

Segment Health & Beauty



Das Segment Health & Beauty beinhaltet im Berichtsjahr die Geschäftsbereiche Retail und Products & Brands. Retail betreibt mit über 500 eigenen und Partnerapotheken das grösste Apothekennetz der Schweiz. Zudem bietet Galenica im Bereich Home Care mit Mediservice, der Bichsel Gruppe und Curarex Swiss ein einzigartiges und spezialisiertes Dienstleistungsangebot.

Die Produkte und Dienstleistungen von Retail werden sowohl in den Apotheken als auch online und bei den Patienten zu Hause (Home Care) angeboten.

Der Geschäftsbereich Products & Brands vermarktet und vertreibt sowohl eigene wie auch Partnerprodukte und -marken für den Fachhandel im Schweizer Gesundheitsmarkt.

Per 1. Januar 2021 hat Galenica eine neue Organisationsstruktur eingeführt (siehe S. 28).

Nettoumsatz und Betriebsergebnis

2020 erzielte das Segment Health & Beauty einen Nettoumsatz von CHF 1'671.4 Mio. (+3.1%). Davon entfielen CHF 1'556.1 Mio. auf den Geschäftsbereich Retail und CHF 111.7 Mio. auf den Geschäftsbereich Products & Brands. Das Wachstum wurde insbesondere durch die sehr dynamische Expansionsstätigkeit, wie Akquisitionen beim Apothekennetz und beim Produkt-Portfolio, getrieben.

Trotz anhaltender negativer Effekte aufgrund von COVID-19 konnte das Segment Health & Beauty das adjustierte¹⁾ Betriebsergebnis (EBIT), das heisst ohne Einfluss aus dem Leasing-Accounting-Standard IFRS 16, im Berichtsjahr um 0.2% auf CHF 123.9 Mio. erhöhen. Hingegen ging die adjustierte¹⁾ Umsatzrentabilität von 7.6% auf 7.4% zurück.

Dieses Ergebnis wurde insbesondere dank deutlichen Expansionsschritten erreicht, welche in beiden Geschäftsbereichen des Segments umgesetzt werden konnten. Derweil wurde der EBIT durch COVID-19 gleich mehrfach belastet: Die Apotheken an Frequenzstandorten verzeichneten im ersten Halbjahr sowie in abgeschwächter Form auch im zweiten Halbjahr Umsatzeinbussen, ebenso gingen die Verkäufe von Beauty-Produkten zurück, da die Behörden im ersten Halbjahr und in gewissen Kantonen auch im Herbst 2020 die temporäre Schliessung der Parfümerie-Abteilungen verordneten. Gleichzeitig fielen in den Apotheken Zusatzkosten an, unter anderem für bauliche und organisatorische Massnahmen zum Schutz der Mitarbeitenden und Kunden sowie zur Fortführung des betrieblichen Alltags.

Infolge der Hygiene- und Distanzmassnahmen wurden die Verfora Produkte im Bereich Erkältung weniger nachgefragt. Aufgrund von Unsicherheiten bezüglich des Wirkstoffs Ibuprofen im Zusammenhang mit COVID-19 musste auch Algifor® Einbussen hinnehmen. Diese Unsicherheiten konnten zwar widerlegt werden, die Nachfrage nach Algifor® blieb jedoch gedämpft.

Die Investitionen im Segment Health & Beauty beliefen sich auf CHF 25.1 Mio. (Vorjahr: CHF 22.5 Mio.). Sie wurden insbesondere für die Umbauten von Apotheken, den ERP-Rollout bei Mediservice und eine neue Abfüllanlage bei Bichsel, sowie für die weitere Entwicklung und die Umsetzung der «Omni Channel»-Strategie verwendet.

Der Geschäftsbereich Retail fokussierte sich in der Berichtsperiode einerseits auf den weiteren Ausbau des Apothekennetzes. Dieses umfasste Ende 2020 insgesamt 522 eigene Verkaufspunkte und Partner-Standorte, neun mehr als Ende 2019. Zudem verknüpfte Retail die Online-Welt noch stärker mit der Offline-Welt, indem etwa das Bestell- und Abhol-Angebot «Click & Collect» mit dem Hauslieferdienst kombiniert wurde. Die neue Versandapotheke wurde stufenweise lanciert und umfasst seit Januar 2021 alle drei Apothekenformate. Sie versendet den Kunden der Amavita, Sun Store und Coop Vitality Apotheken rezeptpflichtige Medikamente nach Hause (siehe Info-Box auf Seite 16).

Der Geschäftsbereich Products & Brands ist 2020 vor allem durch neue Lizenz- und Vertriebsvereinbarungen gewachsen. Von Angelini Pharma konnte der Vertrieb der Marke Bucco Tantum® übernommen und so das Erkältungssegment verstärkt werden. Zudem vertreibt Verfora seit 2020 auch das Produkt Thermacare® in der Schweiz. Dank der Partnerschaft mit dem Institut Allergosan gelang der Eintritt in das Segment der Pro- und Präbiotika-Produkte. Und per 1. Juli 2020 wurde die Hedoga Gruppe mit ihren bekannten Marken Osa®, Osanit® und Carmol® übernommen (mehr dazu in der Info-Box auf Seite 20). Hinzu kam im Oktober 2020 die erfolgreiche Neu-Lancierung der Wundsalbe Vita-Merfen® auf dem Schweizer Markt.

Nettoumsatz

1'671.4

in Mio. CHF

Galenica Gruppe
CHF 3'479.8 Mio.

EBIT adjustiert¹⁾

123.9

in Mio. CHF

Galenica Gruppe
CHF 168.6 Mio.

Kennzahlen 2020

- Nettoumsatz:
CHF 1'671.4 Mio.
- EBIT adjustiert¹⁾:
CHF 123.9 Mio.
- ROS adjustiert¹⁾: 7.4%
- Investitionen: CHF 25.1 Mio.
- Mitarbeitende: 5'382
(4'025 Vollzeitstellen)

¹⁾ Siehe Kapitel Alternative performance measures im Geschäftsbericht 2020 (Vollversion) ab Seite 86

Geschäftsbereich Retail



Starkes Wachstum trotz grosser Herausforderungen

Entwicklung Nettoumsatz

Der Geschäftsbereich Retail steigerte 2020 den Nettoumsatz um 2.7% auf CHF 1'556.1 Mio. (ohne Coop Vitality). Die positive Umsatzentwicklung ist primär auf die 2019 erfolgte Akquisition der Bichsel Gruppe und den markanten Ausbau des Apothekennetzes zurückzuführen. Die Expansion (inklusive der Bichsel Gruppe) trug mit +3.2% zur Umsatzentwicklung bei. Auf vergleichbarer Basis (ohne Expansionseffekte) entwickelte sich der Nettoumsatz um -0.5%.

Die Umsatzentwicklung 2020 wurde durch einen Sondereffekt belastet: Im Rahmen einer Prozessoptimierung wurden verschiedene gruppeninterne Warengeschäfte per Anfang 2020 eingestellt. Dies belastete den Umsatz des Geschäftsbereichs Retail im Vergleich zum Vorjahr um 1.7%. Ohne diesen Sondereffekt hätte das organische Wachstum +1.2% betragen. Dieser Sondereffekt hat keinen Einfluss auf den konsolidierten Umsatz der Gruppe.

Die aufgrund von COVID-19 erlittenen Umsatzeinbussen in Apotheken an Hochfrequenzstandorten in Bahnhöfen und Flughäfen haben die Umsatzentwicklung im Geschäftsbereich Retail 2020 mit 1.9% belastet.

Unternehmen und Formate

- Amavita Apotheken, www.amavita.ch
 - Bichsel Gruppe, www.bichsel.ch
 - Careproduct AG, www.careproduct.ch
 - Coop Vitality AG, www.coopvitality.ch¹⁾
 - Curarex Swiss AG, www.curarex.ch
 - Galenicare Management AG, www.galenicare.com
 - Mediservice AG, www.mediservice.ch
 - Sun Store Apotheken, www.sunstore.ch
 - Winconcept AG, www.winconcept.ch
-

¹⁾ Joint Venture mit Coop

Tiefere Umsätze mit OTC-Medikamenten und Schönheitsprodukten konnten mit Zusatzumsätzen in den Kategorien Prävention, Ernährung und Hygieneartikeln kompensiert werden.

Auf der anderen Seite haben die Verdreifachung des Umsatzes der Amavita und Sun Store Online-Shops und ein erfreuliches Wachstum der Spezialapotheke Mediservice von 5.7% den COVID-19 bedingten Umsatzrückgang von 1.7% bis Jahresende praktisch kompensieren können.

Die behördlich verordneten Medikamenten-Preissenkungen haben das Umsatzwachstum 2020 mit 1.6% negativ beeinflusst.

Schliesslich wirkte sich auch die von Galenica bewusst geförderte Generika-Substitution aufgrund der tieferen Medikamentenpreise dämpfend auf den Umsatz aus. Die bereits sehr hohe Generika-Substitutionsrate konnte 2020 von rund 70% auf 72% erhöht werden. Die Apotheken der Galenica Gruppe haben so 2020 einen Beitrag von über CHF 63 Mio. zur Senkung der Gesundheitskosten geleistet.

Zum Vergleich: Der Medikamentenumsatz (verschreibungspflichtige [Rx-] ebenso wie OTC-Produkte) im Schweizer Apothekenmarkt wuchs um 2.4% (IQVIA, Pharmamarkt Schweiz, 2020) und die Umsatzentwicklung der anderen Produkte (nicht Medikamente) betrug im gleichen Zeitraum +2.1% (IQVIA, Personal-, Patient Care und Nutrition 2020).

Dynamischer Ausbau und Weiterentwicklung aller Verkaufskanäle

Mit insgesamt 17 neuen Apotheken hat sich das stationäre Apothekennetz äusserst dynamisch weiterentwickelt. Zu den neu übernommenen Apotheken gehört unter anderem die bekannte Adler Apotheke in Winterthur, welche erfolgreich einen eigenen Online-Shop betreibt und über eine Versandhandelsbewilligung verfügt. Gleichzeitig wurden sieben Standorte im Rahmen von Optimierungsmassnahmen geschlossen. Ende 2020 umfasste das Apothekennetz von Galenica 522 Apotheken, davon 366 eigene (+10) und 156 Partnerapotheken (-1).

Zudem verknüpfte der Geschäftsbereich Retail die Online-Welt noch stärker mit der Offline-Welt, indem etwa das Bestell- und Abhol-Angebot «Click & Collect» mit dem Hauslieferdienst kombiniert wurde. Gleichzeitig wurde im Frühjahr 2020 die neue Versandapotheke von Coop Vitality lanciert, im zweiten Halbjahr folgte Amavita und im Januar 2021 auch Sun Store. Über die Versandapotheke können die Amavita, Sun Store und Coop Vitality Apotheken ihren Kunden rezeptpflichtige Medikamente nach Hause senden.

Apotheke als erste Anlaufstelle für Gesundheitsberatung

Die Apotheken konnten ihre grosse Bedeutung für das Schweizer Gesundheitswesen im Zuge von COVID-19 deutlich unter Beweis stellen und sich während des Lockdowns in der ganzen Schweiz als erste Anlaufstelle für Gesundheitsberatungen beweisen. Seit dem vierten Quartal 2020 konnten erste Apotheken – unter Befolgung von umfangreichen Anforderungen – sowohl die neu zugelassenen Antigen-Schnelltests als auch die PCR-Tests anbieten. Gleichzeitig bereiten sich die Apotheken darauf vor, künftig auch COVID-19-Impfungen anbieten zu können.

Nettoumsatz

1'556.1

in Mio. CHF

Galenica Gruppe
CHF 3'479.8 Mio.

Anzahl Mitarbeitende

5'199

Galenica Gruppe
7'205

Die Apothekenformate haben im Berichtsjahr auch neue Produkte und Dienstleistungen eingeführt. Dazu zählt unter anderem ein in Zusammenarbeit mit der Mobiliar Versicherung entstandenes Angebot. Wer bei der Mobiliar eine Lebensversicherung abschliessen möchte, kann in allen drei Apothekenformaten den erforderlichen Gesundheits-Test absolvieren. Auch die Zusammenarbeit mit der Krankenversicherung Groupe Mutuel mit dem neuen Angebot Prima Pharma startete im Berichtsjahr. Die Kunden der Krankenversicherung Groupe Mutuel erhalten ausserdem bei Interesse die Suncard im ersten Jahr kostenlos und können so in den Sun Store Apotheken von speziellen Angeboten profitieren.

Careproduct meistert Herausforderungen

Careproduct, der 2018 von der Galenica Gruppe übernommene Anbieter für Hilfsmittel wie Rollstühle oder auch Inkontinenzprodukte, hat die Herausforderungen rund um COVID-19 im Berichtsjahr gut meistern können. Während des Lockdowns wurden medizinische Verbrauchsmaterialien und Inkontinenzprodukte öfter bestellt. Gleichzeitig wurde das Sortiment erweitert, etwa mit Bandagen oder ergonomisch geformten Kopfkissen.

Mediservice mit Umsatz- und Kundenwachstum

Die Spezialapotheke Mediservice, auf die Betreuung von Menschen mit chronischen und seltenen Krankheiten spezialisiert, verzeichnete im Zuge von COVID-19 eine stärkere Nachfrage nach ihren Dienstleistungen, wie dem Direktversand von Medikamenten nach Hause oder der Therapiebegleitung zu Hause. Insbesondere Patientengruppen mit erhöhtem Risiko, welche zeitlebens regelmässig Medikamente benötigen oder auf die Betreuung bei der Medikation und während der Therapie im Alltag angewiesen sind, haben diese Dienstleistungen verstärkt nachgefragt. Ebenso Patienten, die von ihren Ärzten wegen COVID-19 weder im Spital noch in der Praxis versorgt werden konnten. Alternativ konnten diese von den spezialisierten Pflegefachkräften von Mediservice auch via Video zu Hause betreut werden, immer in enger Abstimmung mit den jeweiligen Ärzten.

”

2021 WERDEN DIE
ONLINE-WELT UND
DIE OFFLINE-WELT
FÜR DIE KUNDEN
NOCH STÄRKER
VERKNÜPFT.

«Omni Channel»-Strategie durch Versandapotheke weiter umgesetzt

Seit 2020 bieten die Amavita und Coop Vitality Apotheken sowie seit Januar 2021 auch die Sun Store Apotheken ihren Kunden die Dienstleistungen einer Versandapotheke an. Über sie können die Patienten ihre rezeptpflichtigen Medikamente zu Hause erhalten. Damit ist Galenica ein wichtiger Schritt zur Vernetzung der physischen Verkaufspunkte mit den Webshops gelungen.

Die Versandapotheke ist im Galexis Distributionszentrum in Niederbipp angesiedelt. Sie profitiert damit vom direkten Zugang zum Volls Sortiment und den eingespielten, effizienten Prozessen von Galexis. Der Betrieb wurde zunächst mit Patienten aufgenommen, die über ein Dauerrezept verfügen. Inzwischen sind auch Bestellungen mit Einzelrezepten möglich. Dazu bestellen die Kunden via Online-Shop von Amavita, Sun Store oder Coop Vitality und schicken das Original-Rezept an die Versandapotheke ein. Sobald dieses validiert, also von der Apothekerin oder dem Apotheker geprüft ist, wird die Bestellung ausgelöst.

Ausserdem hat Mediservice 2020 die bestehenden Kooperationen mit Ärzten und Spitälern in der Begleitung von Patienten weiter ausgebaut. Dabei geht es in den meisten Fällen um eine integrierte und optimale Versorgung von chronisch Kranken. Mediservice trägt mit solchen Kooperationen neben der Steigerung der Zufriedenheit der Patienten auch zur Effizienzsteigerung und Reduktion der Kosten im Gesundheitswesen bei.

Bichsel Gruppe als systemrelevante Stütze

Vor allem im ersten Halbjahr verzeichnete die Bichsel Gruppe aufgrund von COVID-19 eine markant höhere Nachfrage für Infusions- und Injektionslösungen, für Notfallmedikamente sowie für Desinfektionsmittel. Insbesondere schnellten die Bestellungen von Spitälern in die Höhe, welche die Bichsel Gruppe dank ausgeweiteter Produktionskapazitäten in den hauseigenen Herstellungsbereichen bewältigen konnte. Die Bichsel Gruppe leistete damit einen wichtigen Beitrag zur Versorgungssicherheit in dieser anspruchsvollen Zeit und wurde vom Bundesamt für wirtschaftliche Landesversorgung (BWL) als systemrelevantes Unternehmen klassifiziert.

Auch der Home-Care-Bereich hat die Betreuung der Patienten während der COVID-19-Pandemie lückenlos und ohne Qualitätseinbussen sichergestellt. Im Bereich der klinischen Ernährung konnten zudem wichtige neue Partner gewonnen werden wie etwa Tertianum, die grösste Betreiberin von Wohn- und Pflegeheimen in der Schweiz. Die Bichsel Gruppe bietet für Patienten zu Hause und Heimbewohner unter anderem Trinknahrung, Sonden- und parenterale Ernährung sowie Antibiotika- und Schmerzinfusionen an.



DIE BICHSEL GRUPPE
LEISTETE EINEN
WICHTIGEN BEITRAG
ZUR VERSORGUNGS-
SICHERHEIT WÄHREND
DER COVID-19-PANDEMIE.

Eigene Apotheken und Beteiligungen

	31.12.2020	31.12.2019	Veränderung
Amavita Apotheken ¹⁾	179	171	+8
Sun Store Apotheken ¹⁾	94	94	–
Coop Vitality Apotheken ²⁾ (Joint Venture mit Coop)	87	84	+3
Spezialapotheke Mediservice ¹⁾	1	1	–
Mehrheitsbeteiligungen an anderen Apotheken ¹⁾	5	6	–1
Total eigene Verkaufspunkte	366	356	+10

Unabhängige Partner

	31.12.2020	31.12.2019	Veränderung
Amavita Partner	5	7	–2
Winconcept Partnerapotheken	151	150	+1
Total unabhängige Partner	156	157	–1

¹⁾ Vollkonsolidiert

²⁾ Konsolidiert at equity

Geschäftsbereich Products & Brands



Gewichtige Zukäufe und neue Lizenzen

Entwicklung Nettoumsatz

2020 erwirtschaftete der Geschäftsbereich Products & Brands, der hauptsächlich die Geschäftsaktivitäten von Verfora umfasst, einen Nettoumsatz von CHF 111.7 Mio. Das Umsatzwachstum von 9.4% gegenüber Vorjahr konnte dank neuen Vertriebsvereinbarungen und dem starken Ausbau des Produktportfolios mit einem Expansionseffekt von +17.3% realisiert werden.

Der Umsatz im Kernmarkt Schweiz erhöhte sich dank Expansion um 6.3% auf CHF 87.3 Mio. Aufgrund von COVID-19 bedingten Umsatzverlusten bei Algifor® (Ibuprofen), sowie bei Erkältungs- und reisebezogenen Produkten war der Umsatz auf vergleichbarer Basis (ohne Expansionseffekt) um 7.2% rückläufig. Mehrumsätze mit Hygiene- und Präventionsprodukten konnten diese Einbussen nur zum Teil kompensieren.

Zum Vergleich: Die Entwicklung des Schweizer Consumer-Healthcare-Markts betrug +3.5% (IQVIA, Consumer Health Markt Schweiz 2020).

Die Nachfrage nach Itinerol®, Triofan® oder AntiBrumm®, die oft zu einer Ferienapotheke gehören, ging wegen der geringeren Reisetätigkeit ebenfalls zurück. Zusätzlich beeinträchtigt die negative Berichterstattung zu Ibuprofen im Zusammenhang mit COVID-19 das Wachstum von

Unternehmen

- G-Pharma AG
 - Verfora AG, www.verfora.ch
-

Verforas grösster Marke, Algifor®. Andere Produkte wie beispielsweise die Desinfektionsprodukte von Septo Clean® verzeichneten hingegen wegen COVID-19 zumindest temporär markant höhere Verkäufe.

Die Exportumsätze beliefen sich auf CHF 24.4 Mio., +22.3% über Vorjahr – vor allem aufgrund der Akquisition der Hedoga Gruppe.

Vita-Merfen® wieder erhältlich

Vita-Merfen®, die bekannte Salbe für Desinfektion und Wundheilung, ist seit dem vierten Quartal 2020 wieder in Schweizer Apotheken und Drogerien erhältlich. Das Produkt wurde 2015 wegen Produktionsschwierigkeiten vom damaligen Markeninhaber vom Markt genommen. 2017 wurden sowohl Vita-Merfen® als auch die Marke Merfen® von Verfora übernommen. Während Merfen® zur Desinfektion von Wunden im Fachhandel stets erhältlich war, hat Verfora in den letzten vier Jahren intensiv an der Wiedereinführung von Vita-Merfen® gearbeitet. Im ersten Quartal 2020 erfolgte die Zulassung durch Swissmedic, die Schweizerische Zulassungs- und Aufsichtsbehörde für Arzneimittel.

Stete Weiterentwicklung

Verfora war auch im Berichtsjahr ein starker Partner für den Fachhandel. So wurden neue Produkte lanciert, beispielsweise der AntiBrumm® Naturel Roll-On das erste Multivitamin- und Mineralstoff-Heissgetränk Veractiv® sowie einen Warm-up Gel von Perskindol® und die Innovation Perskindol® Dolo als phytotherapeutische Behandlungsalternative von Arthritis und Arthrose.

Die 2019 lancierte, eigene Dermokosmetik-Linie Dermafora® wurde 2020 durch die Lancierung eines neuen Körperpflegesortiments sowie eines Anti-Ageing-Boosters ebenfalls ausgebaut.

Vertiefte Zusammenarbeit mit Angelini Pharma

Anfang 2020 konnte Verfora den Vertrieb in der Schweiz der wichtigen Marke Bucco Tantum® von Angelini Pharma übernehmen und damit ihre Präsenz im Erkältungsmarkt verstärken. Bereits per 1. Juli 2020 konnte die Zusammenarbeit mit Angelini vertieft werden: Das italienische Pharmaunternehmen beauftragte Verfora mit der Distribution der Marke Thermacare® in der Schweiz. Die Produkte von Thermacare® erzeugen Wärme, welche dem Körper hilft, beschädigtes Gewebe wieder aufzubauen und die Heilung zu beschleunigen.



Nettoumsatz

111.7

in Mio. CHF

Galenica Gruppe
CHF 3'479.8 Mio.

Anzahl Mitarbeitende

183

Galenica Gruppe
7'205

”

VERFORA WAR AUCH
2020 EIN STARKER
PARTNER FÜR
DEN FACHHANDEL.

Neue Kooperation mit dem Institut Allergosan

Anfang 2020 ist es Verfora gelungen, eine Partnerschaft mit dem österreichischen Institut Allergosan einzugehen und so den Vertrieb der Marke Omni Biotic® in der Schweiz zu übernehmen. Damit trat Verfora auch in den wichtigen Markt für Pro- und Präbiotika-Produkte ein. Dieses Marktsegment ist eines der am stärksten wachsenden Segmente im Schweizer Consumer-Healthcare-Markt. Das Institut Allergosan ist seit über 25 Jahren eines der weltweit führenden Kompetenzzentren im Bereich der Mikrobiomforschung und entwickelt darauf aufbauend Pro- und Präbiotika. Die Marke wurde bereits vor ein paar Jahren in der Schweiz eingeführt und kann nun mit Hilfe von Verfora und der engen Zusammenarbeit mit Retail noch schneller entwickelt werden.

Übernahme der Hedoga Gruppe bringt deutliches Wachstum

Am 1. Juli 2020 hat Galenica die Hedoga Gruppe mit ihren bekannten Marken Osa®, Osanit® und Carmol® übernommen. Verfora konnte damit ihre führende Stellung im Schweizer Consumer-Healthcare-Markt ausbauen und ihre Positionierung als starker Partner für Apotheken und Drogerien für rezeptfreie Medikamente und Gesundheitsprodukte stärken. Zudem wurde das Export-Geschäft von Verfora in ausgewählten Märkten, insbesondere in Europa, gestärkt. Osa® und Osanit® beinhalten klassische und homöopathische Heilmittel, welche hauptsächlich zur Behandlung von Zahnungsschmerzen bei Kindern eingesetzt werden. Carmol® ist ein Arzneimittel (Melisengeist) zur Behandlung von Verdauungsbeschwerden und zur Besserung des Befindens bei Unwohlsein. Hedoga ist ein Schweizer Unternehmen mit Tätigkeit in der Schweiz und in Österreich.



