



**Intelligente Lösungen  
für Ihren Erfolg**

---

## Schwieriges Jahr 2008 – positiver Ausblick für 2009

**Dr. Thomas Trümper**

Vorsitzender des Vorstands  
der ANZAG

in der Hauptversammlung am 17. Februar 2009



---

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

auch im Namen meiner Vorstandskollegen begrüße ich Sie ganz herzlich zur Hauptversammlung der Andrae-Noris Zahn AG für das Geschäftsjahr 2008.

Vorstand und Aufsichtsrat haben im vergangenen Jahr beschlossen, dass die Aufgabenverteilung im Vorstand den gestiegenen Anforderungen im Unternehmen angepasst werden soll. Deshalb wurde der Vorstand erweitert: Zum 1. Oktober 2008 hat Herr Dr. Stefan Gros als Finanzvorstand die Bereiche Rechnungswesen, Finanzen, Informatik, Controlling und Debitorenmanagement übernommen.

Herr Wolfgang Traut verantwortet seitdem wie bisher den Bereich Vertrieb sowie die Tochtergesellschaft GESDAT und neu das Ressort Marketing sowie die livesco.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr ist es uns gelungen, die Position der ANZAG im Markt zu behaupten. Ein erster Blick auf die Kennzahlen macht allerdings deutlich, mit welchen Schwierig-

keiten wir im deutschen Pharmagroßhandelsmarkt zu kämpfen hatten. Um es ganz klar zu sagen: Die Ertragsituation war nicht zufriedenstellend. Zwar konnte die ANZAG ihren Konzernumsatz um 3,5 % auf 3,81 Mrd. Euro steigern, trotzdem wurde das von uns angestrebte Ergebnis nicht erreicht.

---

### Im abgelaufenen Geschäftsjahr ist es uns gelingen, die Position der ANZAG im Markt zu behaupten.

---

Die Ursache hierfür liegt im Marktumfeld, das sich seit Jahren für den Pharmagroßhandel in Deutschland nachteilig entwickelt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben sich die Rahmenbedingungen für unsere Geschäftstätigkeit weiter verschlechtert.

Die demographische Entwicklung, der medizinische Fortschritt und das steigende Gesundheitsbewusstsein in der Bevölkerung müssten eigentlich dazu führen, dass der Arzneimittel-

verbrauch und damit auch die Erträge überproportional wachsen. Doch staatliche Regulierungsmaßnahmen wie Festbeträge und Zuzahlungsbefreiungen sowie neue Formen des Wettbewerbs, z. B. die Rabattverträge zwischen Herstellern und Krankenkassen, haben dazu geführt, dass das Wachstum im Arzneimittelmarkt stark eingeschränkt wird, und dass der wirtschaftliche Druck für den pharmazeutischen Großhandel weiter zunimmt.

Der Umsatz im Arzneimittelmarkt ist um 5,3 % gestiegen. In der ersten Hälfte des Geschäftsjahres, von Oktober 2007 bis März 2008, erhöhte sich das Volumen sogar um 8,9 % – in der zweiten Hälfte flachte das Wachstum dann aber wieder deutlich auf 1,9 % ab. Lediglich Impfstoffe verzeichneten überproportionale Zuwächse.

Gleichzeitig sind die Preise für Arzneimittel weiter zurückgegangen. Die Analysen des Wissenschaftlichen Instituts der AOK (WidO) zeigen, dass die Preise für verschreibungspflichtige Arzneimittel zwischen Ja-

nuar 2006 und August 2008 um 6,1 % sanken. Die Preise im Festbetragsmarkt gingen sogar um 15,8 % zurück. Die Ursachen hierfür liegen vor allem in den Maßnahmen des Gesetzgebers:

---

### So hat das Arzneimittelversorgungs-Wirtschaftlichkeitsgesetz (AVWG) zu massiven Preissenkungen geführt.

---

So hat seit Frühjahr 2006 das Arzneimittelversorgungs-Wirtschaftlichkeitsgesetz (AVWG) zu massiven Preissenkungen geführt. Auch das Gesetz zur Stärkung des Wettbewerbs in der Gesetzlichen Krankenversicherung (GKV-WSG), das im April 2007 in Kraft getreten ist, zielt auf die Preisbildung: Fast alle Krankenkassen haben inzwischen Rabattverträge geschlossen. Weitere Verträge zwischen der AOK und den Herstellern werden voraussichtlich am 1. März dieses Jahres in Kraft treten. Dabei sind für die Jahre 2009 und 2010 insgesamt 64 Wirkstoffe mit einem Umsatzvolumen von 2,3 Mrd. Euro ausgeschrieben. Diese Umsätze laufen zwar weiter über den Großhandel, nur steigt dort der Handlingsaufwand, und sehr oft werden gängige Arzneimittel durch bisher weniger bekannte, dafür aber preiswertere, ersetzt – an denen der Großhandel dann auch noch entsprechend weniger verdient.

Der Umsatz des pharmazeutischen Großhandels in Deutschland wuchs mit 3,5 % erneut langsamer als der gesamte Arzneimittelmarkt, der um 5,3 % zulegte.

Der maßgebliche Grund für diese Differenz sind die Direktbelieferungen der Apotheken durch die Industrie. Der seit Jahren zu beobachtende Trend hin zu dieser Distributionsform hat sich auch im Geschäftsjahr 2008 fortgesetzt. Der wertmäßige Anteil der Direktbelieferungen am Arzneimittelmarkt liegt inzwischen bei fast 17 %.

All diese Entwicklungen – staatliche Regulierungsmaßnahmen, sinkende Arzneimittelpreise, die Rabattverträge und der zunehmende Direktvertrieb – haben dazu geführt, dass der Anteil des Pharmagroßhandels an den Gesamtausgaben der Gesetzlichen Krankenversicherung für Arzneimittel mittlerweile bei nur noch 4 % liegt, 2004 waren es noch gut 6 %.

Hinzu kommt, dass der Aufwand für uns merklich gestiegen ist: Zum einen haben die Rabattverträge beim Großhandel zu erheblichen Mehrleistungen geführt. Außerdem ist die Nachfrage nach logistisch aufwändigen Produktgruppen wie Betäubungsmitteln und auch Kühl- und Kühlkettenprodukten sprunghaft angestiegen. Der Anteil der thermolabilen Artikel erhöhte sich in den letzten beiden Jahren um 250 %, der Anteil von Betäubungsmitteln sogar um 750 %. Der hohe Logistikaufwand für diese Artikel ist durch deren Marge bei weitem nicht gedeckt.

Auch das Wettbewerbsumfeld des pharmazeutischen Großhandels in Deutschland ist immer noch hart umkämpft: Vor allem der Aufbau zusätzlicher Kapazitäten sowie neue Konstellationen und Konzentrationen im Markt haben dazu geführt, dass der Konditionenwettbewerb sehr intensiv war.

---

### Insgesamt nahm der Umsatz des ANZAG Konzerns um 128,6 Mio. Euro zu.

---

Insgesamt nahm der Umsatz des ANZAG Konzerns um 128,6 Mio. Euro zu. Von diesem Zuwachs entfielen auf Deutschland 101,0 Mio. Euro, auf die ausländischen Tochtergesellschaften 27,6 Mio. Euro, also immerhin fast ein Viertel.

In Rumänien ist die ANZAG seit 2006 mit 60 % an der Farmexpert DCI S.A. beteiligt; sie ist der drittgrößte Pharmagroßhändler des Landes. Das dynamische Wachstum der rumänischen Volkswirtschaft hat sich

im Verlauf des Kalenderjahres 2007 etwas verlangsamt. Mit einer Wachstumsrate des realen Bruttoinlandsprodukts von 6 % war die wirtschaftliche Entwicklung des Landes aber weiter deutlich expansiv. Das Wachstum der Farmexpert lag mit 25,9 % auf Marktniveau. Das operative Ergebnis war gut. Allerdings entwickelten sich die Wechselkursrelationen negativ, was jedoch keinen liquiditätswirksamen Effekt hat.

---

### Mit der Übernahme von Armila haben wir einen weiteren strategischen Schritt unternommen, um uns in ausgewiesenen Wachstumsmärkten zu etablieren.

---

Bereits seit 2005 hält die ANZAG 49 % der Anteile an dem kroatischen Pharmagroßhändler Oktal Pharma d.o.o., einem der führenden Großhändler des Landes. Oktal Pharma ist mit Tochtergesellschaften in Bosnien-Herzegowina, Slowenien und Serbien vertreten. Kroatien befindet sich weiterhin auf einem moderaten, aber stetigen Wachstumskurs. Die Gesellschaft verzeichnete mit einer Umsatzzunahme von 18,0 % die erwartete positive Geschäftsentwicklung.

Aus Gründen der Vollständigkeit will ich Ihnen auch kurz die Entwicklung der JSC Armila in Litauen schildern, von der wir zum 1. September 2008 92 % der Aktien erworben haben. Armila ist mit 13 % Marktanteil einer der größten pharmazeutischen Großhändler des Landes. Sitz der Gesellschaft ist die Hauptstadt Vilnius. Armila versorgt den gesamten nationalen Markt und beliefert mit 105 Mitarbeitern rund 1.500 Kunden, vorwiegend Apotheken und Kliniken. 2007 erzielte Armila einen Umsatz von knapp 62 Mio. Euro. Der pharmazeutische Markt in Litauen verzeichnete in den letzten Jahren stets zweistellige Wachstumsraten. Mit der Übernahme von Armila haben wir – nach unseren Akquisitionen in

Kroatien und Rumänien – einen weiteren strategischen Schritt unternommen, um uns in ausgewiesenen Wachstumsmärkten zu etablieren.

Unser Konzernumsatz wird zu 94 % im Geschäftsfeld Großhandel Deutschland erwirtschaftet. Für die übrigen Geschäftsfelder Healthcare-Logistik, Informations-Dienstleistungen und die vivesco-Apothekenkooperation möchte ich hier nur einige aktuelle Entwicklungen herausgreifen:

Die CPL Pharma Lager und Vertrieb GmbH bietet maßgeschneiderte Logistiklösungen für die Health-Care- und Pharmabranche an. Bereits heute werden durch die CPL 15.000 Apotheken im Auftrag der Pharmaindustrie beliefert. Außerdem ist die CPL für die ANZAG und andere Pharmagroßhändler als Zentrallagergesellschaft tätig. Die Gesellschaft hat im abgelaufenen Geschäftsjahr die geplante Umsatz- und Ertragssteigerung erreicht.

Die GESDAT Gesellschaft für Informationsmanagement mbH erstellt für Unternehmen der Pharmabranche und Gesundheitsindustrie Marktanalysen mit regionalen Absatz- und Umsatzinformationen. Sie konnte neue Konzepte und Produkte im Markt gut platzieren. Die Gesellschaft erzielte ein positives Ergebnis.

---

### **Die vivesco Apotheken-Partner GmbH ist mit rund 1.100 Partnern eines der führenden Apotheken-Kooperationssysteme in Deutschland.**

---

Die vivesco Apotheken-Partner GmbH ist mit rund 1.100 Partnern eines der führenden Apotheken-Kooperationssysteme in Deutschland. Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat die vivesco erstmals seit ihrer Gründung in 2004 ein positives Ergebnis erzielt. Ich werde später noch ausführlicher auf die strategische Bedeutung der vivesco für unser Unternehmen eingehen.

Schauen wir uns nun die Gewinn- und Verlustrechnung des Konzerns genauer an. Eingangs habe ich dargestellt, dass die hohe Wettbewerbsintensität im Pharmagroßhandel, der steigende Anteil der Direktbelieferungen der Hersteller, sinkende Medikamentenpreise und die Zunahme der Rabattverträge der Hersteller mit den Krankenkassen für einen anhaltend starken Margendruck im deutschen pharmazeutischen Großhandel sorgen. Insofern können wir es bei der ANZAG als Erfolg verbuchen, dass die Rohertragsmarge nur leicht um 0,05 Prozentpunkte auf 5,96 % zurückging.

---

### **Die Produktivität der ANZAG in Deutschland, hat sich, wie stets, weiter deutlich verbessert.**

---

Die Sonstigen betrieblichen Erträge reduzierten sich um 6,5 Mio. Euro auf 26,9 Mio. Euro, wobei Währungsgewinne im Vorjahr für diese Differenz verantwortlich sind.

Die Personalkosten erhöhten sich um 5,1 % auf 103,9 Mio. Euro. Die Zunahme resultiert einerseits aus der gestiegenen Mitarbeiterzahl der rumänischen Tochtergesellschaft, andererseits aus Tarifierhöhungen in Deutschland.

Durch den Mitarbeiteraufbau, vor allem in Rumänien, hat sich auch die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im ANZAG-Konzern im Jahresmittel umgerechnet von 2.439 auf 2.484 leicht erhöht. In Deutschland sank die Zahl der Mitarbeiter in der AG auf 1.994, nach 2.010 im Vorjahr.

Damit hat sich die Produktivität der ANZAG in Deutschland, wie stets ununterbrochen in den vergangenen Jahren, weiter deutlich verbessert.

Zur Sicherung unserer zukünftigen Leistungsfähigkeit haben wir auch 2008 in den Nachwuchs investiert: Insgesamt standen 138 junge Menschen in Ausbildung. Damit liegen wir weit über dem Bundesdurchschnitt ausbildender Unternehmen.

Die Aufwendungen einschließlich Abschreibungen erhöhten sich um 139,6 Mio. Euro. Dabei ist der Anstieg der Sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 12,2 Mio. Euro im Wesentlichen auf eine außerordentliche Forderungsabschreibung in Deutschland von 5,6 Mio. Euro sowie auf umsatzbedingt höhere Kosten in der rumänischen Tochtergesellschaft und Wechselkursverluste von 1,6 Mio. Euro zurückzuführen.

Die Zinsaufwendungen sind infolge marktbedingt höherer Kapitalkosten und einer höheren durchschnittlichen Kapitalbindung von 17,5 Mio. Euro auf 20,8 Mio. Euro angestiegen und führten damit zu einem Finanzergebnis von minus 18,46 Mio. Euro.

Der Ertrag vor Zinsen und Steuern ist von 46,5 Mio. Euro auf 28,9 Mio. Euro zurückgegangen. Der Beitrag der ausländischen Tochtergesellschaften hat sich von 13,0 Mio. Euro auf 3,9 Mio. Euro reduziert. Das liegt daran, dass wir in diesem Geschäftsjahr, anders als im Jahr zuvor, keine Währungsgewinne verbuchen konnten. Insofern gibt die ausgewiesene Ergebnisentwicklung den operativen Erfolg unserer ausländischen Tochtergesellschaften verzerrt wieder. Ihre EBIT-Marge ist mehr als dreimal höher als im Gesamtkonzern.

---

### **Der Konzernjahresüberschuss beträgt 7,3 Mio. Euro.**

---

Der Konzernjahresüberschuss beträgt 7,3 Mio. Euro. 2007 hatten wir, wie damals berichtet, ein Körperschaftssteuerguthaben aktiviert und damit einen positiven Sondereffekt von 18,0 Mio. Euro erzielt. Dieses Jahr liegen die Steueraufwendungen bei 3,6 Mio. Euro. Außerdem mussten wir die erwähnte außerordentliche Wertberichtigung in Höhe von 5,6 Mio. Euro hinnehmen und es fehlen 8,0 Mio. Euro Währungsgewinne, die im Vorjahr anfielen. Ein Vergleich des Jahresüberschusses 2008 mit dem

des Vorjahres nach der Bereinigung der Sondereinflüsse und deren Ertragsteuerwirkung – zeigt einen Rückgang von 5,4 Mio. Euro. Vor diesem Hintergrund relativiert sich die Differenz zum Vorjahresüberschuss von 39,9 Mio. Euro doch ganz erheblich.

Ich komme jetzt zur Finanzlage des ANZAG Konzerns:

Die Kapitalflussrechnung zeigt, dass der Netto-Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit trotz eines spürbar niedrigeren Jahresergebnisses mit 27,2 Mio. Euro nahezu auf dem Niveau des Vorjahres lag. Dies konnte durch eine Reduzierung der Kapitalbindung im Working Capital bei absoluter Rückführung der Lieferantenverbindlichkeiten erreicht werden.

---

### **Der Mittelabfluss für Investitionen hat sich mit 15,0 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr (8,1 Mio. Euro) fast verdoppelt.**

---

Der Mittelabfluss für Investitionen hat sich mit 15,0 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr (8,1 Mio. Euro) fast verdoppelt. In einem intensiven Wettbewerbsumfeld hat die ANZAG weiter in ihre deutschen Niederlassungen investiert, um die logistische Leistungsfähigkeit auszubauen. Wichtigste Projekte waren mit rund 8 Mio. Euro der Neubau der Niederlassung Allgäu, der im Mai 2008 in Betrieb genommen wurde, und die Modernisierung der Niederlassung Bremen. Weitere Investitionen fielen bei der Tochtergesellschaft in Rumänien an.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von -14,5 Mio. Euro enthält den Abfluss der Dividendenzahlung für das Vorjahr von 15,5 Mio. Euro.

Der Finanzmittelbestand veränderte sich von 4,9 Mio. Euro im Vorjahr auf 2,1 Mio. Euro.

Die Analyse des Cash Flow zeigt, dass der ANZAG-Konzern finanziell

so flexibel aufgestellt ist, dass auch in Phasen kurzfristig gedämpfter Ergebniserwartung zukunftsweisende Investitionen im Kerngeschäft darstellbar sind.

Schauen wir uns nun die Bilanz an:

Die Bilanzsumme des Konzerns ist um 1,9 % auf 912,1 Mio. Euro zurückgegangen. Die Hauptgründe dafür sind der gesunkene Eigenkapitalanteil sowie geringere Lieferantenverbindlichkeiten.

Die langfristigen Vermögenswerte sind mit 199,5 Mio. Euro fast unverändert geblieben.

Die meisten Vermögenswerte sind kurzfristiger Natur und entstanden aus den üblichen Zyklen im Pharmagroßhandel. Die Höhe der Vorräte ist im Vergleich zum Vorjahr mit einem Anstieg von 3,4 Mio. Euro auf 260,8 Mio. Euro weitgehend stabil geblieben. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben sich aufgrund der geringeren Anzahl der Arbeitstage im August 2008, dem Abschlussmonat für das Geschäftsjahr, im Vergleich zum Vorjahr um 16,8 Mio. Euro auf 435,5 Mio. Euro reduziert. Die Sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte sowie die Bestände an liquiden Mitteln gingen insgesamt um 4,2 Mio. Euro zurück.

Das Eigenkapital inklusive der Minderheitenanteile hat sich um 14,9 Mio. Euro auf 329,6 Mio. Euro reduziert. Die Eigenkapitalquote ist trotzdem mit 36,1 % immer noch solide.

---

### **Die Eigenkapitalquote ist trotzdem mit 36,1 % immer noch solide.**

---

Das Eigenkapital deckt die langfristigen Vermögenswerte vollständig und darüber hinaus noch rund 18,3 % der kurzfristigen Vermögenswerte ab.

Die langfristigen Schulden inklusive der Pensionsverpflichtungen verringerten sich um 5,6 Mio. Euro auf 177,8 Mio. Euro.

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten erhöhten sich gering-

fügig – ohne Berücksichtigung der Fristigkeit – auf 260,5 Mio. Euro, nach 258,8 Mio. Euro im Vorjahr. Die Lieferantenverbindlichkeiten lagen am Bilanzstichtag mit 202,3 Mio. Euro um 5,3 Mio. Euro niedriger als im Geschäftsjahr 2007. Sie sind kurzfristiger Natur und bilden die Zahlungskonditionen ab, die der ANZAG und ihren Tochtergesellschaften von den Lieferanten eingeräumt werden.

Nach Saldierung der lang- und kurzfristigen Schulden mit den kurzfristigen Vermögenswerten verbleibt ein Vermögensüberschuss von 130,1 Mio. Euro, im Vorjahr waren es 144,9 Mio. Euro.

Aufgrund der unbefriedigenden Ertragslage hat die ANZAG ihren Eigenkapitalanteil reduziert und so ihre Verschuldung in Grenzen gehalten. Die Verbindlichkeiten gegenüber Lieferanten wurden reduziert, die Verbindlichkeiten gegenüber Banken konnten wir stabil halten.

Kommen wir nun zur ANZAG Aktie:

Das Ergebnis je Aktie liegt bei 68 Cent, nach 3,44 Euro im Vorjahr. Zweifellos ein starker Rückgang, jedoch ist dieser Vergleich mit Blick auf die eben geschilderten Sondereffekte nicht voll aussagekräftig.

In Abstimmung mit dem Aufsichtsrat schlagen wir der Hauptversammlung vor, eine Dividende von 1,10 Euro auszuschütten. Das würde – bezogen auf den Aktienkurs zum Bilanzstichtag – einer Dividendenrendite von 3,5 % entsprechen.

Die ANZAG Aktie konnte sich dem negativen Trend an den Aktienmärkten nicht ganz entziehen, hat sich aber im abgelaufenen Geschäftsjahr bemerkenswert stabil gezeigt. Sie schwankte zwischen einem Höchststand von 39,37 Euro und einem Tiefstand von 30,51 Euro. Der Schlusskurs zum Ende des ANZAG Geschäftsjahres lag bei 31,50 Euro. Die Kursentwicklung reflektiert vor allem die immer stärker werdende Finanzkrise, die auch das Geschäftsjahr 2009 bis jetzt prägt.

Meine Damen und Herren, die ANZAG hat sich im Geschäftsjahr 2008 in einem schwierigen Marktumfeld gut behauptet. Die Maßnahmen des Gesetzgebers sowie die Handlungen mancher Marktteilnehmer haben dazu geführt, dass der wirtschaftliche Druck auf den Pharmagroßhandel weiter zugenommen hat. Dies hat sich auch auf die Ertragsituation unseres Unternehmens ausgewirkt. Im vergangenen Jahr haben wir deshalb die Voraussetzungen geschaffen, um den Entwicklungen entgegenzuwirken und die Erträge der ANZAG nachhaltig zu sichern. Vor diesem Hintergrund möchte ich in das Jahr 2009 schauen.

Die Vorzeichen im Arzneimittelmarkt haben sich erneut verändert: Entgegen den Erwartungen vieler Marktteilnehmer hat sich der Generalanwalt Yves Bot im Dezember 2008 vor dem Europäischen Gerichtshof für den Erhalt des Fremdbesitzverbots ausgesprochen. Wir gehen davon aus, dass der Europäische Gerichtshof der Meinung des Generalanwaltes folgen wird. Dadurch sehen wir uns in der konsequenten Unterstützung der selbständigen Apotheke bestätigt – doch es besteht deshalb noch lange kein Grund, sich zurückzulehnen.

---

## Versandapotheken und Apothekengruppen werden weiterhin versuchen, neue Konzepte zu entwickeln.

---

Denn obwohl die Einführung von Apothekenketten in Deutschland wieder unwahrscheinlicher geworden ist, wird sich der Arzneimittelmarkt weiter mit großer Dynamik verändern. Denn der Gesundheitsmarkt ist ein Wachstumsmarkt und wird auch in Zukunft viele Begehrlichkeiten wecken: Die Konsumgüterbranche, Versandapotheken und Apothekengruppen werden weiterhin versuchen, neue Konzepte zu entwickeln. Gleichzeitig steigen die Ansprüche der Verbraucher an die Arzneimittelversorgung und Beratung.

Auch das regulatorische Umfeld des Arzneimittelmarktes verändert sich: Der Verlust margenstarker Sortimentsbestandteile durch die Direktbelieferung, gesunkene Vergütungen für das verbliebene Sortiment und gleichzeitig steigende Leistungsanforderungen haben dazu geführt, dass die in der Arzneimittelpreisverordnung

---

## Das Vergütungsmodell des Großhandels basiert also auf Daten der Vergangenheit.

---

(AMPPreisV) vorgesehene Mischkalkulation aus hochpreisigen und niedrigpreisigen Arzneimitteln zur Vergütung des pharmazeutischen Großhandels nicht mehr aufgeht. Die AMPPreisV stammt aus dem Jahr 2003 – ihr liegt ein ganz anderer Sortimentsmix und damit eine ganz andere Ertragsstruktur zugrunde als heute. Das Vergütungsmodell des Großhandels basiert also auf Daten der Vergangenheit.

Damit auch in Zukunft die flächendeckende Arzneimittelversorgung in Deutschland in der bisherigen Qualität gesichert werden kann, hat sich der, der Bundesverband des pharmazeutischen Großhandels, in dem alle 13 vollversorgenden, herstellernerutralen pharmazeutischen Großhändler aus Deutschland vertreten sind, für eine Anpassung der AMPPreisV an die aktuellen Gegebenheiten eingesetzt. Das Ziel dabei lautete: Auch für preisgünstige Produkte muss der Großhandel künftig eine angemessene Marge erhalten, damit er den Vertrieb in die Apotheke weiterhin gewährleisten kann.

Die von uns gewünschte Modifikation der Arzneimittelpreisverordnung ist inzwischen Bestandteil der Beratungen zur 15. Novelle des Arzneimittelgesetzes (AMG).

Auch die vorgesehene Umsetzung einer EU-Richtlinie, wonach Hersteller und Großhändler verpflichtet werden, dem Markt ausreichende Arznei-

mittelmengen bereitzustellen, wird von uns positiv gesehen.

Wenn die schnelle, flächendeckende und kostengünstige Versorgung der Bevölkerung mit einem Vollsortiment an Arzneimitteln aufrechterhalten werden soll, gibt es zur bewährten Schiene Hersteller-Großhandel-Apotheke keine Alternative. Und diese Schiene kann nur dann weiter bestehen, wenn die gesetzlichen Rahmenbedingungen entsprechend angepasst werden.

Dass die Politik dies erkannt und mittlerweile erste Maßnahmen eingeleitet hat, ist ein großer Schritt in die richtige Richtung. Für seine Eingriffe in das Gesundheitssystem wird der Gesetzgeber ja immer wieder von verschiedenen Seiten gescholten – auch wir Pharmagroßhändler haben uns schon mehrfach kritisch geäußert. Mit dem Referentenentwurf zur 15. Novelle des Arzneimittelgesetzes aber hat der Gesetzgeber die Weichen richtig gestellt.

Doch auch wenn diese Entwicklungen für das deutsche Gesundheitssystem erfreulich sind, bleibt noch einiges zu tun:

---

## Der Kostendruck im Gesundheitswesen wird weiter zunehmen, und der Einfluss der Krankenkassen wird wachsen.

---

Der Kostendruck im Gesundheitswesen wird weiter zunehmen, und der Einfluss der Krankenkassen wird wachsen.

Hinzu kommt, dass sich Deutschland, wie fast alle anderen Länder auch, in einer wirtschaftlich extrem schwierigen Phase befindet – der schwersten Wirtschaftskrise seit Jahrzehnten. Manche Bereiche, wie die Automobilindustrie, trifft es besonders hart, andere sind kaum betroffen. Grundsätzlich gilt sicherlich, dass der Gesundheitsmarkt nur bedingt von der allgemeinen Konjunktur beeinflusst wird. Doch ist das verfügbare Einkommen der Bevölkerung für die

Entwicklung des freiverkäuflichen Sortiments der Apotheken sowie für das Ergänzungssortiment und für die Selbstmedikation insgesamt ein wichtiger Faktor. Deshalb ist hier nur mit

---

## Der Arzneimittelmarkt ist im Vergleich zu anderen Branchen relativ konjunkturresistent.

---

einer gedämpften Entwicklung zu rechnen. Das vom Umsatzvolumen wesentlich bedeutendere Segment der verschreibungspflichtigen Arzneimittel wird von der Wirtschaftsentwicklung nur indirekt berührt. Insofern ist der Arzneimittelmarkt im Vergleich zu anderen Branchen relativ konjunkturresistent. Schließlich brauchen Patienten auch in konjunkturell schwierigen Zeiten Medikamente. Insgesamt sind Pharmahersteller, Apotheken und auch der pharmazeutische Großhandel also deutlich weniger betroffen als andere Wirtschaftszweige.

Ganz kann sich unsere Branche den Folgen der Krise allerdings nicht entziehen: Die sinkende Wirtschaftskraft und steigende Arbeitslosenzahlen werden deutliche Spuren im Budget der Kassen hinterlassen. So rechnet das Marktforschungsinstitut IMS Health zwar damit, dass der weltweite Pharmamarkt in 2009 um etwa 4,5 % wächst. Allerdings wird sich das Wachstum in den Industriestaaten abschwächen und in die Schwellenländer, beispielweise nach Osteuropa, verlagern.

Die entscheidende Frage in dieser Situation lautet: Wie können wir, die ANZAG, diese Herausforderungen meistern?

Die Basis für zukünftigen Erfolg ist und bleibt professionelles und effizientes Management: Im vergangenen Jahr haben wir unsere Produktivität weiter gesteigert. Unsere Vertriebsstrategie sichert sowohl Marktanteile als auch Erträge. Mit unserer Logistikkompetenz entwickeln wir Konzepte für den Großhandel der Zukunft.

Zentraler Erfolgsbaustein ist und bleibt die konsequente Partnerschaft der ANZAG zur selbstständigen Apotheke. Eine zuverlässige und pünktliche Belieferung sind elementare Voraussetzungen, um die Herausforderungen des Marktes zu meistern – das fordern unsere Kunden und das leisten wir.

Zwar ist der Fall des Fremdbesitzverbotes wieder unwahrscheinlicher geworden – die Wettbewerbsintensität im Gesundheitsmarkt wird allerdings nicht abnehmen. Und durch das geänderte Markt- und Wettbewerbsumfeld hat sich auch das Berufsbild des Apothekers gewandelt: Er muss heute, mehr denn je, Pharmazeut und Unternehmer zugleich sein und sich verstärkt mit organisatorischen und betriebswirtschaftlichen Aspekten auseinandersetzen: mit Personalmanagement, Marketing und Finanzen.

---

## Die Belieferung durch die ANZAG garantiert der Apotheke eine schnelle und unkomplizierte Warenverfügbarkeit und sorgt so in den Prozessen der Warenlogistik für spürbare Entlastung.

---

Um diese Herausforderungen meistern zu können, braucht die selbstständige Apotheke einen starken strategischen Partner. Einen Partner, der sie nicht nur schnell und zuverlässig mit Arzneimitteln beliefert und ihr bei der gesamten Warenlogistik unter die Arme greift, sondern sie umfassend bei der Bewältigung der heutigen und zukünftigen Marktanforderungen unterstützt.

Die Belieferung durch die ANZAG garantiert der Apotheke eine schnelle und unkomplizierte Warenverfügbarkeit und sorgt so in den Prozessen der Warenlogistik für spürbare Entlastung.

Denn ohne die Bündelungs- und Trichterfunktion des Großhandels wäre der zeitliche Aufwand für Be-

stellung, Warenvereinnahmung und Fakturierung in der Apotheke signifikant höher. Der im Schnitt vorzuhaltende Lagerwert – und damit auch das unternehmerische Risiko – würden für die Apotheken um ein Vielfaches ansteigen. Um die Rabattverträge erfüllen zu können, müssten die Apotheken deutlich höhere Bestellmengen pro Auftrag bei den Herstellern ordern – dadurch würde sich die Defektquote zulasten der Patienten merklich erhöhen.

---

## Der Großhandel stellt die effektive und effiziente Versorgung der Apotheken und damit der Bevölkerung mit Arzneimitteln sicher.

---

Das sind Ergebnisse einer Studie, die das Institut für Handelsforschung im Auftrag des Bundesverbands des pharmazeutischen Großhandels PHAGRO erstellt hat.

Die Studie bringt es auf den Punkt: „Der Großhandel stellt die effektive und effiziente Versorgung der Apotheken und damit der Bevölkerung mit Arzneimitteln sicher“.

Um die Qualität, Schnelligkeit und Effizienz der Belieferung weiter zu steigern, hat die ANZAG ihre Niederlassung in Bremen rundum modernisiert und im Allgäu ein neues Logistikzentrum errichtet.

Die konsequente Ausrichtung unseres Informationsmanagements für den Apothekeninhaber auf die Themenbereiche Management, Marketing und Verkauf sowie den Gesundheitsmarkt unterstützt ihn bei dem Spagat zwischen heilberuflichen und unternehmerischen Ansprüchen.

Die ANZAG versorgt ihre Kunden mit umfassenden und innovativen Vermarktungskonzepten, die zu marketingaktivem Handeln motivieren. So können die Apotheken ihre Abverkäufe nachweislich steigern.

Mit einem persönlichen Entwicklungsprogramm hat die ANZAG ihren Vertrieb in den vergangenen

Jahren auf die Veränderungen im Markt ausgerichtet. Unter dem Motto „Vom Verkäufer zum Berater“ wurde jeder Mitarbeiter durch ein maßgeschneidertes Programm fachlich und persönlich weiterentwickelt. Die Schwerpunkte des Programms waren im abgelaufenen Geschäftsjahr die Vermittlung von Methodenwissen sowie die Themen „Kommunikation“ und „Führung“.

Das Marketingangebot der ANZAG für die selbstständige Apotheke wird kontinuierlich ausdifferenziert und erweitert. Zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Apotheke bietet das Leistungspaket ANZAG ariva den Apothekern vier Leistungsmodule: hervorragende Angebotskonditionen, effektive Marketingleistungen, aktuelle Sortimente und nützliche Informationen. Mit dem neu aufgelegten Verkaufsförderungsprogramm Sales and More (SAM) können die Apotheker den Abverkauf von Aktionsprodukten deutlich steigern. Im Unternehmer-Workshop „Business Aktiv“ bekommen die Teilnehmer Tipps, wie sie auf den verschärften Wettbewerb sowie die Veränderungen in der Gesundheitspolitik reagieren können.

---

### Eine zentrale Rolle bei der Unterstützung der Apotheke spielt unser Kooperationssystem vivesco.

---

Eine zentrale Rolle bei der Unterstützung der Apotheke spielt unser Kooperationssystem vivesco, das in diesen Tagen fünfjähriges Jubiläum feiert. Mit rund 1.100 Partnern ist die vivesco eine der führenden Apotheken-Kooperationen in Deutschland. Sie bietet den Apotheken-Partnern eine im Markt einzigartige Kombination von Wettbewerbsvorteilen: die Möglichkeit zur aktiven Mitsprache und Beteiligung, eine hohe Sicherheit durch die Partnerschaft mit dem Pharmagroßhändler ANZAG und ein er-wiesenermaßen wirksames Leistungs-

paket. Damit unterstützt vivesco die Apotheken-Partner in allen Bereichen, die für ihren langfristigen Erfolg wichtig sind: bei der Positionierung im lokalen Wettbewerb, bei der Gewinnung neuer und der Bindung bestehender Kunden, bei der Erschließung zusätzlicher Umsatzquellen und der abverkaufsfördernden Offizingestaltung. Der Marketing-Mix von vivesco wird kontinuierlich optimiert und erweitert. So sind die Apotheken-Partner auch für alle kommenden Herausforderungen optimal gerüstet.

---

### Einzelkämpfer haben es im Apothekenmarkt immer schwerer

---

Mit der Gründung der vivesco hat die ANZAG vor fünf Jahren eine Pionierrolle eingenommen. Der partnerschaftliche Grundgedanke hatte sich in anderen Branchen bereits seit längerem bewährt – wir haben damals erkannt, dass er sich auch bestens für Apotheken eignet, die die Chancen des Wandels gemeinsam optimal nutzen wollen. Die aktuellen Entwicklungen bestätigen heute, dass dieser frühzeitige Schritt richtig war: Einzelkämpfer haben es im Apothekenmarkt immer schwerer, Kooperationen gelten als wirksames Mittel, um den aktuellen und zukünftigen Veränderungen erfolgreich zu begegnen.

Die wichtigste Säule unseres Unternehmens wird auch künftig das pharmazeutische Großhandels-geschäft in Deutschland sein. Durch innovative Konzepte – beispielsweise zur Steuerung der Warenströme und der Warenverfügbarkeit zwischen der ANZAG und ihren Marktpartnern, den Apotheken und pharmazeutischen Herstellern – werden wir uns künftig jedoch noch stärker in die Arzneimittel-distribution integrieren. Außerdem haben wir die Logistikdienstleistungen der CPL Pharma Lager und Vertrieb GmbH weiter ausgebaut. Hier positioniert sich die ANZAG als innovativer Anbieter im Markt für pharmazeutische Hersteller.

Aus heutiger Sicht erwartet der Vorstand, dass sich die Ertragslage der ANZAG vor allem im Inland verbessern wird. Der Planung für das Geschäftsjahr 2009 liegt ein Wachstum von 4,45 % im deutschen Markt, dem Kernmarkt der ANZAG, zu Grunde. Die ANZAG will hier auch weiterhin konform wachsen. Allerdings müssen wir klar sehen, dass die Wachstumsmöglichkeiten in Deutschland begrenzt sind. Ein wichtiger Baustein für die Ertragsstrategie der ANZAG sind deshalb – in Zukunft noch mehr als heute – unsere Auslandsaktivitäten. Durch diese Engagements können wir die Risiken im deutschen Markt teilweise ausgleichen. Mit dem Erwerb des litauischen Pharmagroßhändlers Armila haben wir den Kurs fortgesetzt, mit Augenmaß und in enger Kooperation mit dem einheimischen Management, attraktive europäische Wachstumsmärkte zu erschließen.

---

### Allerdings müssen wir klar sehen, dass die Wachstumsmöglichkeiten in Deutschland begrenzt sind.

---

Dementsprechend erwarten wir im laufenden Geschäftsjahr einen Konzernumsatz von rund 4 Mrd. Euro. Beim Ergebnis geht die ANZAG von einem Anstieg auf eine Umsatzrendite von etwa 0,48 % aus. Der bisherige Verlauf des Geschäftsjahres 2009 entspricht diesen Erwartungen, das Ergebnis in den ersten drei Monaten liegt um fast 20 % über Vorjahr.

Im Vorstand der ANZAG sind wir überzeugt: Unser Unternehmen ist gut aufgestellt. Wir haben die Voraussetzungen geschaffen, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein.

Die ANZAG verfügt über eine exzellente operative Kompetenz, ihr Verhalten ist durch Integrität und Loyalität nach innen und außen bestimmt.

Die sprichwörtliche Fairness der ANZAG sichert uns im Markt Sym-

pathien. Dieses Vertrauenskapital werden wir nutzen.

Unser Anspruch muss auch in Zukunft lauten: Die ANZAG bringt frischen Wind in den Arzneimittelmarkt und ist Neuerungen gegenüber aufgeschlossen, ohne jedoch alles Vorhan-

dene grundsätzlich in Frage zu stellen. Die Befürworter einer weitgehenden Deregulierung des Arzneimittelmarktes haben eigentlich nur ein Argument: Sie empfinden Apothekenketten als zeitgemäß. Dieser Argumentation können wir uns nicht

anschießen. Deshalb steht bei uns auch in Zukunft unser Kunde – der selbständige Apotheker.. – im Mittelpunkt.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!