

**Rede anlässlich der
Hauptversammlung am 16. Mai 2013
Markus Pinger
Vorsitzender des Vorstands**

Meine sehr geehrten Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr verehrte Gäste,
meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich wünsche Ihnen einen guten Morgen und heiße Sie, auch im Namen meiner Vorstandskollegen Marion Helmes und Stephan Borchert, zur heutigen Hauptversammlung der Celesio AG herzlich willkommen. Ich hoffe, Sie hatten eine gute Anreise.

Im vergangenen Jahr haben wir Ihnen vor dem Hintergrund einer deutlich negativen Ergebnisentwicklung 2011 die Notwendigkeit erläutert, Celesio strategisch neu auszurichten. Wir haben die Strategie und Maßnahmen vorgestellt, mit denen wir das Unternehmen wieder zu profitablen Wachstum zurückführen werden. Das Jahr 2012 war von der Umsetzung dieser Maßnahmen geprägt.

Wir haben damit einen sehr tiefgreifenden Prozess der Veränderung und Weiterentwicklung von Celesio eingeleitet. Er umfasst neben der Strategie auch Strukturen und Prozesse sowie die

Unternehmenskultur. Ich möchte mich bei Ihnen, unseren Aktionären, für Ihr Vertrauen bedanken, mit dem sie diesen Wandel begleitet haben. Die Fortschritte, die wir bis jetzt erreicht haben, wären ohne Ihren Rückhalt nicht möglich gewesen.

Ich möchte mich ebenso bei unseren Mitarbeitern bedanken. Das vergangene Jahr war mit großen Anstrengungen und Herausforderungen verbunden. Die erzielten Erfolge verdanken wir dem außergewöhnlichen Engagement unserer Mitarbeiter.

Der Geschäftsbericht 2012



Meine Damen und Herren,

die vielleicht kürzeste Formel für das Ziel der Neuausrichtung von Celesio entspricht dem Titel des diesjährigen Geschäftsberichts: „More positive lives“.

Leitbild

Vision und Mission

VISION

... wir wollen unseren Beitrag für eine gesündere Welt leisten ...

MISSION

... wir wollen zu mehr Lebensqualität und Lebensfreude beitragen ...

celesio

Diese drei Worte fassen das gesamte Leitbild des Unternehmens zusammen.

Wir wollen, dass die Menschen ein gesünderes Leben führen. Gesundheit und Wohlbefinden sind die Voraussetzungen für Lebensfreude und Lebensqualität.

Wir sind überzeugt, dass wir als Unternehmen mit unseren Leistungen und Innovationen dazu beitragen können. Auf dieses Ziel richten wir das Unternehmen aus. Wir sind sicher: Je besser uns das gelingt, desto erfolgreicher werden wir sein.

Strategie

Die fünf Eckpunkte der Neuausrichtung

- 1 Fokussierung auf das Kerngeschäft
- 2 Europäisches Apothekennetzwerk
- 3 Regionale Expansion
- 4 Manufacturer Solutions überprüfen
- 5 Operational Excellence Programm

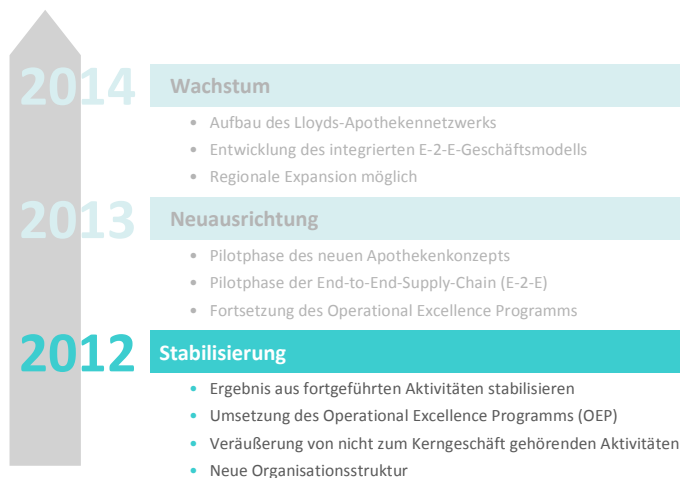
celesio

Diesem Leitbild folgt unsere strategische Neuausrichtung, deren Eckpunkte wir im Oktober 2011 vorgestellt haben. Diese umfassen langfristige Maßnahmen, mit denen wir uns auf das Kerngeschäft fokussieren und dieses strategisch weiterentwickeln wollen. Dazu gehören der Aufbau eines europäischen Apothekennetzwerks unter dem Markennamen Lloyds, die Weiterentwicklung unseres Geschäftsmodells zu einer vollständigen End-to-End-Integration der Einzelhandels- und Großhandelsaktivitäten sowie die regionale Expansion.

Die strategische Neuausrichtung umfasst ebenso kurzfristig angelegte Maßnahmen wie die Überprüfung des Geschäftsbereichs Manufacturer Solutions und das Operational Excellence Programm. Ziel dieser Maßnahmen war die schnelle Stabilisierung der Geschäftsentwicklung und darüber hinaus die nachhaltige Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit als Voraussetzung für zukünftiges Wachstum.

Roadmap

Drei Phasen für profitables Wachstum



celesio

5

Entsprechend haben wir die Prioritäten unseres Handelns in drei Phasen eingeteilt:

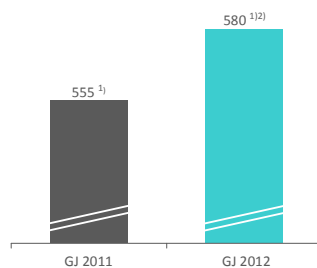
- Für das Jahr 2012 hatten wir uns die Stabilisierung der Geschäftsentwicklung vorgenommen. Nach dem Ergebniseinbruch 2011 war dies das kurzfristig wichtigste Ziel.

Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir das Operational Excellence Programm gestartet und nach eingehender Prüfung den Verkauf von Manufacturer Solutions sowie weiterer Aktivitäten begonnen. Ebenso haben wir eine neue Konzernstruktur eingeführt.

- Für 2013 steht die Pilotierung unserer neuen Apotheken- und Großhandelskonzepte im Vordergrund.
- 2014 sollen dann das Lloyds-Apothekenkonzept und das End-to-End-Geschäftsmodell in den Markt eingeführt werden und zu nachhaltigem Wachstum führen.

Ergebnisstabilisierung Ziel erreicht und übertroffen

Bereinigtes EBITDA (Mio. EUR)



- Bereinigtes Vorjahresergebnis übertroffen
- Konsequente Umsetzung des Operational Excellence Programms
- Negative Effekte aus staatlichen Sparmaßnahmen überkompensiert

1) Bereinigt um Einmalaufwendungen und -erträge aus dem OEP
2) Bereinigt um Sondereffekte aus Neubewertungen nach IFRS 5 sowie Entkonsolidierungseffekten

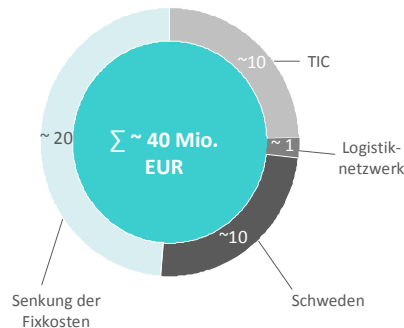
Meine Damen und Herren,

was haben wir erreicht? Nach dem deutlichen Ergebnisrückgang 2011 war unser wichtigstes Ziel für 2012 die Stabilisierung der Geschäftsentwicklung. Dieses Ziel haben wir nicht nur erreicht - wir haben es übertroffen. Und dies, obwohl wir erneute staatliche Sparmaßnahmen zu verkräften hatten. Wir konnten diese ausgleichen und darüber hinaus das operative Ergebnis um rund 5 % auf rund 580 Millionen Euro verbessern.

Operational Excellence Programm

Umsetzung besser als geplant – weitere Einsparungen erwartet

Einsparungen im Geschäftsjahr 2012 (Mio. EUR)



TIC (Top-in-Class-Procurement)

- Bündelung der Einkaufsaktivitäten, insbesondere im Generikageschäft
- Erste Verträge mit Lieferanten ausgehandelt

Logistiknetzwerk

- Optimierung der Transportkosten
- Schließung von zwei Standorten

Schweden

- Optimierung des Apothekenportfolios

Senkung der Fixkosten

- Reduzierung der Verwaltungsausgaben

Diese Ergebnisverbesserung verdanken wir vor allem den Maßnahmen des Operational Excellence Programms. Dadurch haben wir die Wettbewerbsfähigkeit und Ertragskraft des Unternehmens in kurzer Zeit gesteigert. Die wesentlichen Maßnahmenpakete betrafen:

- Die konzernweite Bündelung der Einkaufsaktivitäten unter dem Stichwort „Top in Class Procurement“ (TIC)
- Erste wichtige Schritte bei der Optimierung unseres Logistiknetzwerks, insbesondere die Reduzierung der Transportkosten und die Schließung von jeweils einem Großhandelslager in Großbritannien und in Deutschland.
- Die Reduzierung der Anlaufverluste in Schweden nach unserem Markteintritt in 2010.
- Die konzernweite Senkung von Verwaltungskosten.

Für die Implementierung der Maßnahmen des Operational Excellence Programms sind im Jahr 2011 Einmalaufwendungen von insgesamt rund 80 Millionen Euro und im Jahr 2012 noch einmal von gut 40 Millionen Euro angefallen.

Die erfolgreiche Umsetzung des Operational Excellence Programms hat bereits 2012 zu einem positiven Ergebnisbeitrag von rund 40 Millionen Euro geführt. Dies war entscheidend für das Erreichen unserer Ziele. Wir erwarten weitere positive Effekte aus der Fortsetzung des Operational Excellence Programms im laufenden Jahr und 2014.

Fokussierung

Desinvestitionen erfolgreich abgeschlossen

- **Movianto**
Verkauft an Owens & Minor für 130 Mio. EUR 
- **Pharmexx**
Verkauft an United Drug für 35 Mio. EUR 
- **Einzelhandel und Großhandel in Tschechien**
Verkauft an Penta Investments für 85 Mio. EUR 
- **Versandapotheke DocMorris**
Verkauft an die Zur Rose AG für 25 Mio. EUR 
- **Großhandel in Irland (einschließlich Movianto Ireland)**
Abschluss mit Uniphar im ersten Halbjahr 2013,
Verkaufspreis 50 Mio. EUR 

Wir sind im vergangenen Jahr auch bei unserem Desinvestitionsprogramm sehr gut vorangekommen. Vor dem Hintergrund der Fokussierung auf das Kerngeschäft haben wir uns von Aktivitäten getrennt, die nicht zu unserer strategischen Neuausrichtung passen.

Den Geschäftsbereich Manufacturer Solutions mit den Gesellschaften Movianto und Pharmexx haben wir verkauft. Ebenso haben wir uns von der DocMorris Versandapotheke getrennt und dadurch den „Kanalkonflikt“ mit den deutschen Apothekern gelöst.

Ich erinnere noch einmal daran, dass DocMorris im Jahre 2007 in der Hoffnung auf eine Liberalisierung des deutschen Apothekenmarktes gekauft wurde. In dem seinerzeit hohen Kaufpreis spiegelte sich diese

Hoffnung wider. Diese Hoffnung hat sich jedoch nicht erfüllt. Stattdessen wurde die in den Niederlanden ansässige Versandapotheke DocMorris von den deutschen Apothekern, den Kunden der GEHE, als unfaire Konkurrenz empfunden. DocMorris gewährte Rabatte, die den deutschen Apotheken per Gesetz verboten waren. Die Folge für die GEHE waren Kundenverluste und Gewinneinbußen. Diese konnten nur mühsam wiedererlangt werden. Im Jahr 2012 wurde auch ausländischen Versandapotheken die Gewährung von Rabatten untersagt.

Nicht nur DocMorris, sondern auch Teile des Moviantogeschäfts und Pharmexx wurden seinerzeit zu hohen Kaufpreisen erworben. Die damit verbundenen strategischen Erwartungen, einen eigenen Geschäftsbereich mit nicht-regulierten Aktivitäten aufbauen zu können, haben sich ebenfalls nicht erfüllt. Zudem war die operative Entwicklung aller drei Gesellschaften seit dem Erwerb nicht befriedigend. Deshalb war die Veräußerung dieser drei Geschäfte mit hohen bilanziellen, nicht zahlungswirksamen Wertberichtigungen verbunden.

Darüber hinaus haben wir zwei kleinere Aktivitäten mit für uns wenig aussichtsreichen Marktpositionen in Tschechien und Irland veräußert.

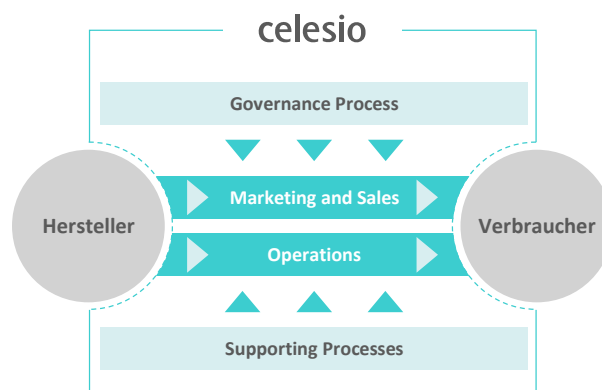
Wir sind froh, dass wir im Interesse der Mitarbeiter dieser Unternehmen in allen Fällen strategische Investoren gefunden haben, die diese Geschäfte weiterentwickeln wollen. Ungeachtet dessen ist der Wechsel zu einem neuen Eigentümer für Mitarbeiter kein leichter

Schritt. Deshalb möchte ich an dieser Stelle den Mitarbeitern dieser Unternehmen ausdrücklich für ihr großes Engagement und ihre starke Moral danken, die sie auch in dieser schwierigen Situation gezeigt haben.

Alle wesentlichen geplanten Desinvestitionen haben wir 2012 erfolgreich und schneller als erwartet abschließen können. In Irland hat gestern das Closing stattgefunden. Insgesamt haben wir für den Verkauf dieser Aktivitäten rund 325 Millionen Euro erzielt. Auf der anderen Seite mussten wir allerdings insgesamt Wertberichtigungen in Höhe von rund 260 Millionen Euro vornehmen. Nach der Veräußerung dieser Aktivitäten können wir uns jetzt voll und ganz auf die Weiterentwicklung unserer Kerngeschäfte konzentrieren.

Neue Konzernstruktur

Unterstützt End-to-End-Integration der Wertschöpfungskette



Im Zuge unserer Neuausrichtung haben wir eine neue, konzernweit einheitliche Unternehmensstruktur eingeführt. Sie stellt die Kernprozesse „Marketing and Sales“ und „Operations“ in den Mittelpunkt. Sie bildet dadurch ein integriertes End-to-End-Geschäftsmodell von den Endkunden bis zu den Herstellern ab und ermöglicht eine schnellere Umsetzung der Unternehmensstrategie und ihrer Wachstumsinitiativen. Die neue Struktur fördert die länderübergreifende Kooperation und den Austausch von Best-Practice-Erfahrung. Dadurch werden wir schlanker, schneller und effizienter.

Meine Damen und Herren,

im vergangenen Jahr haben wir nicht nur an der Stabilisierung der Geschäftsentwicklung gearbeitet. Wir haben auch weitere Weichen für künftiges Wachstum gestellt. Nach der Übernahme der brasilianischen Firma Oncoprod im Oktober 2011 haben wir im April 2012 die Restanteile am brasilianischen Pharmagroßhändler Panpharma übernommen. Damit besitzen wir jetzt 100 % an der Gesellschaft. Wir haben dadurch die Möglichkeit, wichtige Strukturverbesserungen schneller und wirksamer durchzuführen. Wir können unsere Strategie jetzt auch in Brasilien in vollem Umfang umsetzen.

Apothekenkonzept

Vier Pilotapotheken in Großbritannien und Italien

Health and Medical –
Bromsgrove



- Angebunden an größere Hausarztpraxis oder in unmittelbarer Nähe
- Sehr hoher Anteil an verschreibungspflichtigen Arzneimitteln (< 50 qm)

Health and Community –
Mailand und Bologna



- In Wohngebieten mit einem breiten Angebot an Gesundheitsleistungen
- Hoher Anteil an verschreibungspflichtigen Arzneimitteln (50 - 100 qm)

Health and Beauty –
Bicester








- Haupteinkaufsstraße/ Einkaufszentrum mit wettbewerbsstarkem Umfeld
- Mittlerer Anteil an verschreibungspflichtigen Arzneimitteln (> 100 qm)

Eine weitere wichtige Etappe haben wir Ende 2012 mit der Entwicklung unseres neuen Apothekenkonzeptes erreicht. Noch im Dezember 2012 wurden die ersten vier Pilotapotheken in Italien und Großbritannien eröffnet. Diese unterscheiden sich nach Lage und Standort sowie nach Sortimentsangebot und Ladengröße. Über die ersten Ergebnisse der Pilotapotheken und das weitere Vorgehen werde ich Ihnen später ausführlicher berichten.

Stabilisierung

Ziele erreicht und übertroffen

- Ergebnis stabilisiert und gesteigert:
bereinigtes EBITDA um + 4,5 % , unbereinigtes EBITDA + 9,5 % 
- Erfolgreiche Umsetzung des OEP; erste Einsparungen bereits im Jahr 2012 
- Nicht zum Kerngeschäft gehörende Aktivitäten wurden verkauft 
- Übernahme der ausstehenden Anteile an Panpharma 
- Eröffnung der ersten Pilotapotheken im Rahmen des
Lloyds-Apothekennetzwerks 

Meine Damen und Herren,

bevor ich gleich ausführlich auf die Zahlen zur Geschäftsentwicklung eingehe, möchte ich kurz zusammenfassen:

- Wir haben im vergangenen Geschäftsjahr große Fortschritte gemacht – operativ, strategisch und strukturell.
- Wir haben unser operatives Ergebnis nicht nur stabilisiert, sondern gesteigert.
- Wir haben mit dem Operational Excellence Programm und dem Desinvestitionsprogramm zwei Eckpunkte unserer strategischen Neuausrichtung erfolgreich umgesetzt.
- Wir haben eine neue Struktur eingeführt, die uns schlagkräftiger macht.

- Wir haben mit der vollständigen Übernahme von Panpharma unsere regionale Expansion fortgesetzt und unsere Position im Wachstumsmarkt Brasilien weiter gefestigt.
- Wir haben unser neues Apothekenkonzept entwickelt und die ersten vier Pilotapotheken eröffnet.

Die erste Phase der Neuausrichtung ist damit erfolgreich abgeschlossen. Celesio steht wieder auf festem Boden.

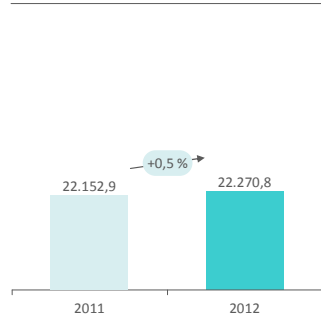
Die erfolgreiche Stabilisierung wird auch anhand der Zahlen zum Geschäftsjahr 2012 deutlich. Zum besseren Verständnis der Zahlen möchte ich eine Vorbemerkung machen. Wir haben im Jahr 2012 in unserer Berichterstattung unterschieden zwischen fortgeführten und nicht fortgeführten Aktivitäten. In den nicht fortgeführten Aktivitäten sind die inzwischen verkauften Geschäftseinheiten DocMorris, Pharmexx und Movianto enthalten.

In den fortgeführten Aktivitäten haben wir unsere Ergebniszahlen um Aufwendungen aus dem Operational Excellence Programm und um notwendige Wertberichtigungen bereinigt. Diese stellen Einmaleffekte dar und spiegeln deshalb nicht die operative Ertragskraft des Unternehmens wider.

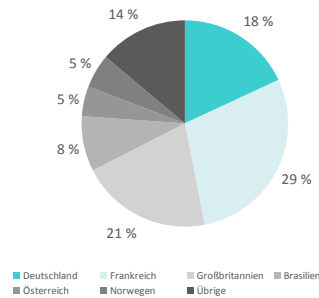
Kennzahlen 2012

Umsatz

Umsatz (Mio. EUR)



Umsatzanteil nach Regionen



Meine Damen und Herren,

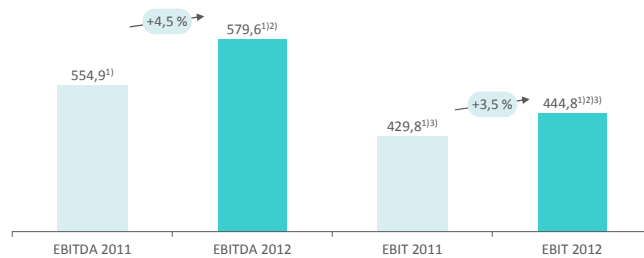
auch 2012 hatten wir es mit einem herausfordernden Umfeld zu tun. Insbesondere haben sich Sparmaßnahmen im öffentlichen Gesundheitssektor und das sogenannte Patent-Kliff ausgewirkt. Patent-Kliff heißt, dass zahlreiche bisher patentgeschützte und besonders umsatzstarke Medikamente nach Auslaufen des Patentschutzes durch preisgünstige Generika ersetzt worden sind.

Dennoch konnten wir unseren Umsatz leicht um 0,5 Prozent auf 22,3 Milliarden Euro steigern. Der Auslandsanteil betrug 82 %.

Kennzahlen 2012

Operatives Ergebnis

EBITDA/EBIT bereinigt (Mio. EUR)



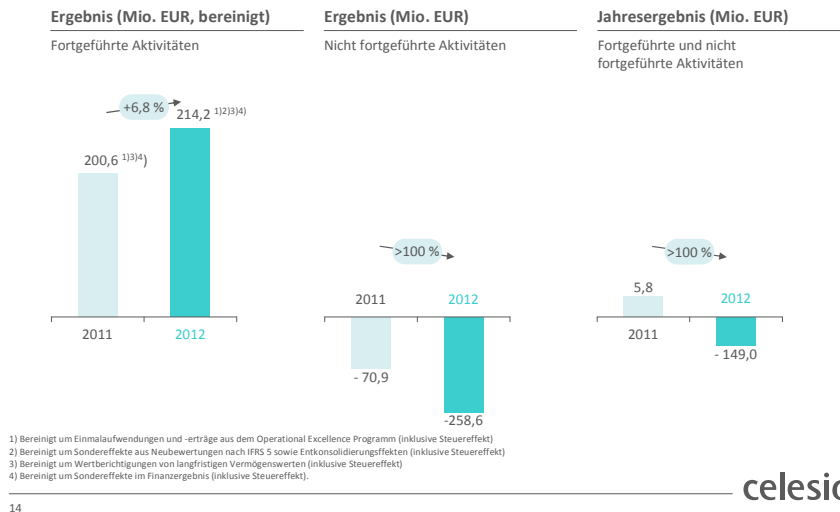
1) Bereinigt um Einmalaufwendungen und -erträge aus dem Operational Excellence Program
 2) Bereinigt um Sondereffekte aus Neubewertungen nach IFRS 5 sowie Entkonsolidierungseffekten
 3) Bereinigt um Wertberichtigungen von langfristigen Vermögenswerten

13

celesio

Das bereinigte EBITDA stieg - wie bereits erwähnt - um 4,5 Prozent auf etwa 580 Millionen Euro, das bereinigte EBIT um 3,5 Prozent auf fast 445 Millionen Euro. Unbereinigt erhöhte sich das EBITDA um 9,5 Prozent und das EBIT um 20,2 Prozent.

Kennzahlen 2012 Auf einen Blick



Das bereinigte Jahresergebnis der fortgeführten Aktivitäten konnten wir um 6,8 Prozent auf rund 214 Millionen Euro steigern. Bei den nicht fortgeführten Aktivitäten belief sich das Ergebnis auf ca. minus 259 Millionen Euro. Ursache sind Buchwertanpassungen und Entkonsolidierungsergebnisse in etwa gleicher Gesamthöhe von rund 260 Millionen Euro. Den Grund für diese Wertberichtigungen hatte ich Ihnen bereits ausführlich erläutert. Ich möchte deshalb an dieser Stelle nur noch einmal deutlich machen: Wir haben beim Verkauf dieser Unternehmen Marktpreise erzielt, die am oberen Ende unserer Erwartungen lagen. Sie entsprachen jedoch bei weitem nicht den ursprünglichen Kaufpreisen. In dieser Differenz drückt sich vor allem die Tatsache aus, dass sich die mit dem Erwerb verbundenen strategischen und operativen Erwartungen nicht erfüllt haben. Deshalb wurden im Verlauf des Verkaufsprozesses Wertberichtigungen notwendig.

Das Jahresergebnis des Konzerns als Summe aus fortgeführten und nicht fortgeführten Aktivitäten belief sich dementsprechend auf minus 149 Millionen Euro.

Meine Damen und Herren,

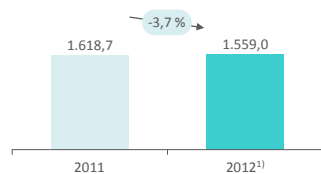
lassen Sie mich jetzt kurz auf die Finanzlage zu sprechen kommen, bevor ich auf die Geschäftsbereiche eingehe.

Auch mit unseren Finanz-Kennzahlen sind wir zufrieden. Der Free-Cash-Flow der fortgeführten Aktivitäten sank zwar im vergangenen Jahr von 291 Millionen auf 37,5 Millionen Euro. Der Rückgang resultiert aber nahezu ausschließlich aus dem Kauf des 49,9-Prozent-Anteils an Panpharma.

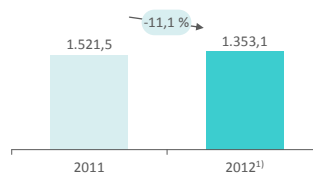
Finanz-Kennzahlen

Beibehaltung solider Finanzrelationen

Nettofinanzverschuldung (Mio. EUR)



Net Working Capital (Mio. EUR)



1) Die Finanz-Kennzahlen der GuV-Rechnung umfassen nur fortgeführte Aktivitäten (ohne Berücksichtigung des Beteiligungsergebnisses) sowie Effekte aus dem geänderten Standard zur Pensionsfinanzierung (IAS 19)

15

celesio

Trotz der Akquisition der ausstehenden Anteile an Panpharma mit einer Kaufpreiszahlung von rund 255 Millionen Euro konnten wir auch im Jahr 2012 die Nettofinanzverschuldung um fast 60 Millionen Euro senken. Dazu beigetragen hat auch die erneute Reduzierung des Net-Working-Capitals, also des Nettoumlaufvermögens.

Unser Ziel, das Verhältnis von Nettofinanzverschuldung zum bereinigten EBITDA unter 3 zu halten, haben wir mit 2,7 im Jahr 2012 deutlich erreicht.

Die Eigenkapitalquote lag bei stabilen 27,7 Prozent.

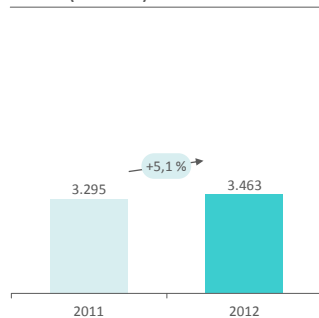
Insgesamt können wir festhalten, dass es uns im vergangenen Jahr gelungen ist, neben der operativen auch die finanzielle Entwicklung

von Celesio zu stabilisieren. Damit haben wir eine solide Grundlage für profitables Wachstum gelegt.

Consumer Solutions

Starke Entwicklung im Apothekengeschäft

Umsatz (Mio. EUR)



Bereinigtes EBITDA/EBIT (Mio. EUR)



1) Bereinigt um Einmalaufwendungen und -erträge aus dem OEP
2) Bereinigt um Sondereffekte aus Neubewertungen nach IFRS 5 sowie Entkonsolidierungseffekten

16

celesio

Im Geschäftsbereich Consumer Solutions, unserem Apothekengeschäft, stieg der Umsatz um 5,1 Prozent auf 3,5 Milliarden Euro. Das ist vorwiegend auf positive Währungskurseffekte sowie die gute Entwicklung in Schweden und Norwegen zurückzuführen.

Das bereinigte EBITDA konnten wir im Geschäftsbereich um knapp 32 Prozent auf 278,5 Millionen Euro steigern, das bereinigte EBIT sogar um fast 39 Prozent auf 215 Millionen Euro.

Zu dieser erfreulichen Entwicklung hat das britische Apothekengeschäft von Lloyds Pharmacy entscheidend beigetragen.

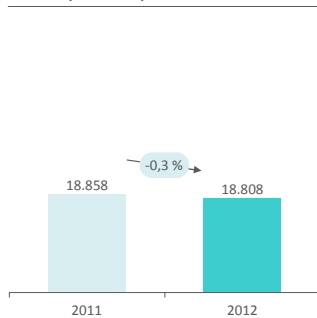
Dabei hat sich insbesondere das Operational Excellence Programm positiv ausgewirkt.

Ebenfalls positiv entwickelt hat sich das Apothekengeschäft in Norwegen, hier vor allem mit freiverkäuflichen Produkten. Auch das noch junge schwedische Apothekengeschäft machte deutliche Fortschritte. Im Rahmen des Operational Excellence Programms konnten wir die Anlaufverluste durch unsere schnell eingeleiteten und konsequent umgesetzten Maßnahmen deutlich reduzieren.

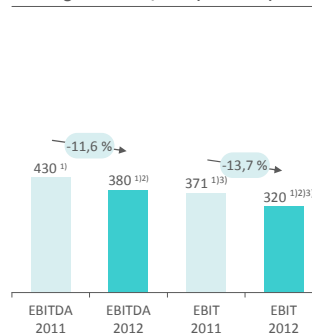
Pharmacy Solutions

Schwache Entwicklung im Großhandel

Umsatz (Mio. EUR)



Bereinigtes EBITDA/EBIT (Mio. EUR)



1) Bereinigt um Einmalaufwendungen und -erträge aus dem Operational Excellence Programm
 2) Bereinigt um Sondereffekte aus Neubewertungen nach IFRS 5 sowie Entkonsolidierungseffekten
 3) Bereinigt um Wertberichtigungen von langfristigen Vermögenswerten

Im Geschäftsbereich Pharmacy Solutions, unserem Großhandelsgeschäft, lag der Umsatz im vergangenen Geschäftsjahr leicht unter dem Vorjahr. Ursachen dafür sind auch hier die Effekte aus dem bereits beschriebenen Patent-Kliff sowie die Auswirkungen

der staatlichen Regulierung in Frankreich, unserem größten Großhandelsmarkt.

Positiv hat sich dagegen unser Großhandelsgeschäft in Norwegen und Österreich sowie in Dänemark entwickelt. Zur Umsatzentwicklung hat ebenfalls positiv die erstmalig ganzjährig einbezogene brasilianische Tochter Oncoprod beigetragen.

Das bereinigte EBITDA im Geschäftsbereich sank deutlich um 11,6 Prozent auf 380 Millionen Euro, das bereinigte EBIT um 13,7 Prozent auf etwa 320 Millionen Euro. Hier wirkte sich insbesondere die Einführung eines neuen Margensystems in Frankreich belastend aus. Dabei handelt es sich um eine staatliche Regulierung der Vergütung für den Großhandel.

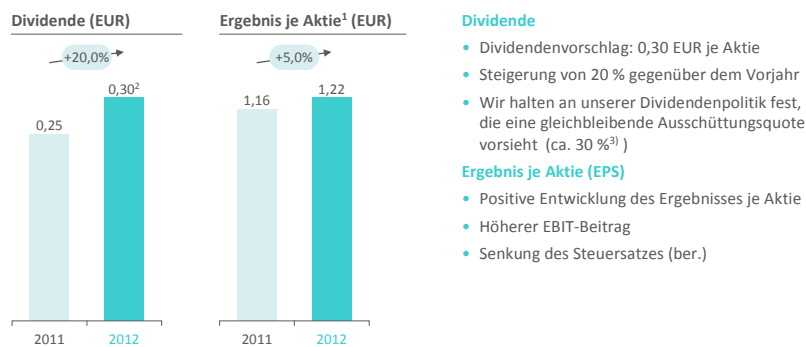
In Brasilien haben wir Panpharma vollständig übernommen und wie geplant mit Maßnahmen für eine Optimierung der Strukturen und Prozesse begonnen. Das wird sich zukünftig positiv auswirken. Die dafür notwendigen Aufwendungen haben das Ergebnis in 2012 jedoch zunächst belastet. Negativ hat sich auch die Änderung der Rahmenbedingungen des Umsatz-Steuersystems ausgewirkt. Zudem hat ein Großkunde nach der vollständigen Übernahme von Panpharma seine Auftragsvolumina reduziert.

Positiv entwickelte sich der Großhandel in Deutschland – dazu haben ein erfolgreiches Kostenmanagement sowie die Rabattkürzungen nach

der Einführung der zweiten Stufe des Gesetzes zur Neuordnung des Arzneimittelmarktes, kurz AMNOG, beigetragen.

Dividende und Ergebnis je Aktie

Weiterhin positive Ergebnisse



Dividende

- Dividendenvorschlag: 0,30 EUR je Aktie
- Steigerung von 20 % gegenüber dem Vorjahr
- Wir halten an unserer Dividendenpolitik fest, die eine gleichbleibende Ausschüttungsquote vorsieht (ca. 30 %³)

Ergebnis je Aktie (EPS)

- Positive Entwicklung des Ergebnisses je Aktie
- Höherer EBIT-Beitrag
- Senkung des Steuersatzes (ber.)

1) Bereinigtes Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten

2) Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat an die Hauptversammlung 2013

3) Als Berechnungsgrundlage diente der Nettogewinn aus fortgeführten Aktivitäten, bereinigt um Einmaleffekte (inklusive Steuereffekt), die in erster Linie im Zusammenhang mit dem GDP standen, sowie um Sondereffekte aus der Neubewertung nach IFRS 5 (inklusive Steuereffekt) und um Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte und sonstige immaterielle Vermögenswerte (inklusive Steuereffekt)

Meine Damen und Herren,

die insgesamt positive Entwicklung des Unternehmens drückt sich auch in einem um 5 Prozent höheren bereinigten Ergebnis pro Aktie aus. Wir möchten unsere Aktionäre daran teilhaben lassen. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen deshalb der Hauptversammlung eine Erhöhung der Dividende um 20 Prozent auf 30 Cent pro Aktie vor.

Im Sinne einer Dividendenkontinuität halten wir an unserer Ausschüttungspolitik fest, rund 30 Prozent des um nicht zahlungswirksame Sondereffekte bereinigten Jahresüberschusses an

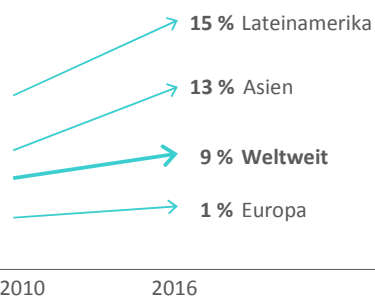
unsere Aktionäre auszuzahlen. Wir tun dies auf Basis einer positiven operativen Entwicklung des Unternehmens und angesichts der Tatsache, dass die mit der Neuausrichtung des Unternehmens verbundenen Einmalaufwendungen und Wertberichtigungen mit dem Jahr 2012 abgeschlossen sind.

Meine Damen und Herren,

soweit zu den Zahlen des vergangenen Geschäftsjahres. Damit möchte ich den Rückblick abschließen und mich der Zukunft zuwenden. Nach Abschluss der Stabilisierungsphase in 2012 wollen wir die Chancen auf unseren Märkten nutzen und nachhaltig profitabel wachsen.

Pharmamärkte

Weltweites Wachstum – jedoch mit unterschiedlicher Geschwindigkeit



Maßgebliche Wachstumstreiber der Gesundheitsmärkte

- Weltweites Bevölkerungswachstum
- Zunehmendes Lebensalter
- Zunahme chronischer Erkrankungen
- Zunahme der Pro-Kopf-Ausgaben für Gesundheit
- Steigende Investitionen in Gesundheitsvorsorge-Systeme in Entwicklungsländern

Die weltweiten Pharma- und Gesundheitsmärkte werden auch in den kommenden Jahren durch einen zunehmenden Bedarf an Produkten und Dienstleistungen für Gesundheit geprägt sein. Dafür sorgen insbesondere eine wachsende und alternde Weltbevölkerung, damit verbunden leider auch eine Zunahme chronischer Erkrankungen sowie erhöhte Investitionen für Gesundheit in den Entwicklungsländern. Diese sind auch die maßgeblichen Treiber des weltweiten Wachstums.

Europäische Pharmamärkte Struktureller Wandel

- Druck auf die Gesundheitsbudgets steigt durch die weltweite Finanzkrise
- Patent-Kliff: Ersatz bisher patentgeschützter Arzneimittel durch Generika
- Trend zur Deregulierung – speziell im Einzelhandel
- Konsolidierung im Einzelhandel wird durch Drogerieketten beschleunigt
- Unabhängige Apotheken leiden verstärkt unter dem zunehmenden Wettbewerb
- Großhandel unter Druck:
 - Teile der Handelsmargen verlagern sich vom Großhandel zum Einzelhandel
 - zunehmendes Direktgeschäft am Großhandel vorbei

Die weit entwickelten europäischen Märkte bleiben dagegen eher geprägt durch einen steigenden Kostendruck auf die Gesundheitssysteme – und damit auch auf die Margen der Marktteilnehmer. Dazu tragen staatliche Regulierungen bei, aber auch das bereits mehrfach erwähnte Patent-Kliff.

Der anhaltende Druck auf die Gesundheitssysteme fördert eine Deregulierung der Märkte. Großbritannien, Norwegen und Schweden wurden bereits vor Jahren dereguliert, erste Liberalisierungsschritte bzw. -überlegungen gibt es inzwischen auch in Italien, Dänemark und Spanien.

Wo Liberalisierung stattfindet, findet auch eine Konsolidierung statt. Das zeigen die jüngsten großen Übernahmen und Zusammenschlüsse speziell im Pharma-Einzelhandel. Diese Entwicklung führt dazu, dass sich Teile der Einkaufsmacht und der Handelsmargen vom Großhandel auf den Pharma-Einzelhandel verlagern.

Strategie

Vorwärtsintegration und Innovation

- Entwicklung von innovativsten Services für Verbraucher sowie Aufbau eines europaweiten Lloyds-Apothekennetzwerkes
- Integration von Groß- und Einzelhandel in einer lückenlosen End-to-End-Wertschöpfungskette
- Aufbau der effizientesten Pharma-Lieferkette, die Verbraucher und Hersteller verbindet

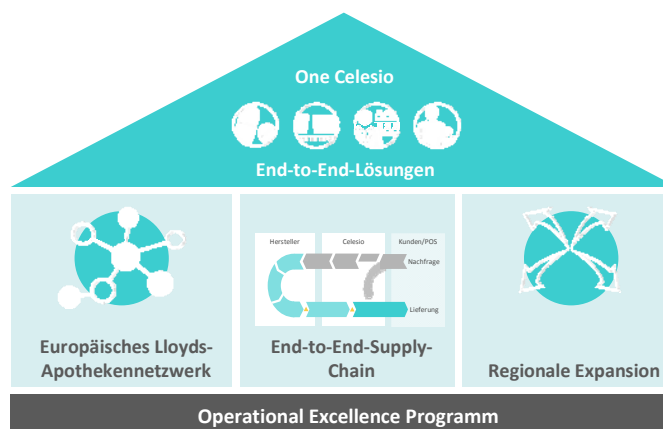
Unsere Antwort auf diese Entwicklung der Märkte heißt Vorwärts-Integration. Angesichts der wachsenden Bedeutung des Pharma-

Einzelhandels wollen wir unser eigenes Apothekengeschäft offensiv ausbauen und europaweit zu einem schlagkräftigen Verbund integrieren.

Ausgehend von einem europaweit vernetzten Lloyds-Apothekengeschäft werden wir die gesamte Wertschöpfungskette - von den Patienten und Verbrauchern bis zu den Herstellern - zu einem durchgängigen und lückenlosen Prozess verbinden. Das bedeutet: Wir werden Apotheken und Großhandel zu einem vollständig integrierten Geschäftsmodell zusammenführen. Dadurch generieren wir erhebliche Effizienz- und Geschwindigkeitsvorteile für unsere Kunden und für uns.

One Celesio

Integriertes Geschäftsmodell verbindet Verbraucher und Hersteller



Dieses integrierte Geschäftsmodell setzen wir mit unseren strategischen Schlüsselprojekten um.

Unser neues Apothekenkonzept unter der Marke „Lloyds“ ist der Dreh- und Angelpunkt unserer Neuausrichtung. Es ist das Herzstück des geplanten Europäischen Apothekennetzwerks.

In enger Verzahnung mit dem Apothekengeschäft werden wir auch den Großhandel unter dem Stichwort End-to-End-Supply Chain weiterentwickeln. Durch die Integration und das intelligente Management aller Logistik-Stufen und -Prozesse vom Hersteller bis zum Patienten lassen sich hohe Effizienzgewinne erzielen.

Dieses integrierte Geschäftsmodell, also die wirkungsvolle Verzahnung von Apothekengeschäft und Großhandel, ist aufgrund seiner Effizienz auch für Schwellen- und Entwicklungsländer interessant, die an einer leistungsfähigen Gesundheitsversorgung interessiert sind.

Bei der Umsetzung unserer Strategie ist das Thema Operational Excellence als Basis für jeden zukünftigen Markterfolg zu verstehen. Wir werden auch in den kommenden Jahren an der Steigerung unserer Effizienz arbeiten.

Meine Damen und Herren,

lassen Sie mich kurz auf diese Themen und Projekte im Einzelnen eingehen.

Neues Apothekenkonzept

Drei Module



23

celesio

Zunächst zu unserem neuen Apothekenkonzept, das wir im Dezember 2012 vorgestellt haben. Es besteht aus drei Modulen:

- Erstens dem Markenkonzept: Wir haben uns entschieden, unser Apothekenkonzept mit einem klaren Leistungsversprechen unter dem Markennamen „Lloyds“ europaweit einzuführen.
- Zweitens dem eigentlichen Apothekenkonzept: Wir haben zahlreiche innovative Dienstleistungen für unsere Patienten und

Kunden entwickelt. Wir setzen zunächst zwei Schwerpunkte bei den Themengebieten „Haut“ und „Schmerz“. Wir schulen das Personal durch unabhängige Organisationen, setzen modernste Technologien ein. Und wir gestalten unsere Apotheken vollkommen neu. Design und Layout fördern die Beratung und den Dialog mit Patienten und Verbrauchern.

- Drittens dem Kooperationskonzept: Wir wollen unsere neuen Servicekonzepte und die Vorteile eines partnerschaftlichen Netzwerks in vollem Umfang unseren Kooperationspartnern anbieten. Wir wollen damit die unabhängigen Apotheken stärken.

Unser Apothekenkonzept ist in der Kombination aller seiner Elemente europaweit einzigartig. Im Unterschied zu anderen konkurrierenden Konzepten setzt es auf die pharmazeutische Kompetenz der Apotheker. Wir sehen hier das entscheidende Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb z.B. mit Drogeriemärkten.

Lloyds-Apothekennetzwerk

Ziele und Vorteile

- Aufbau eines europaweiten Lloyds-Apothekennetzwerks
- Steigerung des Verkaufs nicht-verschreibungspflichtiger Medikamente durch integrierte Angebote
- Wachstum durch innovative Gesundheitsdienstleistungen
- Erzielen von Skaleneffekten im Einkauf

Mit dem neuen Apothekenkonzept wollen wir ein europaweites Lloyds-Apothekennetzwerk aufbauen. Dies soll das innovativste Apothekennetzwerk in Europa werden.

Wir werden unabhängigen Apotheken die Teilnahme und eine faire Partnerschaft anbieten, so dass sie von den Vorteilen dieses Netzwerks profitieren können. Dies trägt zur Zukunftssicherung unabhängiger Apotheken bei.

Signifikantes Wachstum erwarten wir vor allem im Bereich der nicht-verschreibungspflichtigen Medikamente. Hier werden wir auf integrierte Angebote setzen, das heißt auf eine Kombination von Produkt, Service und Beratung. Beispiele sind unsere

Schwerpunktkategorien "Haut" und „Schmerz“ in unseren Pilotapotheken.

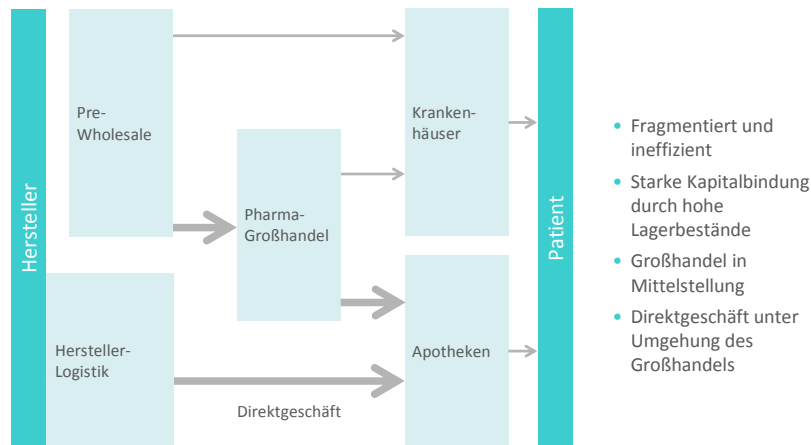
Gleichzeitig wollen wir mit innovativen Gesundheitsdienstleistungen wachsen. Ein Beispiel ist der Patienten-Service „MyMed“, den wir bereits jetzt schon in Irland, Großbritannien und Italien anbieten. Es geht um die individuell richtige und bereits vorgepackte Dosierung der Medikamente und um die rechtzeitige Erinnerung an die Medikamenteneinnahme z.B. über Handy oder Smartphone. Dieser Service unterstützt Patienten bei der Therapietreue. Er vermeidet Fehler bei der Einnahme und trägt so zur Reduzierung der Gesundheitsausgaben bei.

Ein weiterer großer Vorteil unseres europaweiten Apothekennetzwerks sind Skaleneffekte im Einkauf.

Durch die enge Verzahnung mit dem Apothekengeschäft wird auch der Großhandel unmittelbar profitieren. Ein vollständig integriertes Geschäftsmodell vom Patienten bis zum Hersteller erfordert allerdings die Weiterentwicklung auch des Großhandelsgeschäfts.

Pharmahandel heute

Fragmentierte Lieferkette und isolierte Lagerstufen



25

celesio

Ein Blick auf die heutigen Strukturen in Pharmahandel und Pharmalogistik zeigt: Hersteller, Zwischenhändler, Großhandel und Apotheken halten jeweils eigene Lager- und Logistikkapazitäten vor. Dies führt zu großen Ineffizienzen und unnötigen Kosten.

Der Großhandel befindet sich dabei in einer ungünstigen Mittelstellung. Er gerät von zwei Seiten unter Druck. Hersteller suchen oft den direkten Weg zum Einzelhandel unter dem Stichwort: „Direct-to-Pharmacy“. Dadurch geht ein Teil der Produktströme am Großhandel vorbei.

One Celesio

Lückenlose End-to-End-Wertschöpfungskette

- Direktgeschäft wiedergewinnen und vorantreiben
- End-to-End-Lösungen verbinden Pre - Wholesale, Großhandel und Einzelhandel
- Integrierte Lösungen für einen ganzheitlichen Vertrieb und Service entwickeln
- Maßgeschneiderte End-to-End-Lösungen, z. B. für die Distribution von Spezialmedikamenten
- Durch die Integration von Lieferprozessen und Strukturen Synergien freisetzen

Wir wollen den Großhandel aus dieser ungünstigen Mittelposition herausführen und zum Rückgrat eines integrierten Geschäftsmodells machen. Celesio entwickelt sich so zu einem Logistikanbieter, der zum Vorteil aller Marktteilnehmer die bisher isolierten Stufen effizient verbindet und die gesamte Wertschöpfungskette integriert.

Insgesamt wird sich Celesio durch die Gesamtintegration und durch maßgeschneiderte Lösungen zu einem bevorzugten Logistik-Partner für Pharma-Hersteller entwickeln.

Meine Damen und Herren,

soweit zu den strategischen Schlüsselprojekten, mit denen wir unser Apothekengeschäft und unseren Großhandel weiterentwickeln und zu einem integrierten Geschäftsmodell verzahnen wollen. Wir sind überzeugt, dass wir dadurch unsere Marktanteile langfristig steigern und als Unternehmen nachhaltig wachsen können.

One Celesio

Regionale Expansion

- Wachstum in Schwellenländern nutzen
- Brasiliengeschäft effizient integrieren
- Integriertes Geschäftsmodell einführen

Wachsen wollen wir auch durch regionale Expansion in den Schwellen- und Entwicklungsländern. Diese investieren zunehmend in den Aufbau einer leistungsfähigen Gesundheitsversorgung. Wir wollen hier mit unseren innovativen Konzepten zum bevorzugten Partner werden.

Zunächst werden wir aber unser Brasiliengeschäft besser in den Gesamtkonzern einbinden, Strukturen und Prozesse optimieren und in moderne Logistik investieren.

Lassen Sie mich an dieser Stelle noch eine Bemerkung machen. Ich erwähnte bereits die großen Übernahmen und Zusammenschlüsse, die in unserem Markt in den letzten Wochen und Monaten für Schlagzeilen gesorgt haben. Diese zielen nicht zuletzt auch auf eine Vergrößerung der Einkaufsmacht durch Bündelung der Aktivitäten.

Bündelung der Einkaufsaktivitäten

Wichtiger Treiber für profitables Wachstum



Wir haben mit der Bündelung der Einkaufsaktivitäten innerhalb der Celesio-Gruppe bereits begonnen. Der langfristige Aufbau einer internationalen Einkaufsplattform ist Teil unserer Weiterentwicklung

hin zu einem vollständig integrierten Geschäftsmodell, das Patienten und Hersteller miteinander verbindet.

Mit der Einführung innovativer Apothekenkonzepte und dem Aufbau eines europaweiten Apothekennetzwerks werden wir nicht nur attraktiv für Patienten und Verbraucher. Wir werden auch zu einem attraktiven Partner für Pharmahersteller. Wir bieten ihnen einen besseren Zugang zu den Endkunden und eine effiziente Distribution. Das schlägt sich im internationalen Einkauf nieder.

Schon im vergangenen Jahr haben wir die ersten signifikanten Einsparungen durch Bündelung des Einkaufs von Generikaprodukten erzielen können. Wir dehnen diese Bündelung auf weitere Produkte und Produktgruppen aus. Ich bin zuversichtlich, dass wir am Ende erhebliche Einsparungen erzielen können. Die Bündelung der Einkaufsaktivitäten ist Teil des integrierten Geschäftsmodells und wird dadurch zu unserem profitablen Wachstum beitragen.

Meine Damen und Herren,

soweit zu unserer Wachstumsstrategie. Lassen Sie mich jetzt noch einmal kurz auf unseren strategischen Fahrplan und das Jahr 2013 blicken.

Unsere Roadmap

Dreistufiger Ansatz für ein profitables Wachstum



29

Im laufenden Geschäftsjahr wollen wir unter der Überschrift „Neuausrichtung“ vor allem die Pilotierung unserer neuen Konzepte durchführen. Wir wollen diese zur Marktreife entwickeln und ab 2014 mit der breiten Markt-Einführung beginnen.

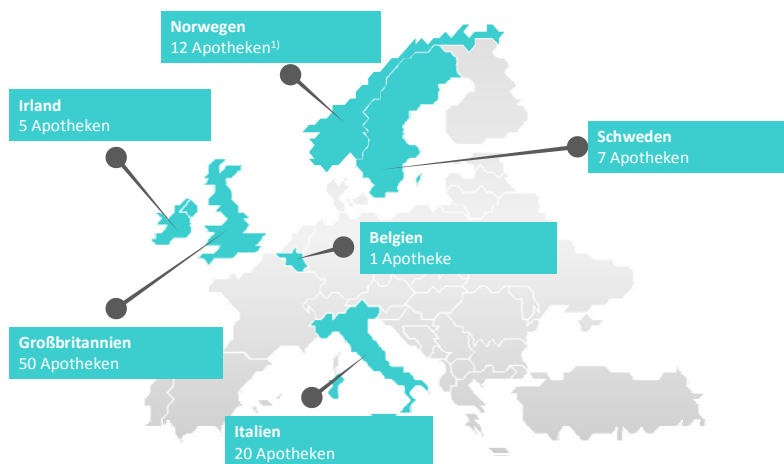
Die ersten Reaktionen auf unser neues Apothekenkonzept zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Wir haben viele Kundeninterviews durchgeführt und unsere Pilotapotheken auch namhaften Pharmaherstellern vorgestellt. Das Feedback war von beiden Seiten ausgesprochen positiv.

Das drückt sich auch in Zahlen aus. Erste und natürlich vorläufige Ergebnisse aus den Pilotapotheken bestätigen, dass sich durch die

neuen Kategoriekonzepte und innovativen Serviceangebote Umsatz und Marge der Apotheken erheblich steigern lassen.

Beschleunigte Pilotierung

Bis zu 95 weitere Pilotapotheken im Jahr 2013



1) Unter der Marke Vitus

30

celesio

Aufgrund dieser positiven Ergebnisse werden wir eine "beschleunigte Pilotierung" im Jahr 2013 vornehmen. In Großbritannien und Italien werden wir weitere Pilotapotheken eröffnen. Wir werden das Konzept in diesem Jahr in Schweden, Norwegen, Belgien und Irland einführen. Insgesamt wollen wir 2013 die Pilotierung des neuen Konzepts auf bis zu 95 Apotheken in 6 Ländern ausdehnen, bevor wir dann mit der breiten Markteinführung 2014 beginnen.

Meine Damen und Herren,

der Start in das neue Jahr war strategisch ermutigend - operativ war er jedoch leider schwierig. Da wir vor zwei Tagen ausführlich über die Entwicklung in den ersten drei Monaten 2013 berichtet haben, möchte ich mich sehr kurz fassen und nur auf die wesentlichen Eckpunkte beschränken.

Das erste Quartal des Jahres 2013 lag erwartungsgemäß unter dem Vorjahr. Ursachen dafür sind vor allem die seit Monaten anhaltende Rabattschlacht in Deutschland sowie Auswirkungen staatlicher Maßnahmen in Frankreich. Dort wurde im vergangenen Jahr von der Regierung ein neues Margensystem eingeführt, das wir im Vergleichszeitraum des Vorjahres durch vorausschauenden Medikamenteneinkauf noch kompensieren konnten. Jetzt schlägt sich dieser Effekt allerdings voll im Ergebnis nieder. Zudem belastet die Integration von Panpharma in Brasilien das Ergebnis.

Ausblick 2013

Geschäftsentwicklung

Risiken / Belastungen

- Preiswettbewerb, insbesondere in Deutschland
- Staatliche Kürzungen in verschiedenen europäischen Ländern
- Integration des Brasiliengeschäfts nach dem Zusammenschluss

Chancen / Stärken

- Starke Marktpositionen in unseren europäischen Kernländern
- Apothekennetzwerk fördert die positive Entwicklung im Retailgeschäft
- Das Operational Excellence Programm wird zu weiteren Kostensenkungen führen, Bsp. Top-in-Class-Procurement (TIC)
- Weitere Kostensenkungen durch integrierte Strukturen bei Celesio

Die schwächere Entwicklung im ersten Quartal 2013 kam für uns nicht unerwartet. Wir haben sie so in unserer Planung für das laufende Geschäftsjahr berücksichtigt und gehen von einem starken zweiten Halbjahr aus. Dann werden sich unsere eingeleiteten Effizienz-Maßnahmen in Deutschland und Brasilien spürbar positiv auswirken.

Insgesamt rechnen wir im laufenden Geschäftsjahr mit einem unverändert schwierigen Umfeld. In Deutschland gehen wir nicht davon aus, dass die derzeitige Rabattschlacht über das ganze Jahr anhalten wird. In Brasilien werden wir in eine Optimierung und Modernisierung des Panpharma-Geschäfts investieren.

Diesen Belastungen stehen positive Effekte gegenüber. Wir verfügen über starke Marktpositionen in unseren europäischen Kernländern.

Unser neues Apothekenkonzept wird unsere bisher positive Entwicklung im Apothekengeschäft fördern. Das Operational Excellence Programm wird zu weiteren Kostensenkungen führen, vor allem durch die Bündelung der Einkaufsaktivitäten. Die fortschreitende Integration unserer Prozesse und Strukturen wird weitere Effizienzgewinne ermöglichen.

Ausblick 2013

Ertragsprognose¹⁾

Bereinigtes EBIT

445 Mio. EUR – 475 Mio. EUR

Bereinigtes EBITDA

580 Mio. EUR – 610 Mio. EUR

1) Die prognostizierte Ergebnisentwicklung basiert auf der Annahme, dass Wechselkurse, Zinssätze und Konsolidierungskreis stabil bleiben

Vor diesem Hintergrund sehen wir unsere Ergebnisentwicklung 2013 aus heutiger Sicht mindestens stabil bis positiv. Trotz eines schwierigen Umfelds gehen wir heute davon aus, ein bereinigtes EBIT zwischen 445 Millionen Euro und 475 Millionen Euro und ein bereinigtes EBITDA zwischen 580 Millionen Euro und 610 Millionen Euro zu erreichen. Wir bestätigen damit unseren Ausblick, den wir zur Bilanz-Presskonferenz im März gegeben haben.

Meine Damen und Herren,

soweit zur Entwicklung im vergangenen Geschäftsjahr, zu unserer Strategie und zum Ausblick für 2013. Lassen Sie mich jetzt kurz zur Tagesordnung für die heutige Hauptversammlung kommen.

Neben den üblichen Regularien legen wir Beschlussvorschläge zur Billigung der Vergütung der Vorstandsmitglieder und zur Anpassung der Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder vor. Ferner ist der Aufsichtsrat neu zu wählen.

Unter Tagesordnungspunkt 9 bitten wir Sie erneut um die Ermächtigung, Options- und Wandelanleihen mit der Möglichkeit des Bezugsrechtsausschlusses auszugeben und so weiteres bedingtes Kapital zu schaffen. Diese neue Ermächtigung ist bis zum 15. Mai 2018 befristet. Die bisherige Ermächtigung soll, soweit sie noch nicht ausgenutzt ist, aufgehoben werden. Über den Beschlussvorschlag haben wir in der Einladung zur heutigen Hauptversammlung ausführlich berichtet. Auf diesen Bericht des Vorstands nehme ich ausdrücklich Bezug.

Fazit

- Ziele für 2012 wurden erreicht und übertroffen
- Ergebnisse des Operational Excellence Programm besser als geplant
- Nicht zum Kerngeschäft gehörende Aktivitäten erfolgreich verkauft
- Neues Lloyds-Apothekenkonzept erfolgreich pilotiert
- Umsetzung der Strategie schreitet voran

Meine Damen und Herren,

zum Schluss meiner Ausführungen möchte ich festhalten:
Was wir uns Ende 2011 für 2012 vorgenommen und versprochen haben, haben wir erreicht und geliefert. Damit haben wir die wichtige erste Etappe unserer strategischen Neuausrichtung erfolgreich abgeschlossen.

Wer in den vergangenen Wochen einen Blick in die Zeitungen geworfen hat, wird feststellen: Das Jahr 2013 wird für viele Unternehmen und Branchen ein schwieriges Jahr. Für Celesio ist 2013 ein Jahr des Übergangs. Wir werden 2013 auf den erreichten Erfolgen aufbauen und unser Kerngeschäft mit innovativen Konzepten zu einem integrierten End-to-End-Geschäftsmodell weiterentwickeln.

Diese Konzepte und dieses Geschäftsmodell werden wir 2014 in den Markt einführen. Wir sehen großes Potential für Celesio und wir sind zuversichtlich, dass wir dieses Potential in den kommenden Jahren realisieren werden.

Ich bitte Sie dafür auch weiterhin um Ihr Vertrauen und bedanke mich noch einmal für Ihre Unterstützung im vergangenen Jahr, das für das Unternehmen und seine Mitarbeiter sehr herausfordernd war.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit.