

# celesio

the healthcare group

---



## **Dr. Fritz Oesterle**

Vorstandsvorsitzender  
der Celesio AG

in der Hauptversammlung am 30. April 2008

---

Obwohl das Jahr 2007, wie zwanzig Jahre davor, ein Jahr war, in dem wir unseren Umsatz und unseren Gewinn gesteigert haben, war es doch ein besonderes, weil nämlich in ihm der Grund dafür gelegt wurde, dass wir in diesem Jahr, im Jahr 2008, unsere inzwischen 21-jährige Erfolgsgeschichte, die es in Deutschland so sicher nicht allzu oft gegeben hat, kurz unterbrechen müssen. Das Jahr 2008 wird ein Jahr sein, in dem wir gezwungenermaßen zurückschalten und Luft holen müssen, um dann im nächsten Jahr neu, und in der gewohnten Celesio-Weise, durchzustarten.

### **Finanzkennzahlen Celesio-Konzern**

Unser Konzernumsatz stieg gegenüber 2006 um 3,6 Prozent von 21,57 Milliarden auf 22,35 Milliarden Euro. Zu diesem Wachstum trugen unsere, über das Jahr verteilten Apothekenakquisitionen und das Versandhandelsgeschäft von Apotheke DocMorris,

die wir ja im letzten Jahr gekauft haben, positiv bei.

Belastet war die Umsatzentwicklung zum einen dadurch, dass ein Hersteller seinen Vertrieb in Großbritannien auf ein Direct-To-Pharmacy-Vertriebsmodell, ein so genanntes DTP-Modell, umstellte. Im Rahmen eines solchen Modells wird der Großhandel vom Hersteller nicht mehr als Handelspartner, sondern als reiner Logistikpartner genutzt. Mit den Arzneimitteln dieses Herstellers werden so keine Handelsumsätze mehr gemacht. Kurz gesagt: Der Umsatz mit diesen Arzneimitteln fehlt beim Umsatz des Großhandels.

Zum anderen wurde unsere letztjährige Umsatzentwicklung dadurch beeinflusst, dass wir in unserem deutschen Großhandelsgeschäft Marktanteile, also Geschäft und Umsatz, verloren haben. Trotz erheblicher staatlicher Spareingriffe wuchs der Rohertrag im Konzern um 3,8 Prozent auf rund 2,5 Milliarden Euro. Die Rohertragsmarge ist gegenüber dem Vorjahr leicht – nämlich um zwei Basispunkte

auf 11,29 Prozent – gestiegen. Diese – wenn auch leichte – prozentuale Verbesserung des Rohertrags ist vor allem der positiven Entwicklung des Rohertrags im margenstärkeren Apothekengeschäft zu verdanken. Dies zeigt sich auch daran, dass Celesio-Apotheken seinen Anteil am Konzernrohertrag um zwei Prozentpunkte, von 48,5 Prozent auf 50,5 Prozent, steigerte. Neben Celesio-Apotheken verbesserte aber auch der Bereich Services seinen Beitrag zum Konzern-Rohertrag auf jetzt 6,4 Prozent.

Das EBITDA stieg 2007 um 4,8 Prozent auf 842,5 Millionen Euro. Es wuchs damit stärker als der Umsatz. Die Umsatzrendite bezogen auf das EBITDA betrug im letzten Jahr 3,77 Prozent und lag damit vier Basispunkte über dem Vorjahreswert.

Das EBIT wuchs erheblich stärker als das EBITDA, nämlich um 6,1 Prozent auf 727,7 Millionen Euro. Der Grund für diesen gegenüber dem EBITDA verhältnismäßig stärkeren Anstieg des EBIT liegt in den im Jahr 2007 geringeren Abschreibungen.

Das Vorsteuerergebnis stieg um 3,2 Prozent auf 608,8 Millionen Euro und damit leicht schwächer als das EBITDA. Dies ist primär auf die akquisitionsbedingte, höhere durchschnittliche Verschuldung zurückzuführen.

Lassen Sie mich schon an dieser Stelle darauf hinweisen, dass unser Vorsteuerergebnis 2007 auch widerspiegelt, dass wir mit dem Erwerb von Apotheke DocMorris eine strategische Investition getätigt haben. Mit dieser Investition haben wir uns für die von vielen erwartete Zukunft des deutschen Apothekenmarkts positioniert, wissend, dass diese Akquisition in den ersten Jahren keinen positiven Beitrag zu unserem Konzernergebnis leisten kann. Wir werden weiter in das Geschäft von Apotheke DocMorris investieren und investieren müssen, ohne dass sich dies kurzfristig in der GuV „auszahlen“ wird. Mittel- und langfristig wird sich diese Investition aber hoch verzinsen.

Da unser Steueraufwand im Jahr 2007 um 5,4 Prozent auf 173,4 Millionen Euro zunahm und die Steuerquote wegen rückläufiger periodenfremder Steuererträge mit 28,5 Prozent um 60 Basispunkte über dem Vorjahreswert lag, verbesserten wir unseren Jahresüberschuss „nur“ um 2,3 Prozent auf 435,4 Millionen Euro.

Das Ergebnis je Aktie stieg von 2,49 Euro auf 2,53 Euro, also um 1,6 Prozent.

## Dividende

Obwohl wir schon heute wissen, dass das laufende Jahr für Celesio ein schwieriges Jahr werden wird, wollen wir unserer langjährigen Dividendenpolitik treu bleiben und unsere Aktionäre am Ergebnis des Jahres 2007 wieder mit einer Ausschüttung von rund 30 Prozent des Jahresüberschusses beteiligen. Aufsichtsrat und Vorstand schlagen deshalb eine Dividende von 77 Cent je Aktie vor. Dies ist eine gegenüber dem Vorjahr um 2,7 Prozent höhere Dividende. Damit kehren wir so viel wie noch nie an unsere Aktionäre aus.

## Celesio-Großhandel

Der Celesio-Großhandel, die Nummer 1 im europäischen Pharmagroßhandel, hat zunächst einmal das mit großem Erfolg getan, was er seit vielen Jahren tut. Er hat seine betriebliche Organisation und die Arbeitsabläufe fortlaufend verbessert, das heißt effizienter und kostengünstiger gestaltet. Dazu haben wir vor allen Dingen in Frankreich die schon Ende 2006 eingeleitete Restrukturierung unseres Niederlassungsnetzes vorangetrieben. Neben der fortlaufenden, betrieblichen Optimierung hat Celesio-Großhandel im letzten Jahr ein besonderes Augenmerk auf Leistungen gelegt, die er seinen Kunden, den Apothekern, über die reine Belieferung mit Arzneimitteln hinaus anbieten kann.

Seit Ende 2006 haben wir in Deutschland ein stetig steigendes Rabattniveau und einen dementsprechenden Verfall der Rohertragsmarge des pharmazeutischen Großhandels. Durch unseren Kauf von Apotheke DocMorris wurde diese Entwicklung sicher nicht verlangsamt. Inzwischen sind wir an einem Punkt angekommen, an dem – nach unserer Einschätzung – im deutschen pharmazeutischen Großhandel niemand mehr wirklich Geld verdient.

Diese Entwicklung in Deutschland hat natürlich auch tiefe Spuren in der Gesamtentwicklung von Celesio-Großhandel hinterlassen. Etwas abgemildert wurde dies nur dadurch, dass wir uns Ende letzten Jahres von unseren Großhandelsaktivitäten in Rumänien und Kroatien getrennt haben. Daraus sollten Sie jetzt allerdings nicht schließen, dass Osteuropa für uns grundsätzlich an Attraktion verloren hätte. Das Gegenteil ist der Fall. Dies hat unser im letzten Jahr publiziertes Interesse am russischen Markt sehr deutlich gemacht.

Anders als in Deutschland hat sich der Großhandel in Norwegen, Slowenien und Tschechien gut entwickelt.

Trotz eines um 1,5 Prozent auf 17,73 Milliarden Euro gestiegenen Umsatzes lag der Rohertrag mit 1,087

Milliarden Euro unter dem Niveau von 2006. Die Rohertragsmarge reduzierte sich um 18 Basispunkte auf 6,13 Prozent. Dem gegenüber stieg das EBITDA – auch dank der Verkäufe in Kroatien und Rumänien – im Vergleich zum Vorjahr leicht um 1,3 Prozent auf 431,5 Millionen Euro und das EBIT im Vergleich zum Vorjahr um 5 Prozent auf 377 Millionen Euro.

## Celesio-Apotheken

Neben Apotheke DocMorris, auf die ich noch gesondert eingehen werde, hat Celesio-Apotheken im Jahr 2007 149 Apotheken gekauft. Unter Berücksichtigung von zusätzlich 41 Neueröffnungen und 17 Apothekenverkäufen beziehungsweise -schließungen gehörten zu Celesio-Apotheken am 31. Dezember 2007 alles in allem 2.273 Apotheken. Der von ihnen im Jahr 2007 erwirtschaftete Umsatz von 3,62 Milliarden Euro lag um 10,7 Prozent über dem Vorjahresumsatz.

Der Rohertrag lag mit 1,28 Milliarden Euro um 8,2 Prozent über dem Vorjahreswert. Der Rohertrag wuchs also nicht so stark wie der Umsatz, was bedeutet, dass die Rohertragsmarge gesunken ist, nämlich um 81 Basispunkte auf 35,24 Prozent. Der Grund für diesen Rückgang der Rohertragsmarge liegt in der Einbeziehung des Versandgeschäfts von Apotheke DocMorris in den Geschäftsbereich Celesio-Apotheken. Die im Versandgeschäft erwirtschafteten Rohertragsmargen sind nämlich geschäftstypisch geringer als im stationären Apothekengeschäft. Zum anderen wurden in Großbritannien die Generika-Erstattungspreise nach dem 1. Oktober 2006 auch am 1. Juli 2007, und dann erneut zum 1. Oktober 2007, reduziert. Die Senkung der Erstattungsbeträge zum 1. Oktober 2007 hatte ein von keinem Marktbeteiligten erwartetes oder auch nur erkennbares Ausmaß. Allein dieser staatliche Eingriff in Großbritannien belastete den Rohertrag und das Ergebnis unseres britischen Apothekengeschäfts mit rund 30 Millionen Euro im vierten Quartal 2007. Der Ganzjahreseffekt allein dieser Preismaßnahme wird 2008 –

vor Gegenmaßnahmen – rund 120 Millionen Euro ausmachen.

Celesio-Apotheken hat das EBIT von 351,7 Millionen Euro auf 386,8 Millionen Euro und damit um 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr verbessert.

Den Erwerb von Apotheke DocMorris mit ihrem Versand- und Franchisegeschäft habe ich Ihnen auf unserer letzten Hauptversammlung bekannt gegeben. Seither hat sich Apotheke DocMorris entsprechend unseren Erwartungen entwickelt. Das Versandgeschäft ist im letzten Jahr deutlich gewachsen. Die Zahl der Markenpartnerschaften, also der Apotheker, die ihre Apotheke in DocMorris-Apotheke umbenannt haben oder die unter der Marke DocMorris eine Apotheke eröffnet haben, ist von 20 eröffneten DocMorris-Apotheken am 26. April 2007 auf heute über 100 DocMorris-Apotheken gestiegen. Mit dieser inzwischen noch stärker gewordenen Marke sind wir ganz hervorragend positioniert, wenn es zu der von vielen erwarteten Liberalisierung des deutschen Apothekenmarkts kommt.

Also noch einmal, mit dem Kauf von Apotheke DocMorris haben wir auch aus heutiger Sicht eine absolut richtige Entscheidung getroffen. Und zwar unabhängig davon, wie der Europäische Gerichtshof schlussendlich entscheiden wird. Apotheke DocMorris hat mit dem Versand- und Franchisegeschäft schon heute zwei attraktive, zukunftssträchtige Geschäftsbereiche. Dass Apotheke DocMorris mit der Stärke ihrer Marke zugleich auch unser „Plan B“ für den Fall ist, dass der deutsche Apothekenmarkt per Richterspruch aus Luxemburg liberalisiert werden sollte, ist ein schöner und durchaus gewollter Nebeneffekt unserer Akquisition.

### Celesio-Services

Celesio-Services hat sich insgesamt gut entwickelt. Die Geschäftseinheit Movianto steigerte 2007 den Rohertrag um 7,7 Prozent auf 161,5 Millionen Euro. Wachstumstreiber waren sowohl der Abschluss neuer als

auch die Verlängerung bestehender Verträge, vor allem in Deutschland, Spanien und Tschechien.

Obwohl unser Bereich Celesio-Services noch immer ein junger und im Konzern-Kontext kleiner Bereich ist, adressieren wir exakt mit diesem Bereich viele der Veränderungen in unseren Märkten. Dies gilt vor allem für die Leistungen, mit denen wir die Pharmahersteller als Kunden ansprechen. Solche Leistungsangebote entwickeln wir in partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Pharmaherstellern. Auch wenn dies eine Entwicklung der zunächst und zurzeit noch kleinen Schritte ist, sind wir hundertprozentig davon überzeugt, dass Celesio-Services ein Teil unserer Antwort auf die Veränderungen unserer traditionellen Märkte ist.

Mit Patienten, die zu Hause mit einer individuellen Medikation versorgt und betreut werden müssen, dem so genannten Speciality-Pharmacy-Geschäft, haben wir eine weitere, für Celesio neue Kundengruppe identifiziert. Ausgerichtet an den Bedürfnissen dieser Kundengruppe bauen wir mit Evolution Homecare Services ein neues Geschäftsmodell in Großbritannien auf.

### Markt im Wandel

Meine Damen und Herren,

lassen Sie mich jetzt – wie angekündigt – ein paar der Entwicklungen beleuchten, die uns veranlassen haben, unseren Geschäftsbericht unter das Motto Markt im Wandel zu stellen und auf die wir uns schon heute einrichten.

Da ist da die quer durch Europa reichende Diskussion um die Liberalisierung der Apothekenmärkte. Angeschoben wurde diese breite Diskussion durch die europäischen Institutionen, vor allem durch die EU-Kommission, und die von ihr eingeleiteten Vertragsverletzungsverfahren gegen Mitgliedsstaaten. Insbesondere moniert die EU-Kommission das in diesen Ländern bestehende Fremd- und Mehrbesitzverbot, also zum einen das Verbot, dass Kapitalgesellschaften

Apotheken besitzen und betreiben, und zum anderen das Verbot, mehr als eine bestimmte Anzahl von Apotheken sein Eigen nennen zu dürfen. Neben diesen Bestrebungen auf europäischer Ebene gibt es in einigen EU-Mitgliedsstaaten aber auch Bestrebungen der nationalen, politischen Entscheidungsträger, den jeweiligen nationalen Apothekenmarkt zu öffnen.

Seit Ende 2006 sind in Deutschland neue Großhandelskapazitäten aufgebaut worden. Diese Entwicklung, dem Markt neue Kapazitäten durch Neu- beziehungsweise Ausbau von Niederlassungen zur Verfügung zu stellen, hat über das Gesamtjahr 2007 angehalten. Betriebswirtschaftlich und unter Versorgungsgesichtspunkten benötigen wir in Deutschland weitere Großhandelskapazitäten so dringend, wie Sie und ich einen Kropf, also überhaupt nicht. Deutschland ist mit Großhandelskapazitäten übertversorgt.

Noch im vierten Quartal 2007 haben zwei weitere Arzneimittelhersteller Änderungen in ihrem britischen Distributionssystem vorgenommen. Beide halten zwar am Großhandelsmodell fest, reduzierten jedoch die Zahl der Großhändler, mit denen sie zusammen arbeiten. Dieser Trend hin zu größerer Kontrolle der Lieferkette durch die Hersteller ist nicht auf Großbritannien beschränkt. Entsprechende Absichten, Tendenzen und Ansätze sehen wir überall in Europa.

Neben der neuen Vielfalt der Distributionsanforderungen der Industrie verändert sich das Einkaufsverhalten unserer Großhandelskunden strukturell. Das Entstehen immer mehr und immer größerer Einkaufskooperationen hat vor allem in Deutschland zu einem noch nie dagewesenen Rabattdruck geführt.

Begleitet werden die strukturellen Veränderungen unserer Märkte und unsere unternehmerischen Antworten darauf durch staatliche Eingriffe, mit denen versucht wird, tatsächliche oder auch nur vermeintliche Wirtschaftlichkeits- und Preisreserven in der Arzneimittelversorgung abzuschöpfen.

## Ausblick

Im Vergleich zum Vorjahr wird das erste Halbjahr 2008 deutlich schwächer, auch deutlich schwächer als das Gesamtjahr 2008 im Vergleich zum Gesamtjahr 2007, ausfallen. Der Grund dafür liegt im so genannten Basiseffekt, also dem Umstand, dass sich die belastenden Effekte, die aus dem Jahr 2007 stammen und sich im laufenden Jahr 2008

ganzjährig niederschlagen, im letzten Jahr erst in der zweiten Jahreshälfte auswirkten. Dies bedeutet, dass die relative Abweichung des ersten Halbjahres 2008 vom durch staatlichen Maßnahmen noch weitgehend unbelasteten ersten Halbjahr 2007 besonders stark ausgeprägt sein wird. Wegen dieses so genannten Basiseffekts 2007 wird es in den ersten Quartalen 2008 zu einer besonders

verzerrten, negativen Ergebnisentwicklung kommen.

Das zweite Halbjahr 2008 wird sich nach heutiger Einschätzung vergleichsweise besser entwickeln. Im zweiten Halbjahr 2008 ist der so genannte Basiseffekt von abnehmender Bedeutung.

Für 2009 sind wir schon heute optimistisch und erwarten eine spürbare Steigerung des operativen Konzernergebnisses.