



Jordan*

Årsrapport
2008

magical*

Nøkkeltall Jordan

Beløp i millioner kroner

	2008	2007
Driftsinntekter	1073	1061
Driftsresultat	98	83
Ordinært resultat før skatt	74	62
Ordinært resultat etter skatt	45	42
Egenkapitalandel i prosent	44	53



Dette er Jordan

Jordan produserer og markedsfører munnhygieneprodukter, malerverktøy og rengjøringsprodukter. Kompetanse, kvalitet og innovasjon har gjennom årene bygget opp Jordans posisjon som en sterk internasjonal merkevare.

Siden den danske kammakeren Wilhelm Jordan etablerte virksomheten i 1837 har bedriften vært i familiens eie. Gjennom generasjonene har Jordan utviklet seg fra en håndverkerforretning og ledende børste- og tannstikkerprodusent til å bli et internasjonalt kompetansedrevet merkevare-selskap. Denne kompetansen har gjort Jordan til en anerkjent partner for detaljhandelen, og den har gjennom fokus på innovasjon, funksjonalitet, kvalitet og design gjort produktene til forbrukernes førstevalg.

Jordan-konsernet har 668 medarbeidere, og drifts-inntektene i 2008 beløp seg til 1 073 millioner kroner. Hovedkontoret ligger i Oslo.

Morselskapet Jordan AS produserer og selger produkter innenfor munnhygiene og rengjøring. Selskapet markedsfører og distribuerer i tillegg malerverktøy, som produseres av datterselskapet Anza AB. Morselskapet står for rundt halvparten av konsernets driftsinntekter.

Anza AB produserer og selger malerverktøy. De har hovedkontor i Sverige og datterselskaper i Danmark, Finland og Storbritannia.

Wisdom Toothbrushes Ltd^{*)} med hovedkontor i England produserer og selger tannbørster for det britiske markedet.

Peri-dent Ltd er en av verdens ledende produsenter av tanntråd. Hovedkontoret er i Skottland.

Jordan (Far East) Ltd med hovedkontor i Malaysia har ansvaret for markedsføring og salg av munnhygiene- og tannpleieprodukter i Asia.

^{*)} Selskapet er solgt per 20.02.2009

Forretningsidé

Jordan skal være en ledende og lønnsom merkevarebedrift med nordisk fokus innen munnhygiene, malerverktøy og rengjøring. Ved hjelp av kunnskapsrike medarbeidere, nyskapende produkter og ekstrem butikkkompetanse, skal vi være forbrukernes og handelens favoritt.

Våre løfter

skal synliggjøre hva vi er gode på, hvilke fortrinn Jordan har, og de skal bidra til å skille oss positivt ut i markedet.

Nordisk innsikt: Fordi vi kjenner og skjønner de nordiske forbrukerne best, gir vi dem markedets beste produkter.

Produktutvikling: Vi skal være i teten på faglig fundert nyskapning og produktutvikling.

Lønnsomhet for handelen: Gjennom å utvikle våre kategorier, gir vi handelen økt lønnsomhet.

Samspill og læring: Vi skaper resultater gjennom samspill og ved å lære av de beste i verden.

Våre verdier

skal prege våre holdninger og vises i våre handlinger – og de skal bidra til å utvikle både medarbeiderne og selskapet.

Modig: Fordi det trengs for å ta teten og utvikle kategoriene.

Hjelpsom: Fordi vi bryr oss om forbrukerne og støtter våre medarbeidere og partnere.

Brennende: Fordi vi ønsker å lære og engasjere oss i det vi holder på med – internt, i forhold til leverandører og handelen, og aller mest overfor forbrukerne.

Vår visjon

skal forplikte og inspirere oss både i forhold til forbrukerne, våre mange samarbeidspartnere og våre forhandlere. Samtidig skal den stimulere til å ivareta og utvikle et godt arbeidsmiljø internt i Jordan-konsernet preget av samarbeid, kreativitet, kvalitet og viljen til å vinne.

Vi skaper smil og verdier som varer



Lønnsom vekst både for Jordan og samarbeidspartnerne

For Jordan AS ble 2008 et godt år. Vi økte salget i alle varegrupper, og merkevaren Jordan er blitt enda sterkere. Nylanseringer kombinert med målrettede tiltak for å øke salget av høyverdiprodukter, har bidratt til å skape lønnsom vekst både for oss og våre samarbeidspartnerne.

Jeg vil berømme alle våre medarbeidere, som med sin innsats har bidratt til fremgangen, og jeg vil takke for et godt og konstruktivt samarbeid med handelen. Det er denne innsatsen og dette samarbeidet som muliggjør kategorivekst, gjensidig økt lønnsomhet og fornøyde forbrukere.

Selv om vi nå går inn i et år som er preget av stor finansiell og økonomisk uro, er jeg optimistisk med tanke på 2009. Det er jeg ikke minst fordi vi har en attraktiv portefølje av produkter som er sterkt etterspurt av forbrukerne. Vi satser på produktutvikling og vi stimulerer til å tenke nytt og annerledes. Produktporteføljen har vi forbedret ytterligere for inneværende år, og i alle deler av organisasjonen jobber vi med å bli bedre. Flere forbedringsprosjekter og endringer vil bli gjennomført i 2009. De skal gjøre oss enda bedre rustet og mer tilpasningsdyktige slik at vi offensivt kan møte endrede markedsbehov og en stadig økende konkurranse.

Jeg mener vi er godt forberedt, og jeg ser frem til å lede alle våre dyktige og entusiastiske medarbeidere i året som kommer.

Per-Arnfinn Brekke
Administrerende direktør

Munnhygiene



Solide markedsandeler

Produktsortimentet består av tannbørster, tannstikkere, tanntråd og andre interdentalprodukter. Hovedmarkedene er Norden hvor Jordan* er markedslederen, og Storbritannia der merkevaren er Wisdom™.

Omsetningen av Jordans tannbørster fortsetter å vokse. I Norge var markedsandelen i gjennomsnitt hele 70 prosent i 2008. I Danmark steg markedsandelen fra 28 til 29 prosent, og både i Sverige og Finland gikk den opp fra 23 til 24 prosent.

Salget av interdentalprodukter som tannstikkere og tanntråd er stabilt, og her er potensialet stort etter hvert som flere ser den gode effekten slike produkter har for tannhelsen. I tillegg til at Jordan Miracle har bidratt til å forenkle bruken av tanntråd, ser vi nå også en positiv effekt av nyheten Clean Between Sticks.

Også i eksportmarkedene utenfor Norden har det vært en betydelig vekst i 2008, idet driftsinntektene gikk opp med 12,5 prosent. Den sterke utviklingen i Polen fortsetter. Der er Jordan markedsleder på tanntråd, og markedsandelen for tannbørster har nå passert 17 prosent.

Innovasjon skaper vekst

Jordan har lansert flere nyheter innenfor munnhygiene gjennom de siste par årene, og disse er blitt godt mottatt i markedet. Tannbørstene Clean Between og Individual må fortsatt kunne regnes som nyheter, og har i 2008 etablert seg som bestselgere i Norge.

I 2008 ble den nye tannbørsten Fresh Effect introdusert med suksess. Den har tungeskrape tilsatt sink og mint, ingredienser som er kjent for å motvirke dårlig ånde. I tillegg har de nye tannstikkene Clean Between Sticks gjort det svært bra på kort tid. Det er hyggelig å konstatere at forbrukerne setter pris på nyhetene fra Jordan. Vi lover fortsatt målrettet og kreativ innsats for å skape de beste produktene for god tannhelse.

Vi ser også positiv effekt av de ulike kampanjene vi har gjennomført i 2008, og her har nyskapingen Individual Limited Edition blitt meget godt mottatt. Det skjedde ved at vi videreførte individualitetstankegangen og utviklet egne varianter av Individual inn mot fotballsupporterne til henholdsvis Brann og Rosenborg. Dette samarbeidet vil etter hvert omfatte flere klubber og idretter i Norge og utlandet.



Jordan Miracle



Merkevarer: Jordan*, Wisdom™
Selskaper: Jordan AS i Norge,
Wisdom Toothbrushes Ltd*) i England,
Peri-dent Ltd i Skottland og
Jordan (Far East) Ltd i Malaysia.

**) Selskapet er solgt per 20.02.2009*



Malerverktøy

Malerverktøy er Jordans største varegruppe, og produktspekteret er komplett, både for innendørs og utendørs bruk. Jordan og Anza med datterselskap er markedsledere i alle nordiske land. Den sterke posisjonen skyldes kontinuerlig produktutvikling, høyverdi-produkter, samarbeid med butikker og forbrukerrettede kampanjer med fokus på hvilke produkter som er best egnet til den jobben som skal gjøres.

Jordans nye system for malerverktøy, som ble lansert i 2008, har blitt godt mottatt av handelen. Det medførte blant annet mange nye og forbedrede produkter samt en ny systematisering med inndeling av penslene i tre kvalitetsnivåer: Basic, Perfect og Ultimate. Det nye konseptet samt nye salgsmetoder og opplæring av de butikkansatte har gitt gode resultater, og har bidratt til ytterligere vekst.

Kontinuerlig forbedring

Jordans produkter skal dekke hele oppussingsjobben fra vasking via sliping til maskering og maling. I 2008 har vi i våre

kampanjer fokusert på kvalitet, effektivitet og hensynet til ergonomi som kjennetegn ved våre produkter. Våre pensler og ruller har kvaliteter som blant annet sikrer bedre malingsopptak, bedre påføringsevne og mindre drypp. Dette sammen med egenskaper som bidrar til riktige arbeidsstillinger, gjør at jobben i mange tilfeller kan utføres på halvparten av den tiden man bruker om man benytter mer tradisjonelt verktøy.

Vi fortsetter vårt arbeid med å utvikle stadig nye og bedre løsninger både for kvalitetsbevisste, profesjonelle malere og for de mange som selv

ønsker å pusse opp. Det inspirerer oss til fortsatt innsats når vi i Aftenpostens forbrukertest kunne lese «Løp og kjøp» etter testen av den nye utendørspenselen

– Ultimate, som er vår pensel i det øverste skiktet. Og vi gleder oss over at Jordan i 2008 mottok «Merket for god design» i kategorien for industrideigning for Ultimate innendørspensel. Også i 2009 kan vi love flere nyheter for alle dem som er opptatt av å forenkle og forbedre oppussingsjobben.





Merkevarer: Anza™, Hamilton®, Acorn®, Jordan* og Spekter™

Selskaper: Jordan AS i Norge, Anza AB i Sverige (med salgs-selskaper i Norge, Danmark og BeNeLux og produksjon i Sverige, England, Malaysia og Kina), Hamilton Acorn i England og Spekter i Danmark.



Rengjøring

Nye produkter ga ytterligere fremgang

Jordan er markedsleder i Norge på en rekke rengjøringsprodukter, deriblant mikrofiberkluter og oppvaskbørster.

I 2008 er denne posisjonen ytterligere befestet og produktspekteret er utvidet og forbedret.

Lanseringen av Jordans nye oppvaskhåndkle i mikrofiber har vært meget vellykket, og forklarer en del av veksten for rengjøringsproduktene våre i 2008. Tilbakemeldingene fra forbrukerne har vært svært positive, og oppvaskhåndkleet berømmes særlig for sin unike oppsugingsevne og polerende effekt. Denne nyheten er raskt blitt et av de viktigste produktene i rengjøringskategorien i Norge.



I 2008 har det blitt gjennomført mange spennende kampanjer i butikk, hvor blant annet det nye oppvaskhåndkleet og Trend oppvaskbørste har blitt samekspontert med fargematching i fokus. Dette har gitt en meget god effekt.

I tillegg ble tidsriktige klesklyper i matchende farger lansert. Dette har gitt et riktig miljøfokus – fra tørketrommel til klessnor.

Jordans klesklyper solgte bra i 2008, og vi forventer en sterk vekst også neste sesong.

Oppvaskbørsten Jordan Trend er den ubestridte bestselgeren i dagligvarehandelen. I 2008 økte salget med ca. 15 prosent.



Merkevare: Jordan*
Selskaper: Jordan AS

Jordan i sisteleddet

Handelens beste partner

Våre produkter må ha topp kvalitet og funksjonalitet for å bli forbrukernes favoritter. I Jordan fokuserer vi på begge disse egen-skapene når vi utvikler nye produkter, i tillegg til at vi satser på god design. Dette bidrar til å befeste vår posisjon som markedsleder.

Men det må mer til for å vinne tillit i markedene. Vi må også ha et godt forhold til våre kunder og deres utsalgssteder, - dette gir vi høy prioritet. I butikkene treffer vi forbrukerne direkte, og det er her den endelige kjøpsbeslutningen gjøres. For å sikre fremgang sammen med våre kunder, er det avgjørende at vi vet hva som skal til for å skape vekst i butikkene.

I Jordan bruker vi store ressurser på å forstå forbrukernes handlemønstre og hvilke faktorer som avgjør deres valg av produkter. Vi skal ved hjelp av oversiktlige hyller og andre tiltak sørge for best mulig vareeksponering, og vi skal gjøre det enkelt for forbrukerne å velge riktig.

Sammen med butikkene jobber vi med å finne optimale løsninger for å skape salgsutløsende

synergier mellom relaterte varegrupper som for eksempel maling/pensler og tannkrem/tannbørster. Her har vi utført prosjekter i samarbeid med noen av våre kunder, og det har resultert i god og lønnsom vekst for begge parter. Nå skal dette arbeidet videreføres med flere kunder.

Vi har meget kompetente salgsmedarbeidere som jevnlig kurses og oppdateres på trender i bransjen. Videre er kompetanseoverføring fra oss til våre kunder prioritert veldig høyt. Denne kunnskapen tilbyr vi handelen slik at vi sammen kan gjøre en best mulig salgsjobb. For eksempel i byggevare- og farge-handelskjedene gjennomfører vi hvert år i overkant av 600 kurs med fokus på rengjøring og alle aspekter innenfor oppussings- og malejobben. Dette bidrar til at butikkens ansatte kan gi forbrukerne en mer kvalifisert veiledning om hvilke produkter som er best egnet til en spesifikk jobb.

Vårt mål er å bli anerkjent som Handelens beste partner. Derfor skal vi fortsatt ha sterk fokus på å utvikle gode butikk-løsninger og et godt samarbeid med våre kunder.



Betydelig produksjon på Flisa

Jordans fabrikk på Flisa har to kjerneområder for sin produksjon – tannstikkere og rengjøringsartikler. I tillegg foregår det også en betydelig plastproduksjon gjennom tilvirkning av egen emballasje til tannstikkere, kar for maleruller og skaft til rengjøringsartikler. Det pakkes også ferdige malerullesett samt sjokkselgere til kampanjer.

Oppvaskbørsten Jordan Trend ble i 2008 produsert i et rekordantall, og årsproduksjonen endte på vel 1,5 millioner oppvaskbørster.

Omsetningsmessig endte tannstikkere betydelig over budsjett både for Jordan Brand og Private Brand. Det er spesielt utviklingen på produksjon og salg av dobbeltspissede tannstikkere som er meget positiv.

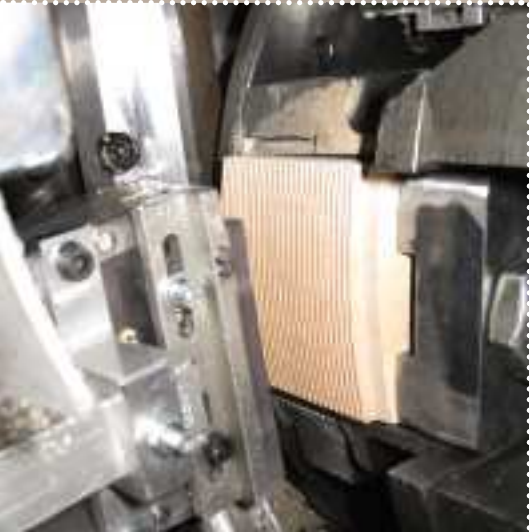


Fortsatt produktivetsvekst gjennom automasjon

Vi hadde et betydelig løft i produktiviteten på 12,5 prosent fra 2006 til 2007. Dette skjedde gjennom en stor automasjonssatsing på pakking av dobbeltspissede tannstikkere.

I 2008 er produktiviteten ytterligere forbedret.

Økt automasjonsgrad er helt avgjørende for fabrikkens eksistens. Samtidig gir dette færre produksjonstimer, og derved behov for lavere bemanning. Gjennomsnittsalderen er i dag relativt høy i fabrikkene og vi er i en periode der naturlig avgang gjør at vi parallelt med mer rasjonell produksjon, kan møte eventuell overflødighet. Dette vil fortsette også i de neste to årene. Høsten 2008 ble det bestemt å omorganisere virksomheten ved å slå sammen enkelte avdelinger. Dette vil tilrettelegge for ytterligere effektivitet og fleksibilitet ved at personell kan benyttes på tvers av avdelingsgrenser. Ved inngangen til 2009 er det 84 ansatte ved fabrikkene.





Eksportsuksess

Jordan har gjennom snart 50 år satset målrettet på eksport, og det har gitt oss sterke markedsposisjoner i en rekke land. Her gir vi et kort resymé over eksporthistorien for munnhygieneprodukter.

Historien

På slutten av 1950-tallet var Jordan fremdeles en bedrift som kun satset på hjemmemarkedet. Etter opprettelsen av det Europeiske Fellesmarked ble det bestemt at Jordan skulle gjøre sine første fremstøt utenfor Norge. Vi valgte å satse på tannbørster, det produktet som kunne eksporteres nær sagt hvor som helst uten at det var nødvendig å endre designet.

Det startet for alvor i 1960. Da ble et revolusjonerende nytt tannbørstestativ introdusert, og Jordan gjorde sine første vellykkede salg fremstøt i England, Danmark, Sverige og Finland.

Satsingen på eksportmarkedene representerte et stykke pionerarbeid innenfor sisteledds-markedsføring – og det har vært en av Jordans styrker i alle år.



Gjennom en målrettet og innovativ satsing i flere land og ikke minst takket være Jordans kvalitetsprodukter, erobret vi nye markedsposisjoner. Det resulterte i at vi i 1966 solgte mer enn 10 millioner tannbørster på eksportmarkedene, som utgjorde 80 prosent av det totale salget av tannbørster.

Etter suksessen i flere europeiske markeder utvidet Jordan sine eksportfremstøt til markeder utenfor Europa. Dermed ble det bygget opp et omfattende distribusjonsnett i alle verdensdeler.

I 1970 ble Jordan tildelt Eksportprisen for sin pionerinnsats og fremragende eksportarbeid.

På slutten av 1970-tallet var Jordan blitt et internasjonalt orientert selskap med salg i 65 land og markedsleder i flere av disse landene.

I 1986 ble Jordan kåret til Årets Bedrift, mye på grunn av bedriftens sterke markedsmessige posisjon internasjonalt.

Siden har Jordan satsset for å styrke sin posisjon i etablerte internasjonale markeder, og gradvis har selskapet også introdusert sine munnhygiene-

produkter i nye land. Det har vært et langsiktig og målrettet arbeid over snart 50 år som har brakt oss frem til dagens brede internasjonale representasjon.

2008

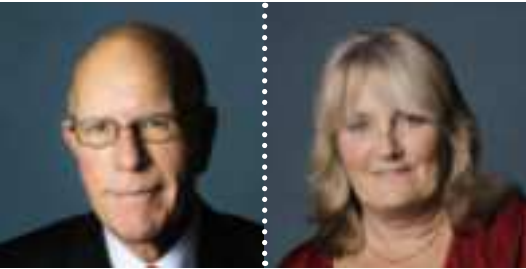
I Norden har vi erobret sterke markedsposisjoner, og innenfor munnhygiene er Jordan nå blant de tre største aktørene i samtlige nordiske land.

Polen har utviklet seg til å bli Jordans største marked utenfor Norge, og her fortsetter fremgangen. Vi har her oppnådd en markedsandel på 17 prosent, noe som gjør Jordan til tredje største aktør i et sterkt voksende marked. Også i Emiratene fortsetter fremgangen, og her er Jordan nå nest størst.

Våre produkter står stadig sterkere i flere andre eksportmarkeder, og totalt sett har Jordan styrket sin internasjonale stilling innenfor munnhygiene. Også i land der vi gikk inn for første gang i 2007 og 2008, har Jordan fått en god start.

I dag fokuserer Jordan på færre eksportmarkeder enn for 20 år siden. Dette fordi det kreves betydelige markedsinvesteringer i hvert land.

Jordans styre



Guttorm Brekke

Bjørg Klattstølen



Karin Siggerud Olsen

Helge Leiro Baastad



Jan Rolland

Stein Klakegg

Styrets beretning

Jordan-konsernets virksomhet omfatter tre produktområder – munnhygiene, malerverktøy og rengjøring. Hjemmemarkedene er Norden og Storbritannia. I tillegg eksporterer konsernet munnhygiene og malerverktøy til utvalgte markeder. Konsernets produksjon skjer i Norge, Sverige, England, Skottland, Malaysia, Kina og India. Jordans hovedkontor ligger i Norge.

Konsernet har et sterkt fokus på sine merkevarer – Jordan*, Wisdom™, Anza™, Hamilton®, Acorn® og Speker™, og disse har i løpet av 2008 gjennomgående styrket sine markedsposisjoner ytterligere. Jordan* er markedslederen i Norden for tannbørster, tannstikkere og tantråd. Innenfor malerverktøy er konsernet også nordisk markedsleder gjennom merkevarene Jordan*, Anza™ og Speker™. Relasjonene til forhandlere og forbrukere er gode.

Konsernregnskap

Jordan-konsernets driftsinntekter ble 1 072,9 millioner kroner i 2008, mot 1 060,8 millioner kroner i 2007, en økning på 1,1 prosent. Driftsresultatet ble 98,3 millioner kroner i 2008 mot 82,6 millioner kroner i 2007. Årets resultat etter skatt ble 45,3 millioner kroner mot 41,7 millioner kroner i 2007. Det er den positive utviklingen i morselskapet Jordan AS som i hovedsak bidrar til fremgangen.

Konsernets finansielle stilling er sterk. Totale eien-deler var 874,3 millioner kroner ved utgangen av 2008. På samme tidspunkt var rentebærende gjeld 217 millioner kroner. Egenkapitalandelen, inklusive ansvarlig lån, var 44 prosent ved utgangen av 2008 mot 53 prosent i 2007. Morselskapet Jordan AS har en egenkapitalandel på 62 prosent mot 73 prosent i 2007.

Resultat etter ekstraordinære poster er 16,5 millioner kroner. Dette skyldes avsetninger for tap på lån til Wisdom Toothbrushes Ltd samt ytterligere restruktureringstiltak.

Jordan AS

Morselskapet Jordan AS produserer og selger produkter innenfor munnhygiene og rengjøring. I tillegg markedsfører og distribuerer selskapet

malerverktøy, som produseres av datterselskapet Anza AB.

Driftsinntektene i 2008 steg med 5,6 prosent fra året før til 487,2 millioner kroner mot 461,2 millioner kroner i 2007. Salget av Jordan* munnhygiene-produkter i hovedmarkedet Norden har vokst med ti prosent sammenlignet med 2007. I de øvrige eksportmarkedene er økningen for munnhygiene-produkter på 12,5 prosent fra året før. For maler-verktøy har veksten vært på fire prosent, mens omsetningen for rengjøringsprodukter steg med nær fem prosent.

Driftsresultatet ble 54,4 millioner kroner i 2008 mot 33 millioner kroner i 2007. Fremgangen er et resultat av økt salg og kostnadsreduksjoner.

Resultat etter skatt ble 51,3 millioner kroner i 2008 mot 34,1 millioner kroner i 2007.

Både Jordan AS og konsernet har styrket sin likvide posisjon i 2008.

Datterselskaper

Jordan AS eier Anza AB, Wisdom Toothbrushes Ltd, Peri-dent Ltd og Jordan (Far East) Ltd.

Anza AB. Selskapet, som er lokalisert i Sverige, produserer malerverktøy og inkluderer de heleide

selskapene Spekter og Anza ApS i Danmark og Hamilton Acorn i England. Produksjonen skjer i Sverige, England og Kina. Produkter selges både til proffmarkedet og som «Gjør-det-selv-produkter» i detaljhandelen.

Anza er markedsleder på malerverktøy i Norden, og har opprettholdt sin posisjon gjennom 2008. Selskapets driftsinntekter i Norden var på nivå med året før.

I Storbritannia har Anzas datterselskap, Hamilton Acorn, en sterk posisjon, men som de øvrige aktørene i bransjen merket også Hamilton Acorn effekten av den internasjonale finanskrisen i 2008. Driftsinntektene og resultatet viser tilbakegang fra året før, og tilbakegangen forsterkes av den negative kursutviklingen for GBP. Til tross for dette har Anza konsern et godt resultat.

Wisdom Toothbrushes Ltd produserer og selger tannbørster for det engelske markedet under selskapets eget varemerke, Wisdom. Selskapet har i flere år tapt betydelige beløp, og har heller ikke i 2008 maktet å snu den negative utviklingen.

Den svake utviklingen i Wisdom førte, sammen med de usikre markedsforholdene, til at Jordan den 20. februar 2009 inngikk en avtale om å selge samtlige aksjer i Wisdom til selskapets ledelse. Det er flere forhold som gjør at Jordan fant det riktig å la andre overta eierskapet i Wisdom. Til tross for at Wisdom er blitt tilført betydelige midler for blant annet å støtte en omstilling og restrukturering, har ikke Jordan maktet å utvikle selskapet som planlagt.

Målt i markedsandel er Wisdom i dag den femte største aktøren i det britiske markedet for tannbørster. Dermed har Jordan ikke nådd sin målsetting om å være blant de tre største i markedet, slik selskapet er i andre prioriterte land. Wisdoms

rammebetingelser ble enda mer krevende etter at den internasjonale finanskrisen førte til en kraftig svekkelse av britiske pund mot amerikanske dollar.

I regnskapet for 2008 er det tatt nødvendige tapsavsetninger i Jordan AS på eksisterende lån til Wisdom Toothbrushes Ltd og ytterligere strukturelle tiltak på tilsammen 68,4 millioner kroner etter skatt.

Peri-dent Ltd. Selskapet, som er lokalisert i Skottland, er en av verdens ledende produsenter av tanntråd. Peri-dent samarbeider med Wisdom og Jordan for å utvikle kompetanse, utnytte synergier og sikre kunnskapsoverføring.

Driftsinntektene viste i 2008 en vekst på to prosent sammenlignet med året før, og selskapets resultater er forbedret gjennom året.

Jordan (Far East) Ltd. Selskapet, som er lokalisert i Malaysia, er et salgsselskap for Jordan* munnhygieneprodukter i Asia Pacific. Kjernemarkedene er Indonesia, Malaysia, Sør-Korea og Thailand, men Jordan er også representert i seks andre markeder i denne regionen. Selskapet har hatt god vekst i 2008, med en økning i driftsinntektene på nær åtte prosent fra året før. Resultatmessig har selskapet en god utvikling.

Organisasjon og miljø

Ved utgangen av 2008 hadde Jordan-konsernet 668 ansatte, sammenlignet med 787 ansatte på samme tidspunkt året før. I Norge har Jordan 179 ansatte, mot 180 ved utgangen av 2007.

Det totale sykefraværet i 2008 utgjorde 6,7 prosent, tilsvarende 2 665 fraværsdager. Antall arbeidsskader var syv skader/nestenukker i løpet av 2008. Ingen av skadene har vært av alvorlig karakter.

Jordan legger vekt på å skape et sikkert og trygt

arbeidsmiljø. Konsernets produksjon og virksomhet påvirker i liten grad det ytre miljø. Bedriften arbeider kontinuerlig med miljøfremmende tiltak som også omfatter energisparing.

Likestilling

Ved utgangen av 2008 har Jordan 179 fast ansatte i Norge, hvorav ca. 40 prosent kvinner og ca. 60 prosent menn. I det kollektive området, som i hovedsak består av produksjon og logistikk, er det 78 fast ansatte – omtrent halvparten av hvert kjønn. Antall funksjonærer, eksklusive ledere, er 97, hvorav ca. 40 prosent kvinner og 60 prosent menn.

Selskapets styre består av to kvinner og fire menn. Jordans ledelse består av en kvinne og seks menn.

Lønn og andre betingelser

Jordans personalpolitikk er basert på lik lønn for likt arbeid, noe som innebærer at kvinner og menn har samme nivå av betingelser for tilsvarende stillinger, gitt at alle andre forutsetninger er like. Selskapet ønsker å oppmuntre til at medarbeidere av begge kjønn gjør tiltak for å få en god balanse mellom arbeid og familieliv. Selskapet hadde 27 deltidsansatte ved utgangen av 2008, syv menn og 20 kvinner.

Forutsetning om fortsatt drift

Med henvisning til konsernets resultat og finansielle stilling bekreftes det at forutsetningen om fortsatt drift er lagt til grunn for årsregnskapet for 2008.

Resultatdisponering

Det foreslås et utbytte på 10 millioner kroner. Utbyttet samt årsresultat på minus 17,1 millioner dekkes ved overføring fra selskapets egenkapital.

Fremtidsutsikter

Styret er fornøyd med at det den 20. februar 2009 ble inngått avtale om å selge Wisdom til selskapets ledelse. Det betyr at Jordan vil få fristilt tid og ressurser til utviklings- og forbedringsarbeid i sine øvrige enheter. Det er også tilrettelagt for et videre samarbeid med Wisdoms nye eiere, blant annet når det gjelder leverandørrelasjoner og produktutvikling.

Jordan har et godt utgangspunkt for fortsatt vekst. Konsernets produkter, medarbeidernes kompetanse og de gode relasjonene til sluttbrukere danner et godt fundament for å videreutvikle selskapet. Det er gjennom 2008 iverksatt ulike forbedrings- og effektiviseringstiltak, og disse vil bli videreført i 2009 for å styrke selskapets konkurransekraft ytterligere.

Styret i Jordan AS
Oslo, 20. februar 2009

Guttorm Brekke

Jan Rolland

Stein Klakegg

Helge Leiro Baastad

Karin Siggerud Olsen

Bjørg Klattstølen



Resultatregnskap

Beløp i 1 000 kroner

	Note	Jordan AS		Konsern	
		2008	2007	2008	2007
DRIFTSINNEKTER					
Netto salgsinntekt		483 544	457 645	1 061 975	1 048 553
Annen driftsinntekt		3 662	3 556	10 881	12 229
Sum driftsinntekter	3	487 206	461 201	1 072 856	1 060 782
DRIFTSKOSTNADER					
Varekostnad		209 737	212 552	440 268	400 999
Beholdningsendring via		(144)	(3 027)	14 772	2 441
Lønnskostnad	9, 14	86 109	87 263	213 981	255 120
Avskrivninger	6	13 304	11 791	38 828	41 337
Annen driftskostnad		123 806	119 602	266 703	278 239
Sum driftskostnader		432 812	428 182	974 552	978 136
Driftsresultat		54 393	33 019	98 304	82 646
FINANSINNEKTER OG FINANSKOSTNADER					
Finansinntekter	11	23 704	23 228	6 955	4 254
Finanskostnader		(12 213)	(15 241)	(31 109)	(24 986)
Resultat finansposter		11 492	7 987	(24 154)	(20 732)
Resultat før skatt		65 885	41 006	74 150	61 914
Skattekostnad på ordinært resultat	10	14 572	6 940	28 853	20 252
Ordinært resultat		51 313	34 067	45 297	41 662
EKSTRAORDINÆRE POSTER					
Ekstraordinære kostnader	7	95 000		40 000	
Skatt på ekstraordinære poster		(26 600)		(11 200)	
Sum ekstraordinære poster		68 400		28 800	
Minoritetenes andel av resultatet					(3 380)
Årets resultat		(17 087)	34 067	16 497	45 042

Balanse

Beløp i 1 000 kroner

	Note	Jordan AS		Konsern	
		2008	2007	2008	2007
ANLEGGSMIDLER					
Immaterielle eiendeler					
Goodwill	6			40 014	41 024
Utsatt skattefordel	8	30 351	424	8 455	1 182
Sum immaterielle eiendeler		30 351	424	48 469	42 206
Varige driftsmidler					
Tomter, bygninger og annen fast eiendom	6	28 144	30 581	122 997	107 997
Maskiner og inventar	6	41 220	42 848	137 518	129 018
Sum varige driftsmidler		69 364	73 429	260 515	237 015
Finansielle anleggsmidler					
Investering i datterselskap	4	43 143	43 143		
Lån til konsernselskap	5	18 451	83 611		
Langsiktige fordringer		4 572	4 118	18 173	14 536
Sum finansielle anleggsmidler		66 166	130 872	18 173	14 536
Sum anleggsmidler		165 882	204 725	327 156	293 757
OMLØPSMIDLER					
Varebeholdninger og fordringer					
Varer	2	67 747	67 130	236 057	201 800
Kundefordringer	1, 5	47 616	35 258	151 341	127 155
Andre fordringer	5	21 866	16 424	22 817	22 658
Sum fordringer		69 481	51 683	174 158	149 813
Likvider					
Kortsiktige plasseringer		688	41 297	2 645	41 297
Kontanter og bankinnskudd		101 531	37 548	134 291	61 118
Sum likvider		102 219	78 845	136 936	102 415
Sum omløpsmidler		239 447	197 658	547 150	454 028
Sum eiendeler		405 329	402 384	874 306	747 785

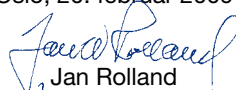
Beløp i 1 000 kroner


	Note	Jordan AS		Konsern	
		2008	2007	2008	2007
EGENKAPITAL					
Innskutt egenkapital					
Aksjekapital	15	20 000	20 000	20 000	20 000
Opptjent egenkapital					
Annen egenkapital	15	129 955	157 042	268 179	264 182
Sum egenkapital		149 955	177 042	288 179	284 182
Minoritetsinteresser					
				–	10 783
GJELD					
Ansvarlig lån					
		100 000	115 000	100 000	115 000
Avsetning for forpliktelser					
Pensjonsforpliktelser	9	1 345	986	34 391	5 530
Utsatt skatt	8	–	–	–	20 884
Sum avsetning for forpliktelser		1 345	986	34 391	26 414
Annen langsiktig gjeld					
Gjeld til kredittinstitusjoner	12			47 606	59 616
Gjeld til konsernselskap		11 997	–	–	–
Sum annen langsiktig gjeld		11 997	–	47 606	59 616
Sum langsiktig gjeld		113 342	115 986	181 997	201 030
Kortsiktig gjeld					
Gjeld til kredittinstitusjoner				63 946	46 242
Leverandørgjeld	5	37 399	26 729	76 972	54 930
Betalbar skatt	8, 10	17 899	7 107	28 372	12 568
Skyldig offentlige avgifter		6 037	6 299	8 933	9 674
Skyldig utbytte		10 000	10 000	10 000	10 000
Annen kortsiktig gjeld	7	70 697	59 221	215 907	118 376
Sum kortsiktig gjeld		142 032	109 356	404 130	251 790
Sum gjeld		255 374	225 342	586 127	452 820
Sum egenkapital og gjeld		405 329	402 384	874 306	747 785

Styret i Jordan AS
Oslo, 20. februar 2009



Guttorm Brekke



Helge Leiro Baastad


Jan Rolland


Karin S. Olsen

Karin Siggerud Olsen


Stein Klakegg


Bjørg Klattstølen

Bjørg Klattstølen



STATSKONTROLLETT
REVISJONEN

Veritippen
BKR

Til generalforsamlingen i
Jordan AS (org.nr. 813 232 952)

REVISJONSBERETNING FOR 2008

Vi har revidert årsregnskapet for Jordan AS for regnskapsåret 2008, som viser et underskudd på kr 17 007 000 for morselskapet og et overskudd på kr. 16 497 000 for konsernet. Vi har også revidert opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet, forsetningen om fortsatt drift og forslaget til dekning av underskuddet. Årsregnskapet består av selskapsregnskap og konsernregnskap. Selskapsregnskapet består av resultatregnskap, balanse, kontantstrømsoppstilling og notisopplysninger. Konsernregnskapet består av resultatregnskap, balanse, kontantstrømsoppstilling og notisopplysninger. Regnskapslovens regler og god regnskapskikk i Norge er utvædt ved utarbeidelsen av regnskapet. Årsregnskapet og årsberetningen er avgitt av selskapets styre og daglig leder. Vår oppgave er å uttale oss om årsregnskapet og øvrige forhold i henhold til revisjonslovens krav.

Vi har utført revisjonen i samsvar med lov, forskrift og god revisjonskikk i Norge, herunder revisjonsstandarder vedtatt av Den norske Revisjonsforening. Revisjonsstandardene krever at vi planlegger og utfører revisjonen for å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon. Revisjon omfatter kontroll av utvalgte deler av materialet som underbygger informasjonen i årsregnskapet, vurdering av de benyttede regnskapsprinsipper og vesentlige regnskapsestimater, samt vurdering av innholdet i og presentasjonen av årsregnskapet. I den grad det følger av god revisjonskikk, omfatter revisjon også en gjennomgåelse av selskapets forretningsforvaltning og regnskaps- og intern kontroll- systemer. Vi mener at vår revisjon gir et forsvarlig grunnlag for vår uttalelse.

Vi mener at

- årsregnskapet er avgitt i samsvar med lov og forskrifter og gir et rettvisende bilde av selskapets og konsernets økonomiske stilling 31. desember 2008 og for resultatet og kontantstrømmene i regnskapsåret i overensstemmelse med god regnskapskikk i Norge,
- ledelsen har opplyst sin plikt til å sørge for ordentlig og oversiktlig registrering og dokumentasjon av regnskapsopplysninger i samsvar med lov og god bokføringskikk i Norge,
- opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet, forsetningene om fortsatt drift og forslaget til dekning av underskuddet er konsistente med årsregnskapet og er i samsvar med lov og forskrifter.

Stabekk, 21. februar 2009

NITSCHKE AS


Erling Kvaløid
Statsskattedirektor

Nitschke AS

Gamle Drammensvev, 4B, Postadresse: Postboks 23, 1421 Stabekk.

Telefon: 07 10 77 00, Telefax: 07 93 59 89, E-mail: tilsagn@nitschke.no, www.nitschke.no

Bankpinne: 8700 87 84055, Postgiro: 0807 3000 083, Org.nr.: 91467314 2074

Datterselskaper



Mats Bjelksjö
Managing Director

Anza AB

Box 133
Tallvägen 6
564 23 Bankeryd
Sverige
Telefon: +46 (0)36 376300
Telefax: +46 (0)36 377990
E-mail: info@anza.se
www.anza.se



John Grayson
Managing Director

Hamilton Acorn Ltd

Halford Road
Attleborough
Norfolk NR17 2HZ
England
Telefon: +44 (0) 1953 453201
Telefax: +44 (0) 1953 452581
E-mail: info@hamilton-acorn.co.uk
www.hamilton-acorn.co.uk



Steve Larder
Managing Director,
Sales & Marketing



Julian Edge-Partington
Managing Director
Finance & Operations

Wisdom Toothbrushes Ltd*)

The Silk Mill
Haverhill
Suffolk CB9 8DT
England
Telefon: +44 (0) 1440 714800
Telefax: +44 (0) 1440 705205
E-mail: enquiries@wisdom.ltd.uk
www.wisdom-toothbrushes.com



Gary Butler
Managing Director

Peri-dent Ltd

Tweedbank Industrial Estate
Galashiels
Selkirkshire TD1 3RS
Skottland
Telefon: +44 1896 754400
Telefax: +44 1896 754402
E-mail: perident@perident.co.uk
www.perident.co.uk



Ng Soo-Keong
General Manager

Jordan Regional Office

15-3 (2nd Floor), Jalan SS23/15
Taman Sea
47400 Petaling Jaya
Selangor Darul Ehsan
Malaysia
Telefon: +603 7803 3060
Telefax: +603 7803 3260
E-mail: sookeong@jordanfareast.com
www.jordanfareast.com

*) Selskapet er solgt per 20.02.2009

Jordan*

Bedriftsforsamling, Jordan AS

Aksjonærvalgte representanter

Per Raustøl (formann)
Ruth-Kristin Brekke Aspaas
Thorleif L. Sørhol Nielsen
Bente Brekke Engeset
Lars Røiri
Knut Hartvig Johannson
Kai G. Hovind
Gisle Bjørnstad

Ansattes representanter

Jan Olsen
Tom Løvberg
Tommy Scott
Kjell-Ivar Jensen
Randi Bråten (observator)
Jorn Stokkebryn (observator)

Bedriftsforsamlingens sekretær

Lars R. Amundsen

Styre, Jordan AS

Guttorm Brekke (formann)
Jan Rolland
Helge Leiro Baastad
Stein Klakegg
Karin Siggerud Olsen
Bjørn Klattstølen
Frederik W. Skarstein (observator)

Styrets sekretær

Stig Fauske

Ledelse, Jordan AS

Per-Arnfinn Brekke
Administrerende direktør
Liesl Hellstrand
HR-sjef
Helge Vangen
Direktør Faghandel
Nils-Terje Vestheim
Eksport- og kontraktsjef
Stig Fauske
Økonomisjef
Ian Moulson
Logistiksjeff

Thomas M. Kristensen
Direktør Oral Care (Fra 1. januar 2009)



Jordan*

Jordan AS

Haavard Martinsens vei 30

NO-0978 Oslo

Telefon: +47 22 78 80 00

Telefaks: +47 22 78 80 51

E-post: management@jordan.no

www.jordan.no