



LOGISTICS

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN

- _Erhöhen der Kundenbindung durch laufende Verbesserung der bestehenden und Entwicklung neuer Dienstleistungen kombiniert mit Sortimentserweiterungen
- _Verbessern der Rentabilität durch Prozessoptimierungen und durch die Nutzung von Synergieeffekten



Jean-Claude Cléménçon

«Der Geschäftsbereich Logistics bietet seinen Kunden ein umfassendes Dienstleistungsangebot und trägt damit massgeblich zu einer flächendeckenden Versorgung des Schweizer Gesundheitsmarktes bei. Modernste Technik sowie kompetente und engagierte Mitarbeitende bilden die Basis für die einzigartige Flexibilität und damit für massgeschneiderte Lösungen zugunsten aller Marktteilnehmer.»

Umsatz und Betriebsergebnis

_Der Umsatz des Geschäftsbereichs Logistics beläuft sich auf CHF 2'015.0 Mio. (-2.3%). Dieser Rückgang ist grösstenteils darauf zurückzuführen, dass die Verkäufe von Globomedica, einem Teilbereich von Globopharm, nach deren Management-Buy-out nicht mehr berücksichtigt wurden. Zudem wirkten sich einerseits die vom Bund per 1. März 2010 eingeführten Preis- und Margensenkungen auf Medikamente aus, und andererseits wurden 2009 Umsätze in Zusammenhang mit der AH1N1-Pandemie realisiert, die sich im Berichtsjahr nicht wiederholten. Auf vergleichbarer Basis und unter Berücksichtigung dieser Faktoren beläuft sich der Umsatz auf Vorjahreshöhe und entwickelte sich damit besser als der Markt. Dank der erfolgreichen Integration von Globopharm sowie einer deutlichen Effizienzsteigerung und einer strikten Kostenkontrolle konnte der EBIT mit CHF 27.1 Mio. (+155.7%) deutlich gesteigert werden.

_Schweizer Gesundheitsmarkt. Das schweizerische Gesundheitswesen verzeichnet – allen bisherigen Sparbemühungen zum Trotz – weiter steigende Kosten. So ist etwa aufgrund der demografischen Entwicklung und des medizinischen Fortschrittes insgesamt ein Volumenwachstum im Gesundheitsmarkt festzustellen. Es ist absehbar, dass weitere Massnahmen zur Kostenstabilisierung folgen werden. Der Geschäftsbereich Logistics

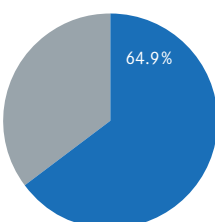
verfügt über die notwendige Erfahrung und Flexibilität, sich der rasch ändernden Situation anzupassen. Damit können sich Kunden und Partner auch bei der Bewältigung zukünftiger Herausforderungen auf eine wirksame Unterstützung mit massgeschneiderten Lösungen verlassen.

Galexis

_Herausragendes Ereignis für Galexis im Berichtsjahr war die Unterzeichnung eines mehrjährigen Exklusivvertrages mit Procter&Gamble (P&G) Prestige Products: Seit 1. Juli 2010 übernimmt Galexis exklusiv den Vertrieb der Parfum- und Kosmetikartikel in der Schweiz. Galexis erstellte sämtliche notwendigen Prozesse und Vertragsbestandteile unter Berücksichtigung der Bedürfnisse der Apotheken- und Drogeriekunden und bewies damit ihre hohe Marktkompetenz. Vor dem Hintergrund des Kostendrucks gewinnt die Rolle eines Gesamtlogistiklers für alle

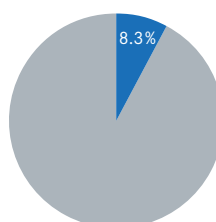
Kennzahlen

Nettoumsatz



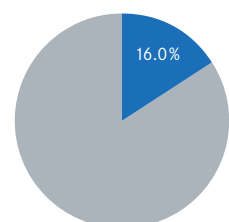
■ Logistics CHF 2'015.0 Mio.
(Galenica Gruppe CHF 3'104.3 Mio.)

EBIT



■ Logistics CHF 27.1 Mio.
(Galenica Gruppe CHF 324.8 Mio.)

Anzahl Mitarbeitende



■ Logistics 1'060
(Galenica Gruppe 6'634)

Weitblick, grosse Erfahrung sowie die Nähe zu Kunden und Partnern erlauben Galexis, Alloga und Unione, künftige Entwicklungen im Gesundheitsmarkt präzise zu antizipieren und rechtzeitig marktfähige Dienstleistungen zum Vorteil ihrer Kunden zu entwickeln.

Warenbezüge weiter an Bedeutung. Durch den Vertrag mit P&G Prestige Products ist Galexis nicht nur ihrer Vision eines Vollgrossisten nähergekommen, sondern hat auch neue Kundensegmente wie Warenhäuser und Parfümerien erschlossen.

_Gesamtdienstleister für Gruppenpraxen. 2010 hat der Trend zur Bildung von Netzwerken und vor allem der Zusammenschluss von Ärzten zu Gruppenpraxen weiter angehalten. Mit einem neuen, spezifisch für Gruppenpraxen entwickelten Leistungsangebot ist es Galexis gelungen, sich auch in dieser wichtigen Zielgruppe als Gesamtdienstleister zu positionieren.

_Neues Preismodell mit hoher Akzeptanz. Das Anfang 2010 eingeführte neue Preismodell wurde von den Kunden positiv aufgenommen und stiess auf eine hohe Akzeptanz. Es basiert stärker als das vorhergehende auf betriebswirtschaftlichen Kennzahlen wie Um- und Absatzstärke eines Produktes und erhöht dank gesteigerter Transparenz die Kostenwahrheit.

_GALecoline® ausgebaut. Mit der Produktlinie GALecoline® lancierte Galexis Anfang 2010 mit Erfolg ein erstes Consumer-Produkt: einen Fieberthermometer in drei unterschiedlichen Ausführungen. Als weiteres Produkt wurde im zweiten Halbjahr ein Schwangerschafts-Schnelltest (GALecoline® Pregnancy Test easy) auf den Markt gebracht. Die Produktlinie von Investitionsgütern für Arztpraxen wurde ebenfalls mit weiteren Artikeln wie beispielsweise speziellen Medikamentenkühlschränken, Temperaturüberwachungs- und Alarmsystemen oder Rollhockern ergänzt.

_IT-Leistungsreserven ausgebaut. Mit dem Ziel, Leistungsreserven und Ausfallsicherheit zu erhöhen, baute Galexis im vergangenen Jahr ihre IT-Infrastruktur aus und brachte sie auf den neuesten Stand.

_Touren optimiert. Weitgehend abgeschlossen wurde die gemeinsam mit den Kunden durchgeführte Optimierung der Liefertouren. Damit konnte die überwiegende Mehrzahl von Touren nach ökologischen und ökonomischen Gesichtspunkten verbessert werden.

_Vermietungsgrad erhöht. In den ehemaligen Distributionszentren Schönbühl und Schlieren konnten weitere Flächen vermietet und die Belegung der Liegenschaften entsprechend erhöht werden. Im Falle eines geeigneten Angebots werden die Gebäude verkauft.

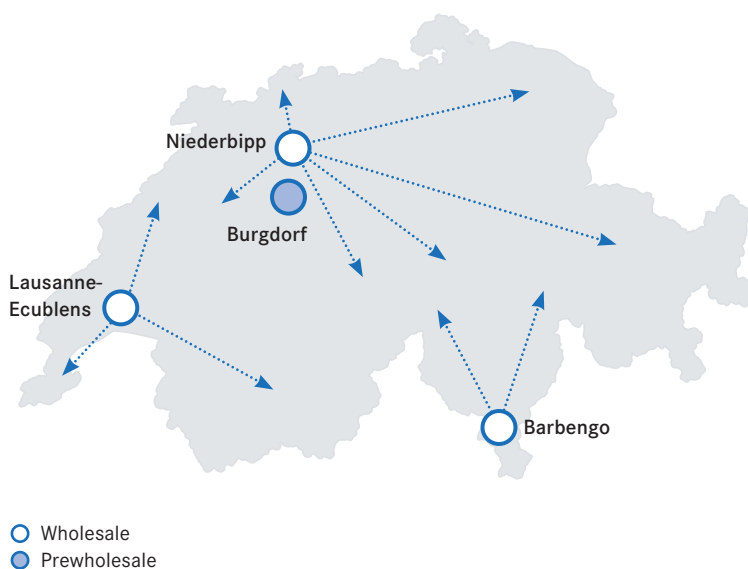
Kennzahlen Wholesale/Prewholesale 2010

	Wholesale: Galexis, Unione Farmaceutica Distribuzione	Prewholesale: Alloga
Lagerung		
_Anzahl gerüsteter Boxen	> 6'640'000	
_Anzahl gelieferter Bestellzeilen	> 30'635'000	1'571'000
_Anzahl gerüsteter Packungen	> 105'378'000	70'451'000
Distribution		
_Jahrestonnage	> 14'000	6'000
_Anzahl Postpakete	> 62'000	491'000
_Anzahl Paletten		50'000
Struktur		
_Anzahl Lagerartikel	> 42'000	14'000
_Anzahl Lieferanten/Partner	1'100	90
_Anzahl Kunden	7'000	35'000
Technologie		
_Automatisierungsgrad Niederbipp	65%	
_Automatisierungsgrad Barbengo	50%	
_Automatisierungsgrad Burgdorf		30%

Unione Farmaceutica Distribuzione

Der Tessiner Apothekenmarkt unterscheidet sich in wesentlichen Aspekten von dem der übrigen Schweiz. So liegt aus historischen Gründen ein deutliches Schwergewicht auf verschreibungspflichtigen Produkten. Ausserdem verfügt der Kanton mit durchschnittlich einer Verkaufsstelle pro 1'815 Einwohner über eine Apothekendichte, die weit höher ist als das gesamtschweizerische Mittel. Vor diesem Hintergrund wirken sich die eingeführten Preis- und Margensenkungen auf Medikamenten weit empfindlicher aus als in den anderen Landesgegenden. 2010 zeigte sich der Tessiner Apothekenmarkt daher erneut sehr bewegt. Apothekenketten und -gruppierungen entwickelten sich sehr dynamisch. Hinzu kamen mehrere Schliessungen und Fusionen sowie zahlreiche Neueröffnungen.

Leistungen ausgebaut, Kosten gesenkt. Vor diesem Hintergrund hat Unione Farmaceutica Distribuzione ihr Leistungsangebot als Pharmavollgrossist weiter ausgebaut. Dazu zählen unter anderem eine Nachtbelieferung, die Sichtbarkeit der KUKO® (Kundenkonditionen) von Unione auf allen marktgängigen Softwares an den Verkaufspunkten sowie neue Partnerschaften mit ausgewählten Lieferanten. Mit gezielten Massnahmen, wie zum Beispiel der Einführung von Nachttouren, wurden zudem die Kosten gegenüber dem Vorjahr gesenkt.



Alloga

Aus ihrer langjährigen engen Zusammenarbeit mit wichtigen Kunden verfügt Alloga über eine grosse Erfahrung im schweizerischen Gesundheitsmarkt. Deshalb hat sie den anhaltenden Konzentrationsprozess sowohl auf Partner- als auch auf Kundenseite bereits frühzeitig erkannt und sich danach ausgerichtet. Auch 2010 hielt der Trend bei den Pharmaunternehmen im Markt an, Logistikdienstleistungen vermehrt einzukaufen, statt sie selber zu erbringen. Das umfassende Serviceportfolio von Alloga lässt sich auf jedes Bedürfnis abstimmen, was auf eine entsprechend hohe Resonanz im Markt stösst. Zu den wichtigsten Herausforderungen für die Kunden gehören neben dem wachsenden Kostendruck auch die stetig steigenden regulatorischen Rahmenbedingungen, zu denen Alloga marktgerechte Lösungen entwickelt.

Integration abgeschlossen. Die Integration der 2009 akquirierten Globopharm wurde 2010 abgeschlossen. Die grosse Mehrheit der Dossiers – sowohl von Kunden als auch von Partnern – konnte übernommen werden, was einerseits für das grosse Vertrauen in die Kompetenzen von Alloga spricht und andererseits auch ein starkes Bekenntnis zur Partnerschaft ist. Die Integration von Globopharm führte zu einer guten Auslastung der Strukturen und zu einer Verdoppelung der Bestellungen.

Alloga unterstützt Freigabeprozess. Die zusammen mit Industriepartnern entwickelte neue IT-Freigabeplattform für die Kunden wurde Anfang November 2010 in Betrieb genommen. Damit kann Alloga im Auftrag von Kunden einen wesentlichen Teil des Marktfreigabeprozesses vereinfachen und beschleunigen. Die Plattform erfüllt gemäss Inspektion des Regionalen Heilmittelinspektorats der Nordwestschweiz (RHI) von Juni 2010 die gestellten Anforderungen.

Mit dem Logistikzentrum von Alloga in Burgdorf und den Distributionszentren von Galexis in Lausanne und Niederbipp sowie von Unione in Barbengo garantiert der Geschäftsbereich Logistics die flächendeckende Medikamentenversorgung in der Schweiz.



G-Pharma

_2010 führte G-Pharma für Amavita 15 neue Handelsmarken im Markt ein. Dabei handelte es sich um OTC-Produkte in den wichtigsten Teilmärkten wie beispielsweise Erkältung und Schmerz. Damit hat G-Pharma einen weiteren Schritt hin zur Dienstleisterin für Handelsmarken und Handelsprodukte im Gesundheitsmarkt unternommen. G-Pharma ist Ansprechpartner für in- und ausländische Anbieter und erbringt Services für alle interessierten Marktteilnehmenden in der Schweiz.

Ausblick

_Der Konzentrationsprozess im Gesundheitsmarkt wird sich weiter verstärken, denn die bereits eingeführten Kostensenkungsmassnahmen werden aller Voraussicht nach das Ziel eines gemässigten Kostenwachstums nicht erreichen. Damit bleibt der Druck auf alle Marktteilnehmenden weiterhin hoch. Der Geschäftsbereich Logistics wird als zuverlässiger Partner auch in Zukunft seine Logistikdienstleistungen den Marktbedürfnissen anpassen und so effiziente und kostengünstige Lösungen anbieten.

_Zukunftsfähigkeit erhalten. Im Hinblick auf künftige Herausforderungen wird der Geschäftsbereich Logistics auch im kommenden Jahr das Angebot weiter ausbauen sowie neue kostengünstige Dienstleistungen entwickeln und auf den Markt bringen.

_Lösungen entwickeln. Die Anforderungen an Kühlkette, Freigabeprozesse und Fälschungssicherheit, die sich aus regulatorischen Rahmenbedingungen ergeben, stellen die Industrie stets vor neue Herausforderungen. Auch im kommenden Jahr wird sich Alloga diesen Herausforderungen stellen und Lösungen entwickeln. Zudem werden 2011 das IT-System sowie sämtliche Prozesse mit der stark gewachsenen Anzahl von Partnern harmonisiert.