

Herzlich willkommen bei der neuen Galenica!



(v.l.) Jörg Kneubühler, Verwaltungsratspräsident, Jean-Claude Cléménçon, CEO

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

Das Frühjahr 2017 markiert einen Meilenstein in unserer Unternehmensgeschichte: der Börsengang (IPO) von Galenica Santé – die heutige Galenica – an der SIX Swiss Exchange und damit die Aufteilung der damaligen Galenica Gruppe in die zwei eigenständigen Firmen Galenica und Vifor Pharma. Seit dem ersten Handelstag am 7. April 2017 wird Galenica von einem diversifizierten Aktionariat aus privaten und institutionellen Anlegern getragen. Bei der Transaktion konnte das gesamte Aktienkapital am obersten Ende der Preisspanne platziert werden. Daraus resultierte eine Marktkapitalisierung von rund CHF 2 Mrd. Damit ist das IPO von Galenica im ersten Halbjahr 2017 der grösste Börsengang in Europa. Grundlage für diesen grossen Erfolg waren, neben dem überzeugenden Leistungsausweis, eine klar fokussierte Strategie und erfahrene, eingespielte Teams auf allen Stufen. Gemeinsam haben wir das Ziel und die Ambition, schweizweit die erste Wahl für Gesundheit, Schönheit und Wohlbefinden zu werden.

Innovationen für den Gesundheitsmarkt

Wir haben in den letzten Jahren bewiesen, dass wir Galenica trotz anspruchsvollem Umfeld erfolgreich weiterentwickeln. Das erste Halbjahr 2017 macht hier keine Ausnahme (siehe Textkasten Seite 5). Das Vertrauen unserer Kunden verdienen wir mit professioneller Beratung und Dienstleistungen auf qualitativ hohem Niveau, mit Flexibilität, Zuverlässigkeit und ausgeprägter Kundennähe, etwa mit individualisierten Angeboten. Dabei unterstützt uns der politische Wille der Landesregierung, die Rolle der Apotheken als erste Anlaufstelle für Fragen rund um die Gesundheit und die medizinische Grundversorgung zu stärken.

Im Geschäftsbereich Retail haben wir das Apothekennetz gestärkt und die Prozesse für alle Apothekenformate weiter vereinheitlicht und vereinfacht. Gleichzeitig wollen wir dem Markt Innovationen sowie neue Modelle anbieten und die Kundenakzeptanz testen. Dazu gehören Pilotprojekte wie die Walk-in-Klinik Aprioris in der Amavita Apotheke in Adliswil und in der Sun Store Apotheke Métropole in Lausanne oder das MedCenter, welches Anfang 2017 am Standort von MediService in Zuchwil gestartet wurde.

Im 4. Quartal 2017 wird Daniele Madonna, aktuell Leiter Coop Vitality Apotheken, die Leitung des Geschäftsbereichs Retail von Jean-Claude Cléménçon übernehmen, sodass sich dieser voll auf seine Aufgaben als CEO Galenica Gruppe konzentrieren kann.

Im Geschäftsbereich Products & Brands haben wir das Produktsortiment ausgebaut. Zu unserem Portfolio starker Marken wie Algifor®, Anti-Brumm®, Perskindol® und Triofan® gehören seit Mai 2017 auch die neu akquirierten Traditionsmarken Merfen® und Vita-Merfen®. Zudem haben wir Anfang 2017 Lierac und Phyto, die Premium-Marken für Haut- und Haarpflege der französischen Alès Groupe, exklusiv in der Schweiz lanciert.

Im Geschäftsbereich Services hat Galexis mit der Anfang 2017 akquirierten Ärztegrossistin Pharmapool das Angebot für selbstdispensierende Ärzte erweitert.

Ziele 2017 bestätigt

Dank der Akquisition der Ärztegrossistin Pharmapool, der weiteren Stärkung des Apothekennetzes sowie der neu akquirierten Marke Merfen®, den einlizenziierten Marken A-Derma, Phyto, Lierac und den Schüssler Salzen von Adler, liegt das Wachstum der Galenica Gruppe im ersten Halbjahr 2017 deutlich über dem Gesamtmarkt, der sich allerdings unter den Erwartungen entwickelt hat. Aufgrund der bisherigen positiven Geschäftsentwicklung sind wir zuversichtlich, die ambitionierten Ziele 2017 zu erreichen. Dementsprechend unverändert bleibt auch der Ausblick bezüglich der Dividende mit dem Ziel, der Generalversammlung 2018 eine Dividendenausschüttung in der Höhe von CHF 80 Mio. beantragen zu können.

Erweiterung der Retail-Kompetenzen im Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung 2018 Herrn Bertrand Jungo zur Wahl als neues Mitglied in den Verwaltungsrat vorschlagen. Bertrand Jungo war während 26 Jahren in leitenden Funktionen bei der schweizweit vertretenen Warenhausgruppe Manor tätig, davon 11 Jahre als CEO. Er kennt den Schweizer Retail-Markt von der Pike auf und bringt Erfahrung im Multichannel-Retail, den Bereichen Beauty, Personal Care und im internationalen Einkauf (Sourcing) mit. Seine Expertise wird das Retail-Know-how im Verwaltungsrat ideal ergänzen.

Kennzahlen Galenica Gruppe im 1. Halbjahr 2017

Erfreuliche Entwicklung nach dem IPO

Die Galenica Gruppe steigerte den konsolidierten Nettoumsatz im ersten Halbjahr 2017 um 6.8% auf CHF 1'587.5 Mio.

Das Betriebsergebnis (EBIT) stieg um 17.6% auf CHF 71.5 Mio. und entwickelte sich auf vergleichbarer Basis (ohne Einfluss aus IAS 19) um 14.1% auf CHF 76.6 Mio. Im EBIT sind einmalige Effekte von CHF 7.0 Mio. aus den Verkäufen der Rechte der Arztpraxis-Software TriaMed® an Swisscom und einem nicht-betrieblichen Gebäude in Schönbühl (Kanton Bern) enthalten.

Galenica weist einen Gewinn von CHF 57.9 Mio. aus. Auf vergleichbarer Basis (ohne Einfluss aus IAS 19) resultierte ein Reingewinn von CHF 62.1 Mio. Der Gewinn beinhaltet einmalige Effekte in der Höhe von CHF 6.3 Mio.

Die Investitionen erhöhten sich auf CHF 33.5 Mio. (Vorjahr: CHF 17.0 Mio.), insbesondere aufgrund der Akquisition der Marken Merfen® und Vita-Merfen®.

Danke für Ihr Vertrauen

Galenica ist ein dynamisches Unternehmen, das mit Innovation den Schweizer Gesundheitsmarkt der Zukunft mitgestaltet, ein zuverlässiger, attraktiver Partner und Arbeitgeber ist und bei überschaubaren Risiken eine verlässliche und attraktive Rendite anstrebt. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter leben dies jeden Tag. Ihnen gilt unser herzlicher Dank für ihren unermüdlichen Einsatz. Wir freuen uns darauf, Galenica gemeinsam weiterzuentwickeln, und danken all unseren Aktionären für ihr Vertrauen.

Bern, 8. August 2017



Jörg Kneubühler
Verwaltungsratspräsident



Jean-Claude Cléménçon
CEO & Leiter Geschäftsbereich Retail

Segment Health & Beauty

Einzigartige Verkaufsplattform für starke Marken

Nettoumsatz und Betriebsergebnis

Das Segment Health & Beauty steigerte den Nettoumsatz im ersten Semester 2017 um 2.9% auf CHF 730.0 Mio. Das Betriebsergebnis (EBIT) verbesserte sich um 6.5% auf CHF 49.5 Mio. Die Umsatzrentabilität (ROS) erhöhte sich gegenüber der Vorjahresperiode auf 6.8% (Vorjahr: 6.6%). Die Investitionen im Segment Health & Beauty beliefen sich im ersten Halbjahr 2017 auf CHF 22.4 Mio.

Das Segment Health & Beauty beinhaltet die Geschäftsbereiche Retail und Products & Brands. Im Geschäftsbereich Retail betreibt Galenica das grösste Apothekennetz der Schweiz und verfügt damit über ein ausgezeichnetes Vertriebsnetzwerk, das einzigartiges Potenzial für den Verkauf von eigenen, exklusiven und Partnermarken bietet. Über den Geschäftsbereich Products & Brands entwickelt und vermarktet Galenica eigene Marken und Produkte sowie exklusive Marken und Produkte ihrer Geschäftspartner.

Synergiepotenzial weiter ausgebaut

Der Geschäftsbereich Retail hat das Netz der Apotheken gestärkt und erweitert, es nahm um drei Standorte zu. Mit den Haut- und Haarpflegemarken Lierac und Phyto der Alès Groupe sowie den Schüssler Salzen von Adler konnten gleich drei neue Marken von Products & Brands in den Apotheken eingeführt werden. Die Prozesse werden für alle Apothekenformate weiter vereinheitlicht und vereinfacht. Ein Beispiel zur Synergienutzung ist die Zusammenarbeit von Amavita und Sun Store mit der Spezialapotheke MediService, welche im Auftrag der Apothekenformate immer mehr hochpreisige Medikamente ausliefert. Diese Dienstleistung bietet MediService auch im Gesamtmarkt an, und verschiedene unabhängige Apotheker nutzen sie bereits.

Fachhandels-Partner für exklusive und starke Marken

Im Mai 2017 übernahm Products & Brands die zwei bekanntesten Wundbehandlungsmarken Merfen® und Vita-Merfen®. Ebenfalls im Frühjahr 2017 wurde die erfolgreiche A-Derma-Linie um Produkte mit Sonnenschutzpflege erweitert.

730.0

Nettoumsatz
in Mio. CHF

Galenica Gruppe CHF 1'587.5 Mio.

49.5

EBIT
in Mio. CHF

Galenica Gruppe CHF 76.6 Mio.



4'623

Anzahl
Mitarbeitende

Galenica Gruppe 6'294

Geschäftsbereich Retail

Grösstes Apothekennetz mit 500 eigenen und Partnerapotheken

Entwicklung Nettoumsatz

Der Geschäftsbereich Retail steigerte den Nettoumsatz im ersten Halbjahr 2017 im Vergleich zur Vorjahresperiode um 2.5% auf CHF 679.0 Mio. (ohne Coop Vitality). Der Schweizer Apothekenmarkt wuchs um 1.8% (IMS Health 1. Halbjahr 2017, Swissmedic Heilmittel-Listen A, B, C, D). Obwohl das Volumen an hochpreisigen Medikamenten weiter zugenommen hat, weist der Apothekenmarkt im Vergleich zu anderen Segmenten eine abgeflachte Entwicklung aus, beeinflusst durch den anhaltenden Einkaufstourismus im nahen Ausland, die Verlagerung zum Online-Shopping, rückläufige Frequenzen in vielen Einkaufszentren sowie die Grippewelle, welche bereits im Dezember 2016, also früher als in anderen Jahren, startete und 2017 früher endete.

Die Anzahl der eigenen Apotheken konnte um drei Standorte auf insgesamt 332 Apotheken erhöht werden. Zusammen mit den Amavita und Winconcept-Partnerapotheken umfasste das Apothekennetz von Galenica Mitte 2017 knapp 500 Standorte. Die Expansion trug 1.3% zum Umsatzwachstum bei. Auf vergleichbarer Basis entwickelte sich der Umsatz um 1.2%.

Schlanke Strukturen, effiziente Abläufe

Die Prozesse wurden für alle Apothekenformate weiter vereinheitlicht und vereinfacht. Ein Beispiel ist die bei Amavita und Sun Store eingesetzte eigene Apothekensoftware TriaPharm®, welche im ersten Halbjahr 2017 auch bei ersten Coop Vitality Apotheken eingeführt wurde mit dem Ziel, dass TriaPharm® bis Jahresende bei allen Apotheken der Galenica Gruppe genutzt werden kann. Auch die Direktfakturierung an die Krankenkassen wird nach der erfolgreichen Einführung bei Sun Store und Amavita nun auch bei Coop Vitality umgesetzt.

Mit der inzwischen abgeschlossenen Zusammenführung der zentralen Funktionen von GaleniCare Management am Standort Bern wurde die Basis für künftige Effizienzsteigerungen gelegt. Zum Beispiel, indem zukünftig bei allen Kundenkarten die gleichen Technologien eingesetzt oder die Verarbeitung der Kreditorenrechnungen automatisiert werden können. Ein weiteres Beispiel zur Synergienutzung ist die Zusammenarbeit von Amavita und Sun Store mit der Spezialapotheke MediService, welche im Auftrag der Apothekenformate immer mehr hochpreisige Medikamente ausliefert.



Schliesslich hat Coop Vitality mit «Click & Collect» gestartet: Die Kunden können bequem per Maus-klick Produkte bestellen und anschliessend in der Apotheke ihrer Wahl abholen. Damit kann den Kunden das ganze Sortiment, inklusive OTC-Produkte, auch online angeboten werden. Sun Store und Amavita werden «Click & Collect» im zweiten Halbjahr 2017 einführen.

Innovative Pilotprojekte

Im ersten Halbjahr 2017 wurden drei innovative Pilotprojekte lanciert. Zum einen geht Galenica mit der Walk-in-Klinik Aprioris neue Wege in der medizinischen Soforthilfe. Bei Aprioris erbringt eine Pflege-Fachperson in der Apotheke in einem eigens dafür geschaffenen Raum medizinische Soforthilfe unter ärztlicher Verantwortung. Das Konzept ermöglicht einen schnellen Zugang zu einer Erstberatung. Die Amavita Apotheke in Adliswil sowie die Sun Store Apotheke Métropole in Lausanne bieten diesen Service an.

In eine ähnliche Richtung zielt das Pilotprojekt Gesundheitspraxisversicherung Plus (GPV Plus). Gemeinsam mit der Krankenversicherung CSS und dem Ärztenetzwerk mediX bietet Galenica neu im Raum Zürich ein integriertes Versorgungsmodell an. CSS-Versicherte im Alternativen Versicherungsmodell GPV Plus können als erste Anlaufstelle bei Beschwerden den Arzt und neu auch die Apotheke aufsuchen. Vorerst machen rund 20 Amavita und Coop Vitality Apotheken mit. Das «Gesundheitsnetz 2025» der Stadt Zürich hat dieses Modell zum Gewinner seines Projektwettbewerbes 2017 erklärt.

Und schliesslich läuft am Standort von Medi-Service in Zuchwil das Pilotprojekt MedCenter, ein Gerät, über das ein Patient Medikamente beziehen kann. Via Videotelefonie und einem interaktiven Bildschirm nimmt der Kunde Kontakt mit dem Apotheker auf, der die Medikamenten-abgabe betreut und überwacht.

Dienstleistungszentrum MediService

MediService, die dieses Jahr das 20-jährige Bestehen feiert, hat sich als Dienstleistungsplattform für den Versand von Medikamenten etabliert und liefert im Auftrag von Amavita und Sun Store Apotheken immer mehr hochpreisige Medikamente aus. Diese Dienstleistung bietet MediService auch im Gesamtmarkt an, und verschiedene unabhängige Apotheker nutzen sie bereits. Dank der starken Position im Bereich PharmaCare konnte MediService den anhaltenden Trend hin zu komplexeren Therapien und Medikamenten nutzen und in diesem Bereich überproportional wachsen. Zudem wurde im ersten Halbjahr 2017 der gesamte Betrieb ISO 9011:2015 zertifiziert.

Winconcept, das Dienstleistungsangebot für unabhängige Apotheken, führte erste Betriebsprüfungen für das eigens entwickelte Qualitätsmanagementsystem Process One durch. In Zusammenarbeit mit der Krankenkasse CSS wird bei 70%-Zielerreichung der Prüfung ein gemeinsames Qualitäts-Label verliehen. Die Anzahl Winconcept Partnerapotheken hat im ersten Halbjahr 2017 leicht abgenommen, insbesondere da einige Partner eine Nachfolgeregelung gesucht und ihre Apotheke verkauft haben.

Eigene Apotheken und Beteiligungen

	30.6.2017	31.12.2016	Veränderung
Amavita Apotheken ¹⁾	153	150	+3
Sun Store Apotheken ¹⁾	98	99	-1
Coop Vitality Apotheken (Joint Venture mit Coop) ²⁾	70	69	+1
Spezialapotheke MediService ¹⁾	1	1	-
Mehrheitsbeteiligungen an anderen Apotheken ¹⁾	8	8	-
Minderheitsbeteiligungen an anderen Apotheken ²⁾	2	2	-
Total eigene Verkaufspunkte	332	329	+3

1) Vollkonsolidiert

2) Konsolidiert at equity

Unabhängige Partner

	30.6.2017	31.12.2016	Veränderung
Amavita Partnerschaften	8	9	-1
Winconcept Partnerapotheken	153	158	-5
Total unabhängige Partner	161	167	-6

Geschäftsbereich Products & Brands



Innovative Lösungen für Gesundheit und Schönheit

Entwicklung Nettoumsatz

Im ersten Semester 2017 erwirtschaftete der Geschäftsbereich Products & Brands einen Nettoumsatz von CHF 51.1 Mio., ein Anstieg um 6.8% gegenüber der Vorjahresperiode. In einem rückläufigen OTC-Markt (-0.3%, IMS Health 1. Halbjahr 2017) konnte Products & Brands dank der Lancierung neuer Produkte im Bereich Schönheit den Nettoumsatz in der Schweiz um 3.8% auf CHF 38.5 Mio. steigern. Die Exportumsätze stiegen um 16.6% auf CHF 12.7 Mio., wobei insbesondere Anti-Brumm® in Deutschland ein sehr erfreuliches Wachstum aufweist.

Weitere Expansion des starken Gesundheitsportfolios

Trotz einer frühzeitigen Grippesaison hat sich das marktführende systemische Schmerzmittel Algifor® gut entwickelt und auf der letztjährigen erfolgreichen Lancierung von Algifor® Liquid capsules 400 mg Ibuprofen aufgebaut. Triofan® behauptete seine starke Marktposition als Nummer eins unter den abschwellenden Nasenmitteln in der Schweiz. Merfen® und Vita-Merfen® – Schweizer Traditionsmarken im Bereich der Wunddesinfektion und Wundheilung – wurden im Mai 2017 akquiriert. Vifor Consumer Health kann somit seine Präsenz am Schweizer Markt für Wunddesinfektion und Wundheilung aufbauen und hat seine Position als bevorzugter Partner von Apotheken und Drogerien am Schweizer Gesundheitsmarkt weiter ausgebaut. In Anbetracht des hohen Bekanntheitsgrads und der guten Reputation dieser Marken wird eine starke zukünftige Nachfrage erwartet.

International vertriebene Marken mit ermutigenden Ergebnissen

Seit Januar 2017 betreut die neue Geschäftseinheit Global Brands die Marken Perskindol® und Anti-Brumm®. Anti-Brumm® wurde am italienischen Markt wieder eingeführt. Des Weiteren wurden in der Schweiz und in Deutschland drei neue Anti-Brumm® Produkte erfolgreich lanciert, die Insekten- und Sonnenschutz vereinen und die Führungspositionen der Marke stärken. Weitere künftige ausländische Markteintritte mit Perskindol® und Anti-Brumm® sind in Vorbereitung.

Attraktive Dienstleistungen für Partner

Starke Partner-Marken wie Clearblue® und OralB® werden in allen Schweizer Apotheken vermarktet und vertrieben. Sie erzielten gute Ergebnisse, was den Erfolg der partnerschaftlichen Geschäftsbeziehungen unterstreicht. Vifor Consumer Health übernahm den Vertrieb von Excilor®, einer führenden Marke im Bereich der Nagelpilzbehandlung, und lancierte einen neuen 3-in-1-Schutzspray. Ein exklusiver Vertrag mit dem österreichischen Unternehmen Adler und eine enge Zusammenarbeit mit dem Geschäftsbereich Retail trugen zur erfolgreichen Lancierung von Adlers Schüssler Mineralsalzen bei – einer wichtigen neuen Kategorie für Vifor Consumer Health.

Verkaufserfolg mit Schönheitsprodukten

Der exklusive Vertrieb von A-Derma-Produkten des französischen Dermokosmetika-Unternehmens Pierre Fabre verlief weiterhin erfolgreich. Das A-Derma-Sortiment wurde im Frühjahr 2017 zudem um Sonnenschutzprodukte erweitert. Nach dem Erfolg mit A-Derma übernahm Products & Brands auch den schweizweiten Exklusivvertrieb der Hautpflegemarke Lierac und der Haarpflegemarke Phyto der französischen Alès Groupe. Diese Apothekenmarken hatten in der ersten Jahreshälfte 2017 einen guten Start.

Segment Services

Wettbewerbsfähigkeit der Kunden stärken

Das Segment Services beinhaltet die Logistik-Leistungen für den Schweizer Gesundheitsmarkt von Alloga (Pre-Wholesale), Galexis, Unione Farmaceutica Distribuzione und Pharmapool (Wholesale) sowie der in der Medikamentenverblisterung tätigen Medifilm. Ergänzt werden diese Services durch die Dienstleistungen von HCI Solutions, welche Stammdaten für den Schweizer Gesundheitsmarkt anbietet und Managementgesamtlösungen für Apotheken sowie Werkzeuge zur sicheren Verwaltung, Kommunikation und Verteilung sensibler Gesundheitsdaten entwickelt.

Nettoumsatz und Betriebsergebnis

Das Segment Services hat im ersten Semester 2017 einen Nettoumsatz von CHF 1'233.6 Mio. erwirtschaftet. Das Umsatzwachstum von 7.4% ist insbesondere auf die erfolgreiche Integration von Pharmapool zurückzuführen. Dies in einem Gesamtmarkt, dessen Wachstum (+3.9%, IMS Health 1. Halbjahr 2017) vor allem durch die Umsatzentwicklung bei den Spitälern (+7.6%, IMS Health 1. Halbjahr 2017) getrieben wurde und von hochpreisigen Spezialmedikamenten, die nicht über den Grosshandel sondern direkt an die Fachärzte geliefert werden (Ärzte: +5.4%, IMS Health 1. Halbjahr 2017).

Das Betriebsergebnis (EBIT) verbesserte sich um 41.9% auf CHF 28.7 Mio. Im EBIT sind einmalige positive Effekte aus den Verkäufen der Rechte der Ärztepraxis-Software Triamed® an Swisscom und einem nichtbetrieblichen Gebäude in Schönbühl (Kanton Bern) von CHF 7.0 Mio. enthalten. Ohne diese einmaligen Effekte blieb der ROS gegenüber Vorjahr unverändert auf 1.8%.

Die Investitionen summierten sich im ersten Halbjahr 2017 auf CHF 11.1 Mio. Sie wurden insbesondere für die neue ERP-Software eingesetzt, die in den nächsten Jahren schrittweise bei Alloga und Galexis eingeführt wird.



1'233.6

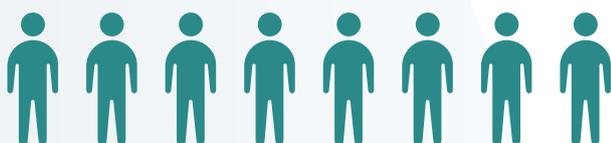
Nettoumsatz
in Mio. CHF

Galenica Gruppe CHF 1'587.5 Mio.

28.7

EBIT
in Mio. CHF

Galenica Gruppe CHF 76.6 Mio.



1'635

Anzahl
Mitarbeitende

Galenica Gruppe 6'294

Geschäftsbereich Services

Investitionen in neue Absatzkanäle und IT

Neue betriebliche Software

Das Prewholesale-Unternehmen Alloga feiert 2017 sein 60-jähriges Bestehen als kompetenter Partner für die Pharma-industrie. Zum Ende des ersten Halbjahres 2017 wurde das Projekt zur Umstellung auf ein neues ERP-System (Enterprise-Resource-Planning) von SAP gestartet. Um die gestiegene Nachfrage bei den Kunden zu erfüllen, werden zudem die hauseigenen Kapazitäten zur gekühlten Lagerung bei 2–8°C erweitert. Ein dritter Kühlraum soll im zweiten Halbjahr 2017 betriebsbereit sein. Schliesslich wird am Standort Burgdorf verstärkt in die technische Infrastruktur investiert. Das Dach wird so saniert, dass darauf ein Solarkraftwerk betrieben werden kann. Zudem wurden ein neuer Transformator sowie eine neue Notstromgruppe installiert, um die Ausfallsicherheit zu gewährleisten.

Durchgehend temperaturgeführte Lieferkette

Derweil bleibt das Marktumfeld einschneidenden Veränderungen unterworfen. Rechtliche Anforderungen wie die «Gute Vertriebspraxis von Humanarzneimitteln» (GDP-Richtlinie) gilt es umfassend und termingerecht zu erfüllen. Seit dem April 2017 bieten Alloga und Galexis ihren Kunden eine durchgehende Lieferkette für temperaturgeführte Transporte an. Die per Chauffeur angelieferten Boxen sind bedeutend leichter als Isolationsboxen und benötigen bei den Kunden auch weniger Stauraum. Zudem wird die Zustellung bis mittags 12 Uhr garantiert. Schliesslich funktioniert die temperaturgeführte Lieferkette auch bei Retouren.

Wie dieses Beispiel zeigt, zeichnet sich Galexis durch innovative Angebote, zunehmende Automatisierung und neue Produkte aus. Dank dieser Stärken konnten im ersten Halbjahr 2017 neue Exklusiv-Vereinbarungen mit den renommierten Anbietern von Schönheitsprodukten wie Clarins und Coty abgeschlossen werden. Mit der Anfang Jahr akquirierten Ärztgrossistin Pharmapool hat Galexis überdies das Angebot für selbstdispensierende Ärzte erweitert.

Grundlage für die Wettbewerbsfähigkeit bildet ein starkes Vertriebsnetz, basierend auf den Standorten in Niederbipp und Lausanne-Ecublens. Auch bleibt ein enger Dialog mit den Kunden die Voraussetzung für den Erfolg. Aus dem Grund führt Galexis Foren mit Apotheken und Drogerien in verschiedenen Regionen der Schweiz durch, um neue Lösungen für den Fachhandel zu diskutieren.

Unione Farmaceutica Distribuzione deckt mit Webshops die Bedürfnisse von Apotheken und anderen Geschäftspartnern aus der ganzen Schweiz ab. So wurde im ersten Halbjahr 2017 bei den Coop Vitality Apotheken «Click & Collect» gestartet, Amavita und Sun Store werden folgen.

Medifilm baut Kapazitäten aus

Pünktlich zum 10-Jahre-Jubiläum hat Medifilm ihren Neubau bezogen. Dieser verdreifacht die Produktionsfläche, überdies konnten mit Grundwasserkühlung und Wärmepumpen auch ökologische Aspekte berücksichtigt werden. Die Nachfrage nach der Verblisterung von Medikamenten und Nahrungsergänzungsmitteln von Apotheken und Heimen ist ungebrochen. Schweizweit bedient Medifilm inzwischen rund 7'500 Patienten und entlastet damit immer mehr Pflegepersonal vom Bereitstellen der Medikamente «von Hand».

Zukunftsweisende eHealth-Angebote

Die Apothekensoftware TriaPharm® von HCI Solutions, die unter anderem die Direktfakturierung an die Krankenkassen ermöglicht, wird seit dem ersten Halbjahr 2017 bei Coop Vitality eingeführt. Der Prozess soll bis Ende 2017 abgeschlossen sein. Nach dem erfolgreichen Pilotprojekt von Documedis im Kantonsspital St. Gallen zur Prüfung von Kontraindikationen bei der Medikamentenabgabe werden Interessenten erste Module angeboten.

