

MEDIENMITTEILUNG

Datum 4. August 2020
Investor Relations: Felix Burkhard, CFO, Galenica Gruppe
Kontakt Media Relations: Christina Hertig, Leiterin Kommunikation, Galenica Gruppe
Thema Halbjahresergebnisse 2020 der Galenica Gruppe

Galenica: Starkes Umsatzwachstum und trotz COVID-19 solides Ergebnis

Starkes Umsatzwachstum

Die Galenica Gruppe erwirtschaftete im ersten Halbjahr 2020 einen konsolidierten Nettoumsatz von CHF 1'690.4 Mio.

Die Steigerung von 5.6% wurde insbesondere vom Geschäftsbereich Services mit +7.9% getrieben, aber auch die Geschäftsbereiche Retail mit +2.9% und Products & Brands mit +1.0% trugen positiv dazu bei. Dies trotz Umsatzeinbussen aufgrund des landesweiten Lockdowns, der insbesondere zu Umsatzrückgängen in Apotheken an Hochfrequenzstandorten führte, sowie der von den Behörden angeordneten temporären Schliessung der Parfümerie-Abteilungen. Zum Vergleich: Der gesamte Schweizer Pharmamarkt erhöhte sich im ersten Halbjahr 2020 um 2.9% (IQVIA, Pharmamarkt Schweiz, 1. Halbjahr 2020).

Solides Ergebnis

Trotz COVID-19-bedingter Zusatzaufwände weist Galenica ein solides Ergebnis aus.

Das Betriebsergebnis (EBIT) erreichte mit CHF 82.3 Mio. praktisch das Niveau der Vorjahresperiode (CHF 82.8 Mio.). Auf vergleichbarer Basis, also ohne die Einflüsse der Accounting-Standards IFRS 16 (Leasing) und IAS 19 (Personalvorsorge), verbesserte sich das adjustierte Betriebsergebnis gegenüber der Vorjahresperiode um 3.0% auf CHF 83.6 Mio.

Die adjustierte Umsatzrentabilität (ROS) ging leicht auf 4.9% zurück (Vorjahresperiode: 5.1%), beeinflusst durch das starke Umsatzwachstum im Geschäftsbereich Services mit tieferen Margen und COVID-19-Belastungen.

Der Reingewinn konnte um 2.2% von CHF 64.9 Mio. auf CHF 66.3 Mio. gesteigert werden.

Vorsichtiger Ausblick

Aufgrund der Entwicklung seit Mitte Mai 2020 geht Galenica einerseits davon aus, dass sich die Situation an Hochfrequenzstandorten wie Flughäfen und Bahnhöfen in den nächsten Monaten nur langsam wieder normalisieren wird. Andererseits erwartet Galenica weiterhin eine positive Entwicklung im Geschäftsbereich Services, und auch die jüngsten Akquisitionen im Geschäftsbereich Products & Brands sowie die geplante Expansion bei Retail werden die Umsätze im zweiten Halbjahr stützen. Basierend auf diesen Überlegungen erhöht Galenica die Umsatzprognose für das Geschäftsjahr 2020 auf +2% bis +5%.

Auf Basis der Ergebnisse im ersten Halbjahr sowie der anhaltenden COVID-19-Belastungen erwartet die Gruppe neu ein adjustiertes Betriebsergebnis (EBIT, ohne Einflüsse von IFRS 16 und IAS 19) in etwa auf Vorjahreshöhe.

Hingegen bestätigt Galenica die Prognose, der Generalversammlung 2021 eine Dividende mindestens auf Vorjahreshöhe beantragen zu können.

Kennzahlen Galenica Gruppe 1. Halbjahr 2020

(in Mio. CHF)	1. Halbjahr 2020	1. Halbjahr 2019	Veränderung
Nettoumsatz			
Segment Health & Beauty	803.4	781.4	2.8%
- Retail	747.4	726.1	2.9%
- Products & Brands	54.6	54.1	1.0%
Segment Services	1'286.7	1'192.4	7.9%
Corporate und Eliminationen	(399.7)	(373.4)	
Galenica Gruppe	1'690.4	1'600.4	5.6%
EBIT adjustiert¹⁾			
Segment Health & Beauty	61.7	60.3	2.5%
Segment Services	22.6	22.6	-0.3%
Corporate und Eliminationen	(0.7)	(1.8)	
Galenica Gruppe	83.6	81.1	3.0%
Reingewinn adjustiert¹⁾	68.4	65.0	5.3%

¹⁾ Ohne Einfluss aus IAS 19 und IFRS 16. Die Details zu den adjustierten Kennzahlen sind im [Halbjahresbericht 2020](#) der Galenica Gruppe ab Seite 27 erläutert.

Galenica Gruppe

Rückblick COVID-19

Die COVID-19-Pandemie hat eindeutig gezeigt, was für eine bedeutende Rolle die Galenica Gruppe mit ihren systemrelevanten Unternehmen im Schweizer Gesundheitsmarkt und für die landesweite Medikamenten-Versorgung spielt. Darüber hinaus hat sie die Nutzung der digitalen Kanäle vorange-trieben und die Galenica Gruppe in ihrer Omni-Channel-Strategie bestätigt.

Überdurchschnittliche Umsätze im März, systemrelevante Unternehmen für das Schweizer Gesundheitssystem

Anfang März verzeichneten die Verkaufspunkte aller Apothekenformate und Online-Shops überdurchschnittlich hohe Umsätze und eine starke Nachfrage nach Gesundheitsberatung. Die Logistik-Unternehmen Alloga, Galexis und Unione Farmaceutica Distribuzione (UFD) bewältigten während Wochen noch nie dagewesene Volumen. Die Bichsel Gruppe verstärkte die hauseigenen Produktionskapazitäten für Infusions- und Spüllösungen sowie Desinfektionsmittel deutlich, um der erhöhten Nachfrage insbesondere von Spitälern gerecht zu werden. Aufgrund dieser inländischen Produktionslaboratorien hat das Bundesamt für wirtschaftliche Landesversorgung (BWL) die Bichsel Gruppe als systemrelevantes Unternehmen klassifiziert.

Hohe Zusatzaufwände zum Schutz von Mitarbeitenden und Kunden

Parallel zu den starken Umsätzen hat die Galenica Gruppe viel in den Schutz von Mitarbeitenden und Kunden investiert. Auch die Bewältigung der massiven Mehrvolumina erforderte zusätzliche Mitarbeitende und hohen Koordinationsaufwand.

Im April, infolge des landesweiten Lockdowns und aufgrund der Tatsache, dass viele Kunden und Patienten im März auf Vorrat eingekauft hatten, gingen die Frequenzen und Umsätze in den Apotheken rapide zurück und die Situation bei den Logistik-Unternehmen im Segment Services normalisierte sich wieder. Ab Mai war eine sukzessive Normalisierung der Geschäfte festzustellen.

Operatives Geschäft erfolgreich weiter ausgebaut

Trotz starker Zusatzbelastung durch die Corona-Pandemie wurde das operative Geschäft erfolgreich weiterentwickelt. So wurde der Pilot der Versandapotheke bei Coop Vitality lanciert, die Online-Shops der Apotheken weiter ausgebaut und mit einem Angebot für Hauslieferdienst ergänzt. Gleichzeitig wurde das Apothekennetz mit sechs neuen Standorten verstärkt. Verfora wiederum verstärkte sich in der Berichtsperiode durch die neuen Vertriebs-Partnerschaften mit Angelini Pharma für die Marken Bucco Tantum® und Thermacare® sowie mit dem Institut Allergosan für Omni-Biotic®. Und schliesslich konnte sich Verfora mit der Übernahme der Hedoga Gruppe die Rechte an starken Marken und Zulassungen mit Potenzial sichern, die das aktuelle Portfolio ideal ergänzen.

Starkes Umsatzwachstum

Die Galenica Gruppe erwirtschaftete im ersten Halbjahr 2020 einen konsolidierten Nettoumsatz von CHF 1'690.4 Mio. Die Steigerung von 5.6% wurde insbesondere vom Geschäftsbereich Services mit +7.9% getrieben, aber auch die Geschäftsbereiche Retail mit +2.9% und Products & Brands mit +1.0% trugen positiv dazu bei. Dies trotz Umsatzeinbussen aufgrund des landesweiten Lockdowns, der insbesondere zu Umsatzrückgängen in Apotheken an Hochfrequenzstandorten führte, sowie der von den Behörden angeordneten temporären Schliessung der Parfümerie-Abteilungen. Zum Vergleich: Der gesamte Schweizer Pharmamarkt erhöhte sich im ersten Halbjahr 2020 um +2.9% (IQVIA, Pharmamarkt Schweiz, 1. Halbjahr 2020).

Solides Ergebnis

Trotz COVID-19-bedingter Zusatzaufwände weist Galenica ein solides Ergebnis aus. Das Betriebsergebnis (EBIT) erreichte mit CHF 82.3 Mio. praktisch das Niveau der Vorjahresperiode (CHF 82.8 Mio.). Auf vergleichbarer Basis, also ohne die Einflüsse der Accounting-Standards IFRS 16 (Leasing) und IAS 19 (Personalvorsorge), verbesserte sich das adjustierte Betriebsergebnis gegenüber der Vorjahresperiode um 3.0% auf CHF 83.6 Mio.

Die adjustierte Umsatzrentabilität (ROS) ging leicht auf 4.9% zurück (Vorjahresperiode: 5.1%), beeinflusst durch das starke Umsatzwachstum im Geschäftsbereich Services mit tieferen Margen und COVID-19-Belastungen.

Der Reingewinn konnte im ersten Halbjahr 2020 um 2.2% von CHF 64.9 Mio. auf CHF 66.3 Mio. gesteigert werden. Der adjustierte Reingewinn, ohne die Einflüsse der Accounting-Standards IFRS 16 (Leasing) und IAS 19 (Personalvorsorge), wuchs um 5.3% von CHF 65.0 Mio. auf CHF 68.4 Mio. Die Investitionen in der Berichtsperiode betragen CHF 26.7 Mio. (Vorjahresperiode: CHF 24.7 Mio.) und wurden vor allem für die Einführung des neuen ERP-Systems bei Alloga und Galaxis sowie die Sanierung und Modernisierung des Distributionszentrums von Galaxis in Lausanne-Ecublens eingesetzt. Aufgrund von COVID-19 haben sich bei den Projekten teilweise Verzögerungen ergeben, die zu Investitionsverschiebungen führen werden.

Unverändert solide Bilanz

Die Bilanz der Galenica Gruppe ist unverändert sehr solide. Die adjustierte Nettoverschuldung, also ohne Leasingverbindlichkeiten, konnte gegenüber dem 30. Juni 2019 um rund CHF 10 Mio. reduziert werden und betrug per Ende Juni 2020 CHF 406.2 Mio., was 1.9x dem adjustierten EBITDA entspricht (30. Juni 2019: 2.0x).

Vorsichtiger Ausblick

Aufgrund der Entwicklung seit Mitte Mai 2020 geht Galenica einerseits davon aus, dass sich die Situation an Hochfrequenzstandorten wie Flughäfen und Bahnhöfen in den nächsten Monaten nur langsam wieder normalisieren wird. Andererseits erwartet Galenica weiterhin eine positive Entwicklung im Geschäftsbereich Services, und auch die jüngsten Akquisitionen im Geschäftsbereich Products & Brands sowie die geplante Expansion bei Retail werden die Umsätze im zweiten Halbjahr stützen. Basierend auf diesen Überlegungen erhöht Galenica die Umsatzprognose für das Geschäftsjahr 2020 auf +2% bis +5% (bisher +1% bis +3%).

Auf Basis der Ergebnisse im ersten Halbjahr sowie der anhaltenden COVID-19-Belastungen erwartet die Gruppe neu ein adjustiertes Betriebsergebnis (EBIT, ohne Einflüsse von IFRS 16 und IAS 19) in etwa auf Vorjahreshöhe (bisher +3% bis +6%).

Hingegen bestätigt Galenica die Prognose, der Generalversammlung 2021 eine Dividende mindestens auf Vorjahreshöhe beantragen zu können.

Segment Health & Beauty

Das Segment Health & Beauty erzielte im ersten Halbjahr 2020 einen Nettoumsatz von CHF 803.4 Mio. (+2.8%). Davon entfielen CHF 747.4 Mio. auf den Geschäftsbereich Retail und CHF 54.6 Mio. auf den Geschäftsbereich Products & Brands.

Trotz negativer Effekte aufgrund von COVID-19 konnte das Segment Health & Beauty das adjustierte Betriebsergebnis (EBIT), das heisst ohne Einfluss aus dem Leasing-Accounting-Standard IFRS 16, um 2.5% auf CHF 61.7 Mio. steigern und die adjustierte Umsatzrentabilität (ROS) auf 7.7% halten. Dieses Ergebnis wurde insbesondere dank erfreulicher Expansionstätigkeiten sowohl im Geschäftsbereich Retail als auch bei Products & Brands realisiert. Belastet wurde der EBIT vor allem durch die Umsatzeinbussen bei Apotheken an Frequenzstandorten und bei den Beauty-Produkten sowie durch die von den Behörden angeordnete temporäre Schliessung der Parfümerie-Abteilungen. Gleichzeitig fielen in den Apotheken Zusatzkosten an wie zum Beispiel für Schutzmassnahmen von Mitarbeitenden und Kunden und zur Aufrechterhaltung des Betriebs.

Die Investitionen im Segment Health & Beauty beliefen sich auf CHF 11.1 Mio. (1. Halbjahr 2019: CHF 8.6 Mio.). Sie waren im Vorjahresvergleich aufgrund von Investitionen in ERP-Systemab-lösungen leicht höher.

Retail

Der Geschäftsbereich Retail erhöhte den Nettoumsatz im ersten Halbjahr 2020 um 2.9% auf CHF 747.4 Mio. (ohne Coop Vitality). Die positive Umsatzentwicklung ist auf die per 1. Mai 2019 erfolgte Akquisition der Bichsel Gruppe und den Ausbau des Apothekennetzes zurückzuführen. Die Expansion – inklusive der Bichsel Gruppe – trug mit 4.3% zur Umsatzentwicklung bei. Das organische Wachstum, ohne Expansionseffekte, betrug -1.4%.

Ohne den Einfluss der behördlich verordneten Preissenkungen auf Medikamenten von -1.9% hätte das organische Wachstum +0.5% betragen.

Zudem wurde die Umsatzentwicklung im ersten Halbjahr 2020 durch einen Sondereffekt belastet. Im Rahmen einer Prozessoptimierung wurden verschiedene gruppeninterne Warengeschäfte per Anfang 2020 eingestellt, was den Umsatz des Geschäftsbereichs Retail im Vergleich zur Vorjahresperiode mit 1.3% belastete. Ohne Preissenkungen und ohne diesen Sondereffekt hätte das organische Wachstum erfreuliche 1.8% betragen.

Und schliesslich wirkte sich auch die von Galenica bewusst geförderte Generika-Substitution aufgrund der tieferen Medikamentenpreise dämpfend auf den Umsatz aus. Die Generika-Substitutionsrate konnte in der Berichtsperiode weiter von 70% auf 72% erhöht werden.

Zwar realisierten die Amavita und Sun Store Apotheken im März massive Zusatzumsätze, die in den folgenden Monaten durch COVID-19-Massnahmen bedingten Umsatzeinbussen waren jedoch höher, so dass COVID-19 das Umsatzwachstum insgesamt mit geschätzt 1% belastete. Gründe waren der landesweite Lockdown mit der temporären, behördlich angeordneten Schliessung der Parfümerie-Abteilungen und dem Einbruch der Kundenfrequenzen insbesondere in Apotheken in Einkaufszentren, Bahnhöfen und Flughäfen. Da viele Arztpraxen während Wochen nur reduziert arbeiteten, wurden in den Apotheken auch weniger Medikamente auf Rezept abgegeben.

Auf der anderen Seite haben eine gute Verdreifachung des Online-Umsatzes der E-Shops von Amavita und Sun Store und ein erfreuliches Wachstum der Spezialapotheke Mediservice von +3.2% diesen Umsatzrückgang mehr als kompensiert.

Zum Vergleich: Der Medikamentenumsatz (verschreibungspflichtige (Rx) und OTC-Produkte) im Schweizer Apothekenmarkt verzeichnete in der gleichen Zeitperiode ein Wachstum von 2.8% (IQVIA, Pharmamarkt Schweiz, 1. Halbjahr 2020) und die Umsatzentwicklung der anderen Produkte (nicht Medikamente) betrug im gleichen Zeitraum +0.8% (IQVIA, Personal-, Patient Care und Nutrition, 1. Halbjahr 2020).

Die Anzahl der eigenen Apotheken umfasste per Ende Juni 2020 insgesamt 358 Standorte (netto +2 gegenüber Ende 2019). Insgesamt kamen mit fünf Akquisitionen und einer Neueröffnung sechs neue Apotheken dazu. Im Rahmen der kontinuierlichen Optimierung des Apothekennetzwerks kam es in der Berichtsperiode aber auch zu vier Restrukturierungen. Die Anzahl Partnerapotheken betrug Ende Juni 2020 156 (-1 gegenüber Ende 2019).

Schub für das Omni-Channel-Konzept

Dank der guten Vernetzung von lokalen Apotheken kombiniert mit Online- und Home-Care-Angeboten sowie Hauslieferdienst, konnte die Versorgung der Kunden sowohl in den Apotheken als auch über die Online-Shops auch während der Pandemie sichergestellt werden. Dabei wurde die Online-Welt noch stärker mit der Offline-Welt verknüpft, indem beispielsweise der Hauslieferdienst mit dem Angebot «Click & Collect» kombiniert wurde. Dieses Angebot wurde insbesondere von Kunden, die einer COVID-19-Risikogruppe angehören, sehr geschätzt.

Auch die Spezialapotheke Mediservice verzeichnete im Zuge von COVID-19 eine stärkere Nachfrage nach ihren Dienstleistungen. Zwar musste die Anzahl Hausbesuche massiv reduziert werden, alternativ konnten jedoch Therapie-Instruktionen und Abklärungen dank der langjährigen Erfahrung des professionellen Pflegepersonals erfolgreich per Video durchgeführt werden.

Products & Brands

Der Geschäftsbereich Products & Brands, der hauptsächlich die Geschäftsaktivitäten von Verfora umfasst, wies mit +1.0% ein leichtes Wachstum des Nettoumsatzes auf CHF 54.6 Mio. aus. Die Umsatzentwicklung wurde vor allem vom Exportgeschäft getrieben.

Im anspruchsvollen Umfeld von COVID-19 war der Umsatz im Schweizer Markt mit CHF 41.3 Mio. um 2.6% rückläufig. Im Vergleich dazu entwickelte sich der schweizerische Consumer-Healthcare-Markt in der gleichen Periode um +3.9% (IQVIA, Consumer-Health-Markt Schweiz, 1. Halbjahr 2020). Positiv gestützt wurden die Umsätze in der Schweiz durch die Expansionstätigkeiten, welche mit 2.6% zur Umsatzentwicklung beitrugen, darunter insbesondere die erfolgreich gestartete Vertriebsübernahme der Marke Omni-Biotic® des Instituts Allergosan.

Die Nachfrage nach einzelnen Produkten nahm aufgrund von COVID-19 im März 2020 quasi über Nacht sprunghaft zu, insbesondere nach den Desinfektionsprodukten von Septo Clean®. Auch Algifor® verzeichnete zu Beginn einen Umsatzsprung, die Nachfrage ging allerdings im 2. Quartal 2020 stark zurück.

Insgesamt wurden die Umsätze von Verfora durch COVID-19 jedoch negativ beeinflusst. So litten insbesondere die verschiedenen Beauty-Produkte unter dem Lockdown. Aber auch Produkte wie Itinerol® und Anti-Brumm®, die typischerweise in einer Reiseapotheke mitgenommen werden, wurden weniger gekauft. Die Verkäufe von Produkten wie Perskindol® waren ebenfalls von den tieferen Frequenzen in den Apotheken negativ beeinflusst.

Die Exportumsätze beliefen sich auf CHF 13.3 Mio., +14.0% mehr als im ersten Halbjahr 2019 – vor allem getrieben durch Lagereinkäufe von Perskindol®, welche in Hinblick auf die Einführung der neuen Medical Device Regulierung in der EU getätigt wurden.

Starke Expansionstätigkeit

Anfang 2020 hat Verfora den Vertrieb der Marke Bucco Tantum® vom italienischen Pharmaunternehmen Angelini Pharma übernommen. Damit verstärkte der Geschäftsbereich Products & Brands seine Präsenz im Erkältungssegment. Per 1. Juli 2020 übernahm Verfora zusätzlich den Vertrieb der bekannten Marke Thermacare® für die Schweiz und Liechtenstein.

Ausserdem konnte Verfora dank der neuen Partnerschaft mit dem österreichischen Institut Allergosan und ihren herausragenden Pro- und Präbiotika-Produkten unter dem Markennamen Omni-Biotic® eine wichtige Lücke in ihrem Portfolio schliessen und in das heute am stärksten wachsende Segment im Consumer-Healthcare-Markt eintreten.

Am 1. Juli 2020 hat Galenica die Hedoga Gruppe mit ihren bekannten Marken Osa®, Osanit® und Carmol® übernommen. Verfora sichert sich damit die Rechte an starken Marken und Zulassungen mit Potenzial, die das aktuelle Portfolio ideal ergänzen. Zudem wird das Export-Geschäft von Verfora in ausgewählten Märkten, insbesondere in Europa, gestärkt.

Segment Services

Das Segment Services erwirtschaftete im ersten Halbjahr 2020 einen Nettoumsatz von CHF 1'286.7 Mio., ein starkes Wachstum von 7.9% gegenüber der Vorjahresperiode. Damit hat Services die Marktentwicklung von 2.9% weit übertroffen (IQVIA, Pharmamarkt Schweiz, 1. Halbjahr 2020).

Durch COVID-19 wurde im März 2020 eine überaus starke Nachfrage nach Medikamenten ausgelöst, welche sich infolge wieder abschwächte. Insgesamt trugen die Zusatzverkäufe mit geschätzt 3% zur Umsatzsteigerung bei.

In Zusammenhang mit der neuen Verordnung über die Integrität und Transparenz im Heilmittelbereich (VITH) wurden Vereinbarungen mit Lieferanten sowie Fakturierungsmodelle den neuen Transparenzpflichten angepasst, welche den Umsatz im Segment Services um 1.9% erhöhten. Auch ohne diesen technischen Sondereffekt weist der Geschäftsbereich Services ein starkes Wachstum von 6.0% aus. Dieser Sondereffekt hat keinen Einfluss auf den konsolidierten Umsatz und den EBIT der Gruppe. Mit 1.8% beeinflussten die verordneten Preissenkungen des Bundes die Umsatzentwicklung weiterhin negativ. Ohne diese Einflüsse wäre der Nettoumsatz sogar um 9.7% gestiegen.

Im Zuge von COVID-19 wurden im ersten Halbjahr 2020 zahlreiche nicht unmittelbar notwendige Operationen und Eingriffe in Spitälern und bei Fachärzten verschoben. Im Gegensatz zu den letzten Jahren entwickelten sich in der Folge auch die Spitäler (+3.5%, IQVIA, Pharmamarkt Schweiz, 1. Halbjahr 2020) und die Ärzte (+2.1%, IQVIA, Pharmamarkt Schweiz, 1. Halbjahr 2020) nicht stärker als der Gesamtmarkt (+2.9%, IQVIA, Pharmamarkt Schweiz, 1. Halbjahr 2020).

Das adjustierte Betriebsergebnis (EBIT), das heisst ohne Einfluss aus dem Leasing-Accounting-Standard IFRS 16, blieb mit CHF 22.6 Mio. auf Vorjahreshöhe. Trotz positivem Effekt auf den Umsatz verursachte COVID-19 wesentliche Zusatzkosten mit negativen Auswirkungen auf den EBIT wie beispielsweise Schutzmassnahmen für die Mitarbeitenden und zusätzliche personelle Ressourcen. Zudem wurden aufgrund der laufend höheren Risiken in Zusammenhang mit Cyberkriminalität zusätzliche Massnahmen zum Schutz der IT-Infrastruktur und der Netzwerke umgesetzt. Und schliesslich wurde der EBIT im ersten Halbjahr 2020 auch durch die im Herbst 2019 gestarteten Bauarbeiten im Distributionszentrum Lausanne-Ecublens belastet.

Die adjustierte Umsatzrentabilität (ROS) ging leicht von 1.9% auf 1.8% zurück. Zwar konnte insbesondere der Umsatz mit Ärzten dynamisch entwickelt und vor allem bei den Spezialärzten Marktanteile gewonnen werden, dies jedoch zu einem grossen Teil mit hochpreisigen Medikamenten zu tiefen Margen.

Die Investitionen beliefen sich im ersten Halbjahr 2020 auf CHF 15.8 Mio. (1. Halbjahr 2019: CHF 16.3 Mio.). Sie betrafen insbesondere die neue ERP-Software (Enterprise Resource Planning),

die bei Alloga und Galexis schrittweise eingeführt wird, und die Modernisierungs- und Sanierungsarbeiten beim Distributionszentrum von Galexis in Lausanne-Ecublens. Aufgrund von COVID-19 haben sich in den Projekten teilweise Verzögerungen ergeben, die zu Investitions- und Kostenverschiebungen führen werden.

Versorgung während der Pandemie trotz rekordhoher Warenvolumen sichergestellt

An gewissen Tagen im März lag das Volumen bei Galexis 60% über den Mengen des Vorjahres – bislang nie gesehene Werte. Um diese Volumenspitzen bestmöglich zu bewältigen und die Versorgungssicherheit der Bevölkerung mit Medikamenten sicherzustellen, wurde unter anderem der Betrieb im Distributionszentrum in Lausanne-Ecublens kurzzeitig wieder verstärkt hochgefahren, obwohl die Arbeiten zur Sanierung und Modernisierung bereits gestartet waren.

Die landesweite Logistikköslung «E-Box» von UFD verzeichnete aufgrund der hohen Bestellzahlen in den Online-Shops der Galenica Gruppe ein markant höheres Volumen gegenüber der Vorjahresperiode. Aber auch die 2019 von HCI Solutions eingeführte Software-Lösung «Quatron», welche unabhängigen Apothekern einen raschen Aufbau eines individualisierten Online-Shops ermöglicht, verzeichnete im ersten Halbjahr 2020 eine grosse Nachfrage.

Ausblick zweites Halbjahr 2020

Digitale Marktpräsenz ausbauen

Die Corona-Pandemie hat die Nutzung der digitalen Kanäle vorangetrieben und Galenica in ihrer Omni-Channel-Strategie bestätigt. Die digitalen Kanäle und ihre Vernetzung werden fokussiert weiterentwickelt und die digitale Marktpräsenz konsequent ausgebaut.

Nachdem im Frühjahr 2020 ein erster Pilot mit Coop Vitality durchgeführt wurde, ist im zweiten Halbjahr die breite Lancierung der neuen Versandapotheke auch für Amavita geplant. Über sie können Apotheken ihren Kunden auch rezeptpflichtige Medikamente nach Hause senden. Darüber hinaus stehen der Ausbau und die Weiterentwicklung des Apothekennetzwerkes auch weiterhin im Fokus. So wurden per 1. Juli 2020 bereits drei neue Apotheken integriert, darunter die bekannte Adler Apotheke in Winterthur, welche sehr erfolgreich einen eigenen Online-Shop betreibt und über eine Versandhandelsbewilligung verfügt.

Verfora wird sich im zweiten Halbjahr auf die Integration der neuen Vertriebsprodukte und insbesondere der Hedoga Gruppe konzentrieren. Ausserdem wird Vita-Merfen®, die bekannte und renommierte Salbe für Desinfektion und Wundheilung, wieder auf den Markt kommen.

Alloga wird bis Ende Jahr den Fokus auf die weitere ERP-Implementierung sowie die Verlängerung bestehender Partnerschaften und die Gewinnung neuer Kunden legen. Basierend auf den Erfahrungen bei Alloga, wird die Implementierung des neuen ERP auch bei Galexis gestartet. Gleichzeitig werden die Bauarbeiten des Distributionszentrums von Galexis in Lausanne-Ecublens weitergeführt und die Kapazitäten im Distributionszentrum in Niederbipp in Hinblick auf die laufend steigenden Volumen der Online-Bestellungen weiter ausgebaut.

Weiterführende Informationen sind im Halbjahresbericht 2020 der Galenica Gruppe enthalten. Die PDF-Version steht auf der Internet-Seite von Galenica zur Verfügung:

[Download Halbjahresbericht 2020](#)

Nachfolgeregelung Leiter Geschäftsbereich Services

Im Rahmen der Nachfolgeregelung für die Leitung des Geschäftsbereichs Services hat der Verwaltungsrat der Galenica Gruppe Andreas Koch, Leiter Galexis, zum Leiter des Geschäftsbereichs Services und zum Mitglied der Generaldirektion ernannt. Andreas Koch wird seine neue Funktion am 1. September 2020 antreten, wobei er weiterhin auch die Galexis führen wird.

Christoph Amstutz (1963), seit 2015 Leiter Geschäftsbereich Services und seit 2017 Mitglied der Generaldirektion, hat nach 14 Jahren Firmenzugehörigkeit entschieden, sich schrittweise aus dem operativen Geschäft zurückzuziehen und sich künftig vermehrt für Aufgaben auch ausserhalb der Galenica Gruppe zu engagieren. Er wird deshalb per Ende August 2020 seine Funktion als Leiter Geschäftsbereich Services abgeben und aus der Generaldirektion der Gruppe austreten. Bis Ende 2020 wird er Andreas Koch bei der Einarbeitung in seine neuen Aufgaben unterstützen und bis zu seiner Frühpensionierung Ende 2021 weiterhin einzelne Mandate für Galenica wahrnehmen. Der Verwaltungsrat dankt Christoph Amstutz schon heute für sein langjähriges Engagement und wünscht ihm weiterhin viel Erfolg und Erfüllung bei seinen künftigen Tätigkeiten.

Andreas Koch (1971) studierte Betriebswirtschaftslehre an der Universität Mannheim und absolvierte 2015 eine Weiterbildung für Executive Development am IMD in Lausanne. Von 2000 bis 2009 war er in Beratungs- und Leitungsfunktionen im Bereich Supply Chain Management bei verschiedenen Unternehmen tätig. 2009 stiess er zur Galenica Gruppe und leitete als Mitglied der Geschäftsleitung das Supply Chain Management von Galexis, ab 2011 übte er diese Funktion zusätzlich auch bei Alloga aus. 2015 übernahm er die Leitung von Alloga, seit 2019 ist er Leiter Galexis.

Andreas Koch ist ein ausgewiesener Logistik-Spezialist mit langjähriger Erfahrung im Pre-Wholesale- und Wholesale-Geschäft und profunden Kenntnissen des Schweizer Gesundheitsmarkts. Als lösungs- und teamorientierte Führungspersönlichkeit hat er in all seinen bisherigen Verantwortungsbereichen bewiesen, dass er hochkomplexe Projekte und schwierigste Situationen erfolgreich führen kann, wie zum Beispiel auch die Herausforderungen, die jüngst aufgrund von COVID-19 entstanden. Mit seinem erprobten Know-how ergänzt durch seine hohe Affinität für den technologischen und digitalen Wandel wird Andreas Koch gemeinsam mit seinem Team die Aktivitäten des Geschäftsbereichs Services im Rahmen der strategischen Prioritäten der Gruppe weiterentwickeln.

Telefonkonferenz und Webcast

Galenica veranstaltet heute Dienstag, 4. August 2020, um 14.00 Uhr (mitteleuropäische Sommerzeit, MESZ) eine Telefonkonferenz mit Webcast.

Zum Webcast gelangen Sie direkt über [diesen Link](#) oder über die Unternehmenswebseite www.galenica.com unter der Rubrik «[Investoren](#)».

Die Nummer und das Passwort für die aktive Teilnahme an der Telefonkonferenz (Konferenzsprache: Englisch) erhalten Sie über [diesen Link](#).

Der Webcast wird ab 4. August 2020 für die Dauer von drei Monaten auf der Website www.galenica.com, unter der Rubrik «[Investoren](#)» zur Verfügung stehen.

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 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 Pre-Wholesale- und Wholesale-Dienstleistungen 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.