

Geschäftseinheit

Galenica Santé



Vertrauen schaffen mit Glaubwürdigkeit und Kompetenz

**Sehr geehrte Aktionärin,
Sehr geehrter Aktionär,
Sehr geehrte Damen und Herren**

Galenica Santé und 2016: ein Jahr voller Tatendrang! Alle Geschäftsbereiche haben sich im Jahresverlauf gut entwickelt. Die Umsatzsteigerung von Galenica Santé von 3.2% auf CHF 3'008.9 Mio. ist Ausdruck davon, dass wir unsere Kernkompetenzen richtig eingesetzt haben auf unserem Weg, schweizweit bei unseren Kunden die erste Wahl für Gesundheit, Schönheit und Wohlbefinden zu sein. Wir haben unsere Kräfte gebündelt. Denn die Medikamentenpreise stehen weiterhin unter Druck, auch der Einkaufstourismus im Ausland ist von einem Einmaleffekt zu einem Dauerzustand geworden. Zudem war 2016 die Grippesaison vergleichsweise schwach, entsprechend wurden deutlich weniger Grippemedikamente verkauft.

Gleichwohl hat Galenica Santé den Umsatz 2016 steigern können: dank dem Gewinn neuer Kunden und dem Ausbau des Apothekennetzwerks. Wir sind zuversichtlich, weitere Potenziale erschliessen zu können. Dass wir dafür gut aufgestellt sind, zeigt das Betriebsergebnis (EBIT), welches im vergangenen Geschäftsjahr das Umsatzwachstum wiederum übertraf. Es nahm um 6.2% auf CHF 136.0 Mio. zu. 2016 tätigten wir insgesamt Investitionen in der Höhe von CHF 34.7 Mio. (Vorjahr: CHF 43.8 Mio.), die unter anderem für die Finalisierung des Erweiterungsbaus von Galexis in Niederbipp eingesetzt wurden.

Wir wollen die Umsatz- und Gewinnbasis verbreitern. Dafür müssen wir beweglich, agil bleiben. Unsere Kunden erwarten auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Angebote. Unser Anspruch ist es, Trends vorwegzunehmen und mit Innovationen den Schweizer Gesundheitsmarkt mitzugestalten.

In der zweiten Jahreshälfte 2016 hat der Bundesrat entschieden, dass die Funktion der Apotheken als erste Anlaufstelle für medizinische Leistungen erweitert werden soll. Auch in der Gesundheitsprävention



Jörg Kneubühler
CEO Galenica Santé

Nettoumsatz in Mio. CHF



Galenica Gruppe CHF 4'118.4 Mio.

EBIT in Mio. CHF



Galenica Gruppe CHF 361.5 Mio.

Anzahl Mitarbeitende



Galenica Gruppe 8'661

und bei der Behandlung von chronisch Kranken soll den Apotheken eine Schlüsselrolle zukommen. Vorausgesetzt wird ein separater Raum in der Apotheke, in welchem Beratungsgespräche stattfinden können. Galenica Santé wird beabsichtigen, in einem Pilotprojekt 2017 zwei Apotheken mit solchen erweiterten medizinischen Dienstleistungen zu betreiben. Ziel ist es, neue Erkenntnisse über die Kundenbedürfnisse hinsichtlich Grundversorgung zu gewinnen.

Während solche Dienstleistungen wichtiger werden, bleibt das umfassende Produktsortiment mit starken Marken Kern unseres Angebots. Unsere Eigenmarken Algifor®, Anti-Brumm®, Perskindol® und Triofan® gehören in ihren Segmenten zu den marktführenden Produkten. Das Produktsortiment von Galenica Santé wird zunehmend mit exklusiven Schönheits- und Pflegeprodukten von renommierten Partnern ergänzt. So sind wir 2016 mit dem weltweit zweitgrössten dermokosmetischen Labor Pierre Fabre eine Vereinbarung über den exklusiven Vertrieb von A-Derma-Produkten eingegangen. Die Lancierung war in allen drei Apothekenformaten Amavita, Sun Store und Coop Vitality äusserst erfolgreich. Seit Anfang 2017 vertreiben wir exklusiv die Haut- und Haarpflegemarken Lierac und Phyto der französischen Alès Groupe in der Schweiz. Weitere exklusive Partnerschaften werden folgen.

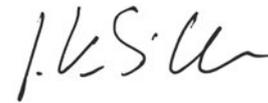
Galenica Santé betreibt das grösste Apothekennetz der Schweiz und gewährleistet einen effizienten und sicheren Vertrieb an den rund 500 eigenen Standorten, Coop Vitality Apotheken sowie Amavita und Winconcept-Partnerapotheken. Das 2016 erweiterte Logistikzentrum in Nidbipp erlaubt es, hohe Volumen termingerecht abzuwickeln. Die Anfang 2017 erfolgte Akquisition der Ärztegrossistin Pharmapool wird einen Beitrag leisten, den Marktteilnehmern in der ganzen Schweiz integrierte Lösungen aus einer Hand anzubieten.

Effizienzsteigerung ist eine zentrale Zielsetzung von Galenica Santé. Zu dem Zweck haben wir das Zusammenspiel innerhalb und zwischen den drei Geschäftsbereichen 2016 weiter gefördert und die gemeinsamen Prozesse enger aufeinander abgestimmt. Die beiden Zentralen des Geschäftsbereichs Retail in St-Sulpice und Bern werden sukzessive an einem einzigen Standort in Bern zusammengeführt, das Projekt wird bis Mitte 2017 abgeschlossen sein.

Unser bisheriger Weg zeigt, dass wir die nötigen Erfahrungen und Fähigkeiten für eine erfolgreiche Zukunft mitbringen: unternehmerisches Denken, Veränderungswille und Leidenschaft. Wir stellen hohe Anforderungen an uns selbst – und an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ihnen gilt der Dank, ihrer Leistung gebührt Respekt. Denn sie werden unserem Anspruch, durch

Glaubwürdigkeit und Kompetenz Vertrauen zu schaffen, jeden Tag aufs Neue gerecht. Als eingespielte Teams tragen sie ihren Teil dazu bei, dass Galenica Santé den Weg in die Zukunft erfolgreich weitergehen kann.

Bern, 14. März 2017



Jörg Kneubühler
CEO Galenica Santé

+6.2 %

EBIT-Wachstum

CHF
34.7 Mio.

Investitionen



HCI Solutions unterhält Datenbanken und entwickelt Managementlösungen, die speziell auf die Bedürfnisse für den vernetzten Gesundheitsmarkt ausgerichtet sind.



Segment

Health & Beauty

Geschäftsbereiche Products & Brands und Retail



Jörg Kneubühler
CEO Galenica Santé

Gesundheit, Schönheit und Wohlbefinden

Galenica Santé verfügt über das grösste Apothekennetz der Schweiz und damit über ein ausgezeichnetes Vertriebsnetz für die starken Eigenmarken ebenso wie für die Produkte ihrer Geschäftspartner. Strategisch sollen die führende Position in den Bereichen Schmerzbekämpfung, Husten, Erkältung und Atemwegserkrankungen gestärkt und die Marktsegmente Kosmetik und Schönheit erweitert werden.

Das Segment Health & Beauty, das die Geschäftsbereiche Products & Brands und Retail umfasst, steigerte den Nettoumsatz 2016 um 3.1% auf CHF 1'437.0 Mio. Das Betriebsergebnis (EBIT) verbesserte sich um 7.2% auf CHF 96.2 Mio. Die Umsatzrentabilität (ROS) erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr auf 6.7%. Die Investitionen beliefen sich 2016 auf CHF 14.9 Mio. (Vorjahr: CHF 17.7 Mio.).

Segment Health & Beauty

Kennzahlen 2016

- Nettoumsatz: CHF 1'437.0 Mio.
- EBITDA: CHF 118.7 Mio.
- EBIT: CHF 96.2 Mio.
- ROS: 6.7%
- Investitionen: CHF 14.9 Mio.
- Mitarbeitende: 4'637 (3'423 Vollzeitstellen)
- Davon:
 - Products & Brands: 107 (93 Vollzeitstellen)
 - Retail: 4'530 (3'330 Vollzeitstellen)

Nettoumsatz

in Mio. CHF



Galenica Santé CHF 3'008.9 Mio.

EBIT

in Mio. CHF



Galenica Santé CHF 136.0 Mio.

Products & Brands

Gesundheit, Schönheit und Exklusivität aus einer Hand

«Wir bieten unseren Geschäftspartnern ein einzigartiges Netzwerk, umfassendes Know-how und beschleunigte Markteinführungszeiten.»

Strategische Prioritäten 2017

- Behauptung der Führungsposition in den wichtigsten OTC-Kategorien mit Fokus auf die Bereiche Schmerzen, Husten, Erkältungen und Atemwegserkrankungen
- Konsolidierung und weitere Erhöhung des Marktanteils für Consumer-Healthcare-Produkte in Apotheken und Drogerien im ganzen Land
- Expansion des Markengeschäfts in neue Bereiche und Entwicklung damit verbundener Kompetenzen
- Aufbau von Beschaffungskompetenzen, um alle Opportunitäten nutzen zu können

Starkes Gesundheitsportfolio

Der Geschäftsbereich Products & Brands erhöhte 2016 den Umsatz um 0.5% auf CHF 89.3 Mio. Das Wachstum wurde beeinflusst durch den Wegfall des Equazen™ Markenportfolios, welches Ende 2015 mit Potters an Soho Flordis International veräussert wurde. Ohne diesen Effekt ist Products & Brands um 6.2% gewachsen.

Vifor Consumer Health erwirtschaftete insgesamt mit CHF 81.4 Mio. einen Umsatz auf Vorjahreshöhe. In der Schweiz konnte das Unternehmen mit seinen renommierten OTC-Marken das Gesamtwachstum des stabilen Markts (IMS Health 2016) klar übertreffen: Der Umsatz erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 3.5% auf CHF 65.6 Mio. Dazu beigetragen hat auch der Exklusivvertrieb für die A-Derma-Produkte des französischen Dermokosmetika-Unternehmens Pierre Fabre, die von den Kundinnen und Kunden in der Schweiz seit der Lancierung im Sommer 2016 sehr gut aufgenommen worden sind.

Das Exportgeschäft war mit CHF 15.8 Mio. aufgrund des bereits erwähnten Wegfalls des Equazen™ Markenportfolios um 12.6% rückläufig.

Über 60 Produkt-Marken werden von Vifor Consumer Health verwaltet, darunter die starken Marken Algifor®, Triofan®, Perskindol® und Anti-Brumm®. Algifor®, der Marktführer bei den Schmerzmitteln in der Schweiz, erzielte im Berichtszeitraum eine überdurchschnittliche Performance,



Torvald de Coverly Veale
Leiter Geschäftsbereich Products & Brands

Nettoumsatz

in Mio. CHF



Galenica Santé CHF 3'008.9 Mio.

Anzahl Mitarbeitende



Galenica Santé 6'131

«Seit Januar 2017 werden die hochwertigen Hautpflegeprodukte der Marke Lierac und die Haarpflegeprodukte der Marke Phyto exklusiv in der Schweiz vertrieben.»

und die neu eingeführten Algifor® Liquid capsules 400mg Ibuprofen wurden am Markt sehr gut aufgenommen. Die Umsätze des marktführenden Insektenschutzmittels Anti-Brumm® stiegen sowohl national als auch international deutlich an, wobei die Führungsposition in Deutschland gestärkt werden konnte. Das umfassende Portfolio von rezeptfreien Medikamenten (OTC; Over-the-counter-Produkte) von Vifor Consumer Health ist in allen Apotheken und Drogerien in der Schweiz verfügbar. Das Team von Vifor Consumer Health ist zudem in der Lage, rasch auf Kundennachfragen zu reagieren, dementsprechend neue Kampagnen zu planen und Angebote einzuführen. Ein integraler und äusserst erfolgreicher Bestandteil der Unterstützungsleistungen, die Vifor Consumer Health für Apotheker erbringt, sind die regelmässigen Schulungsprogramme, die das erfahrene Beraterteam von Vifor Consumer Health durchführt und die zunehmend als Schlüsselement eines erstklassigen Kundendienstes anerkannt werden.

Export ausgewählter Marken

Vifor Consumer Health beabsichtigt, das mit ihrer starken Position am Schweizer Gesundheitsmarkt verbundene Potenzial in allen Apotheken in der Schweiz besser zu nutzen.

Zudem plant Vifor Consumer Health, ihre internationale Präsenz mit ausgewählten Produkten zu stärken.

Anti-Brumm® und Perskindol® verzeichnen bereits eine gute Nachfrage und Markenbekanntheit in Ländern wie Deutschland und Thailand.

Erstklassige Dienstleistungen für Partner

Vifor Consumer Health vertreibt auch Pharmazeutika und parapharmazeutische Artikel im Auftrag Dritter. In diesem Geschäftssegment hat sich der Umsatz dank der Einführung neuer Marken erhöht. Ein gutes Beispiel dafür ist die 2015 unterzeichnete Vereinbarung mit Procter & Gamble über die Vermarktung und den Vertrieb von Clearblue® und OralB® in allen Schweizer Apotheken.

Healthy Beauty – exklusive Marken

Products & Brands hat einen exklusiven Vertriebsvertrag mit Pierre Fabre, dem zweitgrössten Dermokosmetika-Unternehmen weltweit, unterzeichnet. Dessen A-Derma-Produktpalette wird exklusiv von Galenica Santé in der Schweiz vertrieben und ist am Markt hervorragend aufgenommen worden.

Das auf dem einzigartigen Aktivstoff Rhealba® Hafer basierende A-Derma ist die erste dermokosmetische Marke mit einem pflanzlichen Aktivstoff natürlichen Ursprungs, die irritierte und strapazierte Haut beruhigt und zarte, sensible Haut schützt und pflegt. Die Vereinbarung mit Pierre Fabre war ein erster Schritt in Richtung des Ziels, das Geschäft mit Hautpflegeprodukten am Schweizer Markt zu verstärken. Die Vertriebsvereinbarung wird durch verschiedene Marketingaktivitäten und Schulungen des Personals in den Amavita, Sun Store und Coop Vitality Apotheken unterstützt.

Mitte 2016 wurde ein Vertrag mit der französischen Alès Groupe unterzeichnet, deren Hautpflegemarke Lierac und Haarpflegemarke Phyto von Galenica Santé seit Anfang 2017 exklusiv in der Schweiz vertrieben werden.

Neues Jahr, neue Produkteinführungen

Der Geschäftsbereich Products & Brands beabsichtigt die Fortführung ihrer bereits bewährten Strategie: Stärkung des Gesundheitsgeschäfts im Schweizer OTC-Markt; Einführung von Produkten durch neue Partnerschaften (insbesondere Kosmetik- und Schönheitsprodukte); und Stimulation der Export-Umsätze mit ausgewählten Produkten.

Zu diesem Zweck hat Vifor Consumer Health 2016 einen Vertrag mit dem österreichischen Unternehmen Adler abgeschlossen. Geplant ist, die von Adler entwickelten Produkte mit «Schüssler Salzen» exklusiv in der Schweiz zu vertreiben. Diese Mineralsalze sind glutenfreie Nahrungsergänzungsmittel, die dazu dienen, das allgemeine Wohlbefinden zu fördern oder einen Mangel oder ein Ungleichgewicht an spezifischen Mineralstoffen mit assoziierter Organdysfunktion auszugleichen. Zudem ist vorgesehen, dass Vifor Consumer Health den Exklusivvertrieb des Nagelpilzmedikaments Excilor® in der Schweiz übernimmt. Die Neueinführung von Produkten wird das Wachstum bestehender Marken unterstützen und das Portfolio in neuen Kategorien stärken.

Die Unternehmen des Geschäftsbereichs Products & Brands

Vifor Consumer Health

- Vermarktung von rezeptfreien Medikamenten (OTC; Over-the-counter-Produkte), die von Vifor Consumer Health entwickelt, unter Lizenz verkauft oder für Dritte vertrieben werden.
- Hat mit Schlüsselmarken wie Algifor®, Triofan®, Perskindol® und Anti-Brumm® eine jeweils führende Position auf dem Schweizer Heimmarkt inne.

G-Pharma

- Lancierung und Vertrieb von Consumer-Healthcare-Produkten für Eigenmarken von Retail.

Retail

«Dank Effizienz beweglich bleiben.»

«Kompetenz, Glaubwürdigkeit und Leidenschaft zeichnen unseren Kundenservice aus.»

Strategische Prioritäten 2017

- Gelebter Kundenservice: mit massgeschneiderten Angeboten, neuen Serviceleistungen, innovativen Eigenmarken und einem starken Auftritt aller Apothekenformate
- Schlanke, bewegliche Organisation schaffen: Synergien beim Einkauf, der Sortimentsbewirtschaftung und sämtlichen Dienstleistungen nutzen
- Spielraum für zukünftige Preissenkungsmassnahmen: effiziente Geschäftsprozesse verbessern
- Wachstum fördern: aus eigener Kraft sowie über Akquisitionen und die Erweiterung des Netzwerks mit eigenen und unabhängigen Partnerapotheken

Umsatzwachstum in einem fordernden Marktumfeld

Der Geschäftsbereich Retail entwickelte sich 2016 im anspruchsvollen Marktumfeld weiter erfolgreich und steigerte den Umsatz gegenüber dem Vorjahr auf CHF 1'348.6 Mio. (+3.1%, ohne Coop Vitality). Die Erweiterung des Apothekennetzes war der wichtigste Treiber für diese Entwicklung. Die Anzahl der eigenen Apotheken wurde um elf Standorte auf insgesamt 329 Apotheken erweitert. Auf vergleichbarer Basis betrug das Umsatzwachstum 1.6%. Zusammen mit den nichtkonsolidierten Coop Vitality Apotheken sowie den Amavita und Winconcept-Partnerapotheken umfasste das Apothekennetz von Galenica Santé Ende 2016 rund 500 Standorte.

Um die Umsatzentwicklung breiter abzustützen, wurden verschiedene strategische Massnahmen für die nächsten Monate initiiert.

Das Umfeld war auch 2016 anspruchsvoll, weil sich die Preissenkungen auf rezeptpflichtige Medikamente nach wie vor negativ auswirken. Auch der andauernde Einkaufstourismus, der Preisdruck durch die Grossverteiler und die im Vergleich zum Vorjahr schwächere Grippewelle hinterliessen ihre Spuren im Apothekenmarkt.



Jean-Claude Cléménçon
Leiter Geschäftsbereich Retail

Nettoumsatz

in Mio. CHF



Galenica Santé CHF 3'008.9 Mio.

Anzahl Mitarbeitende



Galenica Santé 6'131

«Neu können die Kunden den Scan eines Rezepts auf eine Plattform hochladen und elektronisch an eine Apotheke ihrer Wahl senden. Die Apotheke erhält dann eine E-Mail mit dem Rezept und kann dieses bereits vorbereiten. Damit wird die Wartezeit bei der Abholung vor Ort auf ein Minimum verkürzt.»

Kostensenkung dank Direktfakturierung

Nachdem bereits 2015 alle Sun Store Apotheken komplett auf die Direktfakturierung an die Krankenkassen umgestellt haben, folgten 2016 sämtliche Amavita Apotheken. Dank der von HCI Solutions entwickelten Plattform TriaFact® und dem direkten Austausch zwischen Apotheke und Krankenkasse werden die Kosten für die Rechnungsverarbeitung reduziert und die Datenqualität erhöht. Das Projekt wurde planmässig umgesetzt und die Rückweisungsquote von Krankenkassen weiter gesenkt.

Erweitertes Apothekennetz

Galenica Santé hat im Berichtsjahr das Apothekennetz deutlich erweitert: Die Schliessung von drei Sun Store Apotheken wurde kompensiert mit Neuzugängen von fünf Amavita Apotheken, fünf Coop Vitality Apotheken und vier Mehrheitsbeteiligungen. Mit der Aufhebung von drei Amavita und drei Winconcept Partnerschaften umfasste das Apothekennetz per 31. Dezember 2016 insgesamt 496 Standorte.

Der Anteil an Eigenmarken im Sortiment wurde bei Amavita und Coop Vitality kontinuierlich ausgebaut. Diese helfen, die Bekanntheit und Marktpräsenz beider Apothekenformate zu erhöhen.

Die Zufriedenheit der Kunden wird von der Beratungsqualität beeinflusst. Mit dem Programm Team Performance wird sichergestellt, dass Administrationsprozesse einfach und schnell abgewickelt werden können, sodass die Mitarbeitenden ihre Zeit vor allem für Beratung und Verkauf einsetzen können. Das Programm wurde 2015 bereits bei allen Coop Vitality Verkaufspunkten eingeführt und 2016 an weiteren Standorten von Amavita und Sun Store implementiert. Das umfassende Angebot von Gesundheits- und Schönheitsprodukten steht den Kunden dank den Webshops von Sun Store, Amavita und Coop Vitality inzwischen auch ausserhalb der Öffnungszeiten zur Verfügung. Neue Einsichten zu Kundenbedürfnissen und Kundenverhalten werden auch vom Auftritt von Coop Vitality auf dem Online-Marktplatz Siroop erwartet. Das Start-up Siroop wurde von Coop und Swisscom gegründet und erlaubt Anbietern aus unterschiedlichen Branchen, ihre Produkte online zu verkaufen.

Teamgeist wird auch bei der Nachwuchsförderung grossgeschrieben. Gemäss der Überzeugung «Wer sich kennt, engagiert sich stärker für seine Arbeit und die Kolleginnen und Kollegen» wird seit 15 Jahren ein dreitägiges Lehrlingslager durchgeführt. Der Erfolg des «Kuuhi» zeigt, dass dieses Engagement von den jungen Mitarbeitenden sehr geschätzt wird.

Neue Gesundheitschecks im Angebot

Die Coop Vitality Apotheken haben das Dienstleistungsangebot an Gesundheitschecks mit dem GlutenCheck erweitert. Erstmals haben Sun Store Apotheken Allergieschnelltests angeboten. Eine rege Teilnahme verzeichnete auch die von pharmaSuisse initiierte Kampagne zur Darmkrebsvorsorge, insgesamt wurden über 3'800 Tests in Amavita und Coop Vitality Apotheken durchgeführt. Ein weiterer Schritt Richtung eHealth wurde mit dem Pilotprojekt «Rezept-Upload» an einem Sun Store Standort in Lausanne erreicht. Neu können die Kunden den Scan eines Rezepts auf eine Plattform hochladen und elektronisch an eine Apotheke ihrer Wahl senden. Die Apotheke erhält dann eine E-Mail mit dem Rezept und kann dieses bereits vorbereiten. Damit wird die Wartezeit bei der Abholung vor Ort auf ein Minimum verkürzt. Die Dienstleistung wird mittlerweile bei allen Apotheken von Sun Store, Coop Vitality und Amavita angeboten.

Impfservice bleibt Dauerthema

Die 2015 eingeführte Dienstleistung «Impfen in der Apotheke ohne ärztliche Verordnung» wurde auf weitere Kantone ausgeweitet. Die Impfbewilligungen für Apothekerinnen und Apotheker vergeben die Kantone. Voraussetzung bleibt, dass die impfenden Apothekerinnen und Apotheker eine fünfjährige Ausbildung zum Erlangen des Fähigkeitsausweises FPH Impfen und Blutentnahme absolviert haben. Derzeit ist das Impfen in den Kantonen Freiburg, Neuenburg, Solothurn, Zürich, Graubünden, St. Gallen, Schwyz, Thurgau, Schaffhausen, Basel-Land, Jura und Genf möglich. Zusätzlich wurde in den Kantonen Bern, Waadt und Wallis ein Pilotprojekt zur Impfung der saisonalen Grippe in den Apotheken gestartet. Auf der von pharmaSuisse geführten Plattform www.impfapotheke.ch können alle autorisierten Apotheken – darunter viele Amavita und Coop Vitality Apotheken –, ihre Impfangebote sowie der jeweilige Standort abgerufen werden.

CardioSnip – auf den eigenen Körper hören

Das Arbeitsleben ist hektischer geworden. Die Menschen arbeiten lange, essen unterwegs, reisen zwischen Zeitzonen hin und her. Obwohl sich vermehrt ein Trend zu einer gesunden Lebensweise abzeichnet – wie beispielsweise wenig oder gar kein Fleisch essen, kein Tabak- und Alkoholkonsum, oder wenn letzteres, dann nur in moderater Masse – stossen immer mehr Menschen an ihre Belastungsgrenze. Mit manchmal schlimmen Folgen wie Herzinfarkt, Magengeschwür oder Burn-out, wenn die Warnsignale nicht rechtzeitig erkannt werden.

Ein kleines Gerät kann hier helfen: CardioSnip ist ein neuartiges System, das Signale mentaler und physischer Überbelastung erkennt. Hierfür wird während 24 Stunden ein EKG (Elektrokardiogramm) während einem normalen Tagesablauf durch die Person selber aufgezeichnet. CardioSnip wird als Patch direkt im Brustbereich angebracht, ohne Kabel oder zusätzliche Aufzeichnungsgeräte. Direkt nach der Messung kann der Anwender via App eine einfache Auswertung durchführen und erkennt mögliche Überbelastungen, sowohl physische als auch mentale. Die Auswertung basiert auf einem patentierten Algorithmus. Die Pilotphase im 4. Quartal 2016 wurde erfolgreich abgeschlossen. Die Markteinführung ist 2017 vorgesehen. Das Gerät wurde von MediService gemeinsam mit externen Partnerfirmen entwickelt und wird in der Schweiz exklusiv in den Apotheken von Sun Store, Coop Vitality und Amavita vertrieben werden.

Eigene Apotheken und Beteiligungen

	31.12.2016	31.12.2015	Veränderung
Amavita Apotheken ¹⁾	150	145	+ 5
Sun Store Apotheken ¹⁾	99	102	- 3
Coop Vitality Apotheken (Joint Venture mit Coop) ²⁾	69	64	+ 5
Spezialapotheke MediService ¹⁾	1	1	–
Mehrheitsbeteiligungen an anderen Apotheken ¹⁾	8	4	+ 4
Minderheitsbeteiligungen an anderen Apotheken ²⁾	2	2	–
Total eigene Verkaufspunkte	329	318	+ 11

¹⁾ Vollkonsolidiert

²⁾ Konsolidiert at equity

Unabhängige Partner

	31.12.2016	31.12.2015	Veränderung
Amavita Partnerschaften	9	12	- 3
Winconcept-Partnerapotheken	158	161	- 3
Total unabhängige Partner	167	173	- 6

15 Jahre Winconcept

Winconcept ist eine Erfolgsgeschichte: Das Dienstleistungsunternehmen bietet per 31. Dezember 2016 158 selbständigen, unabhängigen Apotheken Marketingkonzepte mit den Schwerpunkten Kommunikation und Qualität. Vom Qualitätsmanagementsystem über Beratungsleistungen wie Mystery Shopping, Kundenumfragen bis zu Schulungen der Mitarbeitenden – das gesamte Angebot soll Nutzen stiften und die Apotheker entlasten.

Der Auftritt erfolgt unter dem Label «Feelgood's». Mit der eigenen Zeitschrift «Feelgood's news» informieren die angeschlossenen Apotheken ihre Kunden in der Deutschschweiz, der Romandie und im Tessin regelmässig über aktuelle Themen der Medizin und Gesundheit. Mit der Kundenkarte und einem Kalender wird die Treue von Stammkunden belohnt.

Das 15-jährige Bestehen wurde im Oktober 2016 mit 130 Gästen gefeiert. Gastredner Alt Bundesrat Adolf Ogi gratulierte augenzwinkernd zur Ausdauer und dem Erreichten mit der Redewendung, die ihm sein Vater stets gepredigt hatte: «Man kann, wenn man will!».

«Teamgeist wird auch bei der Nachwuchsförderung grossgeschrieben. Der Erfolg des dreitägigen Lehrlingslagers «Kuuuli» zeigt, dass dieses Engagement von den jungen Mitarbeitenden sehr geschätzt wird.»

Bundesrat will Apotheken mehr Kompetenzen geben

Der Entscheid des Bundesrats, den Apotheken in der Schweiz mehr Kompetenzen zu geben, hat für grosse Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit gesorgt. Im Oktober 2016 veröffentlichte der Bundesrat einen Bericht, wonach neu die Apotheken und nicht nur der Hausarzt der Bevölkerung einen «einfachen und niederschweligen Zugang» zu medizinischen Leistungen ermöglichen sollen. Auch in der Gesundheitsprävention und bei der Behandlung von chronisch Kranken soll den Apotheken eine Schlüsselrolle zukommen. Vorausgesetzt wird jedoch ein separater Raum in der Apotheke, in welchem Beratungsgespräche stattfinden können. Die Aufwertung der Apotheken als erste Anlaufstelle für kleinere Leiden ist zu begrüssen, die weitere Entwicklung und verbindliche Entscheide gilt es abzuwarten. In einem nächsten Schritt wird der Bund zwei Pilotprojekte für Kinder und chronisch Kranke wissenschaftlich begleiten, in denen neuartige Zusammenarbeitmodelle erprobt werden. Die Auswertung der Ergebnisse wird voraussichtlich 2018 vorliegen. Galenica Santé wird 2017 in einem Pilotprojekt ebenfalls zwei Apotheken mit solchen erweiterten medizinischen Dienstleistungen betreiben, eine davon in der Deutschschweiz und eine in der Romandie. Ziel ist, neue Erkenntnisse über die Kundenbedürfnisse hinsichtlich der Grundversorgung zu gewinnen.

Professionalität und Qualität fördern

Die Nachfrage nach professioneller Unterstützung durch Winconcept hielt auch 2016 an. Das grösste Interesse gilt Process One, einem schlanken Qualitätsmanagementsystem für unabhängige Apotheken, das diese in ihrer Planung unterstützt, ohne hohen Administrationsaufwand zu generieren.

Ebenso der Qualität verpflichtet ist das gemeinsam mit der Universität Basel entwickelte Weiterbildungsangebot «CAS Betriebsführung für Apothekerinnen und Apotheker». Im berufsbegleitenden, zweijährigen Kurs werden die Schwerpunktthemen Führung, Personalmanagement und Betriebswirtschaft in einer Apotheke beleuchtet. Pro Durchführung nehmen durchschnittlich zehn Apothekerinnen und Apotheker teil, im aktuellen sechsten Lehrgang sind 13 Teilnehmende eingeschrieben.

Wissen und Informationen zentral zugänglich

MediService hat mit dem Ausbau verschiedener Kooperationen und Nischenprogramme zugelegt. Nach einem erfolgreichen Pilotversuch bei Sun Store 2015 wurde 2016 die Umstellung vollumfänglich vollzogen: Die zentrale Auslieferung von hochpreisigen Medikamenten erfolgt neu über MediService. Dies erlaubt es, Risiken wie beispielsweise Fehlbestellungen oder abgelaufene Verfallsdaten zu minimieren.

Mit der Einführung von SharePoint bei den drei Apothekenformaten Amavita, Sun Store und Coop Vitality wurde eine einheitliche Kommunikationsplattform geschaffen. Die Webanwendung erleichtert die Zusammenarbeit, ermöglicht den schnellen, einfachen Austausch von Informationen und dient gleichzeitig als zentrale Dateiablage.

2016 wurden die Vorbereitungsarbeiten für die Einführung der Software TriaPharm® bei Coop Vitality abgeschlossen. Die Anwendung unterstützt die Apotheker vom Verkauf und der Bestellverwaltung über den Wareneingang und die Lagerbewirtschaftung bis hin zur Preisgestaltung und administrativen Belangen. Per Ende 2017 soll auch Coop Vitality komplett auf TriaPharm® umgestellt sein.

Ausblick: Wachstum aus eigener Kraft und durch Effizienzsteigerung

Der Geschäftsbereich Retail hält an seiner bisherigen Strategie fest. Wachstum soll aus eigener Kraft erreicht werden, zum Beispiel mit neuen Angeboten und Dienstleistungen, sowie durch gezielte Akquisitionen und Neueröffnungen. Gleichzeitig soll die Effizienz verbessert werden, indem Prozesse vereinfacht und vereinheitlicht werden. Die konsequente Einführung der Apothekensoftware TriaPharm® ist ein Beispiel dafür. Einheitliche Plattformen erleichtern die Zusammenarbeit im gemeinsamen Back-Office der Apothekenformate und schaffen damit Mehrwert für alle. Entsprechende Massnahmen unterstützen auch die Bestrebungen, den Spielraum für zukünftige Preissenkungsmassnahmen zu erhalten.

Die Apothekenformate des Geschäftsbereichs Retail

Amavita	Sun Store	Coop Vitality	MediService	Winconcept
<ul style="list-style-type: none"> - Grösstes Apothekennetz der Schweiz. - Gegründet und geführt von GaleniCare. - Sortimentsschwerpunkte: Verschreibungspflichtige und nichtverschreibungspflichtige Medikamente sowie Schönheitsprodukte. - Verkaufspunkte an attraktiven Publikumlagen. - Starke Kundenorientierung (Mitarberschulung, Services, Eigenmarken). 	<ul style="list-style-type: none"> - Erste Apothekenkette der Schweiz, gehört seit 2009 zu Galenica, unter Führung von GaleniCare. - Sortimentsschwerpunkte: Nichtverschreibungspflichtige Medikamente, Schönheit, Wellness und Gesundheit. - Überdurchschnittlich grosse Verkaufsflächen an Orten mit hoher Kundenfrequenz wie Einkaufszentren. 	<ul style="list-style-type: none"> - Joint Venture von Coop und Galenica. - Vertreten im Umfeld von grösseren Coop Einkaufszentren. - Umfassendes Sortiment in den Bereichen Gesundheit, Prävention und Schönheit mit professioneller Beratung und weiteren Dienstleistungen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Spezialapotheke für die Betreuung von Patienten mit chronischen Erkrankungen. - Therapiebegleitangebot Pharma und Home Care für die Betreuung von Langzeitpatienten zu Hause, bestehend aus fachlicher Betreuung und Medikamentendirektlieferung. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dienstleistungsunternehmen für selbständige und unabhängige Apotheken. - Marktauftritt unter dem Label «Feelgood's». - Entwickelt für Mitglieder Management- und Marketingkonzepte mit den Schwerpunkten Kommunikation und Qualität.

Segment

Services

Geschäftsbereich Services



Christoph Amstutz
Leiter Geschäftsbereich Services

Dynamisches Umsatzwachstum

Das Segment Services hat 2016 sowohl beim Geschäftsvolumen zugelegt als auch bei der Profitabilität. Der Nettoumsatz stieg um 3.8% auf CHF 2'328.9 Mio. und das Betriebsergebnis (EBIT) sogar überproportional um 11.7% auf CHF 41.4 Mio. Die Umsatzrentabilität (ROS) konnte dabei weiter auf 1.8% gesteigert werden. Die im Vergleich zum Vorjahr schwächere Grippewelle wurde überkompensiert durch den Zueinn neuer Kunden und Sortimente, spezi-

ell im Kosmetikmarkt. Die zunehmende Regulierung, etwa die inzwischen verbindlichen EU-GDP-Richtlinien für die «Gute Vertriebspraxis von Humanarzneimitteln», verlangt nach umfassenden Lösungen. Dafür ist das Segment Services prädestiniert. Die Investitionen beliefen sich auf CHF 20.2 Mio. (Vorjahr: CHF 26.9 Mio.) und flossen unter anderem in die letzte Bauetappe der Erweiterung des Distributionszentrums in Niederbipp.

Segment Services

Kennzahlen 2016

- Nettoumsatz: CHF 2'328.9 Mio.
- EBITDA: CHF 61.7 Mio.
- EBIT: CHF 41.4 Mio.
- ROS: 1.8%
- Investitionen: CHF 20.2 Mio.
- Mitarbeitende: 1'494 (1'234 Vollzeitstellen)

Nettoumsatz

in Mio. CHF



Galenica Santé CHF 3'008.9 Mio.

EBIT

in Mio. CHF



Galenica Santé CHF 136.0 Mio.

Services

Investitionsschub zeigt Wirkung

«Der Geschäftsbereich Services operiert erfolgreich, indem er die diversen Bausteine in der Medikamentenlogistik modular, flexibel und effizient zugunsten seiner Kunden einsetzt.»

Strategische Prioritäten 2017

- Mit qualitativ hochwertigen Leistungen und innovativen Angeboten die Wettbewerbsfähigkeit der Kunden stärken
- Die Kompetenzen als Grosshändler und im Prewholesale für Kunden und Lieferanten bündeln
- Zukunftsweisende eHealth-Angebote für den Schweizer Gesundheitsmarkt entwickeln
- Effizienz erhöhen durch weitere Prozessoptimierungen

Mehr Kapazität und Effizienz bei Galexis

Der Geschäftsbereich Services umfasst die Logistikunternehmen Galexis, Unione Farmaceutica Distribuzione, Alloga und Medifilm sowie die im Bereich Datenbanken und Managementlösungen tätige HCI Solutions.

Galexis hat im abgelaufenen Geschäftsjahr die Erweiterung des Distributionszentrums in Niederbipp abgeschlossen. Damit ist sowohl die Kapazität als auch die Effizienz gesteigert worden: Die Kapazität, indem mehr Artikel Platz haben, zunächst für zusätzliche 6'100 Artikel, ausbaubar auf 11'000 Artikel. So kann Galexis ihr Sortiment auf die zukünftigen Bedürfnisse der Kunden ausrichten, insbesondere im Bereich der Kosmetik. Auch können dank der zusätzlichen Kapazität Trendsortimente wie vegane Produkte, Smoothies und Produkte für Tätowierte (Tattoo-Med®) geführt werden.

Mit dem Erweiterungsausbau sind überdies die baulichen Voraussetzungen für weitere Effizienzsteigerungen geschaffen worden, indem mehr Transportbehälter pro Stunde und Tag abgewickelt werden können. Die stündliche Durchsatzleistung ist auf 4'000 Behälter respektive um über 30% gestiegen. Parallel dazu hat Galexis verschiedene weitere Projekte umgesetzt, welche die Effizienz verbessern. Eine neue Dispositionssoftware bestellt rund 80% der Produkte und Medikamente automatisch

Nettoumsatz

in Mio. CHF



Galenica Santé CHF 3'008.9 Mio.

Anzahl Mitarbeitende



Galenica Santé 6'131

«Stresstest» im Erweiterungsbau in Niederbipp

Mehr als 500 Mitarbeitende arbeiten im Logistikzentrum von Galexis in Niederbipp. Die Arbeitsprozesse sind klar definiert, die Betriebsabläufe eingespielt. Zur Minimierung von Unstimmigkeiten nach der Inbetriebnahme des Erweiterungsbaus hat Galexis Anfang August 2016 einen Stresstest mit allen Mitarbeitenden durchgeführt – inklusive Mitarbeitenden, die nicht direkt im Lager arbeiten, sondern zum Beispiel einen Büroarbeitsplatz haben. Alle zusammen haben im neuen manuellen Picklager kommissioniert und einen Tag die Prozesse auf Herz und Nieren geprüft. Ein Tag mit steiler Lernkurve. Als bald wurde der reguläre Betrieb aufgenommen und die Kinderkrankheiten sind bereits ausgemerzt. Ganz nach einem der fünf Schlüsselwerte von Galenica: Gemeinsam sind wir stärker!

«Dank der Erweiterung des Distributionszentrums in Niederbipp kann Galexis neue Kunden betreuen und neue Sortimente führen, etwa Exklusivsortimente wie Kosmetik oder Trendsortimente.»

bei den Herstellern und Geschäftspartnern. Damit werden der Lagerbestand optimiert und die Zahl der täglich über 50 Anlieferungen wesentlich reduziert. Eine neue IT-Plattform vereinfacht das Bestellprozedere für die Apotheken. Schliesslich können im neuen Logistikzentrum alle Produkte automatisch vom Wareneingang bis zur «Pick-Zone», der Drehscheibe für die Kommissionierung, zugeführt werden, was zahlreiche Arbeitsschritte einspart.

Apothekerinnen und Apothekern werden zunehmend mehr Möglichkeiten in der medizinischen Behandlung eingeräumt. Dank der Medizintechnik-Kompetenz kann Galexis den Kunden auch die notwendige Infrastruktur liefern. Dieses spezifische Medizintechnik-Angebot namens «Fokus», das zu Europreisen angeboten wird, wurde 2016 um ein umfassendes Apothekenangebot erweitert, beispielsweise für das Impfen oder für den HerzCheck® in Apotheken.

Im Mai 2016 hat Galenica den Aktionären der Ärzte-Grossistin Pharmapool ein Übernahmeangebot unterbreitet. Bis zur Annahmefrist Ende August 2016 hatten 100% der Aktionäre der Pharmapool AG das Kaufangebot von Galexis angenommen, und Ende Dezember 2016 hat auch die Wettbewerbskommission (WEKO) die Übernahme ohne Auflagen oder Bedingungen zugelassen. Die Akquisition von Pharmapool konnte damit Anfang Januar 2017 vollzogen werden und stärkt das Logistikgeschäft von Galenica Santé.

Unione Farmaceutica Distribuzione baut Webshop-Angebot aus

Unione Farmaceutica Distribuzione (UFD) hat sich 2016 im Heimmarkt Tessin gut behauptet. Auch die Spezialisierung auf Webshops für Drittkunden, ein Angebot für die ganze Schweiz, trägt Früchte. Logistik und Informatik werden ab der Bestellung im Webshop bis zur Postaufgabe nahtlos miteinander verknüpft.

Auch treibt UFD das Wachstum des Apotheken-Managementsystems pharma4.net voran, welches HCI Solutions in der Deutschschweiz und der Romandie für kleinere Apotheken und Drogerien vertreibt. Die Verkäufe werden damit rasch und effizient abgewickelt und die Verwaltung des Warenkreislaufs sowie die Fakturierung vereinfacht.

Alloga stellt GDP-Konformität über alle Absatzkanäle sicher

Die neuen europäischen Richtlinien der «guten Vertriebspraxis von Humanarzneimitteln» (Good Distribution Practice, GDP) schreiben vor, dass Medikamente bei Temperaturen von 15–25 °C gelagert und versendet werden müssen. Zum einen sind zu diesem Zweck alle 110 Lieferwagen von Galexis umgerüstet und GDP-qualifiziert worden. Zum anderen hat das Prewholesale-Unternehmen Alloga mit einem Logistikpartner eine Lösung für den Postversand entwickelt. Die Pakete werden dabei mit klimatisierten Kleintransportern zu den Ärzten und kleineren Spitälern speditiert. Damit hat Alloga die GDP-Konformität über alle Absatzkanäle hinweg sichergestellt.

«Apothekerinnen und Apothekern werden zunehmend mehr Möglichkeiten in der medizinischen Behandlung eingeräumt. Galexis unterstützt sie dabei.»

Anspruchsvoller wird die Logistik auch aufgrund einer neuen Klasse von Krebsmedikamenten, für welche eine durchgehende Lieferkette bei -80°C benötigt wird. Seit Dezember 2016 sind diese Medikamente auf dem Markt. Alloga hat dafür eine durchgehende Ultra-Tiefkühllogistik aufgebaut.

Medifilm vereinfacht Bestellprozedere

Medifilm entwickelt sich weiter. Der Pionier für die patientenindividuelle Verblisterung von Medikamenten hat 2016 die Kapazitäten am bestehenden Standort erweitert. Inzwischen hat Medifilm die Kapazität, schweizweit bis zu 30'000 Patienten zu betreuen. Die bestehende Softwareplattform Mediproc ist für die Direktanbindung an Heime ausgerüstet worden, womit das Bestellprozedere vereinfacht worden ist.

HCI Solutions unterstützt Spitäler bei Medikamentendaten

Bei den mit TriaPharm® arbeitenden Apotheken hat HCI Solutions mit der Direktfakturierung an die Krankenkassen eine hohe Prozessqualität bei gleichzeitig minimalen Kosten für die Erstellung der Abrechnung realisiert. Zudem sind die digitalen Impfdossiers in die Systeme von TriaMed® und TriaPharm® eingebunden worden.

Das Pilotprojekt mit dem Kantonsspital St. Gallen für die Verwaltung der spital-eigenen Medikamentendaten verlief erfolgreich und wurde auch auf mehrere Kantone respektive zusätzliche Kantonsspitäler ausgeweitet. Weitere sollen folgen. St. Gallen ist auch für ein weiteres Pilotprojekt ausserkoren worden: Im dort ansässigen Kantonsspital prüft eine neue Softwareanwendung bei jeder Medikamentenabgabe, ob diese für den betreffenden Patienten tatsächlich geeignet ist respektive ob Kontraindikationen vorhanden sind.

Im Dezember 2016 wurden die Rechte der Praxissoftware TriaMed® an Swisscom Health verkauft. Damit wird sich HCI Solutions künftig auf die Informationslogistik und Wissensdatenbanken sowie auf die Entwicklung von Softwaretools, welche den Medikationsprozess verbessern und klinische Entscheidungsgrundlagen ermöglichen, konzentrieren. Zusätzlich betreibt sie weiterhin TriaPharm®, die Software für Apothekenketten, Einzelapotheken und Drogerien.

Investitionen für mehr Kapazität, Effizienz und Ökologie

Das Wachstum und die längere Lebenserwartung der Bevölkerung dürften auch zukünftig zwei der bestimmenden Trends im schweizerischen Gesundheitsmarkt bleiben. Das gilt auch für den Kostendruck. Die gegen Ende 2017 erwartete Preisüberprüfung wird voraussichtlich zur nächsten behördlichen Preissenkungsrunde für Medikamente führen.

Kennzahlen Wholesale/Prewholesale 2016

	Wholesale: Galexis, Unione Farmaceutica Distribuzione	Prewholesale: Alloga
Lagerung		
- Anzahl gerüsteter Boxen	> 8'010'000	—
- Anzahl gelieferter Bestellzeilen	> 37'654'000	> 1'939'000
- Anzahl gerüsteter Packungen	> 118'192'000	> 90'066'000
Distribution		
- Jahrestonnage	> 15'138	> 7'775
- Anzahl Postpakete	> 98'295	> 524'000
- Anzahl Paletten	—	> 64'674
Struktur		
- Anzahl Lagerartikel	> 45'000	> 9'560
- Anzahl Lieferanten/Partner	> 1'200	> 75
- Anzahl beliefener Verkaufspunkte	> 9'000	> 13'150
Technologie		
- Automatisierungsgrad Niederbipp	70 %	—
- Automatisierungsgrad Lausanne-Ecublens	29 %	—
- Automatisierungsgrad Barbengo-Lugano	47 %	—
- Automatisierungsgrad Burgdorf	—	36 %

«Alloga beabsichtigt, in die bauliche Infrastruktur am Standort Burgdorf zu investieren. Der Kühlraum soll erweitert und via «Direct Docking» direkt mit der An- und Auslieferung verknüpft werden.»

Der Geschäftsbereich Services ist mit seinen Dienstleistungen und Angeboten vorbereitet, in diesem Umfeld erfolgreich zu operieren und die diversen Bausteine in der Medikamentenlogistik modular, flexibel und effizient zugunsten seiner Kunden einzusetzen.

Ab 2017 wird die Ablösung der bestehenden ERP-Systeme (Enterprise Resource Planning) von Alloga und Galexis eine hohe Priorität haben. Die Selektion des Softwareanbieters ist erfolgt, als Nächstes steht die Implementierung bei Alloga an.

Galexis will die ausgebaute Logistikplattform für die Erweiterung des Angebots nutzen, zum Beispiel für den schweizerischen Exklusivvertrieb von Kosmetika, für zusätzliche Medizinaltechnologie-Produkte für Apotheken und für neue Angebote in den Bereichen Homöopathie oder Chemikalien. Darüber hinaus plant Galexis die Einführung einer durchgehenden Lieferkette, inklusive der Retourenlogistik bei Raumtemperaturen auf der Basis der Lösung von Alloga.

Alloga beabsichtigt, in die bauliche Infrastruktur am Standort Burgdorf zu investieren. Der Kühlraum soll erweitert und via «Direct Docking» direkt mit der An- und Auslieferung verknüpft werden. Zudem soll das Dach saniert werden. Im ersten Ausbauschnitt ist auf 10'000 m² eine der grössten Photovoltaikanlagen der Schweiz geplant.

Die Unternehmen des Geschäftsbereichs Services

Galexis	Unione Farmaceutica Distribuzione	Alloga	Medifilm	HCI Solutions
<ul style="list-style-type: none"> – Marktführerin in der Schweizer Gesundheitslogistik. – Distributionszentren in Niederbipp und Lausanne-Ecublens. – Umfassendes Produkt- und Dienstleistungsangebot. – Beliefert Apotheken, Arztpraxen, Drogerien, Heime und Spitäler. 	<ul style="list-style-type: none"> – Bedeutendste und einzige Medikamentengrossistin mit Vollsortiment im Tessin. – Distributionszentrum in Barbengo-Lugano mit starker regionaler Verankerung. – Beliefert Apotheken, Drogerien, Heime und Spitäler. 	<ul style="list-style-type: none"> – Grösstes Schweizer Prewholesale-Unternehmen. – Logistikzentrum in Burgdorf. – Modular aufgebauter, prozessgesteuerter Vollservice über die gesamte Lieferkette. – Übernimmt logistische Dienstleistungen als Partnerin der Pharma- und Gesundheitsindustrie. 	<ul style="list-style-type: none"> – Schweizer Pionier im Bereich der patientenindividuellen Verblisterung von Medikamenten mit Grosshandels- und Herstellungsbewilligung. – Betreut als Kunden Apotheken und pharmazeutisch betreute Heime. 	<ul style="list-style-type: none"> – TriaMed[®] ¹⁾ und TriaPharm[®] umfassende Datenbanken. – Entwicklung von Managementgesamtlösungen für Apotheken sowie Werkzeuge zur sicheren Verwaltung, Kommunikation und Verteilung sensibler Gesundheitsdaten.

¹⁾ Rechte Ende 2016 an Swisscom Health verkauft



Mit den Distributionszentren in **Niederbipp** und **Lausanne-Ecublens** und einem umfassenden Produkte- und Dienstleistungsangebot ist **Galexis** der ideale Partner für Apotheken, Arztpraxen, Drogerien, Heime und Spitäler.