

MEDIENMITTEILUNG

Datum 21. Januar 2020
 Kontakt Investor Relations: Felix Burkhard, CFO, Galenica Gruppe
 Media Relations: Christina Hertig, Leiterin Kommunikation, Galenica Gruppe

Thema Umsatz 2019 der Galenica Gruppe

Erfreuliches Umsatzwachstum und Erhöhung der Ergebnisprognose 2019

2019 hat die Galenica Gruppe den konsolidierten Nettoumsatz um 4.3% auf CHF 3'301.2 Mio. erhöht. Galenica hat sich in allen Geschäftsbereichen deutlich stärker entwickelt als der Markt. Dies, obwohl die Umsatzentwicklung nach wie vor durch die 2018 und 2019 verfügbaren Preissenkungen des Bundes negativ beeinflusst wurde. Zu diesem erfreulichen Ergebnis haben sowohl eine dynamische Expansionstätigkeit und Akquisitionen als auch die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen beigetragen.

Mit der unverändert sehr hohen Generika Substitutionsrate von gut 70% haben die Apotheken der Galenica Gruppe (inklusive Coop Vitality) wiederum einen Beitrag zur Senkung der Gesundheitskosten von über CHF 60 Mio.¹⁾ zu Gunsten der Patienten und Krankenkassen geleistet.

Aufgrund der erfreulichen Umsatzentwicklung erhöht Galenica ihre Ergebnisprognose für 2019: Erwartet wird eine Steigerung des adjustierten Betriebsergebnisses EBIT (ohne Einflüsse aus IAS 19 und IFRS 16) von +7% bis +9%. Unverändert bleibt der Ausblick, der Generalversammlung 2020 eine Dividendenausschüttung mindestens auf Vorjahreshöhe zu beantragen.

Nettoumsatz 2019 der Galenica Gruppe:

(in Mio. CHF)	2019	2018	Veränderung
Segment Health & Beauty	1'620.8	1'524.8	+6.3%
- Retail	1'515.7	1'430.5	+6.0%
- Products & Brands	102.1	91.7	+11.3%
Segment Services	2'441.0	2'372.3	+2.9%
Corporate und Eliminationen	(760.6)	(732.1)	
Galenica Gruppe	3'301.2	3'165.0	+4.3%

GALENICA GRUPPE

Wachstum über Markt in allen Geschäftsbereichen

2019 hat die Galenica Gruppe den konsolidierten Nettoumsatz um 4.3% auf CHF 3'301.2 Mio. erhöht. Galenica hat sich in allen Geschäftsbereichen deutlich stärker entwickelt als der Markt. Dies, obwohl die Umsatzentwicklung nach wie vor durch die 2018 und 2019 verfügbaren Preissenkungen des Bundes negativ beeinflusst wurde. Zu diesem erfreulichen Ergebnis haben sowohl eine dynamische Expansionstätigkeit und Akquisitionen als auch die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen beigetragen. Insbesondere der Geschäftsbereich Retail hat sich mit der überdurchschnittlichen Stärkung des Apothekennetzes (+11 eigene Verkaufspunkte) und der Akquisition der Bichsel Gruppe äusserst positiv entwickelt.

¹⁾ Berechnet mit durchschnittlichem Preisabstand Original – Generikum von 29.9%, gemäss der Studie Effizienzbeitrag der Generika, Edition 2019, bwa Consulting Bern

Zur Umsatzentwicklung beigetragen haben aber auch neue Produkte und erweiterte Partnerschaften im Geschäftsbereich Products & Brands, wie zum Beispiel die Lancierung von Dermafora® oder die Erweiterung der Partnerschaft mit Procter & Gamble. Bemerkenswert ist auch das dynamische Wachstum im Geschäftsbereich Services, vor allem dank dem Gewinn von Neukunden bei den Apotheken.

Zum Vergleich: Der Schweizer Pharmamarkt wuchs 2019 trotz behördlich verfügter Preissenkungen um 2.8% (IQVIA, Pharmamarkt Schweiz 2019). Dies ist bei praktisch stabilen Mengen (+0.3%, IQVIA, Pharmamarkt Schweiz 2019) ein klares Zeichen, dass das Marktwachstum durch steigende Absätze der hochpreisigen Medikamente angetrieben wurde. Das Marktwachstum war im zweiten Halbjahr wesentlich stärker als im ersten, insbesondere dank einem ausserordentlich hohen Umsatz im Dezember. Der Markt für Gesundheits-, Schönheits- und Pflegeprodukte in Apotheken und Drogerien ist leicht gewachsen (+0.8%, IQVIA, Consumer Health Markt Schweiz, bis September 2019).

Ergebnisprognose erhöht

Aufgrund der erfreulichen Umsatzentwicklung erhöht Galenica ihre Ergebnisprognose für 2019: Erwartet wird eine Steigerung des adjustierten Betriebsergebnisses EBIT (ohne Einflüsse aus IAS 19 und IFRS 16) von +7% bis +9%. Aufgrund der Umsetzung des neuen Leasing-Accounting-Standards IFRS 16 erwartet Galenica unverändert eine zusätzliche Erhöhung des EBIT um CHF 2 bis 3 Mio. Unverändert bleibt der Ausblick, der Generalversammlung 2020 eine Dividende mindestens auf Vorjahreshöhe (CHF 1.70 pro Aktie) zu beantragen.

Investitionen in die Zukunft

2019 war für Galenica geprägt von mehreren Grossprojekten, die auch 2020 intensiv weiterlaufen. So wurde fokussiert an der Einführung des neuen ERP-Systems bei Alloga gearbeitet, und die Arbeiten für die Modernisierung des Distributionszentrums von Galexis in Lausanne-Ecublens konnten planmässig gestartet werden. Beide Projekte werden mittelfristig ihren Beitrag zur Effizienzsteigerung leisten. Zudem wurde im vergangenen Jahr mit den Vorbereitungen begonnen, dass die Amavita, Sun Store und Coop Vitality Apotheken ihren Kunden voraussichtlich im 2. Halbjahr 2020 auch die Dienstleistungen einer Versandhandelsapotheke anbieten können – ein wichtiger Schritt in Richtung Omni-Channel.

Wechsel im Verwaltungsrat der Galenica Gruppe

Fritz Hirsbrunner hat entschieden, sich an der Generalversammlung vom 19. Mai 2020, nach über 40 Jahren Verbundenheit mit Galenica, nicht mehr zur Wahl zu stellen. Er trat 1977 in die Galenica Gruppe ein und war bis 2014 in verschiedenen Funktionen tätig, unter anderem war er als CFO Mitglied der Generaldirektion, bevor er sich aus dem operativen Geschäft zurückzog und in den Verwaltungsrat der Galenica Gruppe eintrat. Der Verwaltungsrat dankt Fritz Hirsbrunner für sein wertvolles Engagement. Als langjähriger Wegbegleiter hat er die erfolgreiche Unternehmensentwicklung entscheidend mitgeprägt. Die Galenica Gruppe verdankt seiner soliden, loyalen und konsequenten Unterstützung die zielführende Umsetzung vieler wegweisender Etappen.

Anlässlich der Generalversammlung vom 19. Mai 2020 wird der Verwaltungsrat den Aktionären Pascale Bruderer zur Wahl als neues Mitglied in den Verwaltungsrat vorschlagen. Pascale Bruderer war für die Sozialdemokratische Partei der Schweiz (SP) von 2002 bis 2011 Nationalrätin – 2009/2010 als Nationalratspräsidentin - sowie ab 2011 Ständerätin, bevor sie sich im Dezember 2019 aus der Politik zurückzog. Mit ihrer langjährigen Mitgliedschaft in der Kommission für Soziale Sicherheit und Gesundheit setzte sie ihre politischen Schwerpunkte unter anderem bei der Gesundheitspolitik, wodurch sie in diesem Bereich wichtiges ergänzendes Wissen in den Verwaltungsrat trägt. Pascale Bruderer sitzt zudem im Verwaltungsrat der Mobilier Genossenschaft, der Bernexpo AG und ist für die Wahl in den Verwaltungsrat der TX Group nominiert.

Marc Werner ab 1. April 2020 neuer CEO

Wie im Oktober 2019 kommuniziert, hat sich Jean-Claude Cl  men  on, seit April 2017 CEO der Galenica Gruppe, entschieden, nach 25 Jahren Firmenzugehörigkeit Mitte 2020 in den frühzeitigen Ruhestand zu treten. Am 1. April 2020 wird Marc Werner, zuvor Leiter Geschäftsbereich Sales & Services und Mitglied der Konzernleitung Swisscom, die Nachfolge von Jean-Claude Cl  men  on als CEO an-treten.

SEGMENT HEALTH & BEAUTY

Das Segment Health & Beauty erhöhte den Nettoumsatz 2019 um 6.3% auf CHF 1'620.8 Mio. Davon entfielen CHF 1'515.7 Mio. auf den Geschäftsbereich Retail und CHF 102.1 Mio. auf den Geschäftsbereich Products & Brands. Zur Umsatzentwicklung beigetragen haben vor allem die weitere Stärkung des Apothekennetzes sowie die im Mai 2019 erfolgte Akquisition der Bichsel Gruppe.

RETAIL

Der Geschäftsbereich Retail steigerte den Nettoumsatz 2019 um 6.0% auf CHF 1'515.7 Mio. (ohne Coop Vitality). Die Expansion des Apothekennetzes und Akquisitionen trugen mit 5.6% zum Umsatzwachstum bei. Auf vergleichbarer Basis konnte der Nettoumsatz 2019 um 0.4% gesteigert werden. Die behördlich verordneten Medikamenten-Preissenkungen haben das Umsatzwachstum mit 1.8% negativ beeinflusst. Ohne diese Preissenkungen hätte das organische Wachstum (ohne Expansion) erfreuliche 2.2% betragen. Auch die von Galenica bewusst geförderte Generika-Substitution wirkte sich aufgrund der tieferen Medikamentenpreise dämpfend auf den Umsatz aus. Mit der unverändert sehr hohen Generika Substitutionsrate von gut 70% haben die Apotheken der Galenica Gruppe (inklusive Coop Vitality) wiederum einen Beitrag zur Senkung der Gesundheitskosten von über CHF 60 Mio.¹⁾ zu Gunsten der Patienten und Krankenkassen geleistet.

Zum Vergleich: Der Medikamentenumsatz (verschreibungspflichtige (Rx-) ebenso wie OTC-Produkte) im Schweizer Apothekenmarkt war um 0.2% rückläufig (IQVIA, Pharmamarkt Schweiz 2019) und die Umsatzentwicklung der anderen Produkte (nicht Medikamente) betrug -0.7% (IQVIA, Personal, Patient Care und Nutrition, bis September 2019).

Dynamischer Ausbau des Apothekennetzes

Im Berichtsjahr wuchs das Apothekennetz des Geschäftsbereichs Retail überdurchschnittlich stark. Insgesamt wurden 11 Standorte akquiriert und 8 Apotheken neu eröffnet. Gleichzeitig wurden im Rahmen von Optimierungsmassnahmen 8 Standorte geschlossen und die Kunden sowie die Mitarbeitenden in nahegelegene Amavita, Sun Store oder Coop Vitality Apotheken transferiert. Entsprechend wuchs die Anzahl eigener Apotheken per Ende 2019 um 11 Standorte auf 356. Zusammen mit den 157 Verkaufspunkten der unabhängigen Partner von Winconcept und Amavita umfasste das schweizweite Apothekennetz der Galenica Gruppe Ende 2019 513 Apotheken.

Eigene Apotheken und Beteiligungen

	31.12.2019	31.12.2018	Veränderung
Amavita Apotheken ¹⁾	171	163	+8
Sun Store Apotheken ¹⁾	94	97	-3
Coop Vitality Apotheken ²⁾	84	78	+6
Spezialapotheke Mediservice ¹⁾	1	1	-
Mehrheitsbeteiligungen an anderen Apotheken ¹⁾	6	5	+1
Minderheitsbeteiligungen an anderen Apotheken ²⁾	-	1	-1
Total eigene Verkaufspunkte	356	345	+11

¹⁾ Vollkonsolidiert ²⁾ Konsolidiert at equity

¹⁾ Berechnet mit durchschnittlichem Preisabstand Original – Generikum von 29.9%, gemäss der Studie Effizienzbeitrag der Generika, Edition 2019, bwa Consulting Bern

Unabhängige Partner

	31.12.2019	31.12.2018	Veränderung
Amavita Partner	7	7	-
Winconcept Partner Apotheken	150	149	+1
Total unabhängige Partner	157	156	+1

Wachstumsfeld «Home Care»

2019 hat sich Galenica im attraktiven und wachsenden Markt für die Betreuung von Patienten zu Hause verstärkt, insbesondere mit der Übernahme der Bichsel Gruppe, einem spezialisierten Schweizer Unternehmen mit einer starken Ausrichtung auf Home-Care-Dienstleistungen im Bereich Heimer-nährung und Heimdialyse sowie auf die Herstellung individueller Arzneimittel und Medizinprodukte. Zum Ausbau trägt auch die Übernahme von Curarex Swiss bei, ein Unternehmen, das auf die Thera-piebegleitung von Patienten mit Parkinson im fortgeschrittenen Stadium spezialisiert ist.

Weiter in Richtung Omni-Channel

Das Angebot in den Online-Shops von Amavita, Sun Store und Coop Vitality mit der integrierten On-line-Bestell- und Abholmöglichkeit «Click & Collect» wurde im Berichtsjahr ebenfalls weiter ausgebaut und erfreut sich steigender Beliebtheit. Per Ende 2019 standen über 60'000 Produkte zur Verfügung (Ende 2018: 40'000) – eine Erweiterung des Angebots, die zur Stärkung der Apotheken vor Ort bei-trägt. Alle drei Apothekenformate haben nun ihre eigenen Smartphone-Apps und das bisher nur in der App von Amavita inkludierte Modul «E-Mediplan» wurde 2019 auch in die neuen Apps von Sun Store und Coop Vitality integriert. Schliesslich wurde im Berichtsjahr mit den Vorbereitungen begonnen, dass die Amavita, Sun Store und Coop Vitality Apotheken ihren Kunden voraussichtlich im 2. Halbjahr 2020 auch die Dienstleistungen einer Versandhandelsapotheke anbieten können.

Neue Kooperationen mit Krankenkassen

Anfang 2020 hat Groupe Mutuel «Prima Pharma» eingeführt, ein alternatives Modell der Grundversi-cherung mit eingeschränkter Wahl des Leistungserbringers. Es ist vergleichbar mit dem Hausarzt-Mo-dell. Alle Amavita, Sun Store und Coop Vitality Apotheken sind für die Kunden dieses Modells erste Anlaufstelle bei gesundheitlichen Problemen. Die Apotheker nehmen die Erstbeurteilung vor und emp-fehlen eine Medikation oder – wenn notwendig – eine Überweisung an einen Arzt oder an ein Spital. Ebenfalls seit 2020 bietet die CSS in den Kantonen Luzern, Bern, Basel-Stadt und Basel-Landschaft «Multimed» an, auch ein alternatives Modell der Grundversicherung, welches die verschiedenen Leis-tungserbringer digital integriert, um insbesondere die Versorgung bei chronisch Kranken zu verbes-sern. Mediservice ist als Partnerin in dieses Modell als Versandapotheke eingebunden. Schliesslich haben sich per 1. Januar 2020 zudem 52 Galenicare Apotheken an das bestehende Modell «Medpharm Favorit» von Swica angeschlossen. Alle diese Kooperationen haben zum Ziel, einen Bei-trag zur Dämpfung des Kostenanstiegs im Gesundheitswesen zu leisten.

PRODUCTS & BRANDS

Der Geschäftsbereich Products & Brands, der hauptsächlich die Aktivitäten von Verfora umfasst, er-wirtschaftete 2019 einen Nettoumsatz von CHF 102.1 Mio. (+11.3%). Dieses erfreuliche Wachstum ist unter anderem auf solid gestiegene Verkäufe bei Algifor®, Triofan®, Triomer® und den Magnesium-Prä-paraten, sowie der Lancierung der neuen, eigenen Dermokosmetik-Linie Dermafora® zurückzuführen. Auch die Anfang 2019 von Procter & Gamble erfolgreich übernommenen Vertriebsaktivitäten für die bekannten Vicks® Produkte sowie von Metamucil® in der Schweiz, trugen zum Erfolg bei.

Im Schweizer Markt konnte Products & Brands den Nettoumsatz um 11.4% auf CHF 82.1 Mio. stei-gern und übertraf damit das Wachstum des Consumer-Healthcare-Markts von 0.8% deutlich (IQVIA, Consumer Health Markt Schweiz, bis September 2019). Damit konnte Verfora die Führungsposition im Schweizer Consumer-Healthcare-Markt in der Berichtsperiode erfolgreich weiter ausbauen.

Die Exportumsätze stiegen um 11.0% auf CHF 20.0 Mio. Zu dieser positiven Entwicklung haben insbesondere die guten Umsätze von Perskindol® in Asien und Anti-Brumm® in Europa beigetragen.

Verfora: Positionierung am Markt gelungen

Im Zuge der 2018 erfolgten Umfirmierung von Vifor Consumer Health zu Verfora wurden die Verpackungen der Produkte neu designt und ein neuer Werbe-Auftritt lanciert. Die Werbekampagne lief schwergewichtig in der ersten Jahreshälfte 2019 und fokussierte auf TV-Spots, Online-Videos und starker Präsenz an den Verkaufspunkten. Mit der neuen Identität positioniert sich Verfora mit ihren bekannten Marken und Produkten erfolgreich als starker Fachhandelspartner für Apotheken und Drogerien in der Schweiz.

Zu den wichtigsten Projekten von Products & Brands im Berichtsjahr gehörte die Lancierung der neuen, eigenen Dermokosmetik-Linie Dermafora® in den Amavita, Sun Store und ausgewählten Coop Vitality Apotheken und die entsprechenden Schulungen für die Mitarbeitenden.

Neue Partner bei Products & Brands

Anfang 2020 kann Verfora den Vertrieb der wichtigen Marke Bucco Tantum® vom italienischen Pharmaunternehmen Angelini übernehmen. Damit verstärkt der Geschäftsbereich Products & Brands seine Präsenz im Erkältungsmarkt.

Zudem konnte Verfora eine Partnerschaft mit dem österreichischen Institut Allergosan eingehen. Das Institut Allergosan ist seit über 25 Jahren eines der weltweit führenden Kompetenzzentren im Bereich der Mikrobiomforschung und entwickelt Pro- und Präbiotika, das am stärksten wachsende Segment im Consumer-Healthcare-Markt. Verfora wird im ersten Quartal 2020 den Vertrieb der Marke Omni-Biotic® des Instituts Allergosan übernehmen.

Auf der anderen Seite konnte der Vertrag mit Soho Flordis International (SFI) zum Vertrieb der Produktgruppen Ginsana®, Gincosan® und Equazen® nicht verlängert werden und fällt 2020 weg.

Galenica schätzt, dass diese Verschiebungen bei den Partnern den Nettoumsatz des Geschäftsbereichs Products & Brands 2020 insgesamt mit +3% bis +4% beeinflussen werden.

SEGMENT SERVICES

Das Segment Services hat im Geschäftsjahr 2019 einen Nettoumsatz von CHF 2'441.0 Mio. erwirtschaftet, was einem Wachstum von 2.9% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Die gute Umsatzentwicklung ist besonders erfreulich, da die 2018 und 2019 verordneten Preissenkungen des Bundes den Umsatz von Services 2019 erneut negativ beeinflusst haben. Ohne den Einfluss dieser Preissenkungen auf Medikamente (-2.3%) hätte die Umsatzentwicklung des Segments 5.2% betragen.

Dies in einem Gesamtmarkt, dessen Wachstum von 2.8% (IQVIA, Pharmamarkt Schweiz 2019) vor allem durch die positiven Umsatzentwicklungen von 6.1% bei den Spitälern (IQVIA, Pharmamarkt Schweiz 2019) und von hochpreisigen Spezialmedikamenten getrieben wurde. Letztere werden in der Regel nicht über den Grosshandel, sondern direkt an die Spitäler und Fachärzte geliefert (Ärzte: +5.5%, IQVIA, Pharmamarkt Schweiz 2019).

Die erfreuliche Umsatzentwicklung ist insbesondere auf den Gewinn von Neukunden bei den Apotheken zurückzuführen. Besonders Unione Farmaceutica Distribuzione (UFD) im Tessin verzeichnete diesbezüglich ein sehr erfolgreiches Jahr.

ERP-Ablösung im Fokus von Alloga

Das Pre-Wholesale-Unternehmen Alloga hat sich im Berichtsjahr auf die schrittweise Einführung der neuen ERP-Software (Enterprise Resource Planning) fokussiert und den ersten Pilotpartner erfolgreich migriert. Bis Mitte 2020 wechseln bei diesem für die gesamte Galenica Gruppe strategisch und operativ bedeutsamen Projekt bei Alloga weitere Pilotpartner auf das neue System.

Galexis: Modernisierungsarbeiten in Lausanne-Ecublens sind angelaufen

Das für die Galenica Gruppe strategisch und operativ wichtige Modernisierungs- und Sanierungsprojekt des Distributionszentrums in Lausanne-Ecublens kam im Berichtsjahr wie geplant voran. Die Sanierungsarbeiten starteten im September 2019. Bis Ende 2021 wird das Gebäude für insgesamt rund CHF 30 Mio. modernisiert und die logistische Infrastruktur auf den neuesten Stand der Technik gebracht. Alle Arbeiten werden bei laufendem Betrieb durchgeführt, um die Versorgungssicherheit für die Kunden während der gesamten Umbauphase zu gewährleisten.

Fortschritte bei HCI Solutions und positive Entwicklung bei Medifilm

Im Zusammenhang mit dem EPD (elektronisches Patientendossier) werden im 1. Halbjahr 2020 in der Schweiz mehrere sogenannte «Stammgemeinschaften» ihren Betrieb aufnehmen. Diese werden momentan vom Bund zertifiziert und können dann ein elektronisches Patientendossier nach Bundesgesetz anbieten. Aufgebaut werden diese Stammgemeinschaften von kantonalen und überregionalen Gesundheits-Netzwerken. Aufgrund der 2019 erfolgten Verhandlungen und Gesprächen von HCI Solutions, wird die E-Medikationslösung Documedis® in fast allen E-Health-Plattformen dieser Gesundheits-Netzwerke integriert sein.

Medifilm bediente per Ende 2019 mehr als 10'000 Patienten und hat ihre Software erweitert, sodass jetzt auch Medikamente verwaltet werden können, welche selber nicht im Medifilm enthalten sind, zum Beispiel Augentropfen oder Salben. Diese zusätzlichen Informationen werden ebenfalls auf den Medifilm aufgedruckt.

Nächste Termine:

- 10. März 2020: Publikation der Resultate des Geschäftsjahres 2019 der Galenica Gruppe
- 19. Mai 2020: ordentliche Generalversammlung der Galenica AG (Kursaal, Bern)
- 4. August 2020: Publikation Halbjahresbericht 2020 der Galenica Gruppe

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 über 500 eigenen, als Joint Venture sowie von unabhängigen Partnern betriebenen Apotheken führt Galenica das schweizweit grösste Apothekennetz. 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 Pre-Wholesale- und Wholesale-Distributionsdienstleistungen sowie Datenbankservices für den Schweizer Gesundheitsmarkt. Galenica ist an der Schweizer Börse kotiert (SIX Swiss Exchange, GALE, Valorenummer 36'067'446).

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