

**Zwischenbericht** 1.– 3. Quartal 2004



**celesio**  
the healthcare group

## Highlights 2004

- Commitment-Modell mit mehr als 2.400 teilnehmenden Apotheken und 26 Industriepartner erfolgreich von GEHE Pharma Handel im deutschen Markt etabliert.
- Neue Großhandelsniederlassungen in Atton und Witry-lès-Reims/Frankreich sowie in Torres Novas/Portugal.
- Belgisches Apothekengeschäft in *Lloydspharma* umbenannt.
- NMD Grossisthandel gewinnt Ausschreibung für die Belieferung nahezu aller norwegischen Krankenhäuser bis Ende 2007.
- Modernisierte Großhandelsniederlassung in Linz/Österreich.
- CAHILL MAY ROBERTS gewinnt Ausschreibung und beliefert alle irischen Ärzte mit Impfstoffen.
- Niederländische Apotheken treten unter der Dachmarke *Lloyds Apotheken* auf.



## Celesio in Stichworten

### Tradition

Gründer	Franz Ludwig Gehe
Gegründet	1835 in Dresden
Kerngeschäft	Pharmadistribution
Sitz	seit 1981 Stuttgart

### Kennzahlen 1. – 3. Quartal 2004

Umsatz	14,2 Mrd €
Umsatzwachstum	3,4 %* (3,8 % in €)
EBITDA**	465,7 Mio €
EBITDA-Wachstum	17,4 %* (18,6 % in €)
Ergebnis vor Steuern	329,4 Mio €
Wachstum Ergebnis vor Steuern	26,1 %* (27,4 % in €)
Jahresüberschuss	226,6 Mio €
Wachstum Jahresüberschuss	28,3 %* (29,7 % in €)
Jahresüberschuss je Aktie	2,66 €
Mitarbeiter***	24.404
Großhandelsniederlassungen	123
Apotheken	1.863

\* In lokaler Währung.

\*\* Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen.

\*\*\* Auf Vollzeitkräfte umgerechnet.



Celesio Konzern

Im November 2004

Sehr geehrte Aktionärin, sehr geehrter Aktionär,

**in den ersten drei Quartalen des Jahres 2004 wuchs Celesio erneut bei Umsatz und Ergebnis. Dies zeigt, dass der Gesundheitsmarkt ein dauerhaft attraktiver Markt ist. Celesio steigerte den Umsatz in lokaler Währung verglichen mit dem Vorjahr um 3,4 %. Das Ergebnis vor Steuern in lokaler Währung stieg mit 26,1 % deutlich. Der Vorstand erwartet für 2004 eine Steigerung des Ergebnisses vor Steuern in lokaler Währung von mehr als 20 %.**

#### **Der Pharmamarkt ist einer der Zukunftsmärkte**

Demografische Entwicklung und medizinischer Fortschritt treiben das Wachstum des Pharmamarktes.

Mit dem Pharmamarkt ist Celesio in einem der Zukunftsmärkte tätig. Die demografische Entwicklung ist einer der wichtigsten Wachstumstreiber. Die Menschen investieren immer mehr in ihre Gesundheit und erreichen ein immer höheres Alter. Bevölkerungswissenschaftler rechnen damit, dass die Gruppe älterer Menschen immer größer wird. Daran hat der medizinische Fortschritt selbst einen entscheidenden Anteil. Medizinische Innovationen verstärken das demografisch bedingte Wachstum, denn sie ermöglichen den Menschen, gesünder und länger zu leben.

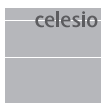
## Celesio auf Wachstumskurs

Celesio deckt die ganze Bandbreite des Pharmamarktes ab und partizipiert somit vom Wachstum des Gesamtmarktes. Der Erfolg von Celesio ist nicht von der Entwicklung eines einzelnen Arzneimittels abhängig. Das Wachstum der Märkte, in denen Celesio vertreten ist, setzte sich in den ersten neun Monaten des Jahrs 2004 fort.

Der Umsatz stieg in den ersten neuen Monaten des Jahrs 2004 gegenüber dem Vorjahr in lokaler Währung um 3,4 % (3,8 % in €) und erreichte 14.162,1 Mio €. Dabei wuchs Celesio im Großhandel um währungsbereinigt 2,7 % (3,0 % in €) und damit unter Berücksichtigung von Sondereffekten im Rahmen des vergleichbaren Marktes, und im Einzelhandel um währungsbereinigt 7,5 % (8,5 % in €) deutlich über dem Markt. Das Konzern-EBITDA stieg um 17,4 % in lokaler Währung (18,6 % in €) auf 465,7 Mio €. Gemessen daran erhöhte sich die Umsatzrendite um 41 Basispunkte auf 3,29 %.

Das Ergebnis vor Steuern in lokaler Währung stieg um 26,1 % (27,4 % in €) und lag zum 30. September bei 329,4 Mio €. Im Einzelhandel lag das Ergebniswachstum in lokaler Währung mit 55,3 % (59,0 % in €) deutlich darüber. Celesio verbesserte in beiden Geschäftsbereichen die Ertragslage merklich: höhere Rohertragsquoten und eine verbesserte Kostenbasis waren dafür maßgeblich. Die Umsatzrendite gemessen am Ergebnis vor Steuern wuchs von 1,90 % auf 2,33 %. Je Aktie betrug das Ergebnis vor Steuern 3,87 €, gegenüber 3,04 € im Vorjahr.

Celesio verbesserte in beiden Geschäftsbereichen die Ertragslage.



Celesio Konzern

### Solide Bilanzstruktur – Eigenkapitalquote bei 30,6 %

Die Bilanzstruktur zum 30. September 2004 ist solide.

Mit einer Eigenkapitalquote von 30,6 % zum 30. September 2004 gegenüber 29,3 % zum 31. Dezember 2003 ist die Bilanzstruktur von Celesio solide. Der Verschuldungsgrad (Gearing) verbesserte sich im gleichen Zeitraum von 0,79 auf 0,75. Hierzu hat die positive Entwicklung des Cashflows und der Rückgang des Umlaufvermögens beigetragen. Die Bilanzsumme verringerte sich auf 5.318,0 Mio €. Hingegen wirkten sich Wechselkursveränderungen, insbesondere wegen des zum Stichtag gestiegenen Kurses des Britischen Pfund Sterlings (GBP), mit 62,5 Mio € erhöhend auf die Bilanzsumme aus.

Das Anlagevermögen ging in den ersten neun Monaten des Jahrs 2004 um 69,8 Mio € zurück. Der gestiegene Stichtagskurs des GBP wirkte sich erhöhend auf das Anlagevermögen aus. Die Abschreibungen und Firmenwertverrechnungen lagen bei 207,1 Mio €. Dem standen Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände von insgesamt 134,4 Mio € gegenüber. Der Anstieg bei den Finanzanlagen ging im Wesentlichen auf ein Darlehen an eine Leasinggesellschaft zurück. Bis zum Ende des 3. Quartals 2004 investierte Celesio 81,6 Mio € in das laufende Geschäft und 52,8 Mio € in Akquisitionen. Celesio finanzierte die Investitionen vollständig aus dem Cashflow.

### Umsatz-, EBITDA- und Ergebnisentwicklung 1. – 3. Quartal

	2003 Umsatz	<b>2004 Umsatz</b>	Veränderung in lokaler Währung	Veränderung in €	2003 EBITDA	<b>2004 EBITDA</b>	Veränderung in lokaler Währung	Veränderung in €
	Mio €	<b>Mio €</b>	%	%	Mio €	<b>Mio €</b>	%	%
Großhandel	11.709,0	<b>12.061,6</b>	2,7	3,0	266,3	<b>300,0</b>	12,0	12,6
Einzelhandel	1.935,1	<b>2.100,5</b>	7,5	8,5	157,9	<b>194,4</b>	21,4	23,2
<b>Gesamt Pharmadistribution</b>	13.644,1	<b>14.162,1</b>	3,4	3,8	424,2	<b>494,4</b>	15,5	16,6
Sonstiges	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	- 31,4	<b>- 28,7</b>	8,4	8,4
<b>Celesio-Konzern</b>	13.644,1	<b>14.162,1</b>	3,4	3,8	392,8	<b>465,7</b>	17,4	18,6

Das Umlaufvermögen zum 30. September 2004 lag mit 3.092,8 Mio € unter dem Wert zum 31. Dezember 2003. Der Vorratsbestand, der im 4. Quartal 2003 in einigen Ländern gezielt aufgebaut worden war, reduzierte sich um 115,4 Mio € und lag auf einem saisonüblichen Niveau. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gingen insgesamt zurück, obwohl in Österreich ein Forderungsverkaufsprogramm auslief. Der Effekt aus dem gestiegenen Stichtagskurs des GBP wirkte sich mit 32,9 Mio € erhöhend auf das Umlaufvermögen aus. Das Nettoumlaufvermögen erhöhte sich zum 30. September 2004 um 49,9 Mio €. Bereinigt um den Rückgang der sonstigen Verbindlichkeiten, der im Zusammenhang mit einem Forderungsverkaufsprogramm in Großbritannien steht, verringerte sich das Nettoumlaufvermögen um 27,2 Mio €.

Das Eigenkapital stieg zum 30. September 2004 um 19,9 Mio € und lag bei 1.628,9 Mio €, nach 1.609,0 Mio € zum 31. Dezember 2003. Dem Jahresüberschuss von 226,6 Mio € standen Firmenwertverrechnungen von 135,7 Mio € gegenüber. Wechselkurseffekte aus der Währungsumrechnung, insbesondere von GBP in €, in Höhe von 5,7 Mio € wirkten sich positiv auf das Eigenkapital aus. Ferner wirkte sich die Dividendenzahlung von 76,5 Mio € im Eigenkapital aus. Ohne die Verrechnung von Firmenwerten und ohne die Effekte aus der Währungsumrechnung wäre das Eigenkapital um 149,9 Mio €, die Eigenkapitalquote auf 32,3 % gestiegen.

2003 Ergebnis vor Steuern und Geschäftswert- abschreibung Mio €	<b>2004 Ergebnis vor Steuern und Geschäftswert- abschreibung Mio €</b>	Veränderung in lokaler Währung %	Veränderung in € %	2003 Ergebnis vor Steuern Mio €	<b>2004 Ergebnis vor Steuern Mio €</b>	Veränderung in lokaler Währung %	Veränderung in € %
205,3	<b>241,0</b>	16,9	17,4	202,7	<b>240,8</b>	18,2	18,8
70,1	<b>104,6</b>	46,3	49,2	58,0	<b>92,2</b>	55,3	59,0
275,4	<b>345,6</b>	24,4	25,5	260,7	<b>333,0</b>	26,5	27,7
- 2,1	<b>- 3,5</b>	- 68,4	- 68,4	- 2,1	<b>- 3,6</b>	- 69,3	- 69,3
273,3	<b>342,1</b>	24,0	25,2	258,6	<b>329,4</b>	26,1	27,4



**Celesio** Konzern

Die Pensionsrückstellungen und die übrigen Rückstellungen veränderten sich zum 30. September 2004 gegenüber dem 31. Dezember 2003 kaum. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen einschließlich der Wechselverbindlichkeiten lagen zum Ende des 3. Quartals unter dem Wert zum Jahresanfang.

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten verringerten sich zum 30. September 2004 auf Grund des positiven Free Cashflow sowie der Ausgabe weiterer Schuldscheindarlehen um 224,4 Mio €. Durch diese Schuldscheindarlehen über 183,2 Mio € diversifizierte Celesio in den ersten neun Monaten 2004 weiter die Finanzierungsstruktur.

### **Rentabilität verbessert**

In den ersten neun Monaten 2004 erhöhte Celesio ihre Rentabilität: Rothertragsquote, Umsatzrendite und Zinsdeckungsgrad verbesserten sich verglichen mit dem Vorjahreszeitraum. Diese Entwicklung wurde von den beiden Geschäftsbereichen Großhandel und Einzelhandel getragen.

Die Rothertragsquote des Konzerns erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 38 Basispunkte auf 10,44 %. Maßgeblich dafür waren vor allem der zunehmende Anteil des Einzelhandelsgeschäfts und dessen höhere Rothertragsquote. Diese wuchs im Einzelhandel um 60 Basispunkte auf 31,63 %. Im Großhandel verbesserte sich die Rothertragsquote um 16 Basispunkte auf 6,75 %.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge entwickelten sich dank des straffen Kostenmanagements unterproportional zum Umsatz. Die Personalkosten stiegen auf Grund des höheren Anteils des personalintensiveren Einzelhandels leicht stärker als der Umsatz.

Rothertragsquote, Umsatzrendite und Zinsdeckungsgrad verbesserten sich.



Die Abschreibungen auf Geschäftswerte verringerten sich. Ein vor 15 Jahren erworbener Geschäftswert war zum 31. Dezember 2003 vollständig abgeschrieben. Die Abschreibungen auf die übrigen immateriellen Vermögensgegenstände und auf das Sachanlagevermögen lagen ebenfalls unter dem Vorjahreswert.

Entscheidend für das verbesserte Beteiligungsergebnis war die Ausschüttung der Andreae-Noris Zahn AG. Das Zinsergebnis erhöhte sich geringfügig wegen des leicht gestiegenen Zinsniveaus sowie der Investitionen und Akquisitionen der letzten 12 Monate. Dennoch verbesserte sich der Zinsdeckungsgrad (EBIT im Verhältnis zum Zinsergebnis). Er lag bei 6,08, nach 5,63 in den ersten neuen Monaten 2003.

Mit einem Anstieg um 43 Basispunkte auf 2,33 % erreichte die Umsatzrendite gemessen am Vorsteuerergebnis ein neues Rekordniveau. Neben der verbesserten Rohertragsquote war die strikte Kostenkontrolle maßgeblich für diese Entwicklung.

Verglichen mit dem Vorjahreszeitraum ging die Ertragsteuerquote von 32,4 % auf 31,2 % zurück. Hierzu beigetragen hat vor allem der gestiegene Anteil des Auslandsgeschäfts von Celesio. Der Jahresüberschuss wuchs wechselkursbereinigt um 28,3 % (29,7 % in €) auf 226,6 Mio €.



Celesio Konzern

## Celesio erhöht Cashflow

In den ersten neun Monaten 2004 stieg der Cashflow wechsellkursbereinigt um 16,5 % (17,5 % in €) und erreichte 301,7 Mio €. Auch hier wirkte sich die Verbesserung der Rohertragsquote, das nachhaltige Kostenmanagement und die renditesteigernde Investitionspolitik positiv aus. Der Free Cashflow erhöhte sich im Wesentlichen durch den Anstieg des operativen Cashflows sowie der geringeren Akquisitionstätigkeit auf 65,2 Mio €.

### Cashflow 1. – 3. Quartal

	2003 in Mio €	<b>2004</b> <b>in Mio €</b>
Cashflow	256,7	301,7
Dividendenzahlung	– 72,3	– 76,5
<b>Cashflow nach Dividendenzahlung</b>	<b>184,4</b>	<b>225,2</b>
Erlöse aus dem Abgang von Anlagevermögen	19,6	24,3
Laufende Investitionen	– 110,9	– 81,6
<b>Free Cashflow vor Akquisitionen und Veränderung des Nettoumlaufvermögens</b>	<b>93,1</b>	<b>167,9</b>
Veränderung des Nettoumlaufvermögens	– 56,4	– 49,9
Akquisitionen	– 122,7	– 52,8
<b>Free Cashflow</b>	<b>– 86,0</b>	<b>65,2</b>

### Ergebniswachstum von mehr als 20 % erwartet

Der Vorstand erwartet ein Marktwachstum von mindestens 5 %.

Der Vorstand rechnet mit einem gegenüber dem Vorjahr sich weiter belebenden Markt und erwartet ein Marktwachstum von mindestens 5 % für das Gesamtjahr 2004.

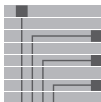
In lokaler Währung soll Celesio im Großhandel beim Umsatz mit dem vergleichbaren Markt und im Einzelhandel über dem vergleichbaren Markt wachsen.

Beim Konzernergebnis vor Steuern erwartet der Vorstand einen Anstieg in lokaler Währung um mehr als 20 % im Jahr 2004.

### Kennzahlen zur Celesio-Aktie 1. – 3. Quartal

	2003	<b>2004</b>	Veränderung in lokaler Währung %	Veränderung in € %
	€ je Aktie	<b>€ je Aktie</b>		
EBITDA	4,62	<b>5,48</b>	17,4	18,6
Ergebnis vor Steuern und Geschäftswert- abschreibung	3,21	<b>4,02</b>	24,0	25,2
Ergebnis vor Steuern	3,04	<b>3,87</b>	26,1	27,4
Jahresüberschuss	2,06	<b>2,66</b>	28,3	29,7

## Wachstumsmarkt Gesundheit



Celesio Großhandel

## Länderübersicht Celesio-Großhandel

### 1. – 3. Quartal

	Anzahl Nieder- lassungen 2004	Umsatz 2003  in Mio €	<b>Umsatz 2004  in Mio €</b>	Umsatz Veränderung in lokaler Währung in %	Umsatz Veränderung in €  in %
Frankreich	52	5.010,7	<b>5.201,9</b>	3,8	3,8
Deutschland	19	2.537,7	<b>2.480,2</b>	- 2,3	- 2,3
Großbritannien	20	2.188,2	<b>2.363,0</b>	5,4	8,0
Österreich	7	693,2	<b>705,4</b>	1,8	1,8
Belgien	8	303,4	<b>307,2</b>	1,3	1,3
Irland	3	268,3	<b>318,7</b>	18,8	18,8
Norwegen	4	313,0	<b>271,6</b>	- 7,6	- 13,2
Portugal	6	216,0	<b>226,1</b>	4,7	4,7
Tschechien	3	93,1	<b>97,6</b>	6,1	4,8
Italien	1	85,4	<b>89,9</b>	5,3	5,3
<b>Gesamt</b>	<b>123</b>	<b>11.709,0</b>	<b>12.061,6</b>	<b>2,7</b>	<b>3,0</b>

**Flächendeckende Versorgung  
von Apotheken mit allem,  
was Apotheken brauchen**

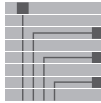
## Überblick Celesio-Großhandel

**Celesio erhöhte in den ersten drei Quartalen des Jahrs 2004 den Umsatz im Großhandel in lokaler Währung um 2,7 % gegenüber dem Vorjahr. Das Ergebnis vor Steuern stieg in lokaler Währung um 18,2 %. Zu der sehr positiven Ergebnisentwicklung trugen eine deutlich verbesserte Rohertragsquote, ein konsequentes Kostenmanagement und betriebliche Verbesserungen bei.**

### **Celesio profitiert vom Generikawachstum und verbessert Rohertragsquote**

Celesio steigerte ihren Großhandelsumsatz in den ersten neun Monaten des Jahrs 2004 in lokaler Währung um 2,7 % (3,0 % in €) und wuchs somit unter Berücksichtigung von Sondereffekten mit dem vergleichbaren Markt. Der Umsatz zum 30. September betrug 12.061,6 Mio €. Das EBITDA in lokaler Währung stieg um 12,0 % (12,6 % in €) auf 300,0 Mio €. Das Vorsteuerergebnis erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr wechselkursbereinigt um 18,2 % (18,8 % in €) und lag bei 240,8 Mio €. Maßgeblich dafür waren die verbesserte Rohertragsquote und die konzernweit verbesserte Kostenbasis. Die Umsatzrendite gemessen am Vorsteuerergebnis stieg von 1,73 % im Vorjahr auf 2,00 %.

Der Generikamarkt, vor allem in Frankreich und Großbritannien, verzeichnete in den ersten drei Quartalen ein starkes Wachstum. Wesentlich hierfür waren abgelaufene Patente für umsatzstarke Medikamente sowie ein verändertes Verschreibungsverhalten der Ärzte. Celesio arbeitete intensiv mit Generikaherstellern zusammen und bot den Apotheken ein breites Sortiment zu attraktiven Konditionen an. Celesio baute ihren Marktanteil im Generikasegment aus. Dies trug zur verbesserten Rohertragsquote bei.



**Celesio** Großhandel

Veränderungen der Marktbedingungen gab es in den ersten drei Quartalen des Jahres 2004 in einzelnen Ländern. Auf Grund der geografischen Diversifizierung von Celesio, eines konsequenten Kostenmanagements sowie der intensiven Zusammenarbeit mit Kunden und Herstellern beeinträchtigten diese Veränderungen nicht das Gesamtergebnis. Zu den veränderten Marktbedingungen zählten etwa: Die Neuregelung einer Sondersteuer auf verschreibungspflichtige Arzneimittel in Frankreich; Praxisgebühren und neu festgelegte Selbstbeteiligungen in Deutschland; Kürzungen der gesetzlich festgelegten Großhandelsspanne in Frankreich, Deutschland und Österreich; schließlich die Senkung der Erstattungsbeträge ausgewählter Generika in Großbritannien.

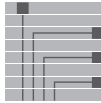
### **Kundenzufriedenheit steht an erster Stelle**

Kundenorientierte Mitarbeiter und Servicequalität sind Voraussetzung für zufriedene Kunden. Mit zahlreichen Maßnahmen sicherte Celesio in den ersten drei Quartalen des Jahres 2004 die Kundenzufriedenheit. Der norwegische Großhandel von Celesio, NMD Grossisthandel (NMD), entwickelte zum Beispiel für seine Mitarbeiter einen Lehrgang mit Themenschwerpunkten wie Logistik, Gesundheit und Umwelt sowie Qualitätsmanagement. Damit wird die hohe Servicequalität von NMD sichergestellt. OCP, der französische Celesio-Großhandel, führte eine innovative vertriebsunterstützende Software ein. Die Mitarbeiter können so alle relevanten Kundeninformationen schnell aufrufen und noch besser auf die Bedürfnisse der Apotheker eingehen.

Viele der in Deutschland, Großbritannien und Österreich belieferten Apotheken nutzen eines der Kundenbindungskonzepte von Celesio. Ziel dieser Konzepte ist es, die inhabergeführte Apotheke zukunftsfähig zu machen und die gesamte Verteilkette – Industrie, Großhandel und Apotheke – zu stärken. Celesio bietet den Teilnehmern eine besondere Dienstleistungspalette wie Einkaufs-, Marketing- und Weiterbildungsangebote. Mit mehr als 2.400 teilnehmenden Apotheken ist das Commitment-Modell von GEHE Pharma Handel, dem deutschen Celesio-Großhandel, sehr erfolgreich. Keinem anderen Programm haben sich in Deutschland so viele Apotheken angeschlossen.

### **Betriebliche Verbesserungen für zukünftiges Ergebniswachstum**

Celesio verbesserte in den ersten drei Quartalen des Jahrs 2004 die betrieblichen Abläufe in vielen Ländern und erhöhte dadurch Produktivität, Effizienz und Kundenservice. Im Rahmen der Maßnahmen straffte Celesio in einigen Ländern die Niederlassungsstruktur und führte neue Lagerverwaltungs- und Logistiksysteme ein. Betroffen waren die Großhändler in Frankreich, Deutschland, Großbritannien, Österreich, Norwegen, Belgien und Portugal. Die Maßnahmen werden sich positiv auf das Ergebnis des Jahrs 2004 und der kommenden Jahre auswirken.



**Celesio** Großhandel

## Länderinformationen Celesio-Großhandel

### Frankreich – Marktanteil im Generikasegment ausgebaut

Der Umsatz des französischen Celesio-Großhandels, OCP, lag zum Ende des 3. Quartals 3,8 % über dem Vorjahreswert. Insbesondere der Umsatz mit hochpreisigen Arzneimitteln nahm stark zu. Viele dieser Medikamente dürfen seit 2003 nicht mehr nur in Krankenhäusern, sondern auch in Apotheken abgegeben werden.

Um am Wachstum des stark zunehmenden Generikamarktes zu partizipieren, setzte OCP die enge Zusammenarbeit mit Pharmaherstellern fort. Dadurch konnte OCP ihren Kunden ein umfangreiches Generikasortiment zu besonders attraktiven Konditionen anbieten und baute ihren Marktanteil im Generikasegment aus. Das Vorsteuerergebnis entsprach den Erwartungen.

### Deutschland – Positive Ergebnisentwicklung

Der Umsatz des deutschen Celesio-Großhandels, GEHE Pharma Handel, ging zum 30. September 2004 im Vergleich zum Vorjahr um 2,3 % zurück. Auch der Gesamtmarkt war rückläufig. Die Reform des Gesundheitssystems brachte neue Erscheinungsformen im Pharmamarkt, wie Versandhändler, Apothekenkooperationen und Kleinstketten einzelner Apotheker. Das Ergebnis vor Steuern entwickelte sich positiv. Die Einführung einer neuen Vertriebsstruktur und eines innovativen Logistikkonzepts sowie das Dienstleistungsprogramm Commitment für Industrie und Apotheke trugen dazu bei. Im 3. Quartal waren allerdings auch erste Ansätze eines sich wieder verstärkenden Wettbewerbs festzustellen.



### **Großbritannien – Kundenservice erweitert**

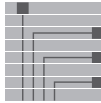
Im Berichtszeitraum stieg der Umsatz von AAH, dem britischen Celesio-Großhandel, in lokaler Währung um 5,4 % (8,0 % in €). Hierzu trug besonders der gestiegene Umsatz mit Krankenhäusern und mit Kunden, die Apothekenketten betreiben, bei.

AAH partizipierte am starken Wachstum des Generikamarktes und bot ihren Kunden ein umfassendes Produktsortiment zu attraktiven Konditionen an. Das Ergebnis vor Steuern entwickelte sich besser als erwartet.

### **Österreich – Umsatz besser als der Markt**

Der österreichische Großhandel von Celesio, Herba Chemosan, steigerte seinen Umsatz zum Ende des 3. Quartals 2004 um 1,8 % gegenüber dem Vorjahr. Der Umsatz entwickelte sich besser als der Markt. Über den Erwartungen lag das Ergebnis vor Steuern.

Das Kundenbindungskonzept *Herba Family*, mit Leistungen unter anderem zu den Themen Marketing, Kooperationen und Weiterbildungen, wurde von den Apotheken sehr gut aufgenommen. Das Angebot wird weiter ausgebaut, im Herbst 2004 werden neue Marketingdienstleistungen vorgestellt.



Celesio Großhandel

### **Norwegen – Hohe Servicequalität zahlt sich aus**

NMD Grossisthandel (NMD), der Celesio-Großhandel in Norwegen, verzeichnete im Berichtszeitraum gegenüber dem Vorjahr einen Umsatzrückgang in lokaler Währung um 7,6 % (13,2 % in €). Dies ist auf die geänderte Behandlung eines Distributionsvertrags, die sich nicht auf das Ergebnis auswirkte, zurückzuführen. Bereinigt um diesen Sondereffekt lag der Umsatz in Landeswährung 1,4 % über dem Vorjahreswert. Das Vorsteuerergebnis entwickelte sich positiv, insbesondere auf Grund eines strikten Kostenmanagements.

Die hohe Servicequalität, die NMD ihren Kunden bietet, zahlte sich im Berichtszeitraum aus: NMD gewann im April erneut die Ausschreibung für die Belieferung nahezu aller norwegischen Krankenhäuser bis Ende 2007.

### **Belgien – Verbesserte betriebliche Abläufe**

Der belgische Großhandel von Celesio, PHARMA BELGIUM, steigerte seinen Umsatz in den ersten drei Quartalen des Jahrs 2004 verglichen mit dem Vorjahr um 1,3 %. Das Ergebnis vor Steuern liegt im Rahmen der Erwartungen. In einem Marktumfeld, das von intensivem Rabattwettbewerb geprägt war, baute PHARMA BELGIUM ihre attraktiven Angebote und Serviceleistungen für die Apotheken aus. Zudem führte das Unternehmen betriebliche Verbesserungen durch. So wurde beispielsweise die Logistik der Niederlassungen Brüssel und Lüttich neu organisiert.

### **Irland – CMR versorgt irische Ärzte mit Impfstoffen**

CAHILL MAY ROBERTS (CMR), der Großhandel von Celesio in Irland, erhöhte den Umsatz zum 30. September 2004 um 18,8 % gegenüber dem Vorjahr. Das Vorsteuerergebnis entwickelte sich wie erwartet. Dem Rabattwettbewerb im irischen Markt begegnete CMR mit einem konsequenten Kostenmanagement und mit Verbesserungen der logistischen Ausstattung. So investierte CMR in eine neue Kühllogistik – eine Investition die sich schon ausgezahlt hat: CMR gewann die Ausschreibung für die landesweite Versorgung von Ärzten mit Impfstoffen.

### **Portugal – Ergebnis überproportional gesteigert**

Der portugiesische Großhandel von Celesio, OCP PORTUGAL, erreichte in den ersten neun Monaten des Jahrs 2004 ein Umsatzplus von 4,7 % verglichen mit dem Vorjahr. Das Ergebnis vor Steuern stieg stärker als der Umsatz und lag über den Erwartungen.

OCP PORTUGAL verbesserte die betrieblichen Abläufe im 1. Quartal 2004: drei ehemalige Standorte sind jetzt in den beiden modernen, verkehrsgünstig gelegenen Niederlassungen Lissabon und Torres Novas zusammengelegt.

### **Tschechien – Nachhaltiges Kostenmanagement**

GEHE Pharma Praha, der Celesio-Großhandel in Tschechien, erhöhte den Umsatz in lokaler Währung um 6,1 % (4,8 % in €). Der tschechische Pharmamarkt war durch einen scharfen Wettbewerb mit hohen Rabatten und langen Zahlungszielen geprägt. Auf Grund eines nachhaltigen Kostenmanagements erhöhte sich das Vorsteuerergebnis wie erwartet.

### **Italien – Zuwachs im Verschreibungssegment**

Der Umsatz von AFM, dem italienischen Celesio-Großhandel, wuchs in den ersten drei Quartalen des Jahrs 2004 um 5,3 % und entwickelte sich mit dem Markt. Besonders im Verschreibungssegment erzielte AFM große Zuwächse, da zunehmend hochpreisige Produkte verschrieben wurden. Das Vorsteuerergebnis entwickelte sich besser als erwartet.

AFM gewann im 2. Quartal 2004 neue Kunden. Kommunale und unabhängige Apotheken zählen ebenso dazu wie ein kommunales Krankenhaus, für das AFM die Medikamente sowie medizinisches Zubehör liefert und den Warenbestand verwaltet.



Celesio Einzelhandel

## Länderübersicht Celesio-Einzelhandel

### 1. – 3. Quartal

	Anzahl Apo- theken 2004	Umsatz 2003 in Mio €	<b>Umsatz 2004 in Mio €</b>	Umsatz Veränderung in lokaler Währung in %	Umsatz Veränderung in € in %
Großbritannien	1.368	1.344,1	<b>1.477,0</b>	7,2	9,9
Norwegen	112	230,7	<b>234,4</b>	8,1	1,6
Italien	161	137,0	<b>148,9</b>	8,7	8,7
Irland	55	75,9	<b>82,4</b>	8,7	8,7
Niederlande	38	71,8	<b>76,6</b>	6,8	6,8
Belgien	70	40,2	<b>52,8</b>	31,3	31,3
Tschechien	59	35,4	<b>28,4</b>	– 18,9	– 19,9
<b>Gesamt</b>	<b>1.863</b>	<b>1.935,1</b>	<b>2.100,5</b>	<b>7,5</b>	<b>8,5</b>

**Unsere Apotheken:  
Optimale Versorgung mit allem  
rund um die Gesundheit**

## Überblick Celesio-Einzelhandel

**Celesio steigerte den Umsatz im Einzelhandel in den ersten drei Quartalen des Jahres 2004 deutlich um 7,5 % in lokaler Währung und baute ihre Marktposition aus. Das Ergebnis vor Steuern erhöhte sich um 55,3 % gegenüber dem Vorjahr. Besonders die modernisierten Apotheken trugen zur positiven Entwicklung bei.**

### Starkes organisches Umsatzwachstum

Der Apothekenmarkt wuchs in den ersten drei Quartalen des Jahres 2004. Allerdings verteilte sich in Irland, den Niederlanden und Tschechien das Marktwachstum wegen zahlreicher Neueröffnungen auf eine größere Anzahl von Apotheken. Celesio steigerte den Einzelhandelsumsatz in lokaler Währung um 7,5 % gegenüber dem Vorjahr (8,5 % in €) auf 2.100,5 Mio €. Zum hohen organischen Wachstum trugen besonders die modernisierten Apotheken bei. Celesio baute damit im Einzelhandel ihre Marktposition aus. Das EBITDA stieg in lokaler Währung um 21,4 % (23,2 % in €) auf 194,4 Mio €. Das Vorsteuerergebnis in lokaler Währung erhöhte sich um 55,3 % (59,0 % in €) auf 92,2 Mio €. Hierfür waren die positive Rohertragsentwicklung, ein striktes Kostenmanagement und eine enge Zusammenarbeit mit Herstellern ausschlaggebend. Die Umsatzrendite auf Basis des Vorsteuerergebnisses verbesserte sich von 3,00 % auf 4,39 %.

Insbesondere in Großbritannien, Norwegen, Italien und den Niederlanden wuchs der Generikamarkt in den ersten drei Quartalen stark. Wesentlich hierfür war neben einem veränderten Verschreibungsverhalten der Ärzte das Ende des Patentschutzes für einige umsatzstarke Medikamente. In ihren Apotheken bietet Celesio den Kunden nicht nur ein breites Generikasortiment, sondern auch eine umfassende Beratung. Dadurch baute Celesio ihren Marktanteil in diesem Segment aus und steigerte ihren Rohertrag.

In einzelnen Märkten änderten sich die Marktbedingungen in den ersten neun Monaten des Jahres 2004. Die geografische Diversifizierung und ein nachhaltiges Kostenmanagement in allen Ländern waren wesentlich dafür, dass die positive Entwicklung des Celesio-Einzelhandels nicht beeinträchtigt wurde. So wurden beispielsweise in Großbritannien die Erstattungsbeträge einzelner Wirkstoffe gesenkt; in Nor-



**Celesio** Einzelhandel

wegen wurden die Preise für bestimmte Medikamente gesenkt und einzelne Arzneimittel für andere Vertriebskanäle freigegeben; in einzelnen italienischen Regionen erhalten Patienten mit dauerhaft hohen Arzneimittelkosten seit 2003 ihre Medikamente nur noch in Krankenhäusern oder von den örtlichen Gesundheitsbehörden; im 1. Quartal 2004 vereinbarten die Marktteilnehmer in den Niederlanden eine Preissenkung der Generika, nachdem die Erhöhung des Krankenkassenrabatts gerichtlich für unwirksam erklärt worden war; auch in Belgien kam es zu Preissenkungen für einzelne verschreibungspflichtige Arzneimittel, im Gegenzug wurde der zum 1. Juli 2003 erhöhte Kassenrabatt zum 1. Januar 2004 wieder auf sein ursprüngliches Niveau gesenkt.

### **An der Spitze mit Apothekeninnovationen**

Mit innovativen Maßnahmen machte Celesio ihre Apotheken für ihre Kunden neu erlebbar – für Auge und Ohr. Celesio ist beispielsweise der erste Betreiber von Apotheken in Europa, der seinen Kunden ein exklusives Radioprogramm bietet. Es wurde erstmals im Jahr 2003 in Großbritannien eingeführt, im Mai und Juni 2004 folgten die norwegischen und irischen Apotheken von Celesio, Vitasapotek und Unicarepharmacy.

Lloydspharmacy, die britische Apothekenkette von Celesio, eröffnete im Mai 2004 eine *Apotheke der Zukunft*. Sie verbindet modernes Design mit einem marktführenden Dienstleistungsangebot und ist Pilotprojekt für das Apothekenkonzept der Zukunft. Vorbildliche, in einzelnen Ländern erfolgreiche Praxisbeispiele werden, wenn sie sich dafür eignen, auch auf andere Länder übertragen.

### **Positionierung als umfassender Gesundheitsdienstleister**

Celesio baute ihre Positionierung als umfassender Gesundheitsdienstleister in den ersten neun Monaten des Jahres 2004 aus. So wurden in fast allen Apotheken von Lloydspharmacy Beratungsplätze für persönliche Kundengespräche eingerichtet und kostenlose Diabetestest eingeführt. Mit diesem Service trug Lloydspharmacy dazu bei, die „fehlende Million“ der Menschen in Großbritannien zu finden, die an Diabetes leiden, sich aber dessen nicht bewusst sind. Von November 2003 bis September 2004 untersuchten die Lloydspharmacy-Mitarbeiter eine halbe Million Menschen. Sie empfahlen rund 25.000 davon, ihren

Hausarzt aufzusuchen. Die renommierte britische Fachzeitschrift *Marketing Week* zeichnete Lloydspharmacy für diese Arbeit im Oktober mit einem Preis für soziales Engagement aus.

Die italienischen Apotheken von Celesio boten erstmals Hauttypanalysen an. Unterstützt wurden diese Maßnahmen durch breit angelegte Informations- und Werbekampagnen. Damit stärkten die Einzelhandelsorganisationen von Celesio ihr Markenprofil und die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit. Auch von staatlicher Seite wird die Rolle des Apothekers als kompetenter Berater in allen Gesundheitsfragen aufgegriffen. So wird der Vertrag des staatlichen Gesundheitsdienstes (National Health Service) mit den Apotheken in Großbritannien, der im Jahr 2004 neu ausgehandelt wird, sich voraussichtlich an diesem Leitbild orientieren.

### **Wegweisend beim Aufbau von Gesundheitszentren**

Im September 2004 wurde das von Lloydspharmacy geplante und errichtete Gesundheitszentrum in Newbattle/Großbritannien eröffnet. Die Gesundheitszentren, an deren Planung und Errichtung Celesio auch in Norwegen und den Niederlanden beteiligt ist, bieten den Patienten eine komplette Gesundheitsversorgung unter einem Dach mit Apotheke, Arztpraxen und anderen Gesundheitsdienstleistern. Celesio platziert so ihre Apotheken nahe am Rezeptfluss. Im 4. Quartal 2004 sollen sechs weitere Zentren in Großbritannien, Norwegen und den Niederlanden eröffnet werden.

### **Neue Apotheken eröffnet**

Celesio betrieb zum Ende des 3. Quartals 1.863 Apotheken in sieben europäischen Ländern. Celesio kaufte in Großbritannien, den Niederlanden, Irland, Belgien und Norwegen insgesamt 14 Apotheken hinzu und eröffnete sechs Apotheken in Großbritannien, den Niederlanden und Norwegen. Im Rahmen der laufenden Standortoptimierung wurden 39 Apotheken verkauft oder geschlossen, darunter 22 unprofitable Apotheken in Tschechien. Celesio geht davon aus, dass sich die Akquisitionstätigkeit gegenüber dem Vorjahr leicht beleben wird, auch wenn sie weiterhin Apotheken nur dann kauft, wenn es sich um gute Standorte zu angemessenen Preisen handelt.



**Celesio** Einzelhandel

## Länderinformationen Celesio-Einzelhandel

### **Großbritannien – Starker Umsatz im Verschreibungssegment**

In den ersten drei Quartalen des Jahres 2004 steigerte Lloydspharmacy, die britischen Apotheken von Celesio, ihren Umsatz in lokaler Währung um 7,2 % (9,9 % in €). Besonders im Verschreibungssegment erzielte Lloydspharmacy starke Umsatzzuwächse. Die Apotheken bearbeiteten im Berichtszeitraum mehr Rezepte als im Vorjahr, die zudem einen höheren Durchschnittswert als im Vorjahr hatten. Positiv entwickelten sich auch die Umsätze im Eigenmarkensortiment, das Lloydspharmacy erweiterte. In dem von starkem Wettbewerb geprägten OTC-Segment konzentrierte sich Lloydspharmacy auf ein Produktsortiment, das sich am Lloydspharmacy-Anspruch, der Gesundheitsexperte vor Ort zu sein („*Your local health authority*“), orientiert. Dadurch wurde auch das OTC-Sortiment in den einzelnen Apotheken gestrafft. Das Vorsteuerergebnis lag über den Erwartungen.

### **Norwegen – Neue Produktserien eingeführt**

Der Umsatz der norwegischen Apotheken von Celesio, Vitusapotek, stieg in lokaler Währung um 8,1 % (1,6 % in €). Besonders zwei neue Produktserien, die unter anderem Sanitätsartikel und Artikel für die Haut- und Körperpflege umfassen, trugen zum Umsatzwachstum bei. Vitusapotek kompensierte so die Freigabe bestimmter nicht verschreibungspflichtiger Arzneimittel für andere, apothekenfremde Vertriebskanäle wie Supermärkte. Das Ergebnis vor Steuern entwickelte sich über den Erwartungen.



### **Italien – Neue Dienstleistungen eingeführt**

Zum Ende des 3. Quartals wuchs der Umsatz der italienischen Apotheken von Celesio im Vergleich zum Vorjahr um 8,7 %. Das Umsatzwachstum lag über dem des Marktes. Wesentlich hierfür waren die modernisierten Apotheken an attraktiven Standorten sowie die Nähe zu Arztpraxen. Zudem stärkte der italienische Celesio-Einzelhandel durch neue Leistungen wie Hauttypanalysen sein Profil als umfassender Gesundheitsdienstleister. Das Ergebnis vor Steuern entwickelte sich positiv. Wegen rechtlicher Fragen halten sich die Kommunen bei Neuausschreibungen von Apothekenprivatisierungen zurück.

### **Irland – Umsatz über dem Niveau des Vorjahrs**

Die Apotheken von Celesio in Irland, Unicarepharmacy, steigerten ihren Umsatz in den ersten neun Monaten des Jahres verglichen mit dem Vorjahr um 8,7 %. Unicarepharmacy erweiterte ihr traditionelles Angebot an Fotoprodukten und Fotoarbeiten. Die in einigen Apotheken eingeführte digitale Filmentwicklung stieß auf große Nachfrage. Das Ergebnis vor Steuern lag im Rahmen der Erwartungen.

### **Niederlande – Neue Dachmarke *Lloyds Apotheken***

In den ersten neun Monaten des Jahres 2004 stieg der Umsatz des niederländischen Apothekengeschäfts verglichen mit dem Vorjahr um 6,8 %. Das Ergebnis vor Steuern entwickelte sich im Rahmen der Erwartungen.

Seit dem 1. Juli 2004 tritt das niederländische Apothekengeschäft unter der Dachmarke *Lloyds* auf. Die *Lloyds*-Apotheken werden am Markt einheitlich auftreten, allerdings parallel dazu ihren lokal eingeführten Namen beibehalten.



**Celesio** Einzelhandel

### **Belgien – Umsatzwachstum über Markt**

Celesio erreichte mit ihren Apotheken in Belgien, Lloydspharma, zum Ende des 3. Quartals 2004 ein Umsatzwachstum von 31,3 %. Der Umsatz mit Generika nahm im Berichtszeitraum stark zu. Dafür arbeitete Lloydspharma eng mit den Herstellern zusammen. Das Vorsteuerergebnis entsprach den Erwartungen.

### **Tschechien – Positive Ergebnisentwicklung**

Die tschechischen Apotheken von Celesio, Lékárny Lloyds, verzeichneten einen Umsatzrückgang von 18,9 % in lokaler Währung (19,9 % in €). Dies ist maßgeblich auf den Verkauf von 22 unprofitablen Apotheken im April 2004 zurückzuführen. Das Ergebnis vor Steuern entwickelte sich positiv.

Mit freundlichen Grüßen  
Celesio AG

Der Vorstand

Vorstand:  
Dr. Fritz Oesterle, Vorsitzender  
Jacques Ambonville, Stefan Meister, Dr. Felix A. Zimmermann

Vorsitzender des Aufsichtsrats:  
Prof. Dr. Theo Siegert

Sitz:  
Stuttgart, AG Stuttgart, HRB 9517



Celesio Konzern

## Zwischenabschluss

Der Zwischenabschluss von Celesio für das 1. – 3. Quartal 2004 orientiert sich an dem Deutschen Rechnungslegungs-Standard Nr. 6, Zwischenberichterstattung. Dabei wurden die entsprechenden Vorschriften des Handelsgesetzbuchs und des Aktiengesetzes befolgt.

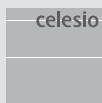
Die Bewertungs- und Bilanzierungsmethoden wurden gegenüber dem Celesio-Konzernabschluss zum 31. Dezember 2003 unverändert angewandt.

### Gewinn- und Verlustrechnung 1. – 3. Quartal

	3. Quartal		1. – 3. Quartal	
	2003 Mio €	2004 Mio €	2003 Mio €	2004 Mio €
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>4.570,3*</b>	<b>4.745,1</b>	<b>13.644,1</b>	<b>14.162,1</b>
Aufwendungen für Roh-, Hilfs-, und Betriebsstoffe und bezogene Waren	4.108,7*	4.244,2	12.272,1	12.683,7
<b>Rohhertrag</b>	<b>461,6</b>	<b>500,9</b>	<b>1.372,0</b>	<b>1.478,4</b>
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	– 118,7	– 109,8	– 342,6	– 344,2
Personalaufwand	210,2	223,1	639,6	672,4
Beteiligungsergebnis	1,7	0,6	3,0	3,9
<b>EBITDA</b>	<b>134,4</b>	<b>168,6</b>	<b>392,8</b>	<b>465,7</b>
Abschreibungen auf Geschäftswerte	5,0	4,3	14,7	12,7
Abschreibungen auf übrige immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	21,2	20,1	63,2	58,7
<b>EBIT</b>	<b>108,2</b>	<b>144,2</b>	<b>314,9</b>	<b>394,3</b>
Zinsergebnis	– 16,8	– 22,3	– 56,3	– 64,9
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>91,4</b>	<b>121,9</b>	<b>258,6</b>	<b>329,4</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	29,9	38,1	83,8	102,8
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>61,5</b>	<b>83,8</b>	<b>174,8</b>	<b>226,6</b>
Konzernfremden Gesellschaftern zustehender Gewinn	0,1	– 0,5	– 1,1	– 3,1
<b>Konzerngewinn</b>	<b>61,6</b>	<b>83,3</b>	<b>173,7</b>	<b>223,5</b>

Zum Ende des 3. Quartals 2004 beschäftigte Celesio 24.404 Mitarbeiter (umgerechnet auf Vollzeitkräfte) gegenüber 25.386 Mitarbeitern im Vorjahr.

\* Wert im Großhandel Inland korrigiert.



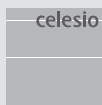
Celesio Konzern

## Bilanz

	30.09.2003 Mio €	31.12.2003 Mio €	<b>30.09.2004 Mio €</b>
<b>Aktiva</b>			
<b>Anlagevermögen</b>			
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.740,5	1.703,8	<b>1.610,9</b>
Sachanlagen	390,7	394,2	<b>407,3</b>
Finanzanlagen	124,3	108,6	<b>118,6</b>
	<b>2.255,5</b>	<b>2.206,6</b>	<b>2.136,8</b>
<b>Umlaufvermögen</b>			
Vorräte	1.232,1	1.401,6	<b>1.286,2</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Vermögensgegenstände	1.712,8	1.814,7	<b>1.790,5</b>
Flüssige Mittel	11,4	14,0	<b>16,1</b>
	<b>2.956,3</b>	<b>3.230,3</b>	<b>3.092,8</b>
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>50,7</b>	<b>63,9</b>	<b>88,4</b>
	<b>5.262,5</b>	<b>5.500,8</b>	<b>5.318,0</b>
<b>Passiva</b>			
<b>Eigenkapital</b>	<b>1.574,2</b>	<b>1.609,0</b>	<b>1.628,9</b>
<b>Rückstellungen</b>			
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	87,3	86,4	<b>88,7</b>
Andere Rückstellungen	341,1	374,9	<b>385,1</b>
	<b>428,4</b>	<b>461,3</b>	<b>473,8</b>
<b>Verbindlichkeiten</b>			
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.312,4	1.011,3	<b>786,9</b>
Schuldscheindarlehen	0,0	243,9	<b>426,7</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.436,0	1.573,0	<b>1.524,7</b>
Wechselverbindlichkeiten	185,5	229,8	<b>210,1</b>
Übrige Verbindlichkeiten	318,1	364,7	<b>256,3</b>
	<b>3.252,0</b>	<b>3.422,7</b>	<b>3.204,7</b>
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>7,9</b>	<b>7,8</b>	<b>10,6</b>
	<b>5.262,5</b>	<b>5.500,8</b>	<b>5.318,0</b>

## Entwicklung Eigenkapital

	Gezeichnetes Kapital Mio €	Kapital- rücklage Mio €	Gewinn- rücklagen Mio €	Konzern- gewinn Mio €	Anteile anderer Gesellschafter Mio €	Eigen- kapital Mio €
<b>Stand zum 01.01.2004</b>	<b>217,7</b>	<b>1.113,0</b>	<b>11,7</b>	<b>249,4</b>	<b>17,2</b>	<b>1.609,0</b>
Ausschüttung				- 76,5		- 76,5
Einstellung Rücklagen			172,8	- 172,8		0,0
Firmenwertverrechnung			- 135,7			- 135,7
Währungsumrechnung			5,7			5,7
Jahresüberschuss				223,5	3,1	226,6
Anteile anderer Gesellschafter					- 0,2	- 0,2
<b>Stand zum 30.09.2004</b>	<b>217,7</b>	<b>1.113,0</b>	<b>54,5</b>	<b>223,6</b>	<b>20,1</b>	<b>1.628,9</b>
<b>Stand zum 01.01.2003</b>	<b>217,7</b>	<b>1.113,0</b>	<b>58,1</b>	<b>236,0</b>	<b>14,9</b>	<b>1.639,7</b>
Ausschüttung				- 72,3		- 72,3
Einstellung Rücklagen			163,7	- 163,7		0,0
Firmenwertverrechnung			- 134,5			- 134,5
Währungsumrechnung			- 32,8			- 32,8
Jahresüberschuss				173,7	1,1	174,8
Anteile anderer Gesellschafter					- 0,7	- 0,7
<b>Stand zum 30.09.2003</b>	<b>217,7</b>	<b>1.113,0</b>	<b>54,5</b>	<b>173,7</b>	<b>15,3</b>	<b>1.574,2</b>



Celesio Konzern

## Kapitalflussrechnung 1. – 3. Quartal

	2003 Mio €	<b>2004 Mio €</b>
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>174,8</b>	<b>226,6</b>
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	77,9	71,4
Ergebnis aus Sachanlagenabgang sowie Veränderung der langfristigen Rückstellungen	4,0	3,7
<b>Cashflow</b>	<b>256,7</b>	<b>301,7</b>
Veränderung der übrigen Rückstellungen	15,0	5,4
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	5,7	2,1
Ergebnis aus dem Abgang von Gegenständen des Finanzanlagevermögens	- 1,2	0,0
Veränderungen der Vorräte, Forderungen, sonstigen Vermögensgegenstände und des aktiven Rechnungsabgrenzungspostens	49,7	150,0
Veränderungen der kurzfristigen Verbindlichkeiten und des passiven Rechnungsabgrenzungspostens	- 181,6	- 126,6
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>	<b>144,3</b>	<b>332,6</b>
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	19,6	24,3
Auszahlungen für Investitionen	- 236,4	- 133,5
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>- 216,8</b>	<b>- 109,2</b>
Gewinnausschüttung	- 72,9	- 77,4
Veränderung der langfristigen Verbindlichkeiten	137,3	- 144,0
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>64,4</b>	<b>- 221,4</b>
<b>Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands</b>	<b>- 8,1</b>	<b>2,0</b>
Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestands	- 0,2	0,1
Finanzmittelbestand am 01.01.	19,7	14,0
<b>Finanzmittelbestand am 30.09.</b>	<b>11,4</b>	<b>16,1</b>

### Information zur Celesio-Aktie

ISIN \_\_\_\_\_ DE0005858005  
WKN \_\_\_\_\_ 585 800  
Börsenkürzel \_\_\_\_\_ CLS  
Reuters-Kürzel \_\_\_\_\_ CLSG  
Bloomberg-Kürzel \_\_\_\_\_ CLS GR

## Adressen, Ansprechpartner

### Aktionärsinformationen:

Alexander Paasch  
 Direktor Corporate Finance, Treasury & Investor Relations  
 Telefon +49(0)711.50 01-7 35  
 Telefax +49(0)711.50 01-7 36  
 E-Mail investor@celesio.com

### Publikationsanforderungen und Fragen der Unternehmenskommunikation:

Dr. Ruth Kappel  
 Direktorin Corporate Communications  
 Telefon +49(0)711.50 01-11 92  
 Telefax +49(0)711.50 01-12 60  
 E-Mail service@celesio.com

### Investoren-Kalender 2004/2005

Investorenkonferenz, New York, Frankfurt	Januar 2004
Investorenkonferenzen, New York	4. – 5. Februar 2004
Roadshow, London, Paris, Frankfurt	März 2004
Bilanzpressekonferenz, Stuttgart	18. März 2004
Analysten- und Investorenkonferenz, London	25. März 2004
Investorenkonferenz, Frankfurt	29. März 2004
Hauptversammlung, Stuttgart	29. April 2004
Dividendenzahlung	30. April 2004
Roadshow, Skandinavien	Mai 2004
Aktionärsbrief, 1. Quartal 2004	12. Mai 2004
International Bankers Day, Mainz	29. Juni 2004
Roadshow, London, Edinburg, Paris, Frankfurt	Juli 2004
Aktionärsbrief, 1. Halbjahr 2004	16. August 2004
Roadshow Irland	September 2004
Investorenkonferenz, London, München	September 2004
Roadshow, USA	Oktober 2004
Betriebsbesichtigung Groß- und Einzelhandel, Birmingham	14. Oktober 2004
Roadshow, London, Paris, Frankfurt	November 2004
Aktionärsbrief, 1. – 3. Quartal 2004	15. November 2004
Investorenkonferenz, New York	12. Januar 2005
Investorenkonferenz, Frankfurt	19. Januar 2005
Bilanzpressekonferenz, Stuttgart	17. März 2005
Hauptversammlung, Stuttgart	29. April 2005
Investorenkonferenz, Frankfurt	1. Juni 2005

Aktuelle Angaben zum Investoren-Kalender  
 finden Sie unter [www.celesio.com](http://www.celesio.com)



Celesio AG  
Neckartalstraße 155  
70376 Stuttgart  
Deutschland  
Telefon +49(0)711.50 01-00 (Zentrale)  
Telefax +49(0)711.50 01-12 60  
E-Mail [service@celesio.com](mailto:service@celesio.com)  
Internet [www.celesio.com](http://www.celesio.com)

**celesio**  
the healthcare group