



## **Dr. Thomas Trümper**

Vorstandsvorsitzender  
der ANZAG

in der Hauptversammlung am 2. März 2005

Guten Tag, meine Damen und Herren,

ich begrüße Sie – auch im Namen meiner Kollegen im Vorstand – recht herzlich zur diesjährigen Hauptversammlung der Andreae-Noris Zahn AG.

Erstmals nimmt Herr Wolfgang Traut als neuer Vorstand Rechnungswesen und Finanzen heute teil. Herr Traut gehört dem Vorstand seit dem 5. Mai 2004 an. Er war vorher lange Jahre Ressortleiter Controlling unseres Unternehmens.

Ihr Interesse an der ANZAG, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, Aktionärsvertreter und Vertreter der Presse wie auch Gäste, freut uns. Wir werden Sie umfassend über das Unternehmen und die Branche informieren. Natürlich steht der Rückblick auf das vergangene Geschäftsjahr im Mittelpunkt meiner Ausführungen. Doch bevor ich darauf näher eingehe, vorweg zwei erfreuliche Nachrichten. Sie zeigen, dass unsere Leistung am Markt steigende Anerkennung findet – und dass wir mit unserer Strategie,

den Dienstleistungsgedanken als Leitbild in allen Bereichen des Unternehmens noch stärker zu verankern, auf dem richtigen Weg sind.

Jedes Jahr stimmen in einer Befragung der PharmaRundschau Apotheker über ihre „Besten Apotheken-Partner“ ab. Dabei wurde die ANZAG in der Kategorie „Großhändler“ zum dritten Mal in Folge mit der Silbermedaille ausgezeichnet. Wir erhalten damit bei der deutschen Apothekerschaft eine Zustimmung, die über unsere Marktposition hinausgeht.

Besonders gefreut haben wir uns jedoch darüber, dass die deutschen Apotheker bei der Wahl ihrer „Besten Apotheken-Partner 2005“ die von uns initiierte Apothekenpartnerschaft *vivesco* auf Platz 3 gesetzt haben, direkt hinter den bereits seit vielen Jahren tätigen Kooperationen. *vivesco* ist nicht die größte Kooperation, ausschlaggebend in der Einschätzung der Apotheken war offensichtlich die Leistungskraft. Nur so ist zu erklären, dass *vivesco* bereits ein Jahr nach dem Start und nur ein halbes Jahr

nach dem Beginn der aktiven Marketing-Kommunikation und Pressearbeit eine derart hohe Anerkennung findet.

Doch kommen wir zuerst zum vergangenen Geschäftsjahr. Dann werde ich darauf eingehen, wie sich Ihr Investment, die ANZAG Aktie, entwickelt hat. Anschließend berichte ich über die Auswirkungen der Gesundheitspolitik auf unser Geschäft. Ich werde Ihnen darlegen, mit welchen Konzepten und neuen Aktivitäten die ANZAG darauf antwortet. Dabei nehme ich auch zur aktuellen Geschäftslage und zu den Aussichten für das laufende Geschäftsjahr Stellung.

---

## **GESCHÄFTSJAHR 2003/2004**

---

Die Veränderungen der politischen Rahmenbedingungen und die damit verbundenen Marktentwicklungen haben es uns im letzten Geschäftsjahr nicht gerade leicht gemacht. Doch konnten wir uns insgesamt erfolgreich behaupten und unser Ergebnis spürbar verbessern.

Das Wachstum im deutschen Arzneimittelmart hat sich deutlich verlangsamt. Im Geschäftsjahr der ANZAG wuchs der Markt nur noch um 5,2%, gegenüber 8,1% und 6,1% in den Vorjahren. In den ersten 8 Monaten 2004 kam das Marktwachstum fast völlig zum Erliegen.

Der Hauptgrund dafür liegt bekanntlich im Gesetz zur Modernisierung der gesetzlichen Krankenversicherung, dem GKV-Modernisierungsgesetz, das Anfang 2004 in Kraft trat. Durch die Praxisgebühr gingen die Arztbesuche und somit auch die Verordnungen stark zurück. Nicht-rezeptpflichtige Präparate sind nun weitgehend von der Erstattung durch die Kassen ausgeschlossen, dadurch haben sich die Verschreibungen in diesem Bereich mehr als halbiert. Die erhöhten Zuzahlungen der Patienten wirkten sich ebenfalls negativ auf die Nachfrage nach Arzneimitteln aus.

Wie in den Jahren zuvor wuchs der Markt des pharmazeutischen Großhandels langsamer als der Apothekenmarkt. In den ersten 8 Monaten des Jahres 2004 ging der Umsatz im Großhandel gegenüber dem Vorjahreszeitraum sogar leicht zurück.

Der Grund für diese Entwicklung liegt nach wie vor in den zunehmenden Direktbelieferungen der Industrie, die in unserem Geschäftsjahr bei durchschnittlich 13,4% vom gesamten Arzneimittelmart lagen – Tendenz weiter steigend. Einer der Treiber für diese Entwicklung ist die Konzentration im OTC-Markt: Die großen Hersteller gewinnen hier deutlich Marktanteile. Die Ursache dafür liegt vor allem in der erwähnten Weichenstellung des GKV-Modernisierungsgesetzes, dass der Großteil der nicht-rezeptpflichtigen Arzneimittel nun nicht mehr verschreibungsfähig ist. Die Nachfrage der Verbraucher konzentriert sich auf wenige bekannte Marken.

Wie haben sich diese Marktentwicklungen im Umsatz und im Ergebnis der ANZAG niedergeschlagen? Falls nicht besonders hervorgehoben, beziehen sich alle nachfolgenden Zahlen auf die AG.

Die ANZAG konnte ihre Marktstellung als verlässlicher Partner der selbstständigen Apotheke in Deutschland weiter festigen – ein Erfolg unserer Leistungskraft, die von unseren Kunden honoriert wird: Die Umsatzerlöse stiegen um 5,6% auf 3,33 Mrd. Euro, der ANZAG Konzern erzielte einen Umsatz von 3,37 Mrd. Euro.

Der Rohertrag erhöhte sich um 7,1% auf 208,0 Mio. Euro, die Rohertragsquote stieg leicht. Die kontinuierliche Erosion der Erträge konnte also gestoppt werden, und dies trotz des weiterhin scharfen Wettbewerbs. Die Schlüsselfaktoren dafür waren unsere ertragsorientierte Vertriebspolitik, aber auch unser verfeinertes Bestandsmanagement.

Die sonstigen betrieblichen Erträge stiegen um 24,9% auf 20,5 Mio. Euro. Ausschlaggebend dafür war die zusätzliche Fakturierung von Dienstleistungen in der Arzneimitteldistribution.

Die Personalkosten nahmen um 3,6% auf 95,2 Mio. Euro zu. Dies liegt neben den Tarifierhöhungen auch an der leichten Erhöhung der Mitarbeiterzahl.

Sie stieg im Konzern von umgerechnet 2.188 auf 2.227 Vollbeschäftigte im Jahresmittel. Insbesondere zur Verbesserung unserer Leistungsfähigkeit in den Niederlassungen, aber auch für den Aufbau unseres Kooperationsystems vivesco haben wir neue Arbeits- und Ausbildungsplätze geschaffen.

Die Zahl der Auszubildenden ist von 108 auf 127 im aktuellen Geschäftsjahr gestiegen. Seit Jahren gehören wir zu den Unternehmen, die ihre Aus- und Fortbildungsaktivitäten gezielt ausbauen. Wir sind überzeugt, dass langfristig angelegte Nachwuchsförderung die beste Investition in die Zukunft ist. Andererseits sehen wir es als unsere Verpflichtung an, jungen Menschen einen Einstieg in das Berufsleben zu ermöglichen. Das Engagement und die Kompetenz unserer Mitarbeiter sind die Schlüssel für unseren Erfolg am Markt und das

hohe Ansehen der ANZAG in der Apothekerschaft.

Zurück zur Gewinn- und Verlustrechnung: Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sanken um 1% auf 80,5 Mio. Euro. Lediglich die Projektaufwendungen, zum Beispiel für den Aufbau der vivesco Apotheken-Partner GmbH, die Einführung von SAP R/3 und die Implementierung unseres neuen Dynamischen Informations- und Vertriebssystems DIVA, haben sich leicht erhöht.

Die Erträge aus Beteiligungen stiegen um 1,6 Mio. Euro auf 5,4 Mio. Euro. Zu diesem Beteiligungsergebnis haben insbesondere Ergebnisübernahmen der ANZAG Immobilien-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. KG, der ANZAG Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. OHG und unserer Zentrallagergesellschaft CPL Pharma Lager und Vertrieb GmbH beigetragen.

Die Zinsen sind für uns als Handelsunternehmen weiterhin vorteilhaft. Unser negativer Zinssaldo erhöhte sich daher nur leicht von 2,1 Mio. Euro auf 2,3 Mio. Euro.

Im vergangenen Jahr musste ich an dieser Stelle ein klar unbefriedigendes Geschäftsergebnis vermelden. Im Berichtsjahr konnten wir uns deutlich verbessern: Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit stieg von 32,0 Mio. Euro auf 47,4 Mio. Euro.

Jedoch möchte ich betonen, dass wir uns damit nicht zufrieden geben. Das Niveau vor den folgenschweren Eingriffen der Politik in das Gesundheitssystem wurde damit noch nicht wieder erreicht.

Der Pharmagroßhandel ist durch das GKV-Modernisierungsgesetz in besonderem Maße betroffen: Anfang 2004 ist die Großhandelsspanne halbiert worden. Der Gesetzgeber wollte damit die vormals gewährten Rabatte an die Apotheken vollständig einkassieren. Doch ist der Wettbewerb im Pharmagroßhandel unverändert scharf, so dass der ursprüngliche Wille des Gesetzgebers im Markt nicht umgesetzt werden konnte.

Während im Vorjahr körperschaftssteuerliche Guthaben den Steueraufwand reduzierten, führte im Berichtsjahr die Rückstellung für eine laufende Betriebsprüfung zu überproportionalen Belastungen bei den Ertragssteuern. Sie stiegen von 8,3 Mio. Euro auf insgesamt 21,8 Mio. Euro.

In einem Markt, dessen Dynamik durch die Politik immer wieder ausgebremst wird, sieht sich auch die Apotheke einem verschärften Wettbewerb gegenüber. Ihr entscheidender Wettbewerbsvorteil, zum Beispiel gegenüber Internet-Apotheken und Versandhandel, besteht darin, dass sie ihrem Kunden fast jedes Medikament innerhalb weniger Stunden beschaffen kann. Dies wird durch unser Logistiksystem ermöglicht. Es gilt seit Jahren auch im europäischen Maßstab als marktführend und wird kontinuierlich optimiert.

Wie im vergangenen Jahr liegt auch im aktuellen Geschäftsjahr hier der Investitionsschwerpunkt: Insgesamt haben die ANZAG und ihre Tochtergesellschaften 27,6 Mio. Euro investiert – 13,5 Mio. Euro mehr als im Vorjahr. Das Abschreibungsvolumen stieg um 0,3 Mio. Euro auf 9,1 Mio. Euro.

Wichtigste Investition ist unsere neue Niederlassung Rostock. Sie wird die Niederlassung Güstrow ersetzen und unsere Marktpräsenz in Nordost-Deutschland deutlich verbessern. Das Investitionsvolumen für die neue Niederlassung beträgt insgesamt 15,4 Mio. Euro. Die Inbetriebnahme ist für Juni dieses Jahres geplant.

Doch auch unsere bestehenden Betriebe werden kontinuierlich modernisiert und weiter automatisiert: im vergangenen Geschäftsjahr vor allem die Niederlassungen Stuttgart und Nürnberg.

Der zweite Schwerpunkt bei den Investitionen lag im Erwerb des Grundstücks und Gebäudes der Fliesen Logistik Center GmbH. Das neue Zentrallager der ANZAG im nordhes-

sischen Fliesen ging im Oktober 2003 in Betrieb. Insgesamt steht dies mit 12,3 Millionen Euro zu Buche.

Noch ein Blick auf die Bilanz des Konzerns: Die Vermögens- und Finanzlage der ANZAG ist nach wie vor stabil. Die Bilanzsumme erhöhte sich um 2,2% auf 650,9 Mio. Euro.

Auf der Aktivseite möchte ich auf zwei Entwicklungen im Umlaufvermögen aufmerksam machen: Die Vorräte gingen um 0,4% zurück – ein Erfolg unseres verfeinerten Bestandsmanagements. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich um 0,23% auf 307,4 Mio. Euro.

Auf der Passivseite der Bilanz verminderten sich die Lieferantenverbindlichkeiten um 10,3 Mio. Euro auf insgesamt 119,5 Mio. Euro.

Der operative Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit war mit 32,7 Mio. Euro deutlich positiv. Im Vorjahr mussten wir noch einen negativen Cashflow von 29,1 Mio. Euro verbuchen.

Als Folge konnte das verzinsliche Fremdkapital reduziert werden. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich von 40,5% auf 42,7%, sie liegt weiterhin deutlich über dem Durchschnitt vergleichbarer Pharmagroßhändler.

---

## ANZAG AKTIE

---

Der Jahresüberschuss nach Steuern in der AG erhöhte sich um 8,2% auf 25,2 Mio. Euro. Hiervon sind vorab 12,5 Mio. Euro in die Rücklagen eingestellt worden. Der verbleibende Betrag zuzüglich des Gewinnvortrags aus dem Vorjahr beläuft sich auf insgesamt 15,6 Mio. Euro.

Vorstand und Aufsichtsrat der ANZAG schlagen Ihnen heute vor, aus diesem Betrag wie im Vorjahr eine Grunddividende in Höhe von 1,10 Euro auszuschütten. Darüber hinaus sollen Sie als unsere Anteilseigner durch einen Bonus von 15 Cent

zusätzlich vom gestiegenen Jahresüberschuss profitieren.

Mit einer Ausschüttungsquote von etwa 53% bleibt die ANZAG ihrer anlegerorientierten Ausschüttungspolitik treu – wir entsprechen damit den Empfehlungen von Interessengemeinschaften der Aktionäre.

Bei einem Börsenkurs von exakt 28 Euro am Bilanzstichtag entspricht die vorgeschlagene Ausschüttung einer Dividendenrendite von 4,5%.

Auch die Entwicklung anderer Kennziffern kann sich sehen lassen: Das EBIT je Aktie stieg von 2,80 Euro auf 4,10 Euro, der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit erhöhte sich von minus 2,24 Euro auf plus 2,84 Euro je Aktie.

Der Börsenwert der ANZAG Aktie blieb im abgelaufenen Geschäftsjahr stabil. Der Kurs lag zum Anfang wie auch zum Ende des Geschäftsjahrs bei 28 Euro. Zu Beginn des laufenden Geschäftsjahrs ist der Kurs kräftig gestiegen. Die Gründe dafür können wir natürlich nur vermuten. Zeitweise mögen die Übernahmespekulationen um die ANZAG, die immer wieder aufflammen, eine Rolle gespielt haben. Doch entscheidender ist sicherlich, dass Aktien des Pharmagroßhandels generell nun wieder stärker gehandelt werden – hier wird eine zukunftssträchtige Branche offensichtlich wieder entdeckt. Und dann ist natürlich auch die Dividendenrendite der ANZAG Aktie von 4,5% ein starkes Argument.

---

## AUSBLICK 2004/2005

---

Soviel zum abgelaufenen Geschäftsjahr und zur Entwicklung der ANZAG Aktie.

Bevor ich auf die aktuellen Entwicklungen in unserem Markt und auf den Ausblick für das laufende Geschäftsjahr eingehe, möchte ich Sie jetzt noch über das laufende Kartellverfahren informieren. Sie haben in der Presse darüber gelesen.

Am 14. November 2003 erfolgte auf Antrag des Bundeskartellamts eine Durchsuchung der Geschäftsräume der ANZAG. Dieser Durchsuchung hat nach Maßgabe des Durchsuchungsbeschlusses das Ermittlungsverfahren gegen die Verantwortlichen der Celesio u. a. wegen des Verdachts wettbewerbsbeschränkender Vereinbarungen von Pharmagroßhändlern zu Grunde gelegen. Hierüber hatte ich auf der letzten Hauptversammlung berichtet.

Ende Januar 2005 hat das Bundeskartellamt der ANZAG mitgeteilt, dass es gegen die ANZAG, Herrn Traut und mich ein Ordnungswidrigkeitsverfahren wegen des Verdachts ordnungswidriger Verstöße gegen das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen eingeleitet hat. Derzeit können wir uns zu den Vorwürfen des Kartellamts noch nicht detailliert äußern, da wir uns noch im Stadium der Sachverhaltsaufklärung befinden. Akteneinsicht ist beantragt, aber noch nicht gewährt worden.

Im Kern geht es um den Vorwurf unerlaubter Absprachen zwischen den führenden Pharmagroßhandlungen mit dem Ziel der Abgabe von Marktanteilen im Zeitraum September bis November 2003. Hier soll die ANZAG Umsatz- und Marktanteils-gewinne, die sie im ersten Halbjahr 2003 erzielt hatte, wieder zugunsten der anderen Pharmagroßhändler rückgängig gemacht haben. An dieser Stelle möchte ich lediglich feststellen, dass die Marktanteile der ANZAG im fraglichen Zeitraum gestiegen sind.

Nun zum aktuellen Geschäftsjahr:

Immer deutlicher wird, dass das GKV-Modernisierungsgesetz direkt auf den Arzneimittelverbrauch durchschlägt: Die gesetzlichen Krankenkassen gaben im Jahr 2004 über 2,5 Mrd. Euro oder rund 11,2% weniger für die Arzneimittelversorgung ihrer Versicherten aus als ein Jahr zuvor.

Dementsprechend ist der Arzneimittelmarkt im Jahr 2004 nur noch um 0,4% gewachsen. Der Umsatz mit

den nicht-rezeptpflichtigen Medikamenten ist um fast 14% gesunken. Auch im Freiwahlbereich waren die Umsätze stark rückläufig. Offensichtlich ließen die sonstigen Belastungen des GKV-Modernisierungsgesetzes, vor allem die Praxisgebühr und die Zuzahlungen, eine Ausweitung des Budgets für Arzneimittel bei den Patienten nicht zu. Die Haushaltseinkommen steigen ja kaum noch.

Erstmals ist auch der Absatz stark rückläufig: Die Zahl der verkauften Packungen sank durch die Gesundheitsreform im vergangenen Jahr um 10,1%. Dieser Trend hat sich von September bis Dezember 2004, den ersten vier Monaten des neuen Geschäftsjahrs, noch einmal verstärkt. So sank die Zahl der abgesetzten Packungen im Dezember um 16,4% gegenüber dem Vorjahresmonat. Die negative Entwicklung betrifft erstmals alle Bereiche, sowohl den rezeptpflichtigen wie auch den rezeptfreien Bereich und die Freiwahl.

Im rezeptpflichtigen Bereich wird diese Entwicklung vor allem durch die zunehmende Verschreibung von Großpackungen verursacht. Dieser Trend wirkt sich direkt auf den Umsatz und vor allem auf die Spanne des pharmazeutischen Großhandels aus.

Insgesamt ist auffällig, dass der Umsatz immer stärker von wenigen, innovativen Originalprodukten getrieben wird, die nicht im Wettbewerb mit Generika stehen.

Wohin der Markt sich entwickeln wird, ist schwer vorherzusagen – vor allem weil nicht abzusehen ist, welche Eingriffe der Politik wir noch hinnehmen müssen und wann die entsprechenden Maßnahmen ggf. in Kraft treten könnten.

Die Spitzenverbände der gesetzlichen Krankenversicherung hatten Ende 2004 davor gewarnt, dass die Arzneimittelausgaben in diesem Jahr um mehr als 10% steigen könnten – unter anderem weil der Rabatt der Hersteller von 16% auf 6% sinkt.

Außerdem läuft das zweijährige Preismoratorium aus. Allerdings ha-

ben sich die Befürchtungen der Krankenkassen, dass die Hersteller die Preise erhöhen könnten, bisher nicht bestätigt – im Gegenteil: Der Preisindex für Medikamente sank von 97,5 im Dezember 2004 auf 96,6 im Januar 2005. Das ist allerdings auch eine Folge der im Januar in Kraft getretenen Festbeträge. Die Äußerungen der Herstellerverbände weisen eindeutig in die Richtung, dass Preiserhöhungen am Markt nur in wenigen Bereichen durchsetzbar sind.

Ein weiterer Unsicherheitsfaktor ist die angestrebte neue Festbetragsregelung, sie soll bei den Einnahmen der GKV die Reduzierung der Hersteller-rabatte ausgleichen. Wenn die Preise für so genannte Scheininnovationen mit geringem oder keinem therapeutischen Nutzen gedeckelt würden, hätte dies direkte Folgen auch für den Umsatz des pharmazeutischen Großhandels. Das Einsparvolumen der Festbetragsregelung soll bis zu 1 Milliarde Euro pro Jahr betragen. Allerdings hat sich die Festlegung der Produktgruppen verzögert, so dass die Umsetzung noch auf sich warten lassen wird.

Gleichzeitig versuchen auch die Apotheken, ihren Ertragsdruck an den Großhandel weiterzugeben. Dies ist nur allzu verständlich. Doch höhlen sie so langfristig die Leistungskraft ihres natürlichen Partners, des Pharmagroßhandels, aus.

In einem insgesamt stagnierenden, in einigen Marktsegmenten sogar rückläufigen Markt ist der Wettbewerb im Pharmagroßhandel seit Mitte 2004 kontinuierlich schärfer geworden. Dazu kommt der unveränderte Trend zur Direktbelieferung durch die Industrie. Das hat dazu geführt, dass der Umsatz der ANZAG in den ersten vier Monaten des laufenden Geschäftsjahrs leicht unter Vorjahr lag.

Unsere Ziele für das laufende Geschäftsjahr sind eine marktkonforme Umsatzentwicklung und ein operatives Ergebnis in der Größenordnung des Vorjahrs. Ob wir diese Ziele erreichen können, hängt von der Markt-

entwicklung und nicht zuletzt von den Entscheidungen der Politik ab.

## ZUKUNFTS- PERSPEKTIVEN

Das GKV-Modernisierungsgesetz hat unmittelbare Auswirkungen auf unser laufendes Geschäft. Noch bedeutender sind allerdings die strukturellen Weichenstellungen des Gesetzes, die ihre ganze Wirkung sicherlich erst in den nächsten Jahren entfalten werden. Nach jahrelanger Verkrustung verändert sich derzeit kaum ein Gesundheitsmarkt in Europa so schnell wie der deutsche. Dies betrifft grundlegende Strukturen und Traditionen.

Durch die Entscheidungen der Politik, aber auch durch Entwicklungen in der Gesellschaft und in den Märkten stehen die ANZAG und ihre Marktpartner, die selbstständigen mittelständischen Apotheken, völlig neuen Herausforderungen und Wettbewerbern gegenüber. Stichworte sind hier die Lockerung des Mehrbesitzverbots für Apotheken, der Internet-Versandhandel als aggressiver, finanzstarker Wettbewerber und vor allen Dingen die Praxis- und Rezeptgebühr. Diese Gebühren haben den Trend verstärkt, dass viele Menschen bei leichten Beschwerden oder auch vor dem Urlaub nicht mehr zum Arzt, sondern direkt in die Apotheke gehen.

Dort erwarten sie, dass sie zu Indikationen wie Erkältung und Allergie oder auch bei der Vorbereitung auf die Reise in fremde Länder kompetent und umfassend beraten werden. Die Apotheke genießt bei den Menschen nach wie vor hohes Vertrauen, wie Befragungen immer wieder zeigen. Dementsprechend groß sind ihre Chancen in neuen Märkten, wie zum Beispiel im Wellness-Bereich.

Von vielen Apothekern werden diese Herausforderungen als Bedrohung für die eigene Zukunft wahrgenommen. Doch das ist meiner Meinung nach die falsche Sichtweise! Die über 160 Jahre alte Geschichte der ANZAG ist durch ständigen Fort-

schrift und die Orientierung an den Marktbedingungen geprägt. Wir bei der ANZAG sehen in Veränderungen nicht nur Risiken, sondern auch neue Möglichkeiten.

Das wichtigste Projekt, mit dem die ANZAG auf die neuen Herausforderungen und veränderten Rahmenbedingungen im Arzneimittelmarkt antwortet, ist *vivesco* – unser Zukunftskonzept für die selbstständige Apotheke. Im Ausbau dieser Apotheken-Kooperation sehen wir eine Schlüsselaufgabe der nächsten Jahre.

Die *vivesco* Apotheken-Partner GmbH wurde im September 2003 gegründet – sie ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der ANZAG. Ausgangspunkt war die Überlegung, dass die einzelne Apotheke als lokales mittelständisches Unternehmen die genannten Herausforderungen nicht allein bewältigen kann, sondern nur gemeinsam mit anderen Apotheken und vor allem gemeinsam mit einem starken Partner. Unser Kooperationsmodell ist als echte Partnerschaft angelegt: Die Apotheker sind in einem gemeinsamen Unternehmen als stiller Gesellschafter am Erfolg beteiligt, ohne dass sie ihre unternehmerische Eigenständigkeit und Individualität verlieren.

Das Ziel des *vivesco* Apotheken-Kooperationssystems ist es, den Erfolg der Apotheke auch unter veränderten Marktbedingungen langfristig sicherzustellen.

*vivesco* unterstützt die Apotheke umfassend in allen Bereichen, die für ihren Erfolg wichtig sind:

- ▷ Die Kooperation bietet ein Category Management auf professionellem Einzelhandelsniveau.
- ▷ Um bestehende Kunden und neue Zielgruppen anzusprechen und die Kundenfrequenz deutlich zu steigern, setzt *vivesco* auf lokales Mikromarketing in der Apotheke und in ihrem Umfeld. Gemäß dem Grundsatz „All business is local“ wird der Apotheker zum lokalen Marketing-Manager.
- ▷ Professionelle Marketing-Kommunikation und Pressearbeit machen

die Marke „*vivesco* – Gesundheit erleben“ und die Leistungen von *vivesco* in ganz Deutschland bekannt.

- ▷ Fortbildungen und Schulungen steigern die Management-Kompetenz des Apothekeninhabers und vermitteln den Apotheken-Teams die notwendigen Kompetenzen.

Ein Finanzmodul rundet das Leistungspaket ab.

Innerhalb eines Jahres hat *vivesco* alle wesentlichen Leistungsbausteine entwickelt und flächendeckend in ganz Deutschland umgesetzt.

Das wird zunehmend anerkannt, dies zeigt die Entwicklung der Mitgliederzahlen. *vivesco* gehört zu den am schnellsten wachsenden Kooperationen im Markt: Anfang 2004 ging *vivesco* mit neun Apotheken an den Start. Als ich vor einem Jahr hier an dieser Stelle das Ziel „1.000 Mitglieder bis Ende 2004“ verkündete, haben wahrscheinlich nur wenige geglaubt, dass wir das schaffen würden. Doch das hochgesteckte Ziel wurde erreicht: Ende 2004 zählte *vivesco* genau 1.003 Mitglieder.

Parallel zu den gewachsenen Aufgaben hat die *vivesco* Apotheken-Partner GmbH eine schlagkräftige Organisation aufgebaut. Im Jahresdurchschnitt beschäftigte die Gesellschaft 15 Mitarbeiter. Entsprechend der Mitgliederentwicklung werden wir vor allem den Außendienst weiter ausbauen, um eine qualifizierte und dichte Betreuung der *vivesco* Partner flächendeckend zu gewährleisten.

Wir werden die Leistungen von *vivesco* konsequent ausbauen und die Umsetzung weiter verbessern. Wie die Wahl zum „Besten Apothekenpartner“ gezeigt hat, sind wir dabei auf einem guten Weg!

Mit *vivesco* haben wir eingetretene Pfade verlassen. Wer im Wandel erfolgreich sein will, darf sich keine Scheuklappen anlegen. Wir müssen klar sehen, dass die Umsatzrenditen im deutschen Pharmagroßhandel seit Jahren rückläufig und weitere Eingriffe der Politik in das Distributions-

system für Arzneimittel zu befürchten sind.

Die Notwendigkeit, diese Risiken wenigstens teilweise auszugleichen und unserem Unternehmen neue Wachstumschancen zu eröffnen, hat uns bewogen, uns erstmals auch außerhalb Deutschlands zu engagieren: Ende des letzten Jahres hat die ANZAG 49% der Anteile an dem kroatischen Pharmagroßhändler Oktal Pharma d.o.o erworben. Die Anteile wurden von privaten Gesellschaftern abgegeben, die jedoch weiterhin 51% halten.

Gleichzeitig wird das Kapital der Gesellschaft deutlich erhöht, und zwar mit dem Ziel, in Wachstum zu investieren.

Sicherlich ist Ihnen der kroatische Markt nicht so gut vertraut, weshalb ich Ihnen Oktal Pharma und die dortigen Marktbedingungen kurz vorstellen möchte. Mit einem Volumen von rund 720 Mio. Euro und einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 15,5% in den letzten fünf Jahren gilt der kroatische Pharmamarkt als starker Wachstumsmarkt. Die politischen Verhältnisse wie auch die sonstigen Rahmenbedingungen in Kroatien gelten als stabil.

Oktal Pharma wurde 1992 gegründet und ist mit einem Marktanteil von

rund 17% der drittgrößte Pharmahändler des Landes. Im Jahre 2003 erwirtschaftete das Unternehmen mit 200 Mitarbeitern einen Umsatz von umgerechnet 115 Mio. Euro, es verzeichnet seit Jahren überdurchschnittliche Wachstumsraten.

Wir sehen in dieser Beteiligung weit mehr als ein Finanzinvestment. Die Zusammenarbeit mit Oktal Pharma ist als strategische Partnerschaft angelegt.

Weil zur Aktionärsstruktur jedes Jahr Fragen kommen, möchte ich Sie auch über die aktuellen Entwicklungen zu diesem Thema informieren. Auf dem Schaubild sehen Sie die derzeitigen Verhältnisse, die sich seit der letzten Hauptversammlung im Wesentlichen nicht verändert haben. Bekannt ist auch, dass die Sanacorp die Anteilsmehrheit an der ANZAG übernehmen möchte und dafür eine Kaufoption auf weitere 25% der Anteile besitzt. Diese Übernahme ist vom Kartellamt nicht genehmigt worden, seitdem wird der Gerichtsweg beschritten. Zuletzt war das Verfahren beim Bundesgerichtshof anhängig. Dieser hat mit Beschluss vom 13. Juli 2004 das Verfahren an das Oberlandesgericht Düsseldorf zurückverwiesen. Zu einer ersten Anhörung wird es im April kommen.

Der weitere zeitliche Ablauf ist nur schwer abzuschätzen.

Diese Ausführungen mögen genügen, um zu verdeutlichen, dass sich an der seit Jahren bestehenden Situation wenig geändert hat. Unsere Aufgabe im Vorstand besteht unverändert darin, die Marktstrategie der ANZAG kontinuierlich weiterzuentwickeln und die entsprechenden Maßnahmen konsequent umzusetzen – so dass das Unternehmen auch weiterhin erfolgreich ist und sein Wert kontinuierlich weiter steigt.

Es ist unsere Pflicht, alle Optionen zu prüfen und zu ergreifen, die zu unserem Profil als Großhandelspartner der selbstständigen Apotheke passen. Prüfstein für unsere Konzepte ist immer der Erfolg am Markt – darüber sind wir uns als Händler stets im Klaren. Die beiden Auszeichnungen für die ANZAG und vivesco als „Beste Apothekenpartner“ sind Zeichen dafür, dass wir uns dabei im vergangenen Jahr erfolgreich geschlagen haben. Wir werden nicht nachlassen in dem Bemühen, unsere Attraktivität für unsere Marktpartner und unsere Aktionäre weiter zu erhöhen.

Meine Damen und Herren, damit endet mein Vortrag. Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit