

MEDIENMITTEILUNG

Datum 8. August 2017
Kontakt Investor Relations: Felix Burkhard, CFO, Galenica Gruppe
Media Relations: Christina Hertig, Leiterin Kommunikation, Galenica Gruppe
Thema Halbjahresergebnisse 2017 der Galenica Gruppe

Galenica entwickelt sich erfreulich und bestätigt ihre ambitionösen Zielsetzungen für 2017

Zum ersten Mal seit dem IPO (Börsengang) vom 7. April 2017 präsentiert die Galenica Gruppe ihre Halbjahresergebnisse.

In einem anspruchsvollen Marktumfeld steigerte sie den konsolidierten Nettoumsatz im ersten Semester 2017 um 6.8% auf CHF 1'587.5 Mio. Dazu beigetragen haben die Akquisition der Ärztegrossistin Pharmapool, die Stärkung des Apothekennetzes sowie neu akquirierte und einlizenzierte Marken.

Das Betriebsergebnis (EBIT) stieg um 17.6% auf CHF 71.5 Mio. und entwickelte sich auf vergleichbarer Basis (ohne Einfluss aus IAS 19) um 14.1% auf CHF 76.6 Mio. Darin enthalten sind einmalige Effekte in der Höhe von CHF 7.0 Mio.

Galenica weist einen Gewinn von CHF 57.9 Mio. aus. Auf vergleichbarer Basis (ohne Einfluss aus IAS 19) resultierte ein Reingewinn von CHF 62.1 Mio. Der Gewinn beinhaltet einmalige Effekte in der Höhe von CHF 6.3 Mio.

Guidance 2017 bestätigt

Aufgrund der bisherigen positiven Geschäftsentwicklung ist das Management zuversichtlich, die ambitionösen Ziele 2017 zu erreichen. Entsprechend bestätigt und präzisiert Galenica den im Rahmen des IPO kommunizierten Ausblick für das Jahr 2017: das heisst, ein Umsatzwachstum im Rahmen des ersten Semesters 2017 und, gegenüber Vorjahr, ein Wachstum des Betriebsergebnis (EBIT) (ohne Einfluss aus IAS 19) zwischen 7% und 12% inklusive der einmaligen Effekte in der Höhe von CHF 7.0 Mio. Dementsprechend unverändert bleibt auch der Ausblick bezüglich der Dividende mit dem Ziel, der Generalversammlung 2018 eine Dividendenausschüttung in der Höhe von CHF 80 Mio. beantragen zu können.

Ausbau der Aktivitäten und Lancierung neuer Produkte und Dienstleistungen

Der Geschäftsbereich Retail hat sein Apothekennetz gestärkt und die Prozesse für alle Apothekenformate weiter vereinheitlicht. Zudem wurden innovative Projekte lanciert wie „Click & Collect“ bei Coop Vitality, die Walk-in-Klinik Aprioris oder das MedCenter am Standort von MediService.

Der Geschäftsbereich Products & Brands hat das Produktsortiment ausgebaut. Zum Portfolio starker Marken gehören seit Mai 2017 auch die neu akquirierten Traditionsmarken Merfen[®] und Vita-Merfen[®]. Zudem wurden im ersten Quartal 2017 Lierac und Phyto, die Premium-Marken für Haut- und Haarpflege der französischen Alès Groupe, exklusiv in der Schweiz lanciert.

Im Geschäftsbereich Services hat Galexis mit der Anfang 2017 akquirierten Ärztegrossistin Pharmapool das Angebot für selbstdispensierende Ärzte erweitert.

Kennzahlen Galenica Gruppe

(in Mio. CHF)	1. Halbjahr 2017	1. Halbjahr 2016 ¹⁾	Veränderung ¹⁾
Nettoumsatz			
Segment Health & Beauty	730.0	709.2	+2.9%
- Retail	679.0	662.5	+2.5%
- Products & Brands	51.1	47.9	+6.8%
Segment Services	1'233.6	1'148.4	+7.4%
Corporate und Eliminationen	(376.1)	(370.5)	-
Galenica Gruppe	1'587.5	1'487.1	+6.8%
EBIT adjusted²⁾			
Segment Health & Beauty	49.5	46.5	+6.5%
Segment Services	28.7	20.2	+41.9%
Corporate und Eliminationen	(1.6)	0.5	-
Galenica Gruppe	76.6	67.2	+14.1%
Reingewinn adjusted²⁾³⁾	62.1	42.9	+44.6%

- 1) Im Hinblick auf das IPO vom 7. April 2017 hat die Geschäftseinheit Galenica Santé der damaligen Galenica Gruppe die Finanzdaten ab 2014 neu so erstellt, als ob sie eine eigenständige Einheit gewesen wäre (Combined Financial Statements für 2014-2016). Diese Combined Financial Statements bilden die Basis für den Vergleich mit den Vorjahreszahlen.
- 2) Ohne Einfluss aus IAS 19
- 3) Aufgrund der unterschiedlichen Finanzierungsstruktur nicht mit dem Vorjahr vergleichbar

GALENICA GRUPPE

Erfreuliche Entwicklung nach dem IPO

Die Galenica Gruppe steigerte den konsolidierten Nettoumsatz im ersten Halbjahr 2017 um 6.8% auf CHF 1'587.5 Mio.

Das Betriebsergebnis (EBIT) stieg um 17.6% auf CHF 71.5 Mio. und entwickelte sich auf vergleichbarer Basis (ohne Einfluss aus IAS 19) um 14.1% auf CHF 76.6 Mio. Im EBIT sind einmalige Effekte von CHF 7.0 Mio. aus den Verkäufen der Rechte der Ärztepraxis-Software TriaMed[®] an Swisscom und einem nichtbetrieblichen Gebäude in Schönbühl (Kanton Bern) enthalten.

Galenica weist einen Gewinn von CHF 57.9 Mio. aus. Auf vergleichbarer Basis (ohne Einfluss aus IAS 19) resultierte ein Reingewinn von CHF 62.1 Mio. Der Gewinn beinhaltet einmalige Effekte in der Höhe von CHF 6.3 Mio.

Die Investitionen erhöhten sich auf CHF 33.5 Mio. (Vorjahr: CHF 17.0 Mio.), insbesondere aufgrund der Akquisition der Marken Merfen[®] und Vita-Merfen[®].

Guidance 2017 bestätigt

Dank der Akquisition der Ärztegrossistin Pharmapool, der weiteren Stärkung des Apothekennetzes sowie der neu akquirierten Marke Merfen[®], den einlizenzierten Marken A-Derma, Phyto, Lierac und den Schüssler Salzen von Adler, liegt das Wachstum der Galenica Gruppe im ersten Halbjahr 2017 deutlich über dem Gesamtmarkt, der sich allerdings unter den Erwartungen entwickelt hat. Aufgrund der bisherigen positiven Geschäftsentwicklung ist das Management zuversichtlich, die ambitionierten Ziele 2017 zu erreichen.

Entsprechend bestätigt und präzisiert Galenica den im Rahmen des IPO kommunizierten Ausblick für das Jahr 2017, das heisst:

- ein Umsatzwachstum im Rahmen des ersten Semesters 2017;
- ein Wachstum des Betriebsergebnis (EBIT) (ohne Einfluss aus IAS 19) gegenüber Vorjahr zwischen 7% und 12%, inklusive der einmaligen Effekte in der Höhe von CHF 7.0 Mio., die in der bisher kommunizierten Guidance nicht enthalten waren;
- einen geplanten Antrag an die Generalversammlung 2018 für eine Dividendenausschüttung in der Höhe von CHF 80 Mio.

Erweiterung der Retail-Kompetenzen im Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung 2018 Bertrand Jungo zur Wahl als neues Mitglied in den Verwaltungsrat vorschlagen. Bertrand Jungo ist neu CEO von Admeira, der grössten Werbe-Vermarktungsfirma der Schweiz. Zuvor war er während 26 Jahren in leitenden Funktionen bei der schweizweit vertretenen Warenhausgruppe Manor tätig, davon 11 Jahre als CEO. Bertrand Jungo kennt den Schweizer Retail-Markt von der Pike auf und bringt Erfahrung im Multichannel-Retail, den Bereichen Beauty, Personal Care und im internationalen Einkauf (Sourcing) mit. Seine Expertise wird das Retail-Know-how im Verwaltungsrat ideal ergänzen.

SEGMENT HEALTH & BEAUTY

Das Segment Health & Beauty beinhaltet die Geschäftsbereiche Retail und Products & Brands. Im Geschäftsbereich Retail betreibt Galenica das grösste Apothekennetz der Schweiz und verfügt damit über ein ausgezeichnetes Vertriebsnetzwerk, das einzigartiges Potenzial für den Verkauf von eigenen, exklusiven und Partnermarken bietet. Über den Geschäftsbereich Products & Brands entwickelt und vermarktet Galenica eigene Marken und Produkte sowie exklusive Marken und Produkte ihrer Geschäftspartner.

Das Segment Health & Beauty steigerte den Nettoumsatz im ersten Semester 2017 um 2.9% auf CHF 730.0 Mio. Das Betriebsergebnis (EBIT) verbesserte sich um 6.5% auf CHF 49.5 Mio. Die Umsatzrentabilität (ROS) erhöhte sich gegenüber der Vorjahresperiode auf 6.8% (Vorjahr: 6.6%). Die Investitionen im Segment Health & Beauty beliefen sich im ersten Halbjahr 2017 auf CHF 22.4 Mio.

RETAIL

Der Geschäftsbereich Retail steigerte den Nettoumsatz im ersten Halbjahr 2017 im Vergleich zur Vorjahresperiode um 2.5% auf CHF 679.0 Mio. (ohne Coop Vitality). Der Schweizer Apothekenmarkt wuchs um 1.8% (IMS Health 1. Halbjahr 2017, Swissmedic Heilmittel-Listen A, B, C, D). Obwohl das Volumen an hochpreisigen Medikamenten weiter zugenommen hat, weist der Apothekenmarkt im Vergleich zu anderen Segmenten eine abgeflachte Entwicklung aus, beeinflusst durch den anhaltenden Einkaufstourismus im nahen Ausland, die Verlagerung zum Online-Shopping, rückläufige Frequenzen in vielen Einkaufszentren sowie die Grippewelle, welche bereits im Dezember 2016, also früher als in anderen Jahren, startete und 2017 früher endete.

Die Anzahl der eigenen Apotheken konnte um drei Standorte auf insgesamt 332 Apotheken erhöht werden. Zusammen mit den Amavita- und Winconcept-Partnerapotheken umfasste das Apothekennetz von Galenica Mitte 2017 knapp 500 Standorte. Die Expansion trug 1.3% zum Umsatzwachstum bei. Auf vergleichbarer Basis entwickelte sich der Umsatz um 1.2%.

Synergiepotenzial weiter ausgebaut

Mit den Haut- und Haarpflegemarken Lierac und Phyto der Alès Groupe sowie den Schüssler Salzen von Adler konnten gleich drei neue Marken von Products & Brands in den Apotheken eingeführt werden. Die Prozesse wurden für alle Apothekenformate weiter vereinheitlicht und vereinfacht. So wird die Apothekensoftware TriaPharm[®], welche bereits von Amavita und Sun Store genutzt wird, seit dem ersten Halbjahr 2017 auch bei Coop Vitality eingeführt. Bis Ende 2017 soll TriaPharm[®] bei allen Apotheken der Gruppe eingeführt sein. Ein weiteres Beispiel zur Synergienutzung ist die Zusammenarbeit von Amavita und Sun Store mit der Spezialapotheke MediService, welche im Auftrag der Apothekenformate immer mehr hochpreisige Medikamente ausliefert. Diese Dienstleistung bietet MediService auch im Gesamtmarkt an, und verschiedene unabhängige Apotheker nutzen sie bereits.

Innovationen und neue Modelle für den Gesundheitsmarkt

Im Frühjahr 2017 hat Coop Vitality mit «Click & Collect» gestartet: Die Kunden können bequem per Mausklick Produkte bestellen und anschliessend in der Apotheke ihrer Wahl abholen. Damit kann den Kunden das ganze Sortiment, inklusive OTC-Produkte, auch online angeboten werden. Sun Store und Amavita werden «Click & Collect» im zweiten Halbjahr 2017 einführen.

Ausserdem bietet Galenica mit der Walk-in-Klinik Aprioris ein neues Angebot in der medizinischen Soforthilfe durch eine Pflege-Fachperson in der Apotheke in einem eigens dafür geschaffenen Raum. Das Konzept ermöglicht somit einen schnellen Zugang zu einer Erstberatung.

In eine ähnliche Richtung zielt ein Pilotprojekt, bei welchem CSS-Versicherte im Alternativen Versicherungsmodell Gesundheitspraxisversicherung Plus (GPV Plus) als erste Anlaufstelle bei Beschwerden den Arzt und neu auch die Apotheke aufsuchen können. Vorerst machen rund 20 Amavita und Coop Vitality Apotheken mit. Das „Gesundheitsnetz 2025“ der Stadt Zürich hat dieses Modell zum Gewinner seines Projektwettbewerbes 2017 erklärt.

Und schliesslich läuft am Standort von MediService in Zuchwil das Pilotprojekt MedCenter, ein Gerät, über das ein Patient Medikamente beziehen kann. Via Videotelefonie und einem interaktiven Bildschirm nimmt der Kunde Kontakt mit dem Apotheker auf, der die Medikamentenabgabe betreut und überwacht. MediService, welche 2017 ihr 20-jähriges Jubiläum feiert, konnte dank der starken Position im Bereich PharmaCare den anhaltenden Trend hin zu komplexeren Therapien und Medikamenten nutzen und in diesem Bereich überproportional wachsen.

PRODUCTS & BRANDS

Im ersten Semester 2017 erwirtschaftete der Geschäftsbereich Products & Brands einen Nettoumsatz von CHF 51.1 Mio., ein Anstieg um 6.8% gegenüber der Vorjahresperiode. In einem rückläufigen OTC-Markt (-0.3%, IMS Health 1. Halbjahr 2017) konnte Products & Brands dank der Lancierung neuer Produkte im Bereich Schönheit den Nettoumsatz in der Schweiz um 3.8% auf CHF 38.5 Mio. steigern. Die Exportumsätze stiegen um 16.6% auf CHF 12.7 Mio., wobei insbesondere Anti-Brumm[®] in Deutschland ein sehr erfreuliches Wachstum aufweist.

Weitere Expansion des starken Markenportfolios

Mit der Akquisition der Schweizer Traditionsmarken Merfen[®] und Vita-Merfen[®] im Mai 2017 kann Vifor Consumer Health nun auch eine Präsenz am Schweizer Markt für Wunddesinfektion und Wundheilung aufbauen.

Vifor Consumer Health übernahm ausserdem den Vertrieb von Excilor[®], einer führenden Marke im Bereich der Nagelpilzbehandlung. Ein exklusiver Vertrag mit dem österreichischen Unternehmen Adler und eine enge Zusammenarbeit mit dem Geschäftsbereich Retail trugen zur erfolgreichen Lancierung von Adlers Schüssler Mineralsalzen bei – einer wichtigen neuen Kategorie für Vifor Consumer Health.

Nach dem Erfolg mit A-Derma übernahm Products & Brands auch den schweizweiten Exklusivvertrieb der Hautpflegemarke Lierac und der Haarpflegemarke Phyto der französischen Alès Groupe. Diese Apothekenmarken hatten in der ersten Jahreshälfte 2017 einen guten Start.

SEGMENT SERVICES

Das Segment Services beinhaltet die Logistik-Leistungen für den Schweizer Gesundheitsmarkt von Alloga (Prewholesale), Galexis, Unione Farmaceutica Distribuzione und Pharmapool (Wholesale) sowie der in der Medikamentenverblisterung tätigen Medifilm. Ergänzt werden diese Services durch die Dienstleistungen von HCI Solutions, welche Stammdaten für den Schweizer Gesundheitsmarkt anbietet und Managementgesamtlösungen für Apotheken sowie Werkzeuge zur sicheren Verwaltung, Kommunikation und Verteilung sensibler Gesundheitsdaten entwickelt.

Das Segment Services hat im ersten Semester 2017 einen Nettoumsatz von CHF 1'233.6 Mio. erwirtschaftet. Das Umsatzwachstum von 7.4% ist insbesondere auf die erfolgreiche Integration von Pharmapool zurückzuführen. Dies in einem Gesamtmarkt, dessen Wachstum (+3.9%, IMS Health 1. Halbjahr 2017) insbesondere durch die Umsatzentwicklung bei den Spitälern (+7.6%, IMS Health 1. Halbjahr 2017) getrieben wurde und von hochpreisigen Spezialmedikamenten, die nicht über den Grosshandel sondern direkt an die Fachärzte geliefert werden (Ärzte: +5.4%, IMS Health 1. Halbjahr 2017).

Das Betriebsergebnis (EBIT) verbesserte sich um 41.9% auf CHF 28.7 Mio. Im EBIT sind einmalige positive Effekte aus den Verkäufen der Rechte der Ärztepraxis-Software TriaMed[®] an Swisscom und einem nichtbetrieblichen Gebäude in Schönbühl (Kanton Bern) von CHF 7.0 Mio. enthalten. Ohne diese einmaligen Effekte blieb der ROS gegenüber Vorjahr unverändert auf 1.8%. Die Investitionen summierten sich im ersten Halbjahr 2017 auf CHF 11.1 Mio.

Durchgehend temperaturgeführte Lieferkette

Alloga, welche 2017 ihr 60-jähriges Bestehen feiert, startete zum Ende des ersten Halbjahres 2017 die Umstellung auf ein neues ERP-System (Enterprise-Resource-Planning). Um die gestiegene Nachfrage bei den Kunden zu erfüllen, werden die hauseigenen Kapazitäten zur gekühlten Lagerung bei 2-8°C erweitert. Ein dritter Kühlraum soll im zweiten Halbjahr 2017 betriebsbereit sein. Seit dem April 2017 bieten Alloga und Galexis ihren Kunden eine durchgehende Lieferkette für temperaturgeführte Transporte an. Die per Chauffeur angelieferten Boxen sind bedeutend leichter als Isolationsboxen und benötigen bei den Kunden auch weniger Stauraum. Innovative Angebote, zunehmende Automatisierung und neue Produkte sind Stärken von Galexis, dank denen das Unternehmen im ersten Halbjahr 2017 neue Exklusiv-Vereinbarungen mit den renommierten Anbietern von Schönheitsprodukten wie Clarins und Coty abschliessen konnte. Mit der Anfang Jahr akquirierten Ärztgrossistin Pharmapool hat Galexis überdies das Angebot für selbstdispensierende Ärzte erweitert.

Ausbau der Kapazitäten und Angebote

Pünktlich zum 10-Jahre-Jubiläum hat Medifilm ihren Neubau bezogen. Dieser verdreifacht die Produktionsfläche. Die Nachfrage nach der Verblisterung von Medikamenten und Nahrungsergänzungsmitteln von Apotheken und Heimen ist ungebrochen. Schweizweit bedient Medifilm inzwischen rund 7'500 Patienten und entlastet damit immer mehr Pflegepersonal vom Bereitstellen der Medikamente von Hand.

Die Apothekensoftware TriaPharm[®] von HCI Solutions, die unter anderem die Direktfakturierung an die Krankenkassen ermöglicht, wird seit dem ersten Halbjahr 2017 bei Coop Vitality eingeführt. Der Prozess soll bis Ende 2017 abgeschlossen sein. Nach dem erfolgreichen Pilotprojekt von Documedis im Kantonsspital St. Gallen zur Prüfung von Kontraindikationen bei der Medikamentenabgabe werden Interessenten erste Module angeboten.

Weiterführende Informationen sind im Halbjahresbericht 2017 der Galenica Gruppe enthalten. Die PDF-Version steht auf der Internetseite von Galenica zur Verfügung:

[Download Halbjahresbericht 2017](#)

Telefonkonferenz und Webcast

Galenica veranstaltet heute Dienstag, 8. August 2017, um 14.00 Uhr (mitteleuropäische Zeit, MEZ) eine Telefonkonferenz mit Webcast für Analysten, Investoren und Medienschaffende. Um an der Telefonkonferenz (Konferenzsprache: Englisch) teilzunehmen, wählen Sie bitte

- Schweiz: +41 (0)22 567 54 32
- USA: +1 646 254 3366
- Andere Länder: +44 (0)20 3427 1904

Sie können die Telefonkonferenz auch über die Unternehmenswebsite www.galenica.com, Rubrik «Investoren», mitverfolgen.

Wiederholung

Vom 8. August 2017 ab 18.00 Uhr ist die Wiedergabe der Telefonkonferenz während 7 Tagen möglich. Für die Wiedergabe der Telefonkonferenz wählen Sie bitte

- Schweiz: +41 (0)22 567 57 09
- USA: +1 719 457 0820
- Andere Länder: +44 (0)207 984 7568

Der Webcast wird ab dem 8. August 2017 um 18.00 Uhr für die Dauer von einem Monat ebenfalls auf der Website www.galenica.com zur Verfügung stehen.

Das Passwort für die direkte Teilnahme an der Konferenz und die spätere Wiedergabe lautet 9993742.

Für ergänzende Auskünfte:

Christina Hertig, Leiterin Kommunikation
Tel. +41 58 852 85 17
E-Mail: media@galenica.com

Felix Burkhard, CFO
Tel. +41 58 852 85 29
E-Mail: investors@galenica.com

Galenica ist der führende vollständig integrierte Gesundheitsdienstleister in der Schweiz. Mit rund 500 eigenen, als Joint Venture sowie von unabhängigen Partnern betriebenen Apotheken führt Galenica das schweizweit grösste Apothekennetzwerk. Zudem entwickelt und führt Galenica bekannte eigene Marken und Produkte sowie exklusive Marken und Produkte von Geschäftspartnern und bietet ihren Kunden vor Ort diverse Gesundheitsdienstleistungen und -checks an. Galenica ist zudem der führende Anbieter von Prewholesale- und Wholesale-Distributionsdienstleistungen sowie Datenbankservices für den Schweizer Gesundheitsmarkt. Galenica ist an der Schweizer Börse kotiert (SIX Swiss Exchange, GALE, Valorennummer 36'067'446).

Zusätzliche Informationen über Galenica finden Sie auf www.galenica.com.