



**Intelligente Lösungen
für Ihren Erfolg**

Die ANZAG hat ihre Marktposition 2007 erneut erfolgreich behauptet



Dr. Thomas Trümper

Vorsitzender des Vorstands
der ANZAG

in der Hauptversammlung am 12. Februar 2008

Herr Vorsitzender, sehr geehrte Aktionäre, Aktionärsvertreter, Journalisten und Gäste,

meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich möchte Sie – auch im Namen meiner Kollegen Michael Mock und Wolfgang Traut – ganz herzlich zur Hauptversammlung der Andrae-Noris Zahn AG für das Geschäftsjahr 2007 begrüßen.

Im Folgenden werde ich Ihnen den Abschluss des Geschäftsjahres 2007 vorstellen, das am 31. August 2007 endete. Dann präsentiere ich Ihnen den Ausblick auf das neue Geschäftsjahr. Dabei möchte ich auch auf die aktuellen Veränderungen in unserem Markt eingehen – und insbesondere die Position der ANZAG erläutern.

Lassen Sie mich also zunächst einen kurzen Überblick geben.

Die ANZAG hat – trotz des schwierigen Marktumfelds – das angestrebte Ergebnis auf Vorjahresniveau erreicht und konnte ihren Konzernumsatz um 7,7% auf 3,68 Mrd. Euro steigern. Durch erneute Opti-

mierungen sowie unsere Auslandsaktivitäten wurden die Margen-Einbußen in unserem Kerngeschäft weitgehend kompensiert. So ging das Ergebnis vor Steuern (EBT) nur leicht um 0,7 Mio. Euro auf 32,8 Mio. Euro zurück.

Arzneimittelmarkt in Deutschland

Unsere Geschäftsentwicklung wurde maßgeblich durch die Maßnahmen des Gesetzgebers und durch Veränderungen in den Marktstrukturen beeinflusst. Nach dem Gesetz zur Modernisierung der gesetzlichen Krankenversicherung in 2004 (GMG) und dem

Die ANZAG konnte ihren Konzernumsatz um 7,7 % auf 3,68 Mrd. Euro steigern.

Arzneimittelversorgungs-Wirtschaftlichkeitsgesetz 2006 (AVWG) hat das im April vergangenen Jahres in Kraft getretene Gesetz zur Stärkung des Wettbewerbs in der gesetzlichen Kran-

kenversicherung (GKV-WSG) für die Apotheken und den Pharmagroßhandel erneut einschneidende Veränderungen gebracht. Unter diesen Rahmenbedingungen hat sich die Wettbewerbsintensität im deutschen Pharmagroßhandelsmarkt weiter deutlich verschärft.

Die Auswirkungen der geschilderten Maßnahmen des Gesetzgebers haben das Wachstum des deutschen Arzneimittelmarktes spürbar beeinträchtigt: Das Tempo hat sich im Vergleich zum Vorjahr weiter verlangsamt, der Arzneimittelmarkt ist nur noch um 1,2% gewachsen.

Gleichzeitig wurde in einigen Sortimentsbereichen eine Preisspirale nach unten in Gang gesetzt: Für rezeptpflichtige Arzneimittel, die zu Lasten der Gesetzlichen Krankenversicherung abgegeben werden, sanken die Preise um 2,8%. Dies hat mehrere Ursachen:

Durch das Arzneimittelversorgungs-Wirtschaftlichkeitsgesetz (AVWG) trat ein zweijähriger Preisstopp für Arzneimittel, die zu Lasten der Gesetzli-

chen Krankenversicherungen abgegeben werden, in Kraft. Außerdem erhielten die Kassen die Möglichkeit, Arzneimittel von der Zuzahlung zu befreien, wenn der Preis um mindestens 30% unter dem Festbetrag liegt. Dies führte, entgegen der Erwartungen aller Marktteilnehmer, tatsächlich auf breiter Front zu Preissenkungen, mittlerweile sind rund 11.000 Medikamente zuzahlungsfrei erhältlich.

In Deutschland erhöhte sich der Umsatz des pharmazeutischen Großhandels lediglich um 0,9%.

Durch die Rabattvereinbarungen zwischen Krankenkassen und Herstellern, wie sie seit April 2007 in großem Umfang getroffen werden, ist weiterer Preisdruck entstanden.

In Deutschland erhöhte sich der Umsatz des pharmazeutischen Großhandels lediglich um 0,9%. Der Großhandelsmarkt wächst damit weiterhin unterproportional zum Arzneimittelmarkt.

Direktbelieferungen mehr als verdoppelt

Der Grund dafür liegt in Direktlieferungen der Industrie. Sie nehmen weiter zu und haben inzwischen mehr als 16,5% vom Gesamtmarkt erreicht. In nicht einmal 10 Jahren hat sich der Anteil der Direktbelieferungen damit mehr als verdoppelt. Vor allem hochpreisige Produkte mit attraktiven Margen werden häufig direkt beim Pharma-Hersteller bezogen.

Die geschilderten Veränderungen bei den Rahmenbedingungen haben dazu geführt, dass der Anteil des Pharmagroßhandels an den Gesamtausgaben der Gesetzlichen Krankenversicherung für Arzneimittel im ersten Kalender-Halbjahr 2007 weiter gesunken ist – auf 4,0%.

Wer sich die Entwicklung des pharmazeutischen Großhandels in Deutschland – soweit entsprechende Vergleichsdaten verfügbar sind – näher ansieht, wird feststellen: Das ope-

rativ Ergebnis des pharmazeutischen Großhandels ist in den vergangenen vier Jahren um rund zwei Drittel zurückgegangen.

Die Eingriffe des Gesetzgebers in den Arzneimittelmarkt haben dazu geführt, dass Wettbewerb nur noch zwischen den Herstellern in den Verhandlungen mit den Krankenkassen und zwischen den Pharmagroßhändlern im Verhältnis zu den Apotheken stattfindet.

Zudem hat das bereits erwähnte Arzneimittelversorgungs-Wirtschaftlichkeitsgesetz (AVWG) dazu geführt, dass die Hersteller bei zahlreichen Produkten die Preise gesenkt haben. Und es werden mehr niedrigpreisige Arzneimittel abgesetzt. Beides hat unmittelbar Einfluss auf die Erträge im pharmazeutischen Großhandel, denn der Großhandelszuschlag richtet sich nun einmal nach dem Abgabepreis des pharmazeutischen Unternehmens. Durch die sinkenden Preise für Arzneimittel und die zunehmende Direktbelieferung geht die in der Arzneimittelpreisverordnung vorgesehene Mischkalkulation im pharmazeutischen Großhandel aus hochpreisigen und niedrigpreisigen Arzneimitteln zunehmend nicht mehr auf – zumal Kostensteigerungen und höhere Aufwände z. B. für Kühlartikel oder auch Betäubungsmittel den Kostendruck erhöhen.

Es werden mehr niedrigpreisige Arzneimittel abgesetzt.

Gleichzeitig führten der Bau neuer Niederlassungen durch unsere Wettbewerber sowie neue Marktaktivitäten dazu, dass sich der Konditionenwettbewerb im deutschen Großhandelsmarkt deutlich verschärft hat.

Geschäftsjahr 2007: ANZAG gut behauptet

Meine Damen und Herren, aus meinen Ausführungen zu den Rahmenbedingungen und zum Markt dürfte klar geworden sein, wie angespannt die Situation für den pharma-

zeutischen Großhandel in Deutschland ist. In diesem schwierigen Umfeld konnten wir unsere Position gut behaupten. Der Umsatz in Deutschland stieg um 140,7 Mio. Euro.

Insgesamt nahm der Umsatz des ANZAG Konzerns um 264,7 Mio. Euro auf 3,68 Mrd. Euro zu. Knapp die Hälfte des Umsatzwachstums ist dabei durch unsere Auslandsgesellschaften erwirtschaftet worden. Während sich Kroatien auf einem moderaten, aber stetigen Wachstumskurs befindet, verzeichnete Rumänien ein starkes Wirtschaftswachstum.

In diesem schwierigen Umfeld konnten wir unsere Position gut behaupten.

Unsere rumänische Tochtergesellschaft Farmexpert DCI S.A., deren Anteile wir im letzten Jahr neu erworben haben, wurde nun erstmals mit vollen zwölf Monaten in die Konsolidierung einbezogen.

Die ANZAG hält 60% an der Farmexpert, einem der größten Pharmagroßhändler in Rumänien. Das Wachstum der Farmexpert lag auf Marktniveau. Zusätzlich wirkte sich die starke Landeswährung positiv auf das Ergebnis aus. So konnte erwartungsgemäß eine Dividende ausgeschüttet werden.

Bereits seit 2005 hält die ANZAG außerdem 49% der Anteile an dem kroatischen Pharmagroßhändler Oktal Pharma d.o.o., einem der führenden Großhändler des Landes. Oktal Pharma ist mit Tochtergesellschaften auch in Bosnien-Herzegowina, Slowenien und Serbien vertreten. Die Gesellschaft konnte ihre Erträge verbessern und vertragsgemäß erstmals eine Dividende ausschütten.

Unser Konzernumsatz in Deutschland wird zu etwa 98% im Geschäftsfeld Großhandel erwirtschaftet. Für die übrigen Geschäftsfelder Healthcare-Logistik, Informations-Dienstleistungen und die vivesco Apothekenkooperation sowie die Bauprojektierung

möchte ich hier nur einige aktuelle Entwicklungen herausgreifen:

Gute Entwicklungen in Tochtergesellschaften

Die CPL Pharma Lager und Vertrieb GmbH ist mit ihrem integrierten Mikrologistik-System als Zentrallagergesellschaft für die ANZAG und für andere Pharmagroßhändler tätig. Für Pharmahersteller übernimmt sie Logistikkdienstleistungen. Die CPL konnte ihren Umsatz steigern, das Ergebnis war allerdings negativ. Die Ursache dafür liegt in den häufigen Bestandsumstellungen, wie sie durch die Rabattverträge zwischen den Herstellern und den Kassen notwendig wurden. Das hat den Logistikaufwand deutlich in die Höhe getrieben.

Die GESDAT Gesellschaft für Informationsmanagement mbH ist unser Dienstleister im Bereich Marktforschung für die Pharmabranche. Die Gesellschaft erzielte ein positives Ergebnis.

Mit 1.171 Partnern zum Ende des Geschäftsjahres ist vivesco eine der größten Apothekenkooperationen in Deutschland. Die vivesco Apotheken-Partner GmbH ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der ANZAG, die teilnehmenden Apotheken sind als stille Gesellschafter beteiligt. Die Gesellschaft befindet sich nach wie vor in der Anlaufphase und verzeichnete erwartungsgemäß ein negatives Ergebnis. Jedoch konnten die Verluste im Vergleich zum Vorjahr deutlich reduziert werden.

Zur Sicherung unserer zukünftigen Leistungsfähigkeit investieren wir in unseren Nachwuchs.

Doch zurück zum Konzern. Schauen wir uns nun die Gewinn- und Verlustrechnung genauer an:

Der bereits erwähnte deutlich verschärfte Konditionenwettbewerb im deutschen Pharmagroßhandel führte zu einer Verringerung der Rohermargen um 0,19 Prozentpunkte auf

6,06%. Die erstmalige Konsolidierung der rumänischen Farmexpert – mit einem positiven Einfluss auf die Rohermarge – konnte natürlich die negative Tendenz in Deutschland nicht vollständig ausgleichen, sondern nur abmildern.

Die Sonstigen betrieblichen Erträge stiegen um 14,0 Mio. Euro auf 33,5 Mio. Euro.

Der Ertrag vor Zinsen und Steuern konnte um 10,4% auf 48,8 Mio. Euro gesteigert werden.

Der Anstieg der Personalkosten von 87,9 Mio. Euro auf 98,9 Mio. Euro ist auf die erstmalige Berücksichtigung der Farmexpert zurückzuführen.

Dies ist auch der Grund dafür, dass sich die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im ANZAG Konzern im Jahresmittel von 2.049 auf 2.439 Vollzeitkräfte erhöht hat.

In Deutschland ist die Mitarbeiterzahl um 34 auf 2.015 Mitarbeiter zurückgegangen.

Zur Sicherung unserer zukünftigen Leistungsfähigkeit investieren wir weiterhin in unseren Nachwuchs: Mit 158 Auszubildenden beträgt ihr Anteil an der Gesamtmitarbeiterzahl 5,2%. Das Engagement der ANZAG im Bereich der Ausbildung ist damit überdurchschnittlich – im Wirtschaftszweig Großhandel und Handelsvermittlung liegt der Anteil der Auszubildenden im Bundesgebiet im Schnitt bei 4,4%.

Die Abschreibungen liegen auf Vorjahresniveau. Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen um 8,9%. Aufgrund gestiegener Zinssätze erhöhte sich der Zinsaufwand auf 17,5 Mio. Euro.

Der Ertrag vor Zinsen und Steuern konnte um 10,4% auf 48,8 Mio. Euro gesteigert werden. Der Beitrag unserer rumänischen Tochtergesellschaft belief sich dabei auf 13,0 Mio. Euro.

Auf der Grundlage gesetzlicher Vorgaben erfolgte die Aktivierung der Körperschaftssteuer-Guthaben. Dies

führte bei den Ertragssteuern zu einem einmaligen positiven Sondereffekt in Höhe von 18,0 Mio. Euro. Der Konzernjahresüberschuss stieg durch diesen Einmal-Effekt, der losgelöst vom operativen Geschäft gesehen werden muss, auf 40,8 Mio. Euro.

Gute Finanzlage des ANZAG Konzerns

Meine Damen und Herren, ich komme jetzt zur Finanzlage des ANZAG Konzerns:

Die Kapitalflussrechnung zeigt einen deutlich erhöhten Netto-Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von 27,1 Mio. Euro. Während das Working Capital keinen wesentlichen Änderungen unterlag, war der Saldo aus Steuereinnahmen und -ausgaben wegen der gerade beschriebenen Maßnahmen natürlich positiv.

Der Mittelabfluss für Investitionen lag bei 8,1 Mio. Euro. Das sind 24,7 Mio. Euro weniger als im Vorjahr, als wir den Erwerb der Anteile an der Farmexpert in den Büchern verarbeiten mussten.

Der negative Cashflow aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von 17,1 Mio. Euro enthält im Wesentlichen den Abfluss der Dividendenzahlung für das Vorjahr von 15,5 Mio. Euro. Die Aufnahme und Tilgung von Krediten haben sich gegeneinander nahezu aufgehoben.

Die Bilanzsumme des Konzerns ist um knapp 10 Prozent auf 927,4 Mio. Euro gewachsen.

Schauen wir uns nun die Bilanz an:

Die Bilanzsumme des Konzerns ist um knapp 10 Prozent auf 927,4 Mio. Euro gewachsen.

Die langfristigen Vermögenswerte erhöhten sich insgesamt um 17,1 Mio. Euro auf 200,7 Mio. Euro. Der Anstieg ist auf die erwähnte Aktivierung

der Körperschaftsteuer-Guthaben zurückzuführen.

Der überwiegende Teil der Vermögenswerte ist jedoch kurzfristiger Natur, wie es für das Geschäft des Pharmagroßhandels typisch ist. Mit einem Anstieg auf 726,8 Mio. Euro lagen diese um 9,9 Prozent über Vorjahr. Die Vorräte blieben mit 253,9 Mio. Euro weitgehend stabil. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen aufgrund der guten Umsatzentwicklung zum Ende des Geschäftsjahres um 70,4 Mio. Euro. Die Sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte gingen um 9,4 Mio. zurück.

Das Eigenkapital deckt die langfristigen Vermögenswerte vollständig.

Das Eigenkapital inklusive der Minderheitenanteile nahm um 30,4 Mio. Euro auf 342,0 Mio. Euro zu. Die Eigenkapitalquote blieb mit 36,9 Prozent unverändert. Dem Eigenkapital wurden 5,1 Mio. Euro erfolgsneutral zugeführt. Dies ergab sich aus verbesserten Wechselkursen bei der Bewertung der Auslandsinvestitionen.

Das Eigenkapital deckt die langfristigen Vermögenswerte vollständig und darüber hinaus noch rund 19,5% der kurzfristigen Vermögenswerte ab.

Die langfristigen Schulden – inklusive der Pensionsverpflichtungen – reduzierten sich um 7,1 Mio. Euro auf 183,4 Mio. Euro. Die kurzfristigen Schulden stiegen auf 402,0 Mio. Euro. Hier lagen insbesondere die Lieferantenverbindlichkeiten am Bilanzstichtag um 52,7 Mio. Euro über dem Vorjahr. Sie bilden die Zahlungskonditionen ab, die der ANZAG und ihren Tochtergesellschaften von den Lieferanten eingeräumt werden.

In unserem Geschäftsbericht haben wir darauf hingewiesen, dass die Deutsche Prüfstelle für Rechnungslegung den Jahresabschluss und den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2006 in einer zufälligen Auswahl zur Überprüfung herangezogen hat. Prüfungsschwerpunkt waren der An-

satz latenter Steuern auf Verlustvorträge, die Bewertung der Pensionsrückstellungen, die Werthaltigkeit konzerninterner Verrechnungskonten sowie Eventualverbindlichkeiten. Ich kann Ihnen nun heute mitteilen, dass die DPR uns mit Schreiben vom 14.12.2007 bestätigt hat, dass in den geprüften Abschlüssen der AG und des Konzerns zum 31.08.2006 keine Fehler festgestellt wurden.

Kommen wir nun zur ANZAG Aktie:

ANZAG Aktie schafft Dividendenkontinuität

Das Ergebnis je Aktie beträgt im abgelaufenen Geschäftsjahr 3,52 Euro, nach 2,09 Euro im Vorjahr. Dies ist eine Steigerung von 68,4 Prozent. Dazu sage ich noch einmal deutlich, dass diese Steigerung ganz wesentlich von einem einmaligen steuerlichen Effekt begünstigt ist.

Aus dem Jahresüberschuss von 33,5 Mio. Euro wurden 16,5 Mio. Euro vorab in die Gewinnrücklagen eingestellt. Wie unsere langjährigen Aktionäre aus Erfahrung wissen, ist unsere Dividendenpolitik auf Kontinuität ausgerichtet. Dementsprechend schlagen wir der Hauptversammlung in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat vor, aus dem Bilanzgewinn von 17,6 Mio. Euro den Betrag von 15,5 Mio. Euro für die Dividendenausschüttung zu verwenden und die restlichen 2,1 Mio. Euro auf neue Rechnung vorzutragen.

Das Ergebnis je Aktie beträgt im abgelaufenen Geschäftsjahr 3,52 Euro.

Dies entspricht einer im Vergleich zum Vorjahr unveränderten Dividende von 1,45 Euro je Stückaktie. Die auf den Jahresabschlusskurs bezogene Dividendenrendite liegt damit bei 4,3 Prozent.

Die Kursentwicklung der ANZAG Aktie spiegelt die stabile Performance der ANZAG im vergangenen Geschäftsjahr nicht angemessen wider.

Die Aktie schwankte zwischen einem Höchststand von 40,50 Euro und einem Tiefststand von 30,66 Euro. Die Mitte Juli 2007 aufgekommene Krise an den Finanzmärkten und die damit verbundenen Unsicherheiten lösten einen Kursrutsch an den Aktienmärkten aus. Diesem negativen Trend konnte sich auch die ANZAG Aktie nicht entziehen. Nach einer Erholung von den Tiefstständen Mitte August ging die Aktie zum Geschäftsjahresende am 31. August mit 34,00 Euro aus dem Markt.

Das Geschäftsjahr 2007 war nicht einfach für uns, aber wir haben unsere Ziele insgesamt erreicht.

Meine Damen und Herren: Das Geschäftsjahr 2007 war nicht einfach für uns, aber wir haben unsere Ziele insgesamt erreicht.

Vor allem hat sich unsere Strategie, in Wachstumsmärkten zu investieren, als richtig erwiesen. Rund 26% unseres Ergebnisses stammen aus unseren Auslandsbeteiligungen. Diese haben zur Stabilisierung der Erträge ganz erheblich beigetragen.

Zukunft des pharmazeutischen Großhandels

Da der Schwerpunkt unserer Geschäftsaktivität weiterhin in Deutschland liegt, müssen wir uns die Frage gefallen lassen, ob unser Geschäftsmodell Zukunft hat – und wie diese Zukunft aussieht bzw. wie wir sie gestalten wollen. Fest steht, die Maßnahmen der Politik werden auch künftig unser Geschäft maßgeblich beeinflussen – deshalb möchte ich Ihnen kurz meine Einschätzungen abgeben, in welche Richtung sich die Rahmenbedingungen entwickeln könnten.

Die Diskussion über die Zukunft des Distributionssystems für Arzneimittel in Deutschland ist derzeit stark durch Unsicherheiten geprägt – und meiner Meinung nach teilweise durch Wunschdenken. Es ist nur zu offensichtlich, dass sich einige der beste-

henden Marktteilnehmer – vor allem jedoch neue Akteure, die gerne Zugang zum zukunftssträchtigen Gesundheitsmarkt hätten – hier Veränderungen herbeiwünschen: Hoffnungen machen sich vor allem große Handelskonzerne mit dem entsprechenden Kapital, um hier einzusteigen.

Und natürlich – wie stets als Vorhut in solchen Fällen – internationale Unternehmensberatungen, die jetzt schnell ihre Studien lancieren. Für sie ist der Fall sonnenklar: Das Fremdbesitzverbot an Apotheken fällt, die Kette kommt. Dies wird fast gebetsmühlenartig in das Bewusstsein der Bevölkerung gepresst – ungeachtet der völlig anders lautenden Stellungnahme der Bundesregierung zu diesem Thema. Zusätzlich – so diese Szenarien – sollen Arzneimittel bald flächendeckend in der Drogerie, im Lebensmitteleinzelhandel und am Automaten erhältlich sein. Und wenn die deutsche Politik noch zögert mit der Liberalisierung, dann verweist man auf eine scheinbar sichere Entscheidung, die der Europäische Gerichtshof bald treffen soll.

Die Diskussion über die Zukunft des Distributionssystems für Arzneimittel ist derzeit durch Unsicherheiten geprägt.

Aber, meine Damen und Herren, wir lassen uns nicht ins Bockshorn jagen. Bevor wir hier schwerwiegende unternehmerische Entscheidungen treffen, fragen wir uns zunächst einmal: Ist es denn tatsächlich so sicher, dass die skizzierten Veränderungen kommen? Und: Ist denn an irgendeiner Stelle belegt worden, dass die eilig herbeigeredeten Veränderungen unserem Gesundheitssystem überhaupt einen Vorteil bringen?

Politische Rahmenbedingungen

Schauen wir uns – anstatt zu spekulieren – zuerst einmal die Fakten an: Sie wissen, dass der Bundestag

bereits im September 2006 einen Antrag von Bündnis 90/Die Grünen zur Aufhebung des Fremdbesitzverbots von Apotheken mit großer Mehrheit abgelehnt hat. Auch die Bundesregierung hält am Fremdbesitzverbot fest.

Politiker befinden sich bei der positiven Bewertung der deutschen Apotheke im Einklang mit der Bevölkerung.

In einer Stellungnahme zu dem Verfahren in dieser Sache beim Europäischen Gerichtshof heißt es: „Die Vorschriften des Apothekengesetzes zum Fremdbesitzverbot dienen im Rahmen des deutschen Gesundheitssystems zwingenden Gründen des Allgemeininteresses. Sie gewährleisten die professionelle Unabhängigkeit des Berufsstandes der Apotheker und dienen dem Gesundheits- und Verbraucherschutz.“

Und auch zum Versandhandel gibt es inzwischen kritische Stimmen aus der Politik. So sagte Dr. Martina Bunge von den Linken – sie ist die Vorsitzende des Bundestagsausschusses für Gesundheit – auf dem Deutschen Apothekertag am 27. September: „Meines Erachtens sollten wir [...] mit besonderer Aufmerksamkeit verfolgen, ob durch die zunehmende Etablierung von Versandhandelsapotheken in Kombination mit den neuen Vertriebsformen auf lange Sicht die flächendeckende Beratung insbesondere für ältere Bürgerinnen und Bürger durch den Wegfall der Apotheken gefährdet werden könnte.“

Klarer kann man dies nicht formulieren. Regelmäßige Befragungen zeigen, dass sich die Politiker bei der positiven Bewertung der deutschen Apotheke im Einklang mit der Bevölkerung befinden. Dass hier – in anderen Worten – ein breiter gesellschaftlicher Konsens herrscht.

Und auch auf europäischer Ebene setzt sich zunehmend die Erkenntnis durch, dass Arzneimittel ein besonderes Gut sind – dass hier nicht diesel-

ben Regelungen gelten können wie für Konsumgüter.

Deutsches Distributionssystem ist effizient und erfolgreich

In meiner Funktion als Vorsitzender des Bundesverbandes pharmazeutischer Großhändler (PHAGRO) weise ich immer wieder darauf hin, dass vor der Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs seitens der Politik und des Gesetzgebers keine voreiligen Schritte unternommen werden sollten. Mit der Freigabe von verschreibungspflichtigen Arzneimitteln für den Versandhandel wurde im vorausseilenden Gehorsam und ohne Not bereits eine Situation geschaffen, die die Arzneimittelsicherheit zu unterwandern droht.

Wir bekommen Schützenhilfe auch vom Bundeskriminalamt (BKA). In seiner Studie „Arzneimittelkriminalität – ein Wachstumsmarkt?“ empfiehlt das BKA, den Versandhandel mit verschreibungspflichtigen Arzneimitteln zu hinterfragen, da Verbraucher bei der Bestellung im Internet nicht zwischen seriösen Versandapotheken und illegalen Händlern unterscheiden können und so immer mehr Fälschungen auf den deutschen Markt gelangen. Solche Stellungnahmen von unverdächtigter Seite machen deutlich, dass die Sicherheit unseres Systems, bei dem der Großhändler das Medikament direkt vom Hersteller einkauft und dann in die Apotheke liefert, kaum Lücken lässt. Abweichungen von diesem Distributionsweg eröffnen graue und schwarze Kanäle, die Arzneimittelfälschungen nehmen zu.

Die häufig genannten Einsparpotentiale in Milliardenhöhe sind völlig unrealistisch.

Wohin man auch schaut, alle wesentlichen Argumente sprechen für das bestehende Distributionssystem für Arzneimittel mit der Schiene Hersteller, Großhandel, Apotheker. Selbst

das Argument, die Einführung von Versandapotheken und Apothekenketten würde den Wettbewerb stärken, steht auf tönernen Füßen: Die häufig genannten Einsparpotentiale in Milliardenhöhe sind doch völlig unrealistisch! Lassen Sie mich erklären, warum: In keinem der Länder mit Kettenapotheken haben sich durch die neuen Marktstrukturen günstigere Arzneimittelpreise ergeben. In Großbritannien subventioniert der Staat jede 40. Apotheke, um eine flächendeckende Versorgung aufrecht zu erhalten.

Volkswirtschaftlich gesehen stellt das gegenwärtige Distributions-system das Optimum dar.

Ein weiterer Vorteil unseres Distributions-systems ist seine hohe Effizienz. Zwar mag es für einige wenige internationale Hersteller günstiger sein, wenn sie ihre Produkte direkt in die Apotheke liefern. Aber die Pharmabranche ist nun mal – vor allem auch in Deutschland – mittelständisch strukturiert. Für die kleinen und mittleren Hersteller wäre die Zerstörung des derzeitigen Distributions-systems verheerend, sie könnten die Kosten für den Vertrieb in die 21.500 deutschen Apotheken hinein wohl kaum bewältigen. Vor allem jedoch würden die Kosten für die Apotheken durch den Direktvertrieb deutlich ansteigen, wie eine Analyse vom Institut für Pharmakoökonomie und Arzneimittellogistik der Hochschule Wismar belegt.

Volkswirtschaftlich gesehen stellt das gegenwärtige Distributions-system mit der Bündelung der Bestellungen und Belieferungen zwischen Herstellern und Apotheken durch den Großhandel das Optimum dar – auch dies zeigen aktuelle Studien. In keinem anderen System sind die durchschnittlichen Transaktionskosten niedriger. Die Zerstörung des gegenwärtigen Distributionsweges würde diese Kosten sowohl für die Mehrzahl der Hersteller wie auch für die Apotheken er-

höhen – Mehrkosten, die letztendlich die Verbraucher u.a. über ihre Krankenkassenbeiträge tragen müssten.

Diese Erkenntnis setzt sich zunehmend auch bei den anderen Leistungserbringern im Gesundheitswesen durch – das erlebe ich in den Gesprächen mit Politikern und Vertretern anderer Interessensgruppen. Hier sehen Sie die Ergebnisse einer Studie, die im Auftrag des PHAGRO von der renommierten Beratungsgesellschaft Deloitte durchgeführt wurde. Befragt wurden Arzneimittelhersteller und Apotheken, aber auch Patientenvertretungen, Krankenkassen, wissenschaftliche Institute und Repräsentanten des Gesetzgebers. Alle Befragten waren – ohne Ausnahme – der Ansicht, dass niemand in der Lage ist, die Arzneimitteldistribution schneller als der pharmazeutische Großhandel abzuwickeln.

Zukunftsperspektiven der ANZAG

Meine Damen und Herren, trotzdem ist davon auszugehen, dass sich die Rahmenbedingungen im Pharmagroßhandel auch zukünftig nicht verbessern werden. Die Frage ist nun: Wie können wir, die ANZAG, diese Herausforderungen meistern? Wie können wir unsere Erträge sichern und gleichzeitig auch in Zukunft die Apotheken bei der schnellen und sicheren Versorgung der Bevölkerung mit Arzneimitteln unterstützen?

Das Veränderungstempo wird auch im Arzneimittelmart weiter an Fahrt gewinnen.

Die Basis für den Erfolg ist und bleibt professionelles und effizientes Management: Wir werden unsere Systeme weiterhin konsequent nach weiteren Effizienzreserven untersuchen und so die ohnehin schon hohe Produktivität unserer Niederlassungen steigern. Unser lückenloses und zeitnahe Controlling-system ist der Schlüssel dafür, die Effizienz des Per-

sonaleinsatzes, die Umschlagshäufigkeit der Vorräte und Verbindlichkeiten und – im Debitorenmanagement – die Forderungen permanent nachzuhalten und zu optimieren. Und nicht zuletzt durch unser Risikomanagement-system können wir potentielle Gefahren frühzeitig reduzieren und Chancen aktiv nutzen.

Ende 2007 haben wir mit einer breiten ANZAG-Image-Kampagne begonnen.

Trotzdem: Diese Maßnahmen sind wichtig, aber sie reichen nicht aus, um unseren Erfolg als einer der führenden deutschen Großhändler langfristig zu sichern. Denn das Veränderungstempo wird auch im Arzneimittelmart – wie in fast allen Bereichen von Wirtschaft und Gesellschaft – weiter an Fahrt gewinnen. Um die Chancen, die ein Markt im Umbruch mit sich bringt, nutzen zu können, hat die ANZAG ihre Leistungskraft in den letzten Jahren kontinuierlich ausgebaut.

Deshalb haben wir bereits vor einigen Jahren unser Internet-Gesundheitsportal www.gesundheit.de gestartet, das vor kurzem von Verbrauchern wiederholt als beliebteste Gesundheitswebsite des Jahres ausgezeichnet worden ist.

Deshalb haben wir z. B. bereits im Jahre 2003 die Gründung des Apotheken-Kooperationssystem *vivesco* lanciert – die aktuellen Entwicklungen bestätigen heute, dass dieser frühzeitige Schritt richtig war.

Und deshalb stehen in diesem Jahr die vollständige Renovierung unserer mehr als 30 Jahre alten Niederlassung Bremen und der Bau eines neuen Logistikzentrums, der Niederlassung Allgäu, auf dem Programm. Sie wird die bisherige Niederlassung Kempten ersetzen. Dabei möchte ich betonen, dass Kapazitätsausweitungen hier nicht das Ziel sind. Vielmehr geht es darum, dass auch diese Niederlassungen den aktuellen, erhöhten Anforder-

rungen der Betriebsverordnung für Arzneimittelgroßhandelsbetriebe gerecht werden müssen und die Produktivität gesteigert wird – besonders zum Vorteil unserer Kunden.

Gleichzeitig machen wir uns dafür stark, die Zukunft der selbstständigen Apotheke zu sichern. Den künftigen Markterfordernissen und individuellen Bedürfnissen unserer Kunden entsprechend, entwickeln wir kontinuierlich neue Leistungsangebote mit denen sich die Apotheke in ihrem regionalen Markt eindeutig positionieren, ihre bestehenden Kunden fest an sich binden sowie neue Kunden für sich gewinnen kann.

In den ersten Monaten des neuen Geschäftsjahres verspüren wir eine lebhaftere Nachfrage.

Ende 2007 haben wir mit einer breiten ANZAG- Image-Kampagne begonnen. Der Grund: Apotheker suchen derzeit verstärkt nach Lösungen, um ihren Ertrag zu erhöhen. Vor allem ihr Großhändler gerät dabei verstärkt in ihren Blickpunkt. Die Apotheke verhandelt mit uns über Konditionen, nutzt aber zunehmend auch unsere Unterstützung in den Bereichen, Marketing, Handelsberatung und Weiterbildung. Hier setzt die Imagekampagne an: Wir möchten unsere Aufgabe als Partner der selbstständigen Apotheke klarstellen und unsere Leistungen für die Apotheke transparent machen. Die gelbe Lieferwanne ist ein vertrautes und charakteristisches Merkmal der ANZAG und wurde daher zum zentralen Motiv der Image-Kampagne ausgewählt.

Das Engagement der ANZAG und die hohe Qualität unserer Leistungen werden seit Jahren anerkannt. Nach Silber im vergangenen Jahr wurden wir im Januar 2008 bei der Wahl der „Besten Apotheken-Partner“ – der wohl wichtigsten Auszeichnung für Pharmagroßhändler in Deutschland – mit der Gold-Medaille ausgezeichnet.

Wir stellen uns zudem noch stärker als bisher als kompetenter Partner für die pharmazeutischen Hersteller auf: Mit unseren Marketing- und Verkaufsförderungsaktionen tragen wir entscheidend dazu bei, dass die Produkte der Hersteller am Point-of-Sale, in der Apotheke, optimal und effizient vermarktet werden können. Das reicht von der Schulung des Apothekenpersonals in beratungsintensiven Produktbereichen und Verkaufstrainings über Zeitschriften und andere Informationsmedien für den Verbraucher bis zu Werbung im Umfeld und Verkaufsförderungsaktionen in der Offizin. Durch innovative Konzepte, beispielsweise zur Steuerung der Warenströme und der Warenverfügbarkeit, wird die ANZAG in Zukunft noch stärker in die Arzneimitteldistribution integriert sein.

Ausblick Geschäftsjahr 2008: Stabilität

Für das aktuelle Geschäftsjahr erwarten wir, dass der Ertragsdruck im deutschen Pharmagroßhandel weiter anhalten wird. In den ersten Monaten des neuen Geschäftsjahres verspüren wir zwar eine lebhaftere Nachfrage. Aber gleichzeitig ist der Markt in Deutschland weiterhin sehr nervös, der Wettbewerb zwischen den Pharmagroßhändlern ist inzwischen als ruinös zu bezeichnen.

Unserer Planung für das Geschäftsjahr 2008 liegt ein erwartetes Marktwachstum in Deutschland von rund 3 % zu Grunde. Mit einer Umsatzsteigerung auf annähernd 3,9 Mrd. Euro soll ein stabiles Wachstum erzielt werden. Für das laufende Geschäftsjahr erwarten wir aus heutiger Sicht insgesamt eine stabile Ergebnisentwicklung auf allerdings niedrigem Niveau.

Im Gegensatz zur Entwicklung in Deutschland sind in anderen Ländern im Arzneimittelmarkt deutlich höhere Wachstumsraten möglich. Deshalb werden wir unseren Kurs, attraktive Wachstumsmärkte zu erschließen, fortsetzen, wenn sich gute Gelegen-

heiten ergeben. Dies tun wir mit Augenmaß und vor allem in enger Kooperation mit dem dortigen Management – denn in unserem Geschäft kommt es auf Marktwissen und Kundennähe an. Hier bleibt die ANZAG ihrer Strategie treu: Wir wollen nicht um jeden Preis wachsen, sondern nur dort investieren, wo wir mit hochwertigen Partnern beste Ergebnisse erzielen können.

Durch Engagement und Kompetenz der ANZAG-Mitarbeiter konnte und kann sich die Leistungskraft und Servicequalität unseres Unternehmens ständig weiter verbessern.

Auch wenn das Ergebnis in Deutschland erneut rückläufig ist, bleibt festzuhalten: Die ANZAG hat ihre Marktposition 2007 erneut erfolgreich behauptet. Dies ist das Ergebnis einer Strategie, die konsequent auf Ertragssicherung ausgerichtet ist. Und das Verdienst der ANZAG Mitarbeiter, die mit Engagement und Kompetenz die Chancen des Marktes nutzen. Dadurch konnte und kann sich die Leistungskraft und Servicequalität unseres Unternehmens ständig weiter verbessern.

Unser Handeln wurde durch feste Grundsätze und Überzeugungen geleitet, die auch in Zukunft Bestand haben werden. Dazu gehört, dass wir uns als Partner der selbstständigen Apotheken in Deutschland verstehen. Wir sind überzeugt, dass die deutschen Apothekerinnen und Apotheker den zunehmenden Wettbewerb nicht nur überstehen, sondern aktiv mitgestalten und in hohem Maße davon profitieren können. Dafür sprechen ihre Qualität und Kompetenz, ihre hohe Motivation und ihr Engagement. Wir, die ANZAG, unterstützen sie dabei – ohne Wenn und Aber.

Meine Damen und Herren, ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit.

