kr. mod 3.233 mio. kr. året før, eller en stigning på 35%. De i året gennemførte akquisitioner af distributionselskaber har været den væsentligste årsag til stigning i balancen.

Tilgodehavender fra salg og varelagre i distributionselskaberne indgår fuldt ud i den samlede balance.

Egenkapitalen er steget med 350 mio. kr. og udgjorde ultimo regnskabsåret 1.392 mio. kr.

Egenkapitalandelen udgjorde 32% af den samlede balancesum ved regnskabsårets udløb, og årets resultat forrentede egenkapitalen med 63% mod 33% i det foregående regnskabsår.



Investeringer

En til stadighed næsten fuld kapacitetsudnyttelse nødvendiggør løbende investeringer i såvel bygninger som produktionsmaskiner. Hertil kommer investeringer til løbende effektivitetsforbedringer.

Investeringerne i faste aktiver beløb sig i 2001/02 til 409 mio. kr. mod 394 mio. kr. året før. I alt blev anvendt 244 mio. kr. til maskiner og driftsmateriel, hvilket er lidt mere end sidste års 213 mio. kr. Etableringen af fabrikken i Ungarn har været den største fabriksetablering i regnskabsåret.

De samlede investeringer i faste aktiver i procent af omsætningen har udvist en faldende tendens. Dermed fortsætter den gunstige udvikling fra tidligere år.

Investeringer i faste aktiver ift. omsætning:

	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02
Procent	12,1	11,9	9,9	8,6

Pengestrømsopgørelse

Årets cash flow fra driftsaktivitet udgjorde 913 mio. kr. Det er en stigning på 313 mio. kr. i forhold til året før. En del af stigningen kommer fra tilkøbte aktiviteter.

Efter fradrag af investeringer i materielle aktiver og justering for udbytte fra associerede selskaber blev frit cash flow i 2001/02 positivt med 35 mio. kr. mod sidste års -692 mio. kr. Sidste år var præget af større tilkøb af forretning. I årets fri cash flow indgår koncernens investering i grunde og bygninger med 165 mio. kr. og tekniske anlæg mv. med 244 mio. kr. De tilsvarende beløb for regnskabsåret 2001/02 var henholdsvis 181 mio. kr. og 213 mio. kr. Betaling af udbytte udgjorde 85 mio. kr.

Ændringer i regnskabspraksis

Som meddelt i regnskabet for 2000/01 omlægges regnskabspraksis med virkning for regnskabsåret 2002/03. Omlægningen er en følge af den nye danske årsregnskabslov, som i alt væsentligt følger de internationale regnskabsstandarder.

Børsnoterede selskaber skal gennemføre en omlægning til IAS senest i 2005. En række regnskabsregler under IAS er pt. under ændring, og det forventes, at der inden for det næste års tid er indført regler, som muliggør en mere kontinuerlig regnskabspraksis ved overgang til IAS.

Regnskabspraksis

Regnskabet for moderselskabet og koncernregnskabet for 2001/02 er udarbejdet i overensstemmelse med årsregnskabsloven og Københavns Fondsbørs' retningslinier for børsnoterede selskaber, herunder danske regnskabsvejledninger. Regnskaberne er aflagt efter samme regnskabspraksis som sidste år.

Euro

Som en service for læseren er koncernregnskabet omregnet til EUR. Omregningen er foretaget til kursen pr. 30. september 2002, der var 742,74 (pr. 30. september 2001: 743,71).

Konsolidering

Koncernregnskabet omfatter Coloplast A/S (moderselskabet) og de virksomheder, hvori koncernen ejer mere end 50% af stemmeretten eller på anden måde har bestemmende indflydelse (datterselskaber).

Koncernregnskabet udarbejdes på grundlag af årsregnskaber for moderselskab og datterselskaber ved sammenlægning af regnskabsposter af ensartet karakter. Regnskaberne aflægges efter samme regnskabspraksis. Alle interne koncernregnskabsposter elimineres i koncernregnskabet.

Selskaber, som ikke er datterselskaber, men hvor Coloplast koncernen ejer 20% eller mere af stemmeretten eller på anden måde udøver en betydelig indflydelse på ledelsen, betragtes som associerede selskaber.

Nyerhvervede og solgte selskaber medtages i resultatopgørelsen for ejerperioden.

Sammenligningstal korrigeres ikke for nyerhvervede eller solgte selskaber.

Fortjeneste eller tab ved afhændelse eller afvikling af dattervirksomheder opgøres som forskellen mellem salgssummen eller afviklingssummen og den regnskabsmæssige værdi af nettoaktiver på salgstidspunktet inklusive forventede omkostninger til salg eller afvikling. Fortjeneste eller tab fra trukket tidligere straksafskrevet koncerngoodwill indregnes i resultatopgørelsen.

Merværdi ved køb af ny virksomhed (koncerngoodwill) opgøres som forskellen mellem anskaffelseskost og den regnskabsmæssige indre værdi på anskaffelsestidspunktet opgjort i henhold til koncernens regnskabspraksis og efter eventuelle værdireguleringer af aktiver og passiver og straks afskrives over egenkapitalen i købsåret.

Resultatopgørelsen

Nettoomsætning

Medtages i resultatopgørelsen i det år, hvor levering og fakturering finder sted.

Andre driftsindtægter og driftsudgifter

Indeholder regnskabsposter af sekundær driftsmæssig betydning i forhold til virksomhedernes primære drift.

Forsknings- og udviklingsomkostninger

Udgiftsføres i regnskabsposten: andre eksterne udgifter.

Incitamentsordninger

Direktion og ledende medarbejdere har fået tildelt aktieoptioner.

Idet optionsprogrammet anses for dækket via beholdning af egne aktier, er omkostninger relateret til optionsbase-

rede incitamentsordninger ført direkte på egenkapitalen i overensstemmelse med anvendt regnskabspraksis for egne aktier.

Omregning af fremmed valuta

Mellemværender i fremmed valuta omregnes til danske kroner til balancedagens valutakurser. Realiserede og urealiserede kursgevinster og -tab på omsætningsaktiver og gæld er medtaget i resultatopgørelsen som finansielle poster.

Udenlandske salgsselskabers resultatopgørelser omregnes til periodiske gennemsnitskurser, og balancen omregnes til balancedagens valutakurser. Kursregulering opstået i den forbindelse føres som finansiell post i koncernregnskabet.

Udenlandske produktionsselskabers resultatopgørelser omregnes ligeledes til periodiske gennemsnitskurser, og balancen omregnes til balancedagens valutakurser. Kursregulering opstået i den forbindelse posteret direkte på egenkapitalen.

Kursregulering af datterselskabsaktiernes værdi primo foretages over egenkapitalen.

Kursregulering af mellemværender med selvstændige udenlandske datterselskaber, der i realiteten er et tillæg til eller fradrag i dattervirksomhedens egenkapital, posteret på egenkapitalen.

Finansielle instrumenter

Moderselskabets og danske datterselskabers omsætning faktureres hovedsageligt i udenlandsk valuta. Til afdækning af kursrisiko på fordringer og gæld i udenlandsk valuta benytter moderselskabet hovedsageligt valutaterminskontrakter og -optioner.

Hvor de sikrede regnskabsposter er aktiver eller passiver, resultatføres fortjenester og tab på de finansielle instrumenter samtidig med de sikrede regnskabsposter.

Urealiserede kursreguleringer af finansielle instrumenter, der er indgået med henblik på at sikre fremtidige transaktioner, udskydes, indtil den fremtidige transaktion indtræffer.

Offentlige tilskud

Offentlige tilskud omfatter tilskud til forskning og udvikling samt tilskud til investeringer. Tilskud til forskning og udvikling indtægtsføres systematisk i resultatopgørelsen, således at de modsvarer de omkostninger, de kompenserer for. Tilskud til investeringer optages som en periodeafgrænsningspost, der indtægtsføres i takt med af- og nedskrivninger på investeringen.

Særlige poster

Heri indgår væsentlige beløb af engangskaraktér, som ikke direkte kan henføres til den normale drift.

Skat

I resultatopgørelsen udgiftsføres den aktuelle skat af årets resultat samt ændring i hensættelse til udskudt skat. Skat af egenkapitalbevægelser posteret direkte på egenkapitalen.

Der hensættes til udskudt skat efter den balanceorienterede gældsmetode af alle midlertidige forskelle mellem regnskabsmæssige og skattemæssige værdiansættelser, bortset fra forskelle vedrørende kapitalandele i tilknyttede selskaber, såfremt kapitalandelene ikke forventes afhændet inden for en kort periode.

Den skattemæssige værdi af underskud, der vurderes at kunne fremføres til modregning i fremtidig skattepligtig ind-

komst, modregnes i den udskudte skat inden for den samme juridiske skatteenhed og jurisdiktion. Eventuelle udskudte skatteaktiver optages i balancen til den værdi, som aktivet efter en konkret vurdering forventes at kunne realiseres til. Coloplast A/S benytter acontoskatteordningen. Tillæg, fradrag og godtgørelser vedrørende skattebetalingen indgår i resultatopgørelsen henholdsvis balancen sammen med den aktuelle skat.

Coloplast A/S er sambeskattet med visse 100% ejede danske og udenlandske datterselskaber. Nettoskatten af sambeskatningsindkomsten posteres i moderselskabet.

Balancen

Immaterielle anlægsaktiver

Koncernsoftware værdiansættes til kostpris med fradrag af akkumulerede af- og nedskrivninger. Afskrivning på koncernsoftware foretages over forventet levetid, dog maksimalt 5 år.

Øvrige immaterielle anlægsaktiver værdiansættes til anskaffelsessværdi med fradrag af akkumulerede af- og nedskrivninger. Afskrivning foretages over aktivernes forventede levetid, dog maksimalt 20 år.

Erhvervede goodwill-, patent- og varemærkerettigheder samt koncernsoftware på op til 5 mio. DKK udgiftsføres som andre eksterne udgifter i anskaffelsesåret.

Materielle anlægsaktiver

Værdiansættes til anskaffelsessværdi med fradrag af akkumulerede af- og nedskrivninger. Afskrivning foretages over aktivernes forventede levetid. De forventede levetider er:

Bygninger	25 år
Bygningsinstallationer	10 år
Tekniske anlæg og maskiner	5 år
Andre anlæg, driftsmateriel og inventar	5 år

Materielle anlægsaktiver med en anskaffelsessværdi under 20 t. DKK samt mindre ombygnings- og forbedringsudgifter, der ikke anses for at give varig værdiforøgelse, udgiftsføres i anskaffelsesåret som andre eksterne udgifter.

Finansielle anlægsaktiver

Kapitalandele i datter- og associerede selskaber værdiansættes i moderselskabets regnskab til den forholdsmæssigt ejede andel af datterselskabernes og de associerede selskabers egenkapital (indre værdis metode), der reduceres med urealiserede koncerninterne avancer. Er egenkapitalen i et datterselskab negativ, reserveres et beløb svarende til den negative egenkapital i tilgodehavender hos datterselskabet eller hensættes.

Årets resultat og egenkapital for moderselskabet svarer herefter til koncernens.

Andre værdipapirer og kapitalandele, der hovedsageligt omfatter aktier anskaffet til vedvarende eje, værdiansættes til anskaffelsessværdi med fradrag af nedskrivning som følge af vedvarende værdiforringelse. Nedskrivninger medtages i resultatopgørelsen som finansielle udgifter.

Varebeholdninger

Råvarer, hjælpematerialer og varer under fremstilling værdiansættes til anskaffelsesspris.

Fremstillede færdigvarer værdiansættes til kalkuleret kostpris, der består af råvarers og hjælpematerialers anskaffelsesspris med tillæg af øvrige omkostninger, der direkte kan henføres til de enkelte varer. Der er ikke foretaget tillæg for indirekte produktionsomkostninger.

For varer, hvor nettorealisationssværdien er lavere end anskaffelsessprisen henholdsvis den kalkulerede kostpris, foretages nedskrivning til nettorealisationssværdi.

Handelsvarer værdiansættes til anskaffelsesspris eller nettorealisationssværdi, hvor denne er lavere.

Anskaffelsesspris og kalkuleret kostpris opgøres efter FIFO-princippet.

Tilgodehavender

Værdiansættes til nominel værdi med fradrag af nedskrivning til imødegåelse af forventede tab foretaget efter en individuel vurdering.

Værdipapirer

Købe- og salgssummen for egne aktier fragår henholdsvis til går egenkapitalen direkte.

Andre værdipapirer optages til anskaffelsessværdi eller kursværdi, hvis denne er lavere efter en porteføljebetragtning. Urealiserede tab medtages i resultatopgørelsen under finansielle poster.

Gæld

Gæld, herunder prioritetsgæld, optages til nominel værdi.

Pengestrømsopgørelse

Opstilles efter den indirekte metode med udgangspunkt i driftsresultat og viser koncernens pengestrøm for året og den likviditetsmæssige stilling ved årets udgang. Pengestrømmen kommer fra tre hovedområder: driften, investeringer og finansiering.

Likviditet omfatter likvide beholdninger og værdipapirer opført under omsætningsaktiver.

Likviditet fra driften reguleres for ikke-likvide driftsposter med tillæg af forøgelse eller fradrag af nedbringelse af driftskapitalen samt med fradrag af betalte selskabsskatter.

Driftskapitalen omfatter omsætningsaktiver og kortfristet gæld eksklusiv de poster, der indgår i kortfristet lånefinansiering og i likviditeten.

Investeringer omfatter køb og salg af anlægsaktiver, forudbetalinger på anlægsaktiver under opførelse, forøgelse af kapitalandele i datter- og associerede selskaber samt modtagne udbytter fra associerede selskaber.

Finansiering omfatter finansiering fra aktionærer samt lang- og kortfristet lånefinansiering.

Positive beløb angiver indbetalinger, mens negative beløb angiver udbetalinger.

Resultatopgørelse

1. oktober 2001 - 30. september 2002

Note	Koncern		Koncern		Moderselskab	
	Mio. DKK		Mio. EUR		Mio. DKK	
	2001/02	2000/01	2001/02	2000/01	2001/02	2000/01
1 Nettoomsætning	5.624	4.069	757	547	2.363	1.963
2 Ændring i lagre af færdigvarer og varer under fremstilling	16	101	2	14	15	-3
Andre driftsindtægter	77	31	10	4	50	62
Indtægter	5.717	4.201	769	565	2.428	2.022
Udgifter til råvarer og hjælpematerialer	-1.262	-768	-170	-103	-640	-484
Andre eksterne udgifter	-1.420	-1.070	-191	-144	-470	-396
3 Personaleudgifter	-1.829	-1.433	-246	-193	-754	-703
Resultat før afskrivninger	1.206	930	162	125	564	439
5 Indtægter fra kapitalinteresser					209	208
5 Overskud, associerede virksomheder	7	26	1	4	0	0
6-7 Afskrivninger	-282	-260	-38	-35	-178	-175
Driftsresultat	931	696	125	94	595	472
9 Særlige poster	410	0	56	0	285	0
Resultat før finansielle poster	1.341	696	181	94	880	472
10 Finansielle indtægter	126	69	17	9	165	97
11 Finansielle udgifter	-229	-141	-31	-19	-133	-52
Resultat før skat	1.238	624	167	84	912	517
12 Selskabsskatter	-341	-211	-46	-28	-142	-104
Årets resultat	897	413	121	56	770	413
Minoritetsinteresser	-127	0	-17	0	0	0
Coloplasts andel af årets resultat	770	413	104	56	770	413
Overskudsdisponering						
Bestyrelsen indstiller til generalforsamlingens godkendelse, at det regnskabsmæssige resultat fordeles således:						
Udbytte kr. 4,35 pr. aktie (24 mio. stk. aktier)					104	86
Til datterselskabsreserver					110	76
Til frie reserver					556	251
I alt					770	413

Balance

Pr. 30. september 2002

Note	Koncern		Koncern		Moderselskab	
	Mio. DKK		Mio. EUR		Mio. DKK	
	2001/02	2000/01	2001/02	2000/01	2001/02	2000/01
Aktiver						
Patenter og varemærker	10	1	1	0	8	1
Goodwill	65	0	9	0	0	0
Koncernsoftware	46	11	6	2	43	5
Forudbetalinger for immaterielle anlægsaktiver og immaterielle anlægsaktiver under udførelse	18	31	3	4	0	31
6 Immaterielle anlægsaktiver	139	43	19	6	51	37
Grunde og bygninger	928	826	125	111	173	173
Tekniske anlæg og maskiner	330	312	44	42	270	276
Andre anlæg, driftsmateriel og inventar	177	128	24	17	86	64
Forudbetalinger for materielle anlægsaktiver og materielle anlægsaktiver under udførelse	150	110	20	15	97	91
7 Materielle anlægsaktiver	1.585	1.376	213	185	626	604
8 Kapitalinteresser i datterselskaber					112	118
Tilgodehavender hos datterselskaber					412	455
8 Kapitalinteresser i associerede virksomheder	1	39	0	5	0	0
Tilgodehavender hos associerede virksomheder	0	26	0	3	0	0
8 Andre værdipapirer og kapitalandele	0	8	0	1	0	0
18 Udskudt skatteaktiv	182	147	25	20	75	99
Finansielle anlægsaktiver	183	220	25	29	599	672
Anlægsaktiver	1.907	1.639	257	220	1.276	1.313
13 Varebeholdninger	569	474	76	64	272	213
Tilgodehavender fra salg	1.107	734	149	99	139	67
14 Tilgodehavender hos datterselskaber					963	846
Tilgodehavender hos associerede virksomheder	5	37	1	5	0	0
15 Andre tilgodehavender	417	42	56	6	352	6
Periodeafgrænsningsposter	30	33	4	4	3	9
Tilgodehavender	1.559	846	210	114	1.457	928
16 Værdipapirer	1	1	0	0	1	1
Likvide beholdninger	320	273	43	37	138	65
Omsætningsaktiver	2.449	1.594	329	215	1.868	1.207
Aktiver	4.356	3.233	586	435	3.144	2.520

Balance

Pr. 30. september 2002

Note	Koncern		Koncern		Moderselskab	
	Mio. DKK		Mio. EUR		Mio. DKK	
	2001/02	2000/01	2001/02	2000/01	2001/02	2000/01
Passiver						
Aktiekapital	240	240	32	32	240	240
Datterselskabsreserver					418	308
Overført overskud	1.152	802	155	108	734	494
17 Egenkapital	1.392	1.042	187	140	1.392	1.042
Minoritetsinteresser	-1	11	0	2	0	0
18 Hensættelser til udskudt skat	4	3	1	0	0	0
19 Andre hensættelser	54	44	7	6	25	19
Hensættelser	58	47	8	6	25	19
20 Prioritetsgæld	546	182	74	24	179	28
20 Kreditinstitutter	1.066	56	143	8	874	0
Langfristet gæld	1.612	238	217	32	1.053	28
20 Prioritetsgæld	6	7	1	1	1	1
20 Kreditinstitutter	173	1.150	23	155	20	982
Leverandører af varer og tjenesteydelser	373	200	50	27	203	99
Gæld til datterselskaber					76	35
21 Selskabsskat	199	77	27	10	103	47
22 Anden gæld	419	356	56	48	153	166
Periodeafgrænsningsposter	23	20	3	3	16	16
Udbytte for regnskabsåret	102	85	14	11	102	85
Kortfristet gæld	1.295	1.895	174	255	674	1.431
Gæld	2.907	2.133	391	287	1.727	1.459
Passiver	4.356	3.233	586	435	3.144	2.520
23 Øvrige forpligtelser						
24 Finansielle instrumenter						
25 Transaktioner med nærtstående parter						

Pengestrømsopgørelse

Note	Koncern		Koncern	
	Mio. DKK		Mio. EUR	
	2001/02	2000/01	2001/02	2000/01
Driftsresultat	931	696	125	94
A Regulering for ikke likvide driftsposter	278	247	38	33
B Ændringer i driftskapital	-52	-102	-7	-15
Særlige poster	99	0	13	0
Renteindbetalinger og lignende	116	69	16	9
Renteudbetalinger og lignende	-221	-141	-30	-19
Betalt selskabsskat	-238	-169	-32	-22
Cash flow fra driftsaktivitet	913	600	123	80
Investeringer i immaterielle anlægsaktiver	-51	-31	-7	-4
Investeringer i grunde og bygninger	-165	-181	-22	-24
Investeringer i tekniske anlæg m.m.	-244	-213	-33	-29
Regulering af anlægsaktiver under udførelse	-40	5	-5	1
Salg af materielle anlægsaktiver	16	16	2	2
Tilkøb af virksomhed	-400	-897	-54	-120
Invest. i ass. virks. og andre værdipapirer og kapitalandele	0	8	0	1
Udbytte fra associerede virksomheder	6	17	1	2
Valutakursregulering af datterselskabers egenkapital	0	-16	0	-2
Cash flow fra investeringsaktivitet	-878	-1.292	-118	-173
Frit cash flow	35	-692	5	-93
Udbytte til aktionærer	-85	-72	-12	-10
Udbytte til minoritetsaktionærer	-129	0	-17	0
Investering i egne aktier	-25	-23	-4	-3
Langfristet lånefinansiering	1.290	-148	174	-20
Kortfristet lånefinansiering	-1.090	1.034	-147	139
Cash flow fra finansieringsaktivitet	-39	791	-6	106
Årets likviditet ændret med	-4	99	-1	13
Likviditet pr. 1.10.2001	274	175	37	24
Regulering for tilgang ved akkvisition	51	0	7	0
Årets likviditetsbevægelse (cash flow)	-4	99	-1	13
Likviditet pr. 30.9.2002	321	274	43	37
Likviditet omfatter:				
Værdipapirer	1	1	0	0
Likvide beholdninger	320	273	43	37
	321	274	43	37
Pengestrømsopgørelsen kan ikke udledes alene af det offentliggjorte regnskabsmateriale.				
A Regulering for ikke likvide driftsposter				
Afskrivninger	282	260	38	35
Resultatandel, associerede virksomheder	-7	-26	-1	-4
Forskydning, hensættelser i øvrigt	3	13	1	2
	278	247	38	33
B Ændring i driftskapital				
Varebeholdninger	-22	-93	-3	-13
Tilgodehavender fra salg	-162	-77	-22	-11
Øvrige tilgodehavender	35	-28	5	-3
Leverandør- og anden gæld mv.	97	96	13	12
	-52	-102	-7	-15

Påtegninger

Ledelsespåtegning

Bestyrelse og direktion har dags dato behandlet og godkendt årsrapporten for 2001/02 for Coloplast A/S. Årsrapporten er aflagt i overensstemmelse med årsregnskabsloven, danske regnskabsvejledninger samt de krav, Københavns Fondsbørs i øvrigt stiller til regnskabsaflæggelse for børsnoterede selskaber. Vi anser den valgte regnskabspraksis for hensigtsmæssig, således

at årsrapporten efter vores opfattelse giver et retvisende billede af koncernens og moderselskabets aktiver, passiver, finansielle stilling samt resultat og pengestrømme. Den supplerende beretning om vidensstyring for Coloplast A/S giver et retvisende billede inden for rammerne af almindeligt anerkendte retningslinjer herfor. Årsrapporten indstilles til generalforsamlingens godkendelse.

Humblebæk, den 19. november 2002

Direktion

Bestyrelse

Sten Scheibye

Adm. direktør

Palle Marcus

Formand

Niels Peter Louis-Hansen

Næstformand

Helle Bechgaard

Carsten Lønfeldt

Jytte Gliim

Per Magid

Flemming Moss

Lars Rasmussen

Maxwell S. Stringer

Kurt Anker Nielsen

Torsten E. Rasmussen

Knud Øllgård

Revisionspåtegning

Vi har revideret det af ledelsen aflagte koncernregnskab og årsregnskab for 2001/02 for Coloplast A/S, side 1 til 33.

Den udførte revision Vi har tilrettelagt og udført revisionen i overensstemmelse med internationale revisionsstandarder og danske revisionsbestemmelser med henblik på at opnå en begrundet overbevisning om, at regnskaberne er uden væsentlige fejl eller mangler. Under revisionen har vi ud fra en vurdering af væsentlighed og risiko efterprøvet grundlaget og dokumentationen for de i regnskaberne anførte beløb og øvrige oplysninger. Vi har herunder taget stilling til den af ledelsen valgte regnskabs-

praksis og de udøvede regnskabsmæssige skøn samt vurderet, om regnskabernes informationer som helhed er fyldestgørende.

Revisionen har ikke givet anledning til forbehold.

Konklusion Det er vor opfattelse, at koncernregnskabet og årsregnskabet er aflagt i overensstemmelse med dansk regnskabslovgivning, og at regnskaberne giver et retvisende billede af koncernens og moderselskabets aktiver og passiver, økonomiske stilling samt resultat.

København, den 19. november 2002

PricewaterhouseCoopers

Revisionsfirmaet Helge Bom A/S

Morten Iversen

statsautoriserede revisorer

John Schmidt

Claus Ørbech

statsautoriserede revisorer

Jan Rasmussen

Noter

	Koncern		Moderselskab	
	<i>Mio. DKK</i>		<i>Mio. DKK</i>	
	2001/02	2000/01	2001/02	2000/01
1. Nettoomsætning				
Danmark	139	121	146	134
Europa i øvrigt	4.191	2.958	1.996	1.631
Amerika (Nord- og Sydamerika)	976	697	51	39
Resten af verden	318	293	170	159
I alt	5.624	4.069	2.363	1.963
Omsætning uden for Danmark, %	98	97	94	93
2. Ændring i lagre af færdigvarer og varer under fremstilling	51	127	49	25
Regulering af intern avance i koncernen	-35	-26	-34	-28
I alt	16	101	15	-3
3. Personaleudgifter				
Lønninger, gager og bestyrelseshonorarer	1.609	1.264	695	654
Pensionsordninger	79	61	47	39
Andre udgifter til social sikring	141	108	12	10
I alt	1.829	1.433	754	703
Gennemsnitligt antal ansatte	5.285	4.115	2.442	2.241
Antal ansatte pr. 30.9.2002 omregnet til fuld tid	5.515	4.203	2.470	2.255
Af det samlede beløb til personaleudgifter udgør:				
Vederlag og pensionsbidrag til direktion			13	12
Bestyrelseshonorar			2	2
Hensættelse til vedtægtsbestemt pension vedrørende bestyrelsen			0	6
Vedrørende aktieoptioner se note 17 om egenkapitalen.				
4. Honorar til generalforsamlingsvalgte revisorer				
Samlet honorar til PricewaterhouseCoopers			2	2
Samlet honorar til Helge Bom A/S			0	0
Heraf for revision til PricewaterhouseCoopers			1	1
Heraf for revision til Helge Bom A/S			0	0
5. Indtægter fra kapitalinteresser				
Overskud i datterselskaber			290	250
Underskud i datterselskaber			-81	-42
I alt			209	208
Overskud i associerede virksomheder	7	26	0	0
Coloplast har som udbytte fra associerede virksomheder og datterselskaber modtaget	6	17	99	132

Noter

6. Immaterielle anlægsaktiver

Koncern 2001/02

Mio. DKK

	Patenter og varemærker	Goodwill	Koncern- software	Immaterielle anlægsaktiver under udførelse	I alt immate- rielle anlægs- aktiver
Samlet anskaffelsessum 1.10.2001	5	0	26	31	62
Tilgang ved køb af virksomhed	5	97	0	16	118
Overførsel til/fra andre poster	0	0	31	-31	0
Kursregulering	0	0	-1	-1	-2
Nyanskaffelser og forbedringer i årets løb	9	2	37	3	51
Afgang i årets løb	0	0	0	0	0
Samlet anskaffelsessum 30.9.2002	19	99	93	18	229
Samlede af- og nedskrivninger 1.10.2001	4	0	15	0	19
Tilgang ved køb af virksomhed	3	27	0	0	30
Overførsel til/fra andre poster	0	0	0	0	0
Kursregulering	0	0	0	0	0
Af- og nedskrivninger på afhændede aktiver	0	0	0	0	0
Årets af- og nedskrivninger	2	7	32	0	41
Samlede af- og nedskrivninger 30.9.2002	9	34	47	0	90
Bogført værdi 30.9.2002	10	65	46	18	139
Bogført værdi 30.9.2001	1	0	11	31	43
Årets af- og nedskrivninger	2	7	32	0	41
Årets tab ved salg af anlægsaktiver	0	0	0	0	0
Årets fortjeneste på salg af anlægsaktiver	0	0	0	0	0
Årets samlede afskrivninger	2	7	32	0	41

Moderselskab 2001/02

Mio. DKK

	Patenter og varemærker	Goodwill	Koncern- software	Immaterielle anlægsaktiver under udførelse	I alt immate- rielle anlægs- aktiver
Samlet anskaffelsessum 1.10.2001	5	0	16	31	52
Nyanskaffelser og forbedringer i årets løb	8	0	38	0	46
Overførsel til/fra andre poster	0	0	31	-31	0
Afgang i årets løb	0	0	0	0	0
Samlet anskaffelsessum 30.9.2002	13	0	85	0	98
Samlede af- og nedskrivninger 1.10.2001	4	0	11	0	15
Overførsel til/fra andre poster	0	0	0	0	0
Af- og nedskrivninger på afhændede aktiver	0	0	0	0	0
Årets af- og nedskrivninger	1	0	31	0	32
Samlede af- og nedskrivninger 30.9.2002	5	0	42	0	47
Bogført værdi 30.9.2002	8	0	43	0	51
Bogført værdi 30.9.2001	1	0	5	31	37
Årets af- og nedskrivninger	1	0	31	0	32
Årets tab ved salg af anlægsaktiver	0	0	0	0	0
Årets fortjeneste på salg af anlægsaktiver	0	0	0	0	0
Årets samlede afskrivninger	1	0	31	0	32

Noter

7. Materielle anlægsaktiver

Koncern 2001/02

Mio. DKK

	Grunde og bygninger	Tekniske anlæg og maskiner	Andre anlæg, driftsmateriel og inventar	Materielle anlægsaktiver under udførelse	I alt materielle anlægsaktiver
Samlet anskaffelsessum 1.10.2001	1.099	1.113	397	110	2.719
Tilgang ved køb af virksomhed	1	11	38	0	50
Overførsel til/fra andre poster	6	73	15	-94	0
Kursregulering	-10	-9	-4	0	-23
Nyanskaffelser og forbedringer i årets løb	159	71	85	134	449
Afgang i årets løb	-2	-9	-42	0	-53
Samlet anskaffelsessum 30.9.2002	1.253	1.250	489	150	3.142
Samlede af- og nedskrivninger 1.10.2001	273	801	269	0	1.343
Tilgang ved køb af virksomhed	0	4	20	0	24
Overførsel til/fra andre poster	0	0	0	0	0
Kursregulering	-2	-8	-4	0	-14
Af- og nedskrivninger på afhændede aktiver	0	-8	-31	0	-39
Årets af- og nedskrivninger	54	131	58	0	243
Samlede af- og nedskrivninger 30.9.2002	325	920	312	0	1.557
Bogført værdi 30.9.2002	928	330	177	150	1.585
Bogført værdi 30.9.2001	826	312	128	110	1.376
Årets af- og nedskrivninger	54	131	58	0	243
Årets tab ved salg af anlægsaktiver	0	1	1	0	2
Årets fortjeneste på salg af anlægsaktiver	-2	0	-2	0	-4
Årets samlede afskrivninger	52	132	57	0	241

Kontantværdien af danske grunde og bygninger andrager ifølge seneste offentlige ejendomsvurdering pr. 1.1.2002 554 mio. DKK. Koncernen har indgået kontrakter om levering af bygninger og tekniske anlæg og maskiner til en værdi af 44 mio. DKK.

Moderselskab 2001/02

Mio. DKK

	Grunde og bygninger	Tekniske anlæg og maskiner	Andre anlæg, driftsmateriel og inventar	Materielle anlægsaktiver under udførelse	I alt materielle anlægsaktiver
Samlet anskaffelsessum 1.10.2001	295	967	176	91	1.529
Nyanskaffelser og forbedringer i årets løb	12	30	35	97	174
Overførsel til/fra andre poster	5	73	13	-91	0
Afgang i årets løb	0	-17	-16	0	-33
Samlet anskaffelsessum 30.9.2002	312	1.053	208	97	1.670
Samlede af- og nedskrivninger 1.10.2001	122	691	112	0	925
Overførsel til/fra andre poster	0	0	0	0	0
Af- og nedskrivninger på afhændede aktiver	0	-16	-14	0	-30
Årets af- og nedskrivninger	17	108	24	0	149
Samlede af- og nedskrivninger 30.9.2002	139	783	122	0	1.044
Bogført værdi 30.9.2002	173	270	86	97	626
Bogført værdi 30.9.2001	173	276	64	91	604
Årets af- og nedskrivninger	17	108	24	0	149
Årets tab ved salg af anlægsaktiver	0	1	0	0	1
Årets fortjeneste på salg af anlægsaktiver	0	-3	-1	0	-4
Årets samlede afskrivninger	17	106	23	0	146

Kontantværdien af danske grunde og bygninger andrager ifølge seneste offentlige ejendomsvurdering pr. 1.1.2002 142 mio. DKK. Moderselskabet har indgået kontrakter om levering af bygninger og tekniske anlæg og maskiner til en værdi af 43 mio. DKK.

Noter

8. Finansielle anlægsaktiver

Mio. DKK	Koncern		Moderselskab		
	Kapitalinteresser i associerede virksomheder	Andre værdi- papirer og kapitalandele	Kapitalinteresser i datterselskaber	Kapitalinteresser i associerede virksomheder	Andre værdi- papirer og kapitalandele
Samlet anskaffelsessum 1.10.2001	119	16	1.316	0	0
Kapitalinvesteringer i årets løb	-119	0	67	0	0
Samlet anskaffelsessum 30.9.2002	0	16	1.383	0	0
Opskrivning 1.10.2001	37	0	436	0	0
Overskud fra datterselskaber	7	0	290	0	0
Afgang i året	-37	0	23	0	0
Regulering af resultat til ultimokurs	0	0	-3	0	0
Modtaget udbytte	-6	0	-99	0	0
Samlet opskrivning 30.9.2002	1	0	647	0	0
Nedskrivning 1.10.2001	-117	-8	-1.869	0	0
Kursregulering af primoreserver	0	0	12	0	0
Nedskrivning, herunder koncerngoodwill, over egenkapitalen	0	-8	-275	0	0
Underskud, datterselskaber	0	0	-81	0	0
Afgang i året	117	0	0	0	0
Regulering til ultimokurs	0	0	3	0	0
Samlet nedskrivning 30.9.2002	0	-16	-2.210	0	0
Modregning i tilgodehavender, datterselskaber	0	0	444	0	0
Værdi af finansielle anlægsaktiver	1	0	264	0	0
Intern koncernavance			-152	0	0
Bogført værdi 30.9.2002	1	0	112	0	0

9. Særlig poster

Fortjeneste ved salg af Coloplast konsumentvarer A/S
Fortjeneste ved salg af forretningsområdet Nutrition
Omstrukturering af brystplejeområdet mv.
I alt

Koncern		Moderselskab	
Mio. DKK		Mio. DKK	
2001/02	2000/01	2001/02	2000/01
236	0	294	0
222	0	0	0
-48	0	-9	0
410	0	285	0

Noter

	Koncern		Moderselskab	
	Mio. DKK		Mio. DKK	
	2001/02	2000/01	2001/02	2000/01
10. Finansielle indtægter				
Renteindtægter	11	16	6	9
Renteindtægter fra datterselskaber			57	42
Valutakursreguleringer	114	48	102	44
Andre finansielle indtægter	1	5	0	2
I alt	126	69	165	97
11. Finansielle udgifter				
Renteudgifter	91	36	62	17
Valutakursreguleringer	83	52	71	35
Kontrantabatter	43	41	0	0
Andre finansielle udgifter	12	12	0	0
I alt	229	141	133	52
12. Skat				
Aktuel skat af årets resultat	315	162	118	65
Ændring i udskudt skat vedrørende årets resultat	26	49	24	39
I alt	341	211	142	104
Skatten kan opdeles i:				
Skat af ordinært resultat	341	211	142	104
Skat af ekstraordinært resultat	0	0	0	0
I alt	341	211	142	104
Afstemning skatteprocent:				
Dansk skatteprocent	30	30		
Afvigelse i udenlandske datterselskabers skat i forhold til 30%	3	3		
Ikke skattepligtige indtægter og ikke fradragsberettigede udgifter	-5	1		
Effektiv skatteprocent	28	34		
13. Varebeholdninger				
Råvarer og hjælpematerialer	128	108	78	64
Varer under fremstilling	73	65	64	59
Fremstillede færdigvarer	368	301	130	90
Varebeholdninger 30.9.2002	569	474	272	213
14. Tilgodehavender hos datterselskaber				
Modregnet underbalance i datterselskaber			987	854
I alt			987	854
15. Andre tilgodehavender				
Andel, der forfalder mere end 1 år efter balancedagen	59	0	59	0
16. Værdipapirer				
Værdipapirbeholdningen pr. 30.9.2002 består hovedsageligt af danske obligationer	1	1	1	1

Noter

17. Egenkapital

Mio. DKK	Aktiekapital A-aktier	Aktiekapital B-aktier	Datterselskabs- reserver	Overført overskud	Egenkapital i alt
Saldo pr. 1.10.2001	18	222	308	494	1.042
Årets resultat			110	660	770
Køb af egne aktier				-32	-32
Salg af egne aktier				7	7
Deklareret udbytte				-104	-104
Udbytte af egne aktier				2	2
Goodwill fra tilkøbte selskaber og rettigheder				-276	-276
Ændring af primoværdier og øvrige reguleringer vedrørende datterselskaber				-17	-17
Saldo pr. 30.9.2002	18	222	418	734	1.392

Egne aktier:

Der er i regnskabsåret købt 56.605 stk. B-aktier, svarende til nominelt 566.050 DKK, hvilket udgør 0,2% af den samlede nominelle aktiekapital. Der er i regnskabsåret afhændet 19.440 stk. B-aktier, svarende til nominelt 194.400 DKK, hvilket udgør 0,1% af den samlede nominelle aktiekapital. Beholdningen pr. 30.9.2002 var 499.097 stk., svarende til nominel værdi 4.990.970 DKK, hvilket udgør 2,1% af den samlede nominelle aktiekapital og 2,2% af B-aktiekapitalen. Egne aktier er erhvervet med henblik på eventuel anvendelse i forbindelse med køb af virksomheder samt til incitamentsordninger til medarbejdere.

Aktieoptioner

Til selskabets direktion og ledende medarbejdere er der tilbudt to aktieoptionsprogrammer. Første program blev tilbudt i november 2000 til 120 personer og andet program i november 2001 til 140 personer. Af det første program blev 50% af programmet udstedt til kurs 371, som gennemsnit af 5 børsdage efter offentliggørelse af programmet og resten til kurs 393 fastsat som 371 + 6%. For 50% af det andet program blev kursen fastsat til 546, ligeledes efter gennemsnit af de 5 efterfølgende børsdage og resten til kurs 579 fastsat som 546 + 6%.

Tilbudt	Antal Stk.	Udnyttet Stk.	Bortfaldet Stk.	Ikke udnyttet pr. 30.9.2002	Udnyttelses- kurs	Udnyttes tidligst	Udnyttes senest
November 2000	64.300	19.350	3.050	41.900	371	November 2001	31.12.2006
November 2000	64.300		6.750	57.550	393	November 2002	31.12.2007
November 2001	58.525		450	58.075	546	November 2003	31.12.2008
November 2001	58.525		450	58.075	579	November 2004	31.12.2009

Direktionsmedlemmerne har ikke udnyttet deres andel af optionsprogrammerne, som pr. 30.9.2002 samlet udgør 15.500 stk. for det første program og 15.000 stk. for det andet program. Coloplast har en beholdning af egne aktier, der dækker fuld udnyttelse af optionsprogrammet. Idet aktieoptionerne er tildelt til markedskurs eller højere, er den teoretiske værdi ikke beregnet, og der er ikke ført bevægelser over resultatopgørelsen. Tilsvarende vil efterfølgende værdiregulering af aktieoptionerne ikke påvirke resultatopgørelsen eller balancen. Værdien af optionerne (beregnet ved anvendelse af Black & Scholes formel) på tildelingstidspunktet udgjorde for hver enkelt deltager maksimalt 2 måneders gage.

	Koncern		Moderselskab	
	Mio. DKK		Mio. DKK	
	2001/02	2000/01	2001/02	2000/01
18. Hensættelser til udskudt skat				
Udskudt skat primo	-144	-11	-99	40
Regulering vedrørende tidligere år	0	4	0	4
Kursregulering	5	0	0	0
Ændring i udskudt skat, ført på egenkapitalen	-65	-186	0	-182
Ændring i udskudt skat, ført på resultatopgørelsen	26	49	24	39
	-178	-144	-75	-99
Heraf udskudt skatteaktiv	182	147	75	99
Hensættelse til udskudt skat	4	3	0	0
19. Andre hensættelser				
Andre hensættelser primo	44	31	19	6
Ændring i andre hensættelser	10	13	6	13
Saldo pr. 30.9.2002	54	44	25	19

Noter

	Koncern		Moderselskab	
	Mio. DKK		Mio. DKK	
	2001/02	2000/01	2001/02	2000/01
20. Prioritetsgæld og kreditinstitutter				
Forfaldstidspunkt:				
Under 1 år	179	1.157	21	983
Fra 1-5 år	1.092	93	878	4
Over 5 år	520	145	175	24
I alt	1.791	1.395	1.074	1.011
Koncernens samlede gæld forrentes med en rentesats mellem 0,6 og 6,0% p.a. Til sikkerhed for prioritetsgæld er der stillet pant i grunde og bygninger med 525 mio. DKK.				
Gælden fordeler sig på følgende valutaer:				
DKK	397	151	117	94
EUR	806	166	542	28
JPY	28	31	0	0
USD	216	242	75	85
GBP	330	703	330	703
Andre	14	102	10	101
I alt	1.791	1.395	1.074	1.011
21. Selskabsskat				
Skyldige selskabsskatter omfatter den beregnede selskabsskat for regnskabsåret 2001/02 samt skyldig selskabsskat for regnskabsåret 2000/01. Skat betalt i årets løb indeholder foruden den betalte skat for 2000/01 også acontobetaling for indeværende regnskabsår.				
Skyldig selskabsskat, primo	77	90	47	51
Tilgang ved køb af virksomhed	45	0		
Kursregulering	0	-2		
Regulering vedrørende tidligere år	0	-4	0	-4
Skat af årets resultat	315	162	118	65
Betalt skat i årets løb	-238	-169	-62	-65
Saldo pr. 30.9.2002	199	77	103	47
22. Anden gæld				
Skyldige beløb vedrørende medarbejdere (løn, feriepenge mv.)	206	180	99	103
Skyldig moms og andre afgifter	72	40	24	10
Skyldige omkostninger i øvrigt	141	136	30	53
I alt	419	356	153	166
23. Øvrige forpligtelser og oplysninger				
Eventualforpligtelser:				
Pr. 30.9.2002 havde Coloplast garanteret for datterselskabers og associerede virksomheders låneengagementer og huslejeforpligtelser for et samlet beløb på	0	128	356	377
Leasingforpligtelser:				
Der er indgået leasingkontrakter, hvor forpligtelserne pr. 30.9.2002 udgør	62	34	4	5
Huslejeforpligtelser:				
Der er indgået huslejekontrakter, hvor forpligtelserne pr. 30.9.2002 udgør	241	210	10	12
Coloplast er part i mindre retssager, der ikke vil øve indflydelse på koncernens fremtidige indtjening.				

Noter

24. Finansielle instrumenter

Afdækning af valutarisici i koncernen

Mio. DKK	Kontraktbeløb til aftalekurs	Kurstab/-gevinst ved reg. til markeds- værdi 30.9.2002	Heraf medtaget i resultatopgørelsen for 2001/02	Udskudt resultatføring	Udløbs- periode
Indgåede valutakurskontrakter pr. 30.9.2002					
USD	311	10	10	0	okt. 2002-jan. 2003
GBP	158	0	0	0	okt. 2002-dec. 2002
EUR	641	2	0	2	okt. 2002-okt. 2003
Øvrige	207	2	2	0	okt. 2002-jul. 2003
I alt	1.317	14	12	2	
Indgåede valutaoptioner pr. 30.9.2002					
SEK/DKK købt put	20	0	0	0	okt. 2002
SEK/DKK solgt call	41	0	0	0	okt. 2002
I alt	61	0	0	0	

Valutakurskontrakter er indgået for at kurssikre nettovalutaeksposeringen (hedge accounting). De kontraktmæssige beløb udgør netto-salg af valuta på termin opgjort til kontraktkursen. De indgåede kontrakter kurssikrer 3-12 måneder af de forventede fremtidige nettopengestrømme. Nettoinvesteringerne (aktiver) i datterselskaber er ikke valutakurssikret pr. statusdagen. Alle finansielle instrumenter er indgået med internationalt anerkendte banker med god kreditrating. Der antages ikke at være kreditrisici forbundet med kontrakterne.

Renterisici	Koncern		Moderselskab	
	Mio. DKK		Mio. DKK	
	2001/02	2000/01	2001/02	2000/01
Rentebærende nettogæld pr. 30.9.2002				
Prioritetsgæld	552	189	180	29
Kreditinstitutter	1.239	1.206	894	982
Rentebærende gæld til datterselskaber			15	32
Rentebærende tilgodehavender hos datterselskaber			-1.264	-1.180
Værdipapirer	-1	-1	-1	-1
Likvide beholdninger	-320	-273	-138	-65
I alt	1.470	1.121	-314	-203

Rentefastsættelsen er bortset fra prioritetsgæld og værdipapirer baseret på aftaler med kort levetid (under 1 år). Der er foretaget delvis afdækning af renterisici på langfristet gæld ved anvendelse af finansielle instrumenter. Dagsværdien på indgåede renteinstrumenter udgør en forpligtelse på 3 mio. DKK pr. 30.9.2002, der resultatføres i takt med de underliggende rentebetalinger. Beløbet er ikke indregnet i balancen.

25. Transaktioner med nærtstående parter

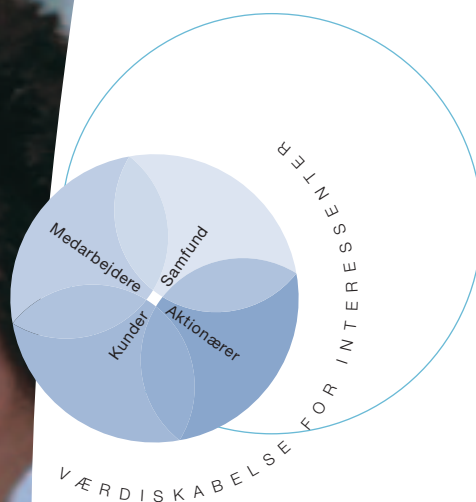
Coloplast koncernens nærtstående parter udgøres af bestyrelses- og direktionsmedlemmer i Coloplast koncernen, betydelige aktionærer i moderselskabet Coloplast A/S samt koncernens associerede selskaber. Coloplast koncernen har haft følgende væsentlige transaktioner med nærtstående parter.

Salg til associerede virksomheder	6	138
-----------------------------------	---	-----

Der har ikke været væsentlige transaktioner med øvrige nærtstående parter. For informationer vedrørende vederlag til direktion og bestyrelse henvises til note 3. Alle transaktioner med nærtstående parter finder sted på markedsbaserede vilkår.

"Gennem instruktørerfaringen er jeg selv blevet bedre til mit arbejde. Jeg har fået et langt bedre overblik over maskinerne", siger Naja Petersen.

Supplerende beretning – videnregnskab og værdiskabelse for interessenter



Figuren symboliserer værdiskabelsen for Coloplasts fire vigtigste interessenter: kunderne, medarbejderne, samfundet og aktionærerne.

Det er vores mål at samarbejde med interessenterne om at synliggøre værdiskabelsen for den enkelte interessent, samtidig med at vi øger den samlede værdiskabelse år for år.

“Inden for vores forretningsområder ønsker vi globalt at være den foretrukne leverandør af medicinsk udstyr og service, der forbedrer brugernes livskvalitet”

– fra Coloplasts Mission

Værdier skaber værdi

I Coloplasts Mission beskrives forretningsgrundlaget og virksomhedens vigtigste kendetegn. En global tankegang skal føre til vækst og større værdi for kunder, medarbejdere og aktionærer. Coloplast skal være bedst til at leve op til kundernes forventninger og hele tiden søge nye veje til at øge medarbejdernes trivsel. Det er ikke nok, at produkterne gør livet lettere for den enkelte. Kunderne skal også vide, at produkterne er blevet til i en virksomhed, som handler ansvarsbevidst i enhver henseende. Coloplast kan yde et bidrag til en bæredygtig udvikling. Derved skaber virksomheden den bedste langsigtede værditilvækst for aktionærerne. Coloplasts Værdisæt beskriver de væsentligste principper for, hvordan vi driver virksomhed, og hvordan vi når vores mål - og er derfor nøglen til en fremtid med fremgang.

Beretningens opbygning

Værdiskabelsen skal år for år øges for kunder, medarbejdere, samfund og aktionærer. Den supplerende beretning er i fire hovedafsnit, som beskriver indsatser og resultater i værdiskabelsen for hver interessent. Medarbejdere fra store dele af koncernen har i år været med i en proces, der skulle opdatere Mission og Værdisæt. Coloplasts Mission findes forrest i årsrapporten.

Vi sætter mål og følger op på indsatser og resultater ved hjælp af udvalgte indikatorer. Coloplast har siden 1995 arbejdet med EFQM Excellence modellen, der bygger på, at sammenhængen mellem indsatser og resultater kan beskrives. Virksomheden drives optimalt, når strategier og beslutninger på samme tid øger tilfredsheden hos kunder og medarbejdere, har en positiv effekt på samfundet og bidrager med gode økonomiske resultater til gavn for aktionærerne. Beretningen kaldes et videnregnskab, fordi den sætter tal på indsatser og resultater samt ord på organisationens viden om sammenhængen mellem dem. Internt udarbejdes kvartalsvise beretninger over indsatser og resultater, der kan indgå i Coloplasts planlægningsproces.

Coloplast fremlægger i år sin femte beretning om videnregnskab og værdiskabelse. Indikatorerne er i år tilpasset, så de svarer til opdateringen af Mission, Værdisæt og de langsigtede målsætninger for koncernen.

Tillid motiverer

“Jeg synes det er meget motiverende at få lov til at komme til Ungarn, og at arbejdspladsen har tillid til, at jeg kan klare det,” siger Naja Petersen, der til daglig arbejder som driftsoperatør i kontinensdivisionen. Hun har været i Ungarn to gange for at lære sine ungarske kolleger i Tatabánya at producere uridomer.

Naja har selv betjent maskinerne i halvandet år, mens de stod i Kokkedal. For hende har instruktørerfaringen betydet afveksling fra hverdagens rutiner og været en spændende udfordring.

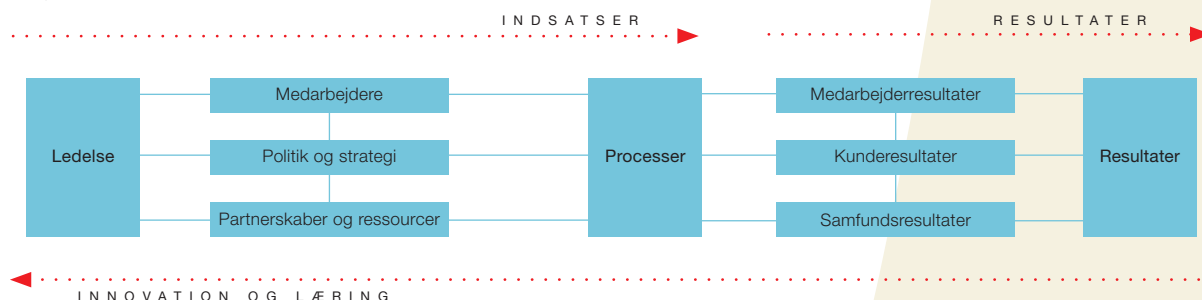
Hverdagen som instruktør i et andet land er ikke nødvendigvis forudsigelig. Den kræver, at instruktøren kan tage ansvar og udvise initiativ – og lejlighedsvis improvisere:

“Første gang i Ungarn var der nogle problemer med den splinternye maskine. Jeg følte ikke, at jeg slog til, når vi ikke kunne producere. I stedet besluttede jeg mig for at lære mine ungarske kolleger at træde maskinen – det vil sige sætte folie i,” beretter Naja.

“Det har været en fornøjelse at videregive viden om mit arbejde. Ikke fordi vi glæder os til at vores center skal lukke ned – slet ikke.

Jeg er blevet spurgt, om jeg er bange for at skulle til Ungarn og dermed give mit arbejde fra mig. Men sådan har jeg aldrig tænkt. Jeg er ikke bange for at prøve noget nyt,” fortæller Naja.

EFQM Excellence model



EFQM Excellence modellen er et registreret varemærke ©

"Det kan jo ikke nytte at sidde og pive," siger Else Andersen, som det positive og glade menneske hun er, men "lugten var svær at klare. Det er sket, at jeg er vågnet om natten med voldsom kvalme."

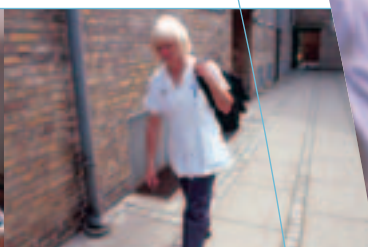
Supplerende beretning **Kunder**

Coloplasts produkter leveres enten via forhandlere eller direkte til brugerne ledsaget af rådgivning eller anden service.

Brugerne skal kunne stole på, at produkterne er af højeste kvalitet, og at de trygt kan leve et aktivt liv. Denne tryghed giver frihed og dermed øget livskvalitet.

Vi trækker på brugeres og behandleres erfaring og viden, når vi udvikler innovative løsninger. Kundernes behov, krav og forventninger ændrer sig over tid. Derfor måler vi med jævne mellemrum kundetilfredsheden og tilpasser produkter og service til kundernes aktuelle behov.





Forståelse for kundebehov og markedsforhold

Dialogen med behandlere og brugere foregår i brugerpaneler. Her inddrages brugerne i udviklingsprocessen, afprøver produktet og kan påvirke dets udformning, indtil det markedsføres. Der er bruger- og behandlerpaneler for hvert af de tre største forretningsområder i de fleste europæiske lande. De hedder Coloplast Ostomy Forum, Coloplast Continence Advisory Boards og Wound Advisory Boards. Coloplast har i år haft 36% flere møder med behandler- og brugergrupper om produktudvikling end sidste år med størst stigning på sårplejeområdet. Dertil kommer 1.855 seminarer i salgsselskaberne om bestående produkter.

Coloplast har siden 1995 målt kundetilfredshed på alle væsentlige markeder og for alle forretningsområder. I 2001/02 er gennemført 16 målinger, tre færre end i 2000/01, hvor en større ændring af metodegrundlaget fandt sted, og antallet derfor var særligt højt. 5.273 kunder har deltaget i årets målinger. Der er foretaget 47 lokale kundeloyalitetsmålinger i det forløbne år.

På faglige seminarer og konferencer får vi ny viden om tendenser inden for behandling og forebyggelse. I internationale kongresser deltager Coloplast kun, hvor ledende eksperter og kunder deltager og nye produkter lanceres. Vi deltog i seks kongresser i 2001/02 mod otte sidste år. Coloplast har endvidere deltaget med præsentationer på 152 nationale kongresser i årets løb.

E-business løsninger har skabt tættere kontakt med kunderne og mellem dem. Eksempler på websites rettet mod brugerne er: TheBreastCareSite for brystopererede i USA og SpinalNet for mennesker med rygmærskade i Storbritannien. StomaNet henvender sig til stomisygeplejersker i Sverige og Holland. I Italien kan kunder bestille varer på Coloplasts website.

Styring af processer og teknologier

Coloplasts produkter er baseret på innovation og højteknologi med det mål at sikre brugeren den mest effektive behandling. Hudvenlige klæbere indgår i de fleste produkter. Klæberteknologien er vores mest betydningsfulde teknologiske kompetence og er afgørende for konkurrenceevnen. Forskning i og udvikling inden for hud- og klæberteknologi foregår dels bredt i Coloplast Research, dels mere anvendelsesorienteret i produktdivisionerne.

Værdikæden for kunderne

Mission og Værdisæt



- Forståelse for kundebehov og markedsforhold
- Styring af processer og teknologier
- Styrkelse af innovation

Indsatser



- Produktkvalitet
- Servicekvalitet

Resultater



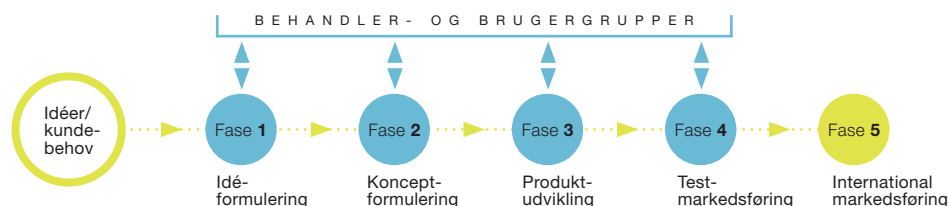
Fru Andersen kan have gæster igen

*"Før måtte fru Andersen have skiftet bandage to gange dagligt af hjemmesygeplejen," fortæller projektsygeplejerske Hanne Vogensen fra H/S Videncenter for Sårheling på Bispebjerg Hospital. Hun har afprøvet Coloplasts antibakterielle skumbandage **Contreet** Skum på en gruppe bensårpatienter.*

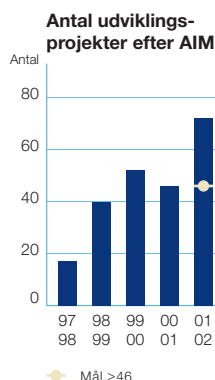
Else Andersen er 85, og hendes veneklap-per fungerer ikke længere så godt. Derfor får hun væskeansamlinger i benene, og blot et lille stød kan give sår. Infektion med bakterier har været det største problem for fru Andersen, for inficerede sår både væsker og lugter.

"Efter få dage med den rigtige behandling var lugten væk, sårene væskede mindre og behøvede kun at blive skiftet tre gange om ugen. Det betød, at fru Andersen kunne genoptage sit sociale liv," konstaterer Hanne Vogensen.

"Det er meget tilfredsstillende at være med til at afprøve produkter på et område, der har været forsømt," siger Hanne Vogensen. "Det er godt, at jeg kan sætte rigelig tid af til sårpleje hos patienter i projektet og forsøge at indrette besøgene i forhold til deres gøremål. Jeg er også opmærksom på, at projekterne bliver gennemført etisk forsvarligt."



The World Congress of Enterostomal Therapists er et vigtigt forum for stomisygeplejersker, der ønsker at dele deres viden og skabe dialog om nye behandlingsmetoder med fagkolleger.



Coloplast har i den strategiske teknologiplan fastlagt yderligere to teknologier, der understøtter produktstrategien, nemlig fuldt automatiserede produktionssystemer og udvikling af teknologier og kompetencer, der knytter sig til produkter indeholdende lægemidler.

Visse processer har afgørende betydning for opfyldelsen af de strategiske målsætninger og har direkte indflydelse på værdiskabelsen. Eksempelvis systemer til hurtig og effektiv indkøring af nye maskiner i produktionen, en hurtigere, bedre og billigere distribution til kunderne og en bedre forståelse af kravene til myndighedsgodkendelse og prisfastsættelse i de enkelte lande. Der er udpeget såkaldte procesejere til at udvikle disse nøgleprocesser og kompetencerne bag dem.

Styrkelse af innovation

Coloplast har en produktudvikling, der tilstræber det kortest mulige forløb fra idé til markedsføring af et nyt produkt. Processen benævnes AIM, Accelerate Ideas to Market. I 2001/02 har 72 projekter fulgt denne proces, hvilket er en pæn stigning fra tallet sidste år.

Processen er opdelt i fem faser, som hver afsluttes med en kritisk vurdering. Allerede fra de første faser vurderes behovet for teknologi og produktionskapacitet helt frem til markedsføringen.

Med dette gennemprøvede forløb kan kvalitetsprodukter udvikles på kort tid. **Assura** Convex Light fra stomidivisionen og **Alione** fra sårplejedi-divisionen er eksempler på produkter lanceret i år.

For at højne innovationsevnen gennemfører Coloplast målrettede kreativitetskurser og innova-

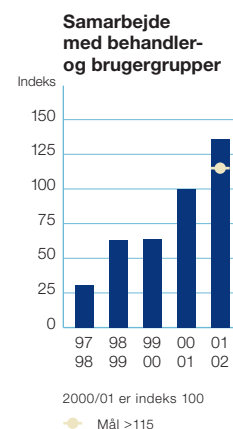
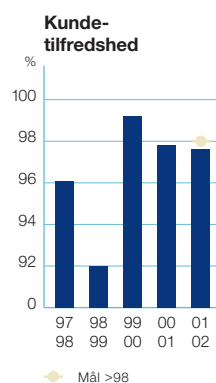
tionskonferencer, ligesom der udveksles erfaringer med andre virksomheder.

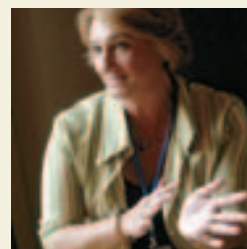
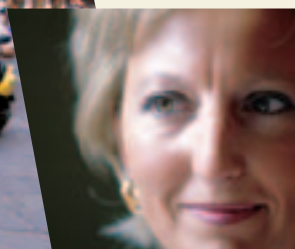
3,7% af omsætningen gik i 2001/02 til forskning, proces- og produktudvikling.

Produktkvalitet

Som leverandør til sundhedsvæsenet skal Coloplast CE-mærke produkterne. Kravene i Europa og USA opfyldes med et certificeret kvalitetsstyringssystem. Coloplasts kvalitetsstyring gennemgår årlige eksterne audits efter EN 46001 standarden. Siden certificeringen i 1994 er Coloplast ikke noteret for en eneste kritisk afvigelse. Kun enkelte mindre afvigelser er forekommet. Ved audits i 2001/02 fandtes ingen afvigelser. Antallet af reklamationer er faldet med 6% fra sidste år. Sårplejeområdet har vist størst fremgang med næsten en halvering af reklamationsniveauet.

96,0% af brugerne i kundetilfredshedsmålinger var tilfredse med Coloplasts produkter. Den vægtede tilfredshed med Coloplasts produkter og service var 97,6% mod 97,8% hos de kunder, der deltog i målinger sidste år.





Servicekvalitet

Med opkøb i Tyskland, Storbritannien og USA har Coloplast udvidet rollen som leverandør af medicinsk udstyr til også at rådgive brugerne. Det er tilfældet på stomiområdet i Tyskland, hvor HSC's sygeplejersker besøger stomiopererede i hjemmet, og i Storbritannien på kontinensområdet, hvor sygeplejersker fra **ThackrayCare** giver råd og vejledning hjemme hos mennesker med vandladningsproblemer. Sterling Medical i USA servicerer sygeforsikringsordninger med produktoversigter, rapporter om produkters patientvenlighed og omkostningseffektivitet samt sørger for fakturering. Sterling styrer desuden servicen til patienter i hjemmet under forsikringer, der omfatter sårpleje, stomipleje, samt kontinens- og diabetesbehandling.

Coloplasts evne til at levere den rette vare på rette tid og sted måles regelmæssigt. Samtlige leverede ordrer er med i målingen. I Europa skal mindst 98,5% af varerne ekspederes inden for 24 timer fra ordremodtagelsen. Resultatet blev 95,8%. Det relativt lave resultat skyldes primært Coloplasts køb af SSL's produktprogram. Umiddelbart før overtagelsen nedbrændte produktionsfaciliteterne, og det fremkaldte en anstrengt leveringssituation, indtil der blev fundet alternative leverandører. Situationen er nu normaliseret. Desuden oversteg salgsudviklingen for **Assura Hide-away** og **EasiCath** langt forventningerne, hvilket skabte udfordringer, der nu er løst.

Kundetilfredshedsmålingerne i 2001/02 viste, at 98,6% af de behandlere og rådgivere i sundhedsvæsenet, som benytter Coloplasts service, var tilfredse med Coloplast som leverandør.

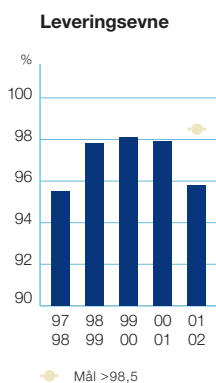
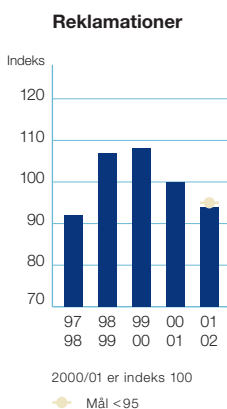
WCET, Firenze, 2002

"Sygeplejersken betragtes som en samarbejdspartner, der giver psykisk støtte og finder praktiske løsninger," siger Maria Assunta Porcu, en af de italienske sygeplejersker bag en netop afsluttet livskvalitetsundersøgelse.

Livskvaliteten hos stomiopererede og deres pårørende er kortlagt ved identiske undersøgelser i Italien og Spanien. Det er sygeplejersker fra Coloplasts behandlerpaneler i de to lande, der har stået for undersøgelseerne. De spurgte bl.a. om de stomiopereredes opfattelse af stomisygeplejerskens rolle. Det viste sig, at de anser hendes praktiske støttefunktion for meget vigtig, men at hendes rolle som social støtteperson er endnu vigtigere.

"Jeg bruger resultaterne, når jeg underviser på sygeplejeskolen i Milano," siger kollegaen Nadia Sironi. "De er et godt redskab i kommunikationen med de stomiopererede."

Nadia Sironi, Maria Assunta Porcu og Dolores Ruiz er med i Coloplasts behandlerpaneler i Italien og Spanien. De tre stomisygeplejersker fremlagde resultaterne af deres livskvalitetsundersøgelse på WCET, en verdenskongres for stomisygeplejersker, i Firenze i juli 2002.



"Jeg mener, den slags undersøgelser er vigtige, hvis vi skal give bedre behandlingstilbud. Vi fandt nogle områder, hvor informationen til de stomiopererede og deres pårørende har været utilstrækkelig eller ikke er givet på det rigtige tidspunkt, f.eks. om seksuallivet," siger Dolores Ruiz. "Jeg føler mig meget bedre i stand til at håndtere kommunikationen nu, hvor jeg har tal, der understøtter min viden."

GROUP 3:

Coloplast har udviklet sit eget akademi for at sikre, at medarbejdere udvikles på områder, der er strategisk vigtige for fremtidig vækst. "Målet er at skabe et fælles fundament, hvor en stor del af undervisningen er baseret på vores værdier og processer. Det støtter introduktionen i virksomheden og forankring og deling af viden på tværs i organisationen," siger international projektleder Michael Wulff Pedersen.

Supplerende beretning Medarbejdere

Coloplast ønsker at tiltrække og udvikle mennesker, der trives i et aktivt miljø, hvor personligt engagement er afgørende. Ledelsen lægger vægt på gensidig tillid og åbenhed og på den enkelte medarbejders personlige og faglige udvikling. Information og kommunikation prioriteres højt i organisationen, og videndeling foregår på tværs af afdelinger og niveauer. Vi tror på, at et udfordrende job er den bedste uddannelse. Ledelsen tilskynder til jobrotation, så medarbejderne udvikles gennem forskellige jobfunktioner og fagkompetencer. Det giver et godt grundlag for intern rekruttering af ledere.





Bedst mulige arbejdsforhold

I Coloplast er det daglige arbejde en læreproces. 59% af produktionsmedarbejdere i Danmark indgår i selvforvaltende grupper. Denne arbejdsform har fremmet trivsel og effektivitet i veletablerede produktionsafsnit.

Sikkerhed og arbejdsmiljø styres decentralt i grupper under ledelse af uddannede sikkerhedsledere. Arbejdet foregår i tæt samspil med de offentlige myndigheder.

Siden Coloplast blev noteret på Københavns Fondsbørs i 1983 er medarbejderne seks gange blevet tilbudt medarbejderaktier til favørkurs. Desuden er selskabets direktion og ledende medarbejdere tildelt aktieoptioner. Disse initiativer er indført for bl.a. at fremme motivation og engagement i det daglige arbejde.

Dialog med medarbejderne

Hvert år drøfter leder og medarbejder/medarbejdergruppe i en udviklingssamtale kvaliteten af arbejdet i den forløbne periode samt planer og jobnormer for det kommende år. Samtidig opstilles en uddannelsesplan for det nuværende job og eventuelle fremtidige opgaver.

Ledelsen har siden 1996 foretaget systematiske målinger af, hvordan medarbejderne trives. Opfølgning på målingerne foregår bl.a. ved, at der afdelingsvis vælges indsatsområder og opstilles forbedringsmål for den kommende periode.

Forskellighed respekteres

Respekten for kulturforskelle og andre forskelligheder mellem mennesker er en del af vores reviderede Mission og Værdisæt. Kulturforskelle beriger organisationen, og Coloplast ansætter de bedste medarbejdere uanset baggrund. Medarbejdernes forskellighed udnyttes til fælles udvikling i uddannelsessammenhæng. Coloplast Academy skal i sin uddannelsesindsats sikre, at der på tværs af forskelligheder skabes et fælles fundament på områder af strategisk betydning.

Processen bestemmer farten

"Når vi gerne vil hurtigt på markedet med nye og forbedrede produkter," siger Bettina Metzler, "må vi have struktur og systematik i processerne. Det fik jeg virkelig øjnene op for, da jeg i maj deltog i kurset om processtyring," fortæller Bettina, som arbejder med nye forretningsområder i sårpleje-divisionens kommercielle udviklingsafdeling.

"Kurset var meget praktisk orienteret, og en blanding af teori og øvelser bragte procesarbejdet helt ned på jorden."

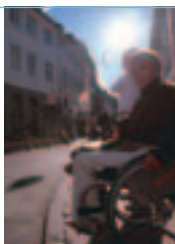
Bettina var kort før kursets start gået i gang med at undersøge kundebehov og værdien af fokusgrupper med behandlerne.

"Jeg kiggede specielt på customer activity cycles, en proces hvor man følger et behandlingsforløb hos en person med f.eks. skinneblessår fra det tidspunkt, hvor de første symptomer opstår, til såret er helet. Dermed gennemgår man de væsentligste pleje- og behandlingsaktiviteter set fra brugerens og behandlerens synsvinkel. Her er der flere faser, som er indbyrdes afhængige, og hver især giver os værdifuld information om kundebehov."

"Kursets praktiske eksempler hjalp mig til at se, hvilke faser jeg skulle være særligt opmærksom på, og hvordan jeg skulle sikre, at alle led i processen fik opmærksomhed på det rette tidspunkt," forklarer Bettina.

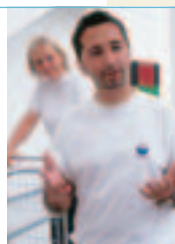
Værdikæden for medarbejdere

Mission
og Værdisæt



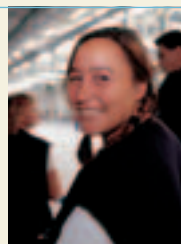
- Bedst mulige arbejdsforhold
- Dialog med medarbejderne
- Forskellighed respekteres
- Medarbejderudvikling
- Videnstyring

Indsatser



- Attraktiv virksomhedskultur
- Kernekompetencer

Resultater





I VIP, Videndeling i Produktionen, kan produktionsmedarbejderne bl.a. hente oplysninger om, hvordan maskinerne har kørt og hvor meget, der er produceret.

Status overleveres elektronisk

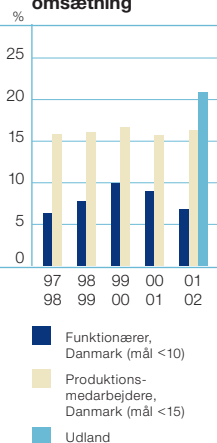
I kontinensdivisionen bruger medarbejderne et elektronisk videndelingssystem, Videndeling i Produktionen. I systemet kan medarbejderne hente oplysninger og indtaste informationer.

"Hver dag gennemgår jeg rapporteringen på, hvad der er produceret. Jeg kontrollerer tallene og bruger dem til at udarbejde nøgletal," fortæller produktionsmedarbejder John Mørup Carlsen. "Jeg er også ansvarlig for miljørapporteringen, hvor jeg bruger VIP til at trække tallene ud."

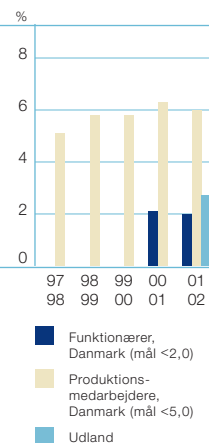
Dan Baumgarten, som er smed, bruger også VIP: "Jeg ser på status for maskinerne, hvordan de har kørt på aften- og natholdet, hvor der evt. har været problemer, så vi ved, hvor vi skal sætte ind. Vi følger også med i, hvordan maskinerne kører i Ungarn. Vi har jo en masse erfaringer med maskinerne, som ungarene kan få gavn af."

I VIP kan vi komme med forslag til forbedringer af maskinerne og registrere, hvilke former for vedligeholdelse, der er udført. Undervejs skriver vi altid, hvad vi har lavet, så de andre smede kan gå ind og se status på de enkelte maskiner."

Personale-omsætning



Fravær



Medarbejderudvikling

En Coloplast medarbejder i Danmark brugte i årets løb i gennemsnit 5,9 dage på uddannelse eller 34% mere end sidste år. Uddannelsesomkostningerne var 7.518 kr. pr. medarbejder i Danmark. I udlandet var tallene lavere, henholdsvis 3,8 dage og 6.999 kr.

Coloplast's Academy udbyder kurser inden for tre hovedkategorier med et konstant uddannelsesbehov – virksomhedsintroduktion, faglig videreuddannelse og ledelse. De internationale kurser trækker på eksperter fra anerkendte institutioner som INSEAD og London Business School.

I den danske funktionærgruppe har 16% jobroket i 2001/02. I selskaber uden for Danmark er tallet kun 5%, bl.a. fordi det er vanskeligere at organisere jobbrokering i mindre virksomheder.

I Danmark blev 64% af de opslåede lederstillinger sidste år besat internt, og for udlandet var tallet 54%. Vores målsætning blev opfyldt.

Videnstyring

Coloplasts medarbejdere skal være velinformerede, så arbejdsopgaverne løses optimalt. Videnstyring er en vigtig konkurrenceparameter, og alle medarbejdere har ansvar for at udvikle, dokumentere og formidle deres viden om forhold, som påvirker Coloplasts konkurrenceevne.

Næsten alle medarbejdere har IT-adgang, og Coloplasts intranet, InSite, som blev introduceret i år 2000, benyttes i stigende omfang til videndeling.

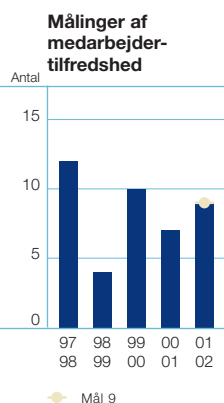
Attraktiv virksomhedskultur

Resultaterne af årets medarbejdertilfredshedsmålinger viste, at tilfredsheden i Danmark er steget til det højeste nogensinde, mens tilfredsheden i datterselskaberne varierede, med enten fremgang eller tilbagegang i de enkelte selskaber. Målingerne er i år gennemført i 9 selskaber med 2.852 medarbejdere. Besvarelsesprocenten var 87 i gennemsnit.

Tilfredsheden vurderes på en skala fra 1-5, hvor 5 er maksimum.

I Danmark var den samlede tilfredshed 3,83 mod 3,71 sidste år. I datterselskaberne varierede den samlede tilfredshed mellem 3,39 og 4,03, mens den sidste år varierede mellem 3,75 og 4,31. Der bliver arbejdet målrettet med at forbedre resultaterne ud fra valgte indsatsområder i de enkelte afdelinger og divisioner gennem hele året.

Målingerne viste også, at medarbejderne efter opdateringen af Coloplasts Mission i høj grad kan identificere sig med den, og den vægtede tilfredshed hermed var 3,90.



Der er gennemført en målrettet indsats for at forbedre de områder, hvor resultaterne sidste år var lavest.

Personaleomsætningen faldt fra 9,0% til 6,8% for funktionærer, mens den steg fra 15,7% til 16,3% for produktionsmedarbejdere. I udlandet var personaleomsætningen 20,9%. Både funktionærer og produktionsmedarbejdere har et lavt fravær. I Danmark henholdsvis 2,0% og 6,0%, i udlandet 2,7%.

I 2001/02 steg antallet af ulykker på de danske fabrikker til 59 fra 46 sidste år. Ulykkesfrekvensen steg således fra 15 til 17 ulykker pr. mio. arbejdstimer. Antal tabte arbejdstimer p.g.a. ulykker steg med 35% fra 3.699 sidste år til 4.995. Det er en utilfredsstillende udvikling, som vi arbejder på at vende.

Tilfredsheden med sikkerhed og arbejdsmiljø er fortsat høj: 4,09 for funktionærer og 3,68 for produktionsmedarbejdere i Danmark.

Medarbejdertilfredshed styrker Coloplasts evne til at tiltrække nye medarbejdere. Antallet af uopfordrede ansøgninger var godt 7.000, heraf 4.350 i Danmark. I alt har Coloplast modtaget 25.629 jobansøgninger i årets løb.

Coloplast deltager på job- og karrieremesser i Danmark. I 2001/02 deltog vi på 2 ingeniørmesser, 2 messer for økonomistuderende samt 1 messe for farmaceuter. Det samlede besøgstal var ca. 22.000.

I Universum Communications' rapport 'Young Professional Survey 2002' ligger Coloplast på en 13. plads blandt danske virksomheder, som unge ingeni-

ører og økonomer med 1-8 års erhvervserfaring ønsker som fremtidig arbejdsplads. Det er et fremskridt fra 2001, hvor Coloplast lå på en 17. plads. De unge, der peger på Coloplast som deres ideelle arbejdsgiver, forbinder virksomheden med et godt ry, markedssucces, en dynamisk organisation, spændende produkter og finansiell styrke. Respondenterne er gennemsnitligt 30 år, og de prioriterer et arbejde med stigende, udfordrende opgaver, balance mellem arbejde og fritid samt mulighed for ledelsesansvar højt som mål for deres karriere.

Kernekompetencer

Coloplasts kompetencer bygger på specifik viden om vores produkter og service og på viden om produktions- og forretningsprocesser. De er vanskelige at kopiere for konkurrenterne. Nye kompetenceområder bygges nu op for at opnå vores strategiske mål. Der er etableret særlige systemer for styring af viden og udvikling af kompetencer på de vigtige områder forståelse af kundebehov, teknologi, innovation, markedsføring og service.

Kurser og uddannelsesprogrammer i Coloplast Academy sigter på at opnå vækst i kompetencerne på tværs af afdelinger og fagområder.

Medarbejdertilfredshed

Point på skala fra 1 til 5	Danmark 2001/02	Danmark 2000/01	Udland* 2001/02	Udland* 2000/01
Engagement i arbejdet	4,5	4,3	4,3	4,2
Mulighed for personlig udvikling	3,6	3,5	3,4	3,6
Mulighed for faglig udvikling	3,6	3,4	3,4	3,4
Indflydelse på arbejdsituation	3,8	3,7	3,6	3,6

*Gennemsnit af resultaterne i de selskaber, der har gennemført en måling og har brugt disse spørgsmål.

“Coloplast har via sit medlemskab af Plastindustriens miljøudvalg deltaget i opdateringen af branchens miljøpolitik. Som ISO 14001 certificeret virksomhed er Coloplast forpligtet til at integrere politikken i sit miljøarbejde,” siger Jon Buntzen Müller, som er miljøkoordinator på fabrikken i Thisted.

Supplerende beretning **Samfundet**

Coloplast tager aktivt ansvar for at bidrage til en bæredygtig udvikling. Virksomheden må derfor skabe balance mellem grundpillerne i forretningen: driftsresultat, medarbejdertrivsel, social ansvarlighed og miljøbeskyttelse. Balance er ensbetydende med, at Coloplast opfylder forretningsmålene, viser respekt og føler ansvar for miljøet, for det omgivende samfund, både lokalt og globalt, og for organisationer og enkeltpersoner, som er afhængige af virksomhedens resultater.



Liselotte Zedeler var en af årets modtagere af hædersprisen indstiftet til minde om Coloplasts tidligere bestyrelsesformand Carl Erik Askgaard Olesen. Hun fik den for sit arbejde med integration og arbejdsprøvning.



Social ansvarlighed

Coloplast betragter det som naturligt at deltage i aktiviteter for at fremme miljøbeskyttelse, demokratiske spilleregler og overholdelse af menneskerettighederne. Coloplast har derfor tilsluttet sig FNs Global Compact, der har til formål at få virksomhederne til at følge et sæt principper for menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder og miljø. Vi ønsker også at være med til at gøre arbejdsmarkedet mere rummeligt.

Bidrag til samfundsøkonomien

Virksomheden påvirker samfundsøkonomien ved at skabe arbejdspladser, via skatten på arbejdsindtægter, afgifter, selskabsskat og udbytteskat. Coloplast yder støtte til forskning og uddannelse, hvilket kommer til udtryk i forskningsprojekter, f.eks. i Dansk Polymer Center, som Coloplast har doneret måleudstyr til, og hvor Aage og Johanne Louis-Hansens Fond har sponsoreret et 5-årigt forskningsprofessorat. På lokalpolitisk plan er vi i Danmark med til at integrere minoriteter, og vi engagerer os i arbejdsprøvning for ledige, som er i fare for at miste tilknytningen til arbejdsmarkedet.

Miljøledelse

Coloplasts produktionsselskaber i Danmark og Tyskland er certificeret efter miljøledelsesstandard ISO 14001. Produktionsselskaberne i Kina og Ungarn bliver certificeret i løbet af 2003. Hvert år gennemgås fabrikernes miljøforhold meget detaljeret. Nogle miljøforhold er væsentlige og kræver en særlig indsats. Her fastsættes forbedringsmål for fabrikkerne. Ved eksterne audits af miljøledelsessystemet i 2001/02 fandtes 2 afvigelser, mens der sidste år blev noteret 5 afvigelser.

Globalt arbejder 150 medarbejdere med miljø. De er fordelt på en koncernmiljøafdeling og miljøorganisationen i de enkelte fabrikker og salgsselskaber. De sikrer, at miljøhensyn integreres i vigtige beslutningsprocesser, f.eks. ved konstruktion af nye maskiner og i forbindelse med nybyggeri. På fabrikkerne deltager alle i sortering af affald samt sørger for, at kemikalier håndteres korrekt.

Ansvarlighed skaber engagement

"Jeg har et helt specielt forhold til de kolleger, der er startet i arbejdsprøvning. Derfor kan jeg ikke lade være at følge Ahmead Ali Shubbar i hans videre liv her i Coloplast," fortæller Liselotte Zedeler, der siden 1994 har været med til at få omkring 100 personer i arbejdsprøvning.

Blandt dem, Liselotte har hjulpet til en ny start hos Coloplast, har flere begyndt tilværelsen langt fra Danmark. Senest har Coloplast, i samarbejde med Karlebo Kommune, tilbudt flygtninge og indvandrere kombineret arbejde og danskundervisning.

En af Liselotte Zedeler's opgaver er at give mennesker, der er slået midlertidigt ud af kurs, en chance. Hun er personalekonsulent i Coloplast.

"Vi får megen positiv respons fra myndigheder, medarbejdere og ikke mindst lokalsamfundet. Det er jeg glad for, og det viser, at vi dækker et behov. Det, jeg arbejder med, er blot en af mange integrationsaktiviteter," siger Liselotte.

"Vores arbejde resulterer i engagement og meget høj medarbejderloyalitet. Det kan vi se af vores medarbejdertilfredshedsmålinger. Medarbejderne føler sig trygge i ansættelsen og ser Coloplast som en socialt ansvarlig virksomhed. Også vores rekruttering nyder godt af Coloplasts omdømme."

Værdikæden for samfundet

Mission og Værdisæt



- Social ansvarlighed
- Bidrag til samfundsøkonomien
- Miljøledelse
- Partnerskaber

Indsatser



- Bæredygtig udvikling
- Videndeling

Resultater



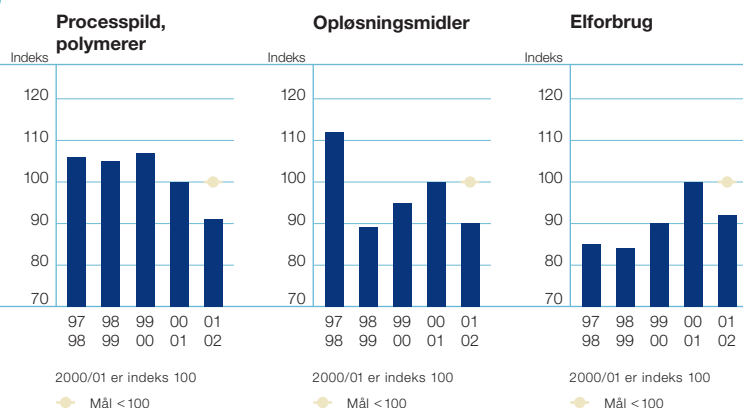


Bæredygtighed i praksis

I Coloplast tror vi på, at virksomhederne kan være med til at skabe de praktiske rammer for global bæredygtighed.

Vi har derfor tilsluttet os FN's Global Compact. Det er et initiativ, der er søsat af FN's generalsekretær, Kofi Annan, for at få virksomheder over hele verden til at følge et sæt almindeligt anerkendte principper vedrørende menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder og miljø.

"Virksomhederne erkender i stigende grad betydningen og værdien af at tage et ansvar, ikke kun for medarbejderne og den umiddelbare drift, men også for samfundet og miljøet i det hele taget. Vi har indledt en dialog med Coloplast A/S og andre virksomheder. Vi håber, at denne dialog kan være med til at omsætte de gode intentioner, der ligger bag Global Compact, til nødvendig handling, der giver resultater," siger Søren Mandrup Petersen, seniorkonsulent i FN's Business Partnership på organisationens nordiske kontor i København.



Miljøhensyn er indbygget i produktudviklingsprocessen. Hver udviklingsafdeling har en fast tilknyttet miljøspecialist. Tidligt i udviklingsforløbet rådgives om materiale- og procesvalg, ofte ud fra en vurdering af produktets forventede miljøpåvirkning i hele dets livscyklus. Gennem planlægning kan uønskede miljøpåvirkninger derved udelukkes, og produktrettet miljøinformation kan udarbejdes til dialogen med kunder. Vi informerer gerne om produktets sammensætning, bortskaffelse og om genanvendelse af emballage. Kunderne stiller ofte høje krav til information om sundhed og sikkerhed, og vi har styrket kompetencerne på dette område for at imødekomme kundernes krav.

At være en miljøbevidst virksomhed handler ikke kun om at opretholde et godt forhold til omverdenen. Miljøindsatsen skal bygge på medarbejdernes engagement og ønske om forbedringer. For andet år i træk viser medarbejdertilfredshedsmålingen, at virksomhedens miljøbevidsthed har stigende betydning for de ansatte, og at Coloplast imødekommer deres krav.

Partnerskaber

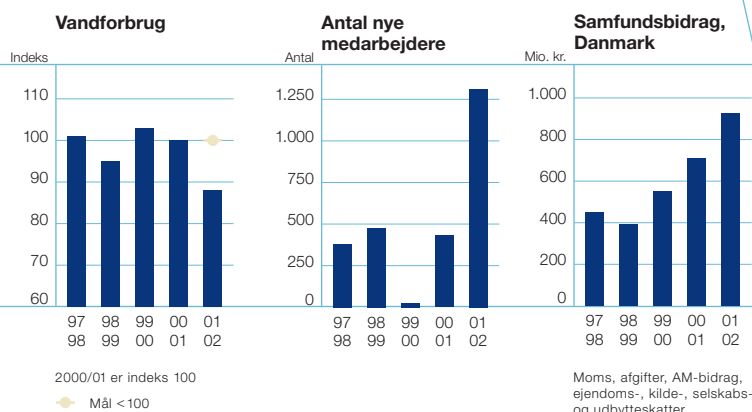
Coloplast ønsker indflydelse på alle beslutningsprocesser, som påvirker forretningen. Selskabet har indgået partnerskaber og samarbejder med en lang række virksomheder, institutioner og privatpersoner. Kontrakterne drejer sig om alt fra vareleverancer til maskinindkøb, entrepriseaftaler, distributionsaftaler, forsknings- og udviklingsaftaler. Med mange af Coloplasts leverandører er der indgået forsyningsaftaler på basis af fælles IT-systemer.

Bæredygtig udvikling

Arbejdet med bæredygtighed er nyttigt på flere måder. Miljøpåvirkningen er mindsket, og der er indført integreret risikostyring. Det har reduceret driftsomkostningerne og øget effektiviteten. Indirekte har vi styrket vores image. Coloplast er optaget i tre bæredygtighedsindeks for aktier: Dow Jones Sustainability World Indexes (DJSI World), Dow Jones STOXX Sustainability Indexes (DJSI STOXX) og FTSE4Good.

I 2001/02 blev miljøbelastningerne reduceret, idet processpild af polymaterialer faldt med 9%. Energirigtig projektering er et krav til leverandører ved nyinstallationer, og elforbruget er reduceret med 8%. Forbruget af flygtige organiske opløsningsmidler er faldet med 10%. Vandforbruget faldt med 12%.





Der har i 2001/02 været en enkelt naboklage over støj fra et fabriksanlæg. I 2000/01 var der 3 naboklager. Antallet af vilkårsoverskridelser er også reduceret til en enkelt overskridelse, nemlig udledning af ethanol fra fabrikken i Humlebæk. Dette forhold er anmeldt til myndighederne, og forbedringsaktiviteter er iværksat.

I 2001/02 havde Coloplast 23 personer i arbejdsprøvning, hvoraf 8 senere er blevet fastansat på helt almindelige vilkår.

Coloplast Research og andre afdelinger modtager regelmæssigt lokale gymnasieklasser for at give dem indblik i plastbranchens jobmuligheder og måske påvirke deres erhvervsvalg. Coloplast er i dialog med lokalsamfundene både direkte og gennem de lokale aviser, og Coloplasts ledelse medvirker ofte i interviews i radio og på tv.

Coloplast er i konstant vækst. I 2001/02 fik Coloplast 227 nye arbejdspladser i Danmark og 1.085 i udlandet. Ved årets udgang beskæftigede koncernen i alt 5.515 medarbejdere omregnet til fuldtidsstillinger. Størstedelen af Coloplasts produktion foregår i Danmark. Af den pengemæssige værdi, som Coloplasts driftsresultater skaber, går hovedparten til samfundet via selskabs-, aktieudbytte- og personskatter. Disse udgjorde i Danmark 928 mio. kr., svarende til 40%. Til medarbejderne gik 20%. Resten gik til sikring af virksomhedens fortsatte drift eller tilfaldt aktionærerne.

Videndeling

Coloplast er med til at styrke videndeling i samfundet igennem faglige diskussioner, workshops, seminarer, forskningssamarbejde og ved samarbejde med uddannelsesinstitutionerne.

Ny viden er afgørende for Coloplasts evne til hurtigt at gennemføre forsknings-, teknologi- og udviklingsprojekter. Vi deltager i et centerprogram under Erhvervsministeriet, 2 EU-5 rammeprogrammer og 1 forskningsrådsprogram under Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Innovation. I Danmark deltager Coloplasts specialister og ledende medarbejdere bl.a. i det fagtekniske arbejde i brancheorganisationen Medico Industrien, hvor Coloplast også besætter formandsposten. Disse aktiviteter styrker udveksling af viden og opbygning af kompetencer.



Dialog med lokalområdet

I forbindelse med etableringen af en ny fabrik i Danmark har Coloplast haft en dialog med beboerne i nærområdet. Der har været afholdt informationsmøder, og desuden har to beboerrepræsentanter, Karsten Dyrholm Bildsø (tv) og Klaus Asmussen, mødtes med Coloplasts ledelse for en drøftelse af planerne for området.

Kontaktperson for miljø

Jørgen Fischer Ravn
 Koncernmiljøchef
 Tlf. 49 11 13 08
 E-mail: dkjfr@coloplast.com

Se miljøredegørelsen på www.coloplast.com
 Vælg: Company information, Environmental statement

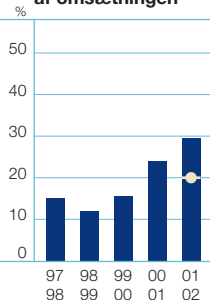


Supplerende beretning **Aktionærer**



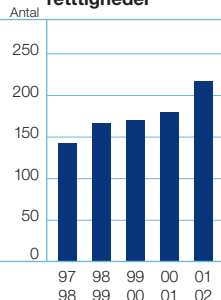
Coloplast har som mål at være bedst på sit felt for at kunne skabe vækst og større værdi for alle interessenter. Vækst er bærende for Coloplasts forretningskultur, og der skabes værdier for både kunder og aktionærer gennem salg af eksisterende og lancering af nye produkter og servicetilbud. Ambitiøse mål medvirker til at tiltrække og fastholde de bedste medarbejdere. Gode relationer mellem medarbejdere, kunder og samfund er med til at sikre vores aktionærer et langsigtet, konkurrencedygtigt afkast af deres investerede kapital.

Nye produkters andel af omsætningen



— Mål >20

Patentrettigheder



Forretningsmålsætninger

Coloplasts vækstsmål er en omsætning på 8 mia. kr. i år 2005 og en overskudsgrad på 17%. Innovation er nøglen til at vinde markedsandele. Vi vil sikre effektiv og konkurrencedygtig produktion og en professionel markedsføring inden for alle forretningsområder. Under de overordnede forretningsmål har hver produktdivision og forretningsenhed sine egne, detaljerede mål for udvikling og nye forretningsområder.

Beredskab

Coloplast har etableret risikoberedskab på alle koncernens fabrikker. Det omfatter alle tænkelige uheld, og der er installeret en effektiv, skadebegrænsende brandsikring. Beredskabsgrupperne holder årlige øvelser i brandbekæmpelse, førstehjælp og forureningsbekæmpelse med deltagelse af de lokale brandvæsener.

Af hensyn til forsyningssikkerheden blev den danske produktion suppleret med klæberproduktion på fabrikken i Minnesota, USA, i 1998. For andre vigtige råvarer har Coloplast, i vidt omfang, sikret sig garanti for alternative forsyninger.

Coloplast samarbejder med førende specialister inden for alle produktområder og holder sig derved ajour med medicinske og kirurgiske alternativer, der kan fjerne eller mindske behovet for Coloplasts produkter.

Nye produkter og service

De nye produkters andel af årets omsætning udgjorde 29,5% mod 23,9% året før. Et produkt anses for nyt, når det er mindre end fire år gammelt.

Coloplast beskytter selskabets innovation ved en offensiv patentstrategi med konkrete mål for nye patentansøgninger. Inden for klæber-, plast- og procesteknologi sikrer Coloplast ligesom konkurrenterne sine opfindelser gennem patentering og overvågning af relevante områder. I 2001/02 indleverede Coloplast 28 patentansøgninger. Beholdningen af patentrettigheder er nu 217. Innovationsprisen 2002 tildeltes Coloplast for systematisk og velgennemtænkt innovationsarbejde.

Værdikæden for aktionærer

Mission og Værdisæt



- Forretningsmålsætninger
- Beredskab
- Nye produkter og service
- Dialog med investorer

Indsatser



- Stigende markedsandele
- Forbedret indtjeningsevne
- Markedets vurdering

Resultater



Menneskebåren teknologi-overførsel

Professor Ole Hassager, Dansk Polymer Center, er en af initiativtagerne til en 2-årig overbygningssuddannelse ved Danmarks Tekniske Universitet. En "International Master of Polymer Science" skal trække flere udenlandske studerende til DTU og dermed flere kandidater til dansk industri, der mangler plastingeniører.

"Dansk Polymer Centers primære eksistensberettigelse er den forskningsbaserede undervisning, som centerets lærerkræfter yder inden for plastområdet. Jeg er glad for, at Coloplast er gået i spidsen og har engageret sig i uddannelsen. Den bliver en realitet, når der er sikret stipendiestøtte fra et antal virksomheder," siger Ole Hassager og tilføjer:

"Teknologioverførsel til industrien lykkes ikke ved at udarbejde tykke rapporter om forskningsresultater, men skal være menneskebåren. Det kan bedst ske ved, at virksomhederne opretter stillinger til erhvervsforskere og løbende giver plads for projektstuderende," siger Ole Hassager.

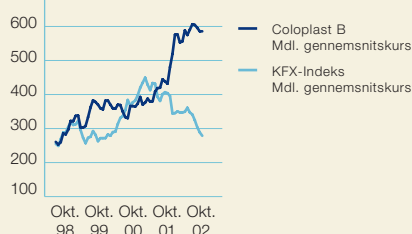


Når Coloplast har aflagt regnskab, rejser ledelsen ud for at møde nye og potentielle investorer i forskellige lande. Aktieanalytiker Malene Brøndberg, Nordea Securities, mener, det er et tegn på åbenhed, at ledelsen afsætter tid til at rejse ud med de enkelte børsmæglere for at besøge investorer. "Det er vigtigt at have en løbende dialog med sine investorer," siger hun. "De får et tættere forhold til virksomheden, når de møder nogle personer ansigt til ansigt."

Vækst

Forretnings- område	Organisk vækst	Anslået markedsvækst
Stomi	14%	5–10%
Kontinens	21%	7–10%
Sårpleje	12%	10–12%
Hudpleje	3%	7–9%
Brystpleje	6%	3–5%

Kursudvikling



Coloplast finanskalender for 2002/03

2002

- 22. okt.** Lukkeperiode indtil 19. november
- 19. nov.** Årsregnskabsmeddelelse 2001/02
- 3. dec.** Det trykte årsregnskab for 2001/02 foreligger
- 16. dec.** Generalforsamling
- 20. dec.** Udbetaling af udbytte for 2001/02

2003

- 17. jan.** Lukkeperiode indtil 7. februar
- 7. feb.** 1. kvartalsmeddelelse 2002/03
- 23. apr.** Lukkeperiode indtil 14. maj
- 14. maj** Halvårsmeddelelse 2002/03
- 30. jul.** Lukkeperiode indtil 20. august
- 20. aug.** 3. kvartalsmeddelelse 2002/03
- 21. okt.** Lukkeperiode indtil 18. november
- 18. nov.** Årsregnskabsmeddelelse 2002/03
- 11. dec.** Generalforsamling

I henhold til Værdipapirhandelslovens §37 og Fondsbørsens oplysningsregler (§9) skal børsnoterede virksomheder føre en fortegnelse over personer med adgang til intern viden samt deres og nærtstående aktiebesiddelser. Pr. 30. september 2002 var aktiebesiddelserne følgende:

Aktiebesiddelser

	B-aktier	A-aktier
Ledende medarbejdere (57)	23.811	
Bestyrelse (9)	846.486	1.228.500
Direktion (4)	9.554	
I alt	879.851	1.228.500

Kursværdien af de 879.851 B-aktier udgjorde pr. 30. september 2002 kr. 466.277.040.

Dialog med investorer

Coloplast ønsker en stabil og positiv kursudvikling på selskabets B-aktier. For at medvirke til det har selskabet en åben dialog med investorer og analytikere inden for rammerne af de børssetiske regler. Coloplast deltog i regnskabsåret i 158 møder og video-/telefonkonferencer med deltagelse af 277 investorer og analytikere, heraf 121 møder i udlandet.

Der holdes ingen møder med investorer og analytikere i de tre sidste uger før kvartalsmeddelelser og i de fire sidste uger før regnskabsmeddelelsen for hele året.

I marts gennemførte Coloplast en Capital Market Day under temaet "From product idea to end user". Knap 30 danske og udenlandske analytikere og investorer deltog. Fra regnskabsåret 2002/03 øges informationen til danske aktionærer yderligere, idet der udsendes et aktionærblad to gange årligt.

Stigende markedsandele

Coloplast vinder markedsandele inden for de fleste forretningsområder. Den samlede organiske vækst var 14% i 2001/02 regnet i lokal valuta. Det er for de fleste markeder væsentligt over vores vurderinger af markedsvæksten. For de enkelte forretningsområder var fordelingen som vist i tabellen til venstre.

Forbedret indtjeningssevne

Coloplasts vækstsmål for 2001/02 blev nået, og egenkapitalen er forrentet med 63%.

Over de sidste fem år er Coloplasts omsætning vokset med 106% fra 2.724 mio. kr. til 5.624 mio. kr. I samme periode er antallet af medarbejdere øget med 69% fra 3.269 til 5.515.

Fondsbørsmeddelelser 2001/02

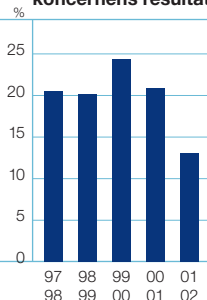
- 3. okt.** Coloplast konsoliderer og omstrukturerer associerede selskaber
- 15. okt.** Coloplast styrker likviditetsberedskab
- 1. nov.** Årsrapport 2000/01 og generalforsamling
- 20. nov.** Årsregnskabsmeddelelse 2000/01
- 21. nov.** Pengestrømsanalyse for regnskabsåret 2000/2001
- 3. dec.** Coloplast udsender årsrapport for 2000/2001 og finanskalender for 2001/2002
- 12. dec.** Coloplast sælger forretningsområdet Nutrition i HSC
- 18. dec.** Ordinær generalforsamling i Coloplast A/S den 18. december 2001 kl. 16.00
- 18. dec.** Coloplasts bestyrelse konstituerer sig
- 14. jan.** Køb af kontinensvirksomhed behandles af de engelske konkurrencemyndigheder
- 25. jan.** Rapport om Coloplasts køb af kontinensvirksomhed offentliggjort af the Office of Fair Trading
- 8. feb.** Kvartalsmeddelelse, 1. kvartal 2001/02
- 8. feb.** Udvikling i Coloplasts aktieoptionsprogram

Coloplasts ejerkreds

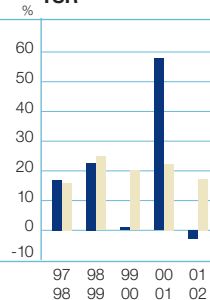
pr. 30.09.2002	A-aktier 1.000 stk.	B-aktier 1.000 stk.	Ejerand- del, %	Stemme- andel, %
A-aktionærer og familie i alt	1.800	8.837	44,3	66,8
ATP		1.349	5,6	3,4
Øvrige danske inst. investorer		4.000	16,7	10,0
Udenlandske inst. investorer		4.400	18,3	10,9
Coloplast A/S		479	2,0	1,2
Andre aktionærer		2.683	11,2	6,7
Ikke navnenoterede aktier*		452	1,9	–
I alt	1.800	22.200	100,0	98,9

* Uden stemmeret

Udbyttets andel af koncernens resultat



Årligt aktieafkast, TSR



Omsætningen pr. medarbejder er således øget med 24% fra 823.000 kr. til 1.020.000 kr.

Driftsresultatet er på de fem år øget med 113% fra 438 mio. kr. til 931 mio. kr. Det giver en stigning pr. medarbejder på 26% fra 134.000 kr. til 169.000 kr.

Economic Profit, EP, beregnes som driftsresultatet minus skat samt interne og eksterne kapitalomkostninger. Gennem de sidste fem år er EP øget med 132% fra 132 mio. kr. til 306 mio. kr. I forhold til sidste år er stigningen pr. medarbejder 10.000 kr. eller 22% fra 45.000 kr. til 55.000 kr. Hvis de særlige poster, som hovedsageligt skyldes frasalgs af forretningsområder, også indregnes, blev EP i 2001/02 øget til 657 mio. kr. Det er en stigning på 244% fra sidste år.

Markedets vurdering

Aktien var på første handelsdag i regnskabsåret noteret til kurs 548,28 og sluttede regnskabsåret i kurs 529,95. Det er et fald på 3,3%. KFX-indekset faldt 24,8% i samme periode.

Børsværdien af Coloplasts B-aktier var ved regnskabsårets slutning 11,8 mia. kr. mod 12,2 mia. kr. pr. 30. september 2001.

Coloplast er med i KFX-indekset på Københavns Fondsbørs. Coloplast rangerede ved seneste udvælgelse af aktier til dette indeks den 3. juni 2002 som nummer 16 blandt de 20 mest likvide aktier.

Omsætningen i aktien har i regnskabsåret ligget på 337 mio. kr. i gennemsnit pr. måned mod 344 mio. kr. pr. måned sidste år.

Coloplasts værdi for aktionærerne fremkommer som en kombination af en gunstig langsigtet aktiekursudvikling og udbetaling af aktieudbytte. Total Shareholder Return, TSR, udtrykker afkastet af den investerede kapital. Med en investeringshorisont på et år har TSR været -2,7%, medens det på en femårig horisont har været 17,3% pr. år.

Udbytte

Bestyrelsen indstiller i år til generalforsamlingen, at årets udbytte bliver 4,35 kr. pr. aktie à 10 kr. Det er en stigning på 0,75 kr. eller 21%. I sidste regnskabsår blev udbyttet hævet med 20% til 3,60 kr. pr. aktie à 10 kr.

Årets udbytte udbetales automatisk via Værdipapircentralen den 20. december 2002.

Ejerkredsen

Fire aktionærer har ifølge aktieselskabslovens § 28, stk. a og b oplyst, at de ejer mere end 5% af aktiekapitalen eller stemmerettighederne. Det er fru J. Louis-Hansen, Randers, civiløkonom N.P. Louis-Hansen, Vedbæk, Aage og Johanne Louis-Hansens Fond, Nivå og ATP, Hillerød.

Antallet af aktionærer er steget fra 9.976 til 10.572. Der er i årets løb kun sket mindre forskydninger i ejerstrukturen. Ifølge selskabets vedtægter skal aktier være noteret på navn for at give stemmeret. 98,9% af samtlige aktier er navnenoterede. Den udenlandske institutionelle ejerandel var ca. 20% pr. 30. september 2002.

Coloplast har i løbet af 2001/02 opkøbt 56.575 egne B-aktier for 32 mio. kr., og den samlede beholdning af egne aktier er på 2% af B-aktiekapitalen. Aktierne indgår i selskabets værdipapirbeholdning og anvendes hovedsageligt som afdækning af aktieoptionsordningen.

Kontakt med investorer

Koncerndirektør
Carsten Lønfeldt
Tlf. 49 11 16 11
Fax 49 11 15 55
E-mail: dkcl@coloplast.com

Kommunikationschef
Jens Steen Larsen
Tlf. 49 11 19 20
Fax 49 11 15 55
E-mail: dkjsl@coloplast.com

Spørgsmål fra aktionærer

Aktionærsekretariatet
Agnete Ingvordsen
Tlf. 49 11 16 12
Fax 49 11 15 55
E-mail: dkai@coloplast.com

www.coloplast.com

På Coloplasts website findes under Investor Relations bl.a. alle fondsbørsmeddelelser, nyheder, finanskalender, aktieanalytikere, information om Coloplasts produkter og den aktuelle aktiekurs. Regnskabs-tallene findes som regneark til download. Det er muligt at modtage en e-mail, når der kommer nyheder på websitet. Tilmelding sker til Coloplasts e-mail service.

- 19. mar. Coloplast omstrukturerer brystplejeaktiviteter
- 21. mar. Det engelske konkurrenceråd har udsendt erklæring om sin undersøgelse af Coloplasts køb
- 2. apr. Udvikling i Coloplasts aktieoptionsprogram
- 4. apr. Coloplasts omstrukturering af brystplejeaktiviteter på plads
- 5. apr. Det engelske konkurrenceråd har udsendt erklæring om teoretiske betingelser for godkendelse
- 15. maj Coloplast sælger Coloplast Konsumentvarer A/S til Johnson & Johnson Holding GmbH
- 16. maj Halvårsmeddelelse
- 14. jun. Den engelske erhvervsminister har netop offentliggjort sin afgørelse vedrørende Coloplasts køb af SSL's kontinensforretning i september 2001
- 14. jun. Coloplast A/S's kommentar til den engelske konkurrenceministers meddelelse
- 1. jul. Udvikling i Coloplasts aktieoptionsprogram
- 20. aug. Regnskabsmeddelelse – 3 kvartaler 2001/02
- 27. sep. Coloplast introducerer en ny antibakteriel sårbandage med navnet Contreet Foam

Oversigt over indsatser og resultater

Interessent / indikator		97/98	98/99	99/00	00/01	01/02	Mål 01/02
Kunder							
Samarbejde med behandler- og brugergrupper (indeks)		31	63	64	100	136	>115
Kundetilfredshedsmålinger		8	1	4	19	16	16
Udviklingsprojekter efter AIM		17	40	52	46	72	>46
Omkostninger til forskning og udvikling (%)		5,0	4,8	4,2	3,9	3,7	3,7
Afgivelser ved audit af kvalitetsstyringssystemet		3	0	2	0	0	0
Reklamationer (indeks)		92	107	108	100	94	<95
Kundetilfredshed (%)		96,1	92,0	99,2	97,8	97,6	>98,0
Leveringsevne (%)		95,5	97,8	98,1	97,9	95,8	>98,5
Medarbejdere							
Medarbejdertilfredshedsmålinger	Danmark	2	0	2	1	1	1
	Udland	10	4	8	6	8	8
Jobrotationer (%)	Danmark	10	13	16	16	16	>15
	Udland	–	–	–	–	5	–
Medarbejdertilfredshed (point)	Danmark	3,65	–	3,60	3,71	3,83	>3,71
Lederstillinger besat internt (%)	Danmark	52	62	72	72	64	>50
	Udland	59	54	61	53	54	>40
Personaleomsætning (%)	Funktionærer, Danmark	6,3	7,8	9,9	9,0	6,8	<10
	Prod.medarb., Danmark	15,8	16,1	16,7	15,7	16,3	<15
	Udland	–	–	–	–	20,9	–
Fravær (%)	Funktionærer, Danmark	–	–	–	2,1	2,0	<2,0
	Prod.medarb., Danmark	5,1	5,8	5,8	6,3	6,0	<5,0
	Udland	–	–	–	–	2,7	–
Uopfordrede ansøgninger	Funktionærer, Danmark	600	820	616	677	1.441	>677
	Prod.medarb., Danmark	2.600	2.800	2.426	2.335	2.909	>2.335
	Udland	–	–	–	–	2.585	–
Arbejdsulykker	Antal	40	47	51	46	59	0
	Antal/mio. timer	17	16	18	15	17	0
Samfund							
Afgivelser ved audit af miljøledelsessystemet		4	2	3	5	2	0
Naboklager		1	4	3	3	1	0
Miljøbelastning (indeks)	Processpild, polymerer	106	105	107	100	91	<100
	Oplosningsmidler	112	89	95	100	90	<100
	Elforbrug	85	84	90	100	92	<100
	Vandforbrug	101	95	103	100	88	<100
Samfundsbidrag (mio. kr.)		451	392	552	708	928	–
Nye arbejdspladser	Danmark	207	291	74	233	227	–
	Udland	174	185	–48	199	1.085	–
Aktionærer							
Patenter	Antal ansøgninger	24	26	15	23	28	>25
	Antal rettigheder	143	167	170	180	217	–
Andel nye produkter (%)		15,0	12,7	15,6	23,9	29,5	>20
Omsætning pr. medarbejder (t.kr.)		833	818	955	958	1.020	>958
Driftsresultat/ pr. medarbejder (t.kr.)		134	124	150	165	169	>165
Economic Profit, EP, pr. medarbejder (t.kr.)		40	42	39	45	55	>45
Total Shareholder Return, TSR	TSR (%) for 1 år	16,9	22,6	1,0	57,9	–2,7	–
	TSR (%) for 5 år	16,0	24,9	20,1	22,3	17,3	–

Valg af indikatorer

Coloplast rapporterer for femte gang om videnregnskab og interessenter i årsrapporten. Rapporteringen følger den danske årsregnskabslov om supplerende beretninger. De indikatorer, som er vist i nedenstående tabel, er udvalgt efter væsentlighed for at belyse indsatser og resultater i værdiskabelsesprocessen.

Sammenligningstal til de tidligere år er vist, hvor det har været muligt at tilvejebringe disse.

Revision

Datagrundlaget blev sidste år udvidet med en række nye måleområder. Der er nu etableret et system for egenkontrol af datagrundlaget, som letter revision.

Metoder og målegrundlag	Koncern	Danmark	Indsats	Resultat	Side
Antal grupper, som der er afholdt mindst ét møde med om produktudvikling.	x		x		37
Antal afsluttede kundetilfredshedsmålinger.	x		x		37
Antal projekter behandlet uanset udfald.		x	x		38
Omkostninger ekskl. patenter i.f.t. omsætning.	x		x		38
Afviselser ved audit eller certificering.		x		x	38
Reklamationer i.f.t. solgte produkter tidsforskuet for lagetrtid (ekskl. Brystpleje og Hudpleje).	x			x	38
Procent tilfredse kunder i kundetilfredshedsmålinger.	x			x	38-39
Procent ordrelinier fuldt leveret inden for 24 timer (ekskl. USA).	x			x	39
Antal afsluttede medarbejdetilfredshedsmålinger.	x		x		42
Ændret jobstatus for funktionærer (ekskl. orlov).	x		x		42
Generel tilfredshed på skala fra 1-5.		x		x	42-43
Opgørelse følger kalenderåret.	x			x	42
Fratrådte i.f.t. gennemsnitligt ansatte (ekskl. tidsbegrænsede ansatte).	x			x	43
Fravær i.f.t. normtid (ekskl. barn syg/ulykke)	x			x	43
Skriftlige for funktionærer, henvendelser i jobcenter for produktionsmedarbejdere.	x			x	43
Registrerede arbejdsulykker i sikkerhedsorganisationen.		x		x	43
Afviselser ved audit eller certificering.		x		x	45
Registrerede klager fra miljøledelsessystemet.		x		x	47
Beregnet processpild .		x		x	46
Målt eller beregnet afhængigt af omfanget					
Måler aflæsninger.					
Måler aflæsninger.					
Moms, afgifter, AM-bidrag, ejendoms-, kilde-, selskabs- og udbytteskatter.		x		x	47
Antal medarbejdere ultimo i.f.t. antal ansatte ultimo året før, omregnet til fuldtidsstillinger.	x			x	47
Indleverede grundansøgninger.	x		x		49
Antal forskellige rettigheder.	x		x		49
Egne produktgrupper, der er under 4 år gamle. Ny metode. Historik er rettet	x		x		49
Medarbejdere er ultimo (fuldtid).	x			x	50
Medarbejdere er ultimo (fuldtid).	x			x	51
Medarbejdere er ultimo (fuldtid). Ekskl. særlige poster	x			x	51
Gnsn. årligt afkast i procent af investeret kapital. Ny metode (med renters rente).	x			x	51

Dette system er stadig under implementering, og en revisionsmæssig gennemgang har ikke fundet sted.

Metoder og målegrundlag

Målet er, at flest mulige indikatorer skal omfatte hele koncernen. Omfanget fremgår af tabellen.
Periodiseringen følger normalt regnskabsåret.

Eventuelle ændringer i opgørelsesmetoder er beskrevet. Indikatorer, der opgives som indekstal, er vist med sidste år som grundlag.

Ledelseshverv

Bestyrelses- og direktionsmedlemmer i Coloplast A/S har pr. 19. november 2002 oplyst, at de bestrider følgende ledelseshverv i andre danske aktieselskaber (undt. 100% ejede datterselskaber):

(BF) Bestyrelsesformand
(BNF) Bestyrelsesnæstformand
(BM) Bestyrelsesmedlem
(RNF) Repræsentantskabsnæstformand
(SM) Styrelsesrådsmedlem
(RM) Repræsentantskabsmedlem

Direktion

Adm. direktør
Sten Scheibye (51)
Lic. scient., HD (A)
Danske Bank (BM)

Koncerndirektør
Carsten Lønfeldt (55)
Cand. merc.
NESA A/S (BM)
Nykredit Invest (BM)
Polaris Management A/S (BM)
Nykredits Styrelsesråd (SM)

Koncerndirektør
Lars Rasmussen (43)
Akademiingeniør, E*MBA
Bie & Berntsen A/S (BM)
LM Glasfiber A/S (BM)

Koncerndirektør
Maxwell S. Stringer (63)

Bestyrelse

Formand
Direktør
Palle Marcus (65)
HD
7 år i bestyrelsen
Novo A/S (BF)
Novo Nordisk Fond (BF)
EA/S Knud Højgaards Hus (BM)
Knud Højgaards Fond (BM)
Danske Bank (RM)

Næstformand
Civiløkonom
Niels Peter Louis-Hansen (55)
35 år i bestyrelsen
Aage og Johanne Louis-Hansens Fond (BF)

Adm. direktør, Arator a/s,
Helle Bechgaard (57)
Lic. pharm.
12 år i bestyrelsen
ComLic A/S (BM)
Radiometer A/S (BM)
Danmarks Nationalbanks
Repræsentantskab (RNF)

Seniorprojektchef
Jytte Glim (54)
Korrespondent
8 år i bestyrelsen
Valgt af medarbejderne

Advokat
Per Magid (59)
Cand. jur.
18 år i bestyrelsen
Højgaard Holding a/s (BF)
Knud Højgaards Fond (BF)
EA/S Knud Højgaards Hus (BM)

Laboratorieleder
Flemming Moss (40)
Akademiingeniør, HD (O)
4 år i bestyrelsen
Valgt af medarbejderne

Adm. direktør, Novo A/S,
Kurt Anker Nielsen (57)
Cand. merc.
5 år i bestyrelsen
Novo Nordisk A/S (BNF)
Novozymes A/S (BNF)
DAKO A/S (BM)
Collstrop's Mindelegat (BM)

Adm. direktør, Morgan
Management ApS,
Torsten Erik Rasmussen (58)
MBA
10 år i bestyrelsen
Amadeus Invest A/S (BF)
Bekaert Handling Group A/S (BF)
Best Buy Group A/S (BF)
Uni-Chains A/S (BF)
A/S Det Østasiatiske Kompagni (BNF)
JAI A/S (BNF)
TK Development A/S (BNF)
Bang & Olufsen A/S (BM)
Bison A/S (BM)
ECCO Sko A/S (BM)
Louis Poulsen Holding A/S (BM)
NatImmune A/S (BM)
Scandinavian International Management
Institute (SIMI) Fonden (BM)
Vestas Wind Systems A/S (BM)
Vola A/S (BM)

Elektriker
Knud Øllgaard (41)
Elektriker
12 år i bestyrelsen
Valgt af medarbejderne

Koncernens adresser

Moderselskabet

Danmark
Tlf. 49 11 11 11
coloplast@coloplast.com

Coloplast A/S
Holtedam 1-3
3050 Humlebæk

Kromosevej 7
3050 Humlebæk

Bronzevej 2-8
3060 Espergærde

Aa. Louis-Hansens Allé 15
3060 Espergærde

Porthusvej 4
3490 Kvistgård

Egevangel 3-4
2980 Kokkedal

Industrivej 7
7700 Thisted

Coloplast Research
Bakkegårdsvej 406 A
3050 Humlebæk

Datterselskaber
(100% ejet medmindre andet er angivet)

Argentina
Coloplast de Argentina S.A.
Alicia Moreau de Justo 1780
1° piso I - C1107AFJ Buenos Aires
Tlf. +54 11 4311 2999
ar@coloplast.com

Australien
Coloplast Pty. Ltd.
33 Gilby Road
Mount Waverley
Victoria 3149
Tlf. +61 3 9541 1111
au@coloplast.com

Belgien
Coloplast Belgium N.V.
Humaniteitslaan 65
1601 Ruisbroek
Tlf. +32 2 334 35 35
be@coloplast.com

Brasilien
Coloplast do Brasil Ltda.
Rua México 3, 15th floor
CEP 20031-141 Centro
Rio de Janeiro, RJ
Tlf. +55 21 2215 5842
br@coloplast.com

Canada
Coloplast Canada Corporation
3300 Ridgeway Drive, Unit 12
Mississauga, Ontario
Tlf. +1 905 820 7588
ca@coloplast.com

Costa Rica
Coloplast de Costa Rica, S.A.
Zona Franca Metropolitana
Barreal de Heredia, Heredia
Costa Rica, C.A.
Tlf. +506 293 3034
cr@coloplast.com

Danmark

Coloplast Danmark A/S
Kokkedal Industripark 2
2980 Kokkedal
Tlf. 49 11 11 11
dk@coloplast.com

Frankrig

Coloplast S.A.
58, rue Roger Salengro
Peripole 126
94126 Fontenay Sous Bois Cedex
Tlf. +33 1 49 74 17 00
fr@coloplast.com

Holland

Coloplast B.V. &
Zhu Hai Investments B.V.
Softwareweg 1
3821 BN Amersfoort
Tlf. +31 33 454 44 44
nl@coloplast.com

Italien

Coloplast S.p.A.
Via Nanni Costa 30
40133 Bologna BO
Tlf. +39 51 41 38 000
it@coloplast.com

Japan

Coloplast K.K.
YS Building, 4th Floor
2-11-16 Shiba Daimon
Minato-ku
Tokyo 105-0012
Tlf. +81 3 34 59 66 41
jp@coloplast.com

Kina

Coloplast (China) Ltd.
No. 265, Bldg. 1, Changping Road
Gongbei, Zhuhai 519020
Guangdong
Tlf. +86 756 81 50 886
cn@coloplast.com

Coloplast (Hong Kong) Ltd.
Unit 715, 7th Floor
Ocean Centre
Harbour City, 5 Canton Road
Tsimshatsui, Kowloon
Tlf. +852 2302 0131
hk@coloplast.com

Norge

Coloplast Norge AS
Ole Deviks vei 2, Etterstad
0603 Oslo 6
Tlf. +47 22 72 06 80
no@coloplast.com

Polen

Coloplast Sp. zo.o.
Ul. Leszno 12
01-192 Warszawa
Tlf. +48 22 535 73 73
pl@coloplast.com

Schweiz

Coloplast AG
Blegistrasse 1, Euro 1
6343 Rotkreuz
Tlf. +41 41 799 79 -79
ch@coloplast.com

Spanien

Coloplast Productos Médicos S.A.
Agustin de Foxa 29, 5
28036 Madrid
Tlf. +34 91 314 18 02
es@coloplast.com

Storbritannien og Irland

Coloplast Ltd.
Peterborough Business Park
Peterborough, Cambs. PE2 6FX
Tlf. +44 1733 39 20 00
gb@coloplast.com

Coloplast Direct Ltd.
Tlf. +44 1733 39 20 96
gbdirectteam@coloplast.com

Sverige

Coloplast AB
Kungsparksvägen 2
434 22 Kungsbacka
Tlf. +46 300 33 250
se@coloplast.com

Tyskland

Coloplast GmbH &
Coloplast Beteiligung GmbH &
Coloplast Zweite Beteiligung GmbH
Kuehnstrasse 75
22045 Hamburg
Tlf. +49 40 66 98 07 -0
de@coloplast.com

Amoena Medizin-Orthopädie-
Technik GmbH
(90% ejerandel)
Kapellenweg 36
83064 Raubling
Tlf. +49 80 35 87 10
amoena@amoena.com

Home SUPPLY + CARE Beteiligungs
GmbH (80% ejerandel)
Home SUPPLY + Care Beteiligungs
GmbH & Co Verwaltungs KG
(99% ejerandel)
Fritz-Reuter-Strasse 2
22926 Ahrensburg
Tlf. +49 4102 5167 41
kschlei.verwaltung@hsc-online.de

Ungarn

Coloplast Hungary Kft.
2800 Tatabánya
Búzavirág út 15
Tlf. +36 34 520 500
hu.factory@coloplast.com

USA

Coloplast Corp.
1955 West Oak Circle
Marietta, GA 30062-2249
Tlf. +1 770 281 8400
USMEDWEB@coloplast.com
usamoena@coloplast.com

Coloplast Corp.
1940 Commerce Drive
North Mankato, MN 56002-8300
Tlf. +1 507 345 6200
us.mn@coloplast.com

Sterling Medical Services
2 Twosome Drive
Moorestown, NJ 08057
Tlf. +1 856 273 9900
inquiries@sterlingmedical.com

Østrig

Coloplast Ges.m.b.H.
Am Concorde Business Park 1/B1
2320 Schwechat
Tlf. +43 1 707 57 51
at@coloplast.com

Repræsentationskontorer

Israel

Coloplast A/S
Rothschild St. 55
Rishon le Zion 75266
Tlf. +972 3 956 1190
il@coloplast.com

Kroatien

Coloplast A/S
Palmoticeva ulica 56/3
10000 Zagreb
Tlf. +385 1 48 19 597
hr@coloplast.com

Portugal

Coloplast A/S
Rua Gorgel do Amaral no. 4-cv Dta
1250-199 Lisboa
Tlf. +35 12 138 38 626
pt@coloplast.com

Rusland

Coloplast A/S
Bolshaya Bronnaya str. 3
103104 Moscow
Tlf. +7 095 202 9375
ru@coloplast.com

Slovakiet

Coloplast A/S
Obchodné Zastupiteľstvo
Dolná 62
974 01 Banská Bystrica
Tlf. +42 188 415 3761
sk@coloplast.com

Slovenien

Coloplast A/S
Prusnikova 1
1210 Ljubljana
Tlf. +386 15 12 7440
si@coloplast.com

Sydafrika

Coloplast A/S
P.O. Box 505
Wendywood 2144
Tlf. +27 11 802 2943
za@coloplast.com

Tjekkiet

Coloplast A/S
Kyjovská 1
14200 Praha 4
Tlf. +42 02 444 70212
cz@coloplast.com

Ungarn

Coloplast A/S
Háros út 126/A
1222 Budapest
Tlf. +36 1 228 7942
hu@coloplast.com

Associerede selskaber

4C Health Limited, Skotland
(40% ejerandel)

Øvrige selskaber

(100% ejet medmindre andet er angivet)

Coloplast Ejendomsaktieselskab,
Coloplast Ejendomsaktieselskab II,
Coloplast Ejendomsaktieselskab III,
Coloplast Ejendomsaktieselskab IV
og Coloplast Ejendomsaktieselskab V,
Danmark
Co-Inject ApS, Danmark

Amoena GmbH datterselskaber

(100% ejet af Amoena GmbH
medmindre andet er angivet)

Amoena (UK) Ltd., England
Amoena France S.A., Frankrig
Amoena Scandinavia AB, Sverige
Amoena spol.s.r.o., Tjekkiet
(50% ejerandel)
Amoena Kft., Ungarn (50% ejerandel)
Amoena Portugal Lda., Portugal
(50% ejerandel)

HSC Beteiligungs GmbH datterselskaber

(100% ejet af HSC Beteiligungs GmbH
medmindre andet er angivet)

7. HSC Beteiligungs GmbH
Almed GmbH (70% ejerandel)
Blumed GmbH (70% ejerandel)
Cosamed GmbH (70% ejerandel)
Hansemad GmbH (70% ejerandel)
Karmed GmbH (51% ejerandel)
Keimed GmbH (67% ejerandel)
Kurmed GmbH (70% ejerandel)
Limed GmbH
Nobaymed GmbH (70% ejerandel)
Reimed GmbH (70% ejerandel)
Rodamed GmbH (70% ejerandel)
Rumed GmbH
Sermed GmbH (70% ejerandel)
Somed GmbH (94,6% ejerandel)
Spremed GmbH
Stomed GmbH (70% ejerandel)
Thomed GmbH (70% ejerandel)
Tinmed GmbH (70% ejerandel)

I moderselskabet

Koncernsalg

Jens Fabricius, direktør
Jan R. Frederiksen, direktør
Henning Hansen, direktør
Michael Jørgsholm, direktør

Distributørmarkeder

Henrik Hjeremov, eksportdirektør

Produktdivisioner

Svenn Poulsen, direktør, stomidivision
Mogens Pedersen, direktør, kontinensdivision
Sven Lange, direktør, sårplejedi-
vision
Henrik Skov Andersen, direktør, konsumt-
varedivision
Mogens Wismann, fabriksdirektør, stomi-
division
Henning Sandal, fabrikschef, stomi-
division
Jens Kristian Pedersen, fabrikschef, konti-
nensdivision
Erik Andersen, fabrikschef, sårplejedi-
vision

Koncernstabe

Merete Brunander, koncernmarketingdirektør
Søren Holck, direktør, Koncern IT
Bente Laursen, personaleledende
Peter Samuelson, forskningsdirektør
Peter Volkers, juridisk direktør
Jens Øhrwald, økonomidirektør
Jens Steen Larsen, kommunikationschef
Ingrid Kofoed Malmberg, koncernkvalitetschef
Johnny Nielsen, koncernlogistikchef
Jørgen Fischer Ravn, koncernmiljøchef

I datterselskaber

Europa

Belgien, Eric Bursens, direktør
Danmark, Claus Bildsøe Astrup, direktør
Frankrig, Michel Mayneris, direktør
Holland, Dirk Pekelharing, direktør
Italien, Achille Grisetti, direktør
Norge, Reidar Mathisen, direktør
Polen, Cezary Brzozowski, direktør
Schweiz, Peter Fridlin, direktør
Spanien, Estrella Velasco, direktør
Storbritannien og Irland, Graham Sethna, direktør
Sverige, Greger Karlsson, direktør
Tyskland, Østrig og Schweiz, Andreas Joehle, direktør
Tyskland, HSC, Andreas Rudolph, direktør
Tyskland, Coloplast Breast Care,
Bernd Wensauer, direktør, produktion
Ungarn, Allan Rasmussen, direktør
Østrig, Sigrun Kain, markedschef

USA & Canada

Coloplast Corp., Donald C. Looney, direktør
Sterling Medical, David Kessler, direktør
Hudplejedi-
vision, Tom Ryan, direktør
Coloplast Breast Care, Jens E. Stovgaard, direktør
Coloplast Breast Care, David W. Heffner, direktør, salg
Coloplast Breast Care, Lou F. Malice, direktør, produktion

Fjernøsten

Australien, Maureen McKenzie, direktør
Japan og Kina, Vagn Heiberg, direktør
Kina, Jørgen B. Hansen, markedschef

Latinamerika

Argentina og Brasilien, Santiago Caratini, direktør

Coloplast kort fortalt

Coloplast blev grundlagt i 1957 og noteret på Københavns Fondsbørs i 1983. Selskabet udvikler, producerer og markedsfører medicinsk udstyr og service, der forbedrer brugernes livskvalitet.

Med udgangspunkt i hudvenlige klæbere er der udviklet produkter inden for 6 forretningsområder:

- Stomiprodukter til mennesker, der har fået ført tarmen ud på maven
- Kontinenshjälpemidler til mennesker med vandladningsproblemer
- Bandager til kroniske sår
- Hudplejemidler til forebyggelse og behandling
- Proteser og specialtekstiler til brystopererede
- Specialplastre til konsumentmarkedet.

Markedet

Coloplast opererer hovedsageligt på nichemarkeder med få store udbydere. I den vestlige verden yder sundhedsmyndighederne refusion på hovedparten af produkterne, og det er oftest sygeplejersker, der vælger produktet eller vejleder brugeren i produktvalget. Coloplast har indgående kendskab til de enkelte landes sundhedssystemer og er repræsenteret ved salgsselskaber i de fleste markeder.

Mere end 98% af koncernens omsætning finder sted i lande uden for Danmark, heraf ca. 77% i Europa og 17% i Nord- og Sydamerika.

Coloplast beskæftiger 5.515 medarbejdere, heraf 2.508 i Danmark.

Mål

Koncernen har sat sig det mål at nå en omsætning på 8 mia. kr. i år 2005 og en overskudsgrad på 17%. Disse mål kan nås ved en gennemsnitlig, årlig organisk vækst på 10% samt enkelte mindre tilkøb. Vi forventer at vinde markedsandele inden for alle forretningsområder ved at udnytte vores kommercielle kompetencer og fortsætte med at udvikle innovative produkter og serviceydelser.



Coloplast

• Coloplast • Assura • Alterna • Conveen • Comfeel • Biatain • SeaSorb • Contreet • Amoena • Sween • Hide-away • Easiflex • EasiCath • SpeediCath • Moveen • Simpla • Aquadry • Trident • Alone • Tria • Prema • Contact • ThackerCare • Stomafit og SpinalNet er registrerede varemærker, der ejes af Coloplast A/S eller relaterede selskaber.

Coloplast A/S

Holtevej 1
DK-3050 Humlebæk
Tlf. 49 11 11 11
Fax 49 11 15 55
coloplast@coloplast.com
www.coloplast.com
CVR nr. 69 74 99 17