



## Highlights 2004

- Neue Großhandelsniederlassungen in Atton und Witry-lès-Reims/Frankreich sowie in Torres Novas/Portugal.
- Belgisches Apothekengeschäft in *Lloydspharma* umbenannt.
- Niederländische Apotheken treten unter der Dachmarke *Lloyds Apotheken* auf.
- NMD Grossisthandel gewinnt Ausschreibung für die Belieferung nahezu aller norwegischen Krankenhäuser bis Ende 2007.



## Celesio in Stichworten

### Tradition

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

### Kennzahlen 1. Halbjahr 2004

Umsatz	_____	9,4 Mrd €
Umsatzwachstum	_____	3,7 %* (3,8 % in €)
EBITDA**	_____	297,1 Mio €
EBITDA-Wachstum	_____	14,4 %* (15,0 % in €)
Ergebnis vor Steuern	_____	207,5 Mio €
Wachstum Ergebnis vor Steuern	_____	23,3 %* (24,1 % in €)
Jahresüberschuss	_____	142,8 Mio €
Wachstum Jahresüberschuss	_____	25,2 %* (26,0 % in €)
Jahresüberschuss je Aktie	_____	1,68 €
Mitarbeiter***	_____	24.324
Großhandelsniederlassungen	_____	123
Apotheken	_____	1.862

\* In lokaler Währung.

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

\*\*\* Auf Vollzeitkräfte umgerechnet.



Celesio Konzern

Im August 2004

Sehr geehrte Aktionärin, sehr geehrter Aktionär,

**auch im 1. Halbjahr 2004 standen die Zeichen für Celesio auf Wachstum. Der Pharmamarkt ist und bleibt ein attraktiver Markt für Celesio. Der Umsatz legte währungsbereinigt um 3,7 % zu. Das Vorsteuerergebnis stieg in lokaler Währung deutlich um 23,3 %. Der Vorstand präzisiert seine Prognose für das Gesamtjahr und rechnet mit einem Anstieg des Vorsteuerergebnisses von mehr als 15 % in lokaler Währung gegenüber 2003.**

### **Pharmamarkt ist Wachstumsmarkt**

Celesio deckt die ganze Bandbreite des Pharmamarktes ab.

Die demografische Entwicklung und der pharmazeutische Fortschritt treiben das Wachstum des Pharmamarktes. Der Anteil älterer Menschen an der Gesamtbevölkerung nimmt stetig zu. Die Nachfrage nach Arzneimitteln steigt, weil die Menschen gesund alt werden möchten. Pharmazeutische Innovationen machen dies möglich. Sie führen zu preisbedingtem Marktwachstum und lassen gleichzeitig die Gruppe der älteren Menschen, die Gesundheitsleistungen überproportional nachfragen, wachsen. Damit generiert der Pharmamarkt sein demografisch bedingtes Wachstum teilweise selbst. Da Celesio die ganze Bandbreite des Pharmamarktes abdeckt, ist der Konzern nicht vom Erfolg eines einzelnen Arzneimittels abhängig, sondern nimmt immer am Wachstum des Gesamtmarktes teil. Dies zeigt sich auch im Geschäftsverlauf.

Die im 2. Halbjahr 2003 begonnene Belebung des Marktwachstums setzte sich im 1. Halbjahr 2004 fort. Vorzieheffekte in das Jahr 2003, die in Deutschland und in den Niederlanden die Umsatzentwicklung zu Beginn des Jahres 2004 stark dämpften, wurden durch die positive Entwicklung in anderen Ländern ausgeglichen. Mit einem zum Umsatzwachstum deutlich überproportionalen Anstieg des Vorsteuerergebnisses setzte Celesio im 1. Halbjahr 2004 die gute Geschäftsentwicklung des Jahres 2003 fort.

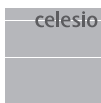
## Celesio auf Wachstumskurs bei Umsatz und Ergebnis

Der Konzern erhöhte seinen Umsatz im 1. Halbjahr 2004 gegenüber dem Vorjahr um wechselkursbereinigt 3,7 % (3,8 % in €) auf 9.416,9 Mio €. Das EBITDA lag mit einem Zuwachs von 14,4 % in lokaler Währung (15,0 % in €) bei 297,1 Mio €. Die Umsatzrendite gemessen am EBITDA verbesserte sich auf 3,16 %, gegenüber 2,85 % im gleichen Zeitraum des Vorjahrs. Das Vorsteuerergebnis stieg in lokaler Währung um 23,3 % (24,1 % in €) auf 207,5 Mio €. Gemessen daran erhöhte sich die Umsatzrendite um 36 Basispunkte auf 2,20 %. Das Vorsteuerergebnis je Aktie wuchs von 1,97 € im Vorjahr auf 2,44 €.

Beim Großhandelsumsatz hielt der seit dem 2. Halbjahr 2003 beschleunigte Wachstumstrend an. Vorzieheffekte in das Vorjahr spielten im Monatsvergleich in Deutschland nur im 1. Quartal 2004 eine Rolle. Im gesamten 1. Halbjahr 2004 steigerte Celesio den Umsatz in lokaler Währung um 2,9 % (3,0 % in €) auf 8.022,5 Mio €. Das EBITDA legte wechselkursbereinigt um 8,1 % zu (8,4 % in €) auf 194,8 Mio €. Das Vorsteuerergebnis stieg in lokaler Währung um 14,6 % (14,9 % in €) und erreichte 154,9 Mio €. Diese Entwicklung wurde maßgeblich von höheren Rohertragsquoten und vor allem einer nachhaltig verbesserten Kostenbasis getragen. In allen Ländern verbesserte Celesio die Ertragslage deutlich; insbesondere in Deutschland, wo das Beitragssatzsicherungs-gesetz (BSSichG) ab dem 2. Quartal 2003 einen verschärften Wettbewerb ausgelöst hatte, der die Ergebnisentwicklung prägte. Die Umsatzrendite gemessen am Vorsteuerergebnis stieg auf 1,93 %, nach 1,73 % im Vorjahr.

Im Einzelhandel wuchs Celesio stärker als der vergleichbare Markt. Im 1. Halbjahr 2004 stieg der Umsatz in lokaler Währung um 8,2 % (8,4 % in €) auf 1.394,4 Mio €. Das EBITDA verbesserte sich wechselkursbereinigt um 17,4 % (18,3 % in €) auf 120,4 Mio €. Das starke organische Umsatzwachstum, die verbesserten Rohertragsquoten und das konsequente Kostenmanagement führten dazu, dass das Ergebnis vor Steuern im Einzelhandel um wechselkursbereinigt 47,6 % (50,4 % in €) zulegte und 53,2 Mio € erreichte. Gemessen am Ergebnis vor Steuern stieg die Umsatzrendite deutlich von 2,75 % im Vorjahr auf 3,82 %.

Die Ergebnisentwicklung im Groß- und Einzelhandel wurde maßgeblich von höheren Rohertragsquoten und vor allem einer nachhaltig verbesserten Kostenbasis getragen.



Celesio Konzern

Celesio kaufte oder eröffnete im 1. Halbjahr 2004 in Großbritannien, Irland, Belgien und Norwegen 11 Apotheken. Im Rahmen der Portfoliobereinigung in Tschechien trennte sich Celesio im 2. Quartal 2004 von 22 unprofitablen Apotheken. Für das Jahr 2004 geht Celesio von einer leichten Belebung der Akquisitionstätigkeit gegenüber dem Vorjahr aus und hält an ihrer Strategie fest, nur Apotheken hinzuzukaufen, wenn es sich um Erfolg versprechende Standorte zu angemessenen Preisen handelt.

### Eigenkapitalquote bei 29,9 % – Nettoumlaufvermögen weiter verbessert

Die Konzernbilanz von Celesio zum Ende des 1. Halbjahrs 2004 ist solide.

Die Konzernbilanz von Celesio zum Ende des 1. Halbjahrs 2004 ist solide. Die Eigenkapitalquote lag bei 29,9 % gegenüber 29,3 % zum 31. Dezember 2003. Celesio verbesserte den Verschuldungsgrad (Gearing) von 0,76 auf 0,72. Hierzu trug das reduzierte Umlaufvermögen bei. Die Bilanzsumme verringerte sich um 154,1 Mio € auf 5.346,7 Mio €. Wechselkursveränderungen hingegen wirkten, insbesondere wegen des zum Stichtag gestiegenen Kurses des Britischen Pfund Sterling (GBP), mit 108,3 Mio € erhöhend auf die Bilanzsumme.

### Umsatz-, EBITDA- und Ergebnisentwicklung 1. Halbjahr

	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	7.787,4	<b>8.022,5</b>	2,9	3,0	179,7	<b>194,8</b>	8,1	8,4
Einzelhandel	1.286,4	<b>1.394,4</b>	8,2	8,4	101,8	<b>120,4</b>	17,4	18,3
<b>Gesamt Pharmadistribution</b>	9.073,8	<b>9.416,9</b>	3,7	3,8	281,5	<b>315,2</b>	11,5	12,0
Sonstiges	0,0	<b>0,0</b>	0,0	0,0	- 23,1	<b>- 18,1</b>	21,6	21,6
<b>Celesio-Konzern</b>	9.073,8	<b>9.416,9</b>	3,7	3,8	258,4	<b>297,1</b>	14,4	15,0

\* Wert im Großhandel Irland korrigiert.





**Celesio** Konzern

Das Eigenkapital ging zum 30. Juni 2004 leicht zurück und lag bei 1.599,5 Mio €, nach 1.609,0 Mio € zum 31. Dezember 2003. Dies ist auf die Dividendenzahlung von 76,5 Mio € zurückzuführen. Dem Jahresüberschuss von 142,8 Mio € standen Firmenwertverrechnungen von 91,7 Mio € gegenüber. Die Währungsumrechnung, insbesondere von GBP in €, in Höhe von 16,5 Mio € wirkte sich positiv auf das Eigenkapital aus. Ohne die Verrechnung von Firmenwerten und die Effekte aus der Währungsumrechnung wäre das Eigenkapital um 75,2 Mio €, die Eigenkapitalquote um 1,0 % gestiegen.

Die Pensionsrückstellungen und die übrigen Rückstellungen veränderten sich zum 30. Juni 2004 gegenüber dem 31. Dezember 2003 kaum. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen einschließlich der Wechselverbindlichkeiten lagen zum Halbjahresende leicht über dem Vergleichswert.

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten gingen zum 30. Juni 2004 auf Grund des positiven Free Cashflow um 166,9 Mio € zurück. Durch ein weiteres Schuldscheindarlehen über 52,9 Mio € diversifizierte Celesio die Finanzierungsstruktur.

### **Celesio steigert Rentabilität**

Celesio steigerte im 1. Halbjahr 2004 ihre Rentabilität. Verglichen mit dem Vorjahr verbesserten sich Ropertragsquote, Umsatzrendite und Zinsdeckungsgrad deutlich. Großhandel und Einzelhandel trugen dazu bei.

Die Ropertragsquote des Konzerns nahm gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 35 Basispunkte zu und erreichte 10,38 %. Maßgeblich dafür waren insbesondere der zunehmende Anteil des Einzelhandelsgeschäfts und dessen höhere Ropertragsquote. Diese wuchs im Einzelhandel um 31 Basispunkte auf 31,15 %, im Großhandel um 17 Basispunkte auf 6,77 %.

Ropertragsquote, Umsatzrendite und Zinsdeckungsgrad verbesserten sich deutlich.



Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge stiegen wechselkursbereinigt leicht überproportional an. Die Personalkosten entwickelten sich mit dem Umsatz.

Die Abschreibungen auf Geschäftswerte gingen gegenüber dem Vorjahreszeitraum zurück. Ein vor 15 Jahren erworbener Geschäftswert war zum 31. Dezember 2003 vollständig abgeschrieben.

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 im Vorjahr. Dennoch verbesserte sich der Zinsdeckungsgrad (EBIT im Verhältnis zum Zinsergebnis). Er lag bei 5,88, gegenüber 5,23 im 1. Halbjahr 2003.

Die Umsatzrendite gemessen am Vorsteuerergebnis stieg im Berichtszeitraum gegenüber dem 1. Halbjahr 2003 merklich um 35 Basispunkte auf 2,20 %. Maßgeblich für diese Entwicklung war neben der verbesserten Rohertragsquote die strikte Kostenkontrolle.

Die Ertragsteuerquote ging verglichen mit dem Vorjahreszeitraum von 32,2 % auf 31,2 % zurück. Der Jahresüberschuss wuchs wechselkursbereinigt um 25,2 % (26,0 % in €) auf 142,8 Mio €.



Celesio Konzern

### Celesio finanziert alle Investitionen aus Cashflow

Im 1. Halbjahr 2004 stieg der Cashflow wechselkursbereinigt um 12,4 % (12,9 % in €) und erreichte 192,1 Mio €. Der Rückgang bei den Geschäftswertabschreibungen war ausschlaggebend für den unterproportionalen Anstieg des Cashflow. Alle Investitionen des 1. Halbjahrs 2004 finanzierte Celesio aus dem Cashflow. Der Free Cashflow stieg wegen des zurückgegangenen Nettoumlaufvermögens auf 161,1 Mio €.

### Cashflow 1. Halbjahr

	2003 in Mio €	<b>2004</b> <b>in Mio €</b>
Cashflow	170,2	192,1
Dividendenzahlung	- 72,3	- 76,5
<b>Cashflow nach Dividendenzahlung</b>	<b>97,9</b>	<b>115,6</b>
Erlöse aus dem Abgang von Anlagevermögen	11,9	19,8
Laufende Investitionen	- 42,1	- 57,1
<b>Free Cashflow vor Akquisitionen und Veränderung des Nettoumlaufvermögens</b>	<b>67,7</b>	<b>78,3</b>
Veränderung des Nettoumlaufvermögens	42,9	100,1
Akquisitionen	- 53,7	- 17,3
<b>Free Cashflow</b>	<b>56,9</b>	<b>161,1</b>

### Celesio will Ergebnis vor Steuern um mehr als 15 % steigern

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.

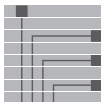
Der Vorstand erwartet, dass das Vorsteuerergebnis für das gesamte Jahr 2004 in lokaler Währung um mehr als 15 % steigen wird.

Der Vorstand erwartet ein Marktwachstum von mindestens 5 %.

### Kennzahlen zur Celesio-Aktie 1. Halbjahr

	2003	<b>2004</b>	Veränderung in lokaler Währung %	Veränderung in € %
	€ je Aktie	<b>€ je Aktie</b>		
EBITDA	3,04	<b>3,49</b>	14,4	15,0
Ergebnis vor Steuern und Geschäftswert- abschreibung	2,08	<b>2,54</b>	21,4	22,0
Ergebnis vor Steuern	1,97	<b>2,44</b>	23,3	24,1
Jahresüberschuss	1,33	<b>1,68</b>	25,2	26,0

## Wachstumsmarkt Gesundheit



Celesio Großhandel

## Umsatz nach Ländern Großhandel

### 1. Halbjahr

	Anzahl Nieder- lassungen	2003 in Mio €	<b>2004</b> in Mio €	Veränderung in lokaler Währung in %	Veränderung in € in %
Frankreich	52	3.362,4	<b>3.524,6</b>	4,8	4,8
Deutschland	19	1.671,6	<b>1.598,5</b>	- 4,4	- 4,4
Großbritannien	20	1.419,2	<b>1.549,5</b>	7,3	9,2
Österreich	7	469,5	<b>473,3</b>	0,8	0,8
Belgien	8	205,0	<b>208,1</b>	1,5	1,5
Irland	3	174,8*	<b>207,7</b>	18,8	18,8
Norwegen	4	218,3	<b>179,9</b>	- 10,2	- 17,6
Portugal	6	144,5	<b>152,0</b>	5,2	5,2
Tschechien	3	63,4	<b>66,4</b>	7,7	4,8
Italien	1	58,7	<b>62,5</b>	6,4	6,4
<b>Gesamt</b>	<b>123</b>	<b>7.787,4</b>	<b>8.022,5</b>	<b>2,9</b>	<b>3,0</b>

\* Wert korrigiert.

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

## Überblick Großhandel

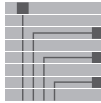
**Celesio steigerte den Großhandelsumsatz im 1. Halbjahr 2004 währungsbereinigt um 2,9 %. Das Vorsteuerergebnis legte in lokaler Währung um 14,6 % zu. Eine verbesserte Rohertragsquote, ein konsequentes Kostenmanagement und betriebliche Verbesserungen trugen zur positiven Ergebnisentwicklung bei.**

### **Beschleunigter Wachstumstrend des Großhandelsmarktes setzt sich fort**

Im Großhandel setzte sich der seit dem 2. Halbjahr 2003 beschleunigte Wachstumstrend fort. Vorzieheffekte in das Vorjahr dämpften in Deutschland diesen Trend zu Beginn des Jahrs.

Der Umsatz im Geschäftsbereich Großhandel stieg im 1. Halbjahr 2004 wechsellkursbereinigt um 2,9 % (3,0 % in €) und erreichte 8.022,5 Mio €. Das EBITDA wuchs in lokaler Währung um 8,1 % (8,4 % in €) auf 194,8 Mio €, das Ergebnis vor Steuern um 14,6 % (14,9 % in €) auf 154,9 Mio €. Hierfür entscheidend war eine verbesserte Rohertragsquote und vor allem die nachhaltig verbesserte Kostenbasis. Auch die Ergebnissituation in Deutschland verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr deutlich. Die Umsatzrendite gemessen am Ergebnis vor Steuern stieg auf 1,93 %, nach 1,73 % im Vorjahr.

Mit einem konsequenten Kostenmanagement in allen Ländern, betrieblichen Verbesserungen, einer intensiven Zusammenarbeit mit Pharmaherstellern und innovativen Kundenbindungskonzepten kompensierte Celesio die im 1. Quartal 2004 eingeführten staatlichen Maßnahmen vollständig: Praxisgebühren und Selbstbeteiligungen wurden in Deutschland eingeführt, die gesetzlich festgelegte Großhandelsspanne in Frankreich, Deutschland und Österreich gekürzt und die Erstattungsbeträge ausgewählter Generika in Großbritannien gesenkt. Außerdem wurde die Sondersteuer auf verschreibungspflichtige Arzneimittel in Frankreich neu geregelt.



**Celesio** Großhandel

### **Kundenbindungskonzepte machen Apotheken zukunftsfähig**

Mit innovativen Konzepten in Deutschland, Großbritannien und Österreich hilft Celesio, die Apotheken zukunftsfähig zu machen, und stärkt die gesamte Verteilkette: von der Industrie über den Großhandel bis zur Apotheke. Der zufriedene Kunde steht bei allen Modellen im Mittelpunkt.

Seit Anfang des Jahrs 2004 hat GEHE Pharma Handel ihr *Commitment-Modell* zum erfolgreichsten Dienstleistungsprogramm für Apotheken gemacht. Mehr als 2.200 Apotheken nutzten dieses besondere Dienstleistungsangebot zu Themen wie Einkauf, Mitarbeiterschulung und Marketing.

In Großbritannien entwickelte AAH ihr Dachmarkenkonzept *Vantage* weiter. Das Konzept bietet unabhängigen Apotheken einen einheitlichen Marktauftritt und spezielle Dienstleistungen. Die Apotheken können zwischen mehreren Arten von Mitgliedschaften wählen, die unterschiedliche Leistungen umfassen und auf deren individuelle Bedürfnisse angepasst sind. Ziel ist es, die Beratungskompetenz der Apotheken zu stärken.

Ende des letzten Jahrs führte der österreichische Celesio-Großhandel für seine Kunden das Marketingkonzept *Herba Family* ein. Herba Chemosan bietet ein umfassendes Leistungspaket zu den Themen Marketing, Kooperationen und Weiterbildungen. Wegen des großen Interesses sollen die Leistungen im Jahr 2005 ausgebaut werden.

## **Celesio strafft Niederlassungsstruktur und betriebliche Abläufe**

Im 1. Halbjahr 2004 verbesserte Celesio die betrieblichen Abläufe in vielen Ländern und erhöhte Produktivität, Effizienz und Kundenservice. Zudem straffte Celesio in Frankreich, Deutschland, Belgien, Norwegen und Portugal die Niederlassungsstruktur. Diese Maßnahmen werden sich im Gesamtjahr 2004 positiv auf das Ergebnis auswirken.

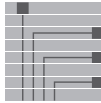
OCP führte in Frankreich die Niederlassungen Metz und Nancy am neuen Standort Atton zusammen, die Niederlassungen Charleville-Mézières und Reims in Witry-lès-Reims. Darüber hinaus verbesserte OCP die betrieblichen Prozesse in den Niederlassungen. Dazu wurden beispielsweise die Call Center enger miteinander verzahnt, die Betriebszeiten verkürzt und Liefertouren neu organisiert.

Mit einem im Jahr 2003 eingeführten Logistikkonzept lastet GEHE Pharma Handel die Niederlassungen in Deutschland besser aus und strafft die innerbetrieblichen Abläufe. Das Konzept zeigt erste, deutliche Erfolge und soll bis 2005 in allen Regionen umgesetzt sein. Darüber hinaus setzte das Unternehmen die Modernisierung der Niederlassungen fort. So wurde die Niederlassung Unna erweitert, neugestaltet und im Mai 2004 wieder in den regulären Betrieb genommen.

Seit dem 1. Quartal 2004 sind drei ehemalige Niederlassungen von OCP Portugal in den beiden modernen, verkehrsgünstig gelegenen Niederlassungen Lissabon und Torres Novas zusammengelegt.

PHARMA BELGIUM organisierte die Logistik der Niederlassungen Lüttich und Brüssel neu, um die Nachtaufträge effizienter zu bearbeiten und die Betriebszeiten der Niederlassung Lüttich zu kürzen.

NMD Grossisthandel verbesserte die Bevorratung in den norwegischen Niederlassungen. Die unlängst modernisierte und erweiterte Zentralniederlassung Oslo verfügt über das komplette Sortiment für den ganzen norwegischen Markt. Die Niederlassungen Bergen, Trondheim und Harstad führen nur noch die Artikel, die häufig nachgefragt werden und sofort für die Patienten verfügbar sein müssen.



Celesio Großhandel

## Länderinformationen Großhandel

### Frankreich – Hochpreisige Arzneimittel fördern Umsatzwachstum

Das Umsatzwachstum von OCP lag im 1. Halbjahr 2004 bei 4,8 %, wurde jedoch durch den zunehmenden Anteil von Generika und damit verbundene Preissenkungen gedämpft. Es lag im Rahmen des vergleichbaren Marktwachstums. Der Umsatz mit hochpreisigen Arzneimitteln, die seit 2003 nicht mehr nur in Krankenhäusern, sondern auch in Apotheken erhältlich sind, nahm stark zu. Dies trug positiv zur Umsatzentwicklung bei. Das Vorsteuerergebnis entsprach den Erwartungen.

Die jahrelange Zusammenarbeit mit führenden Generikaherstellern erlaubt OCP, ihren Kunden ein umfangreiches Generikasortiment zu besonders attraktiven Konditionen anzubieten. Damit baute das Unternehmen seine Position als bedeutendster Großhändler in diesem Segment aus.

### Deutschland – Logistikkonzept zahlt sich aus

Der Umsatz von GEHE Pharma Handel ging im 1. Halbjahr 2004 in einem deutlich rückläufigen Markt um 4,4 % zurück und lag damit im Rahmen der vergleichbaren Marktentwicklung. Diese war von den Auswirkungen des zum 1. Januar 2004 in Kraft getretenen Gesetzes zur Modernisierung der gesetzlichen Krankenversicherung (GMG) geprägt. Patienten verlegten planbare Arztbesuche in das Jahr 2003. Dadurch änderte sich das Verschreibungsverhalten der Ärzte. Dies führte im Markt zu einer Umsatzverschiebung in das letzte Quartal des Jahres 2003. Im 2. Quartal 2004 begann sich das Patienten- und Ärzterverhalten wieder zu normalisieren. Insbesondere wegen der stabileren Marktsituation und der Umsetzung eines innovativen Logistikkonzepts entwickelte sich das Ergebnis vor Steuern positiv. Das im Januar eingeführte *Commitment-Modell* entwickelte sich zum erfolgreichsten Dienstleistungsprogramm für Industrie und Apotheke in Deutschland.



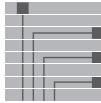
## **Großbritannien – Hohes Umsatzwachstum mit Krankenhäusern und Apothekenketten**

In der ersten Jahreshälfte stieg der Umsatz von AAH um 7,3 % in lokaler Währung (9,2 % in €) und lag im Rahmen des vergleichbaren Marktwachstums. Der Umsatz mit Krankenhäusern entwickelte sich besonders gut. Als führender Lieferant von Kunden, die Apothekenketten betreiben, profitierte AAH von deren überdurchschnittlichem Wachstum. Das Ergebnis vor Steuern stieg deutlich stärker als der Umsatz, da AAH die Effizienz der betrieblichen Abläufe weiter steigerte.

Im 1. Halbjahr 2004 wuchs der Generikamarkt stark. Maßgeblich hierfür waren abgelaufene Patente auf Originalpräparate. AAH nutzt die sich daraus ergebenden Chancen und baut ihren Marktanteil aus. AAH bietet ihren Kunden ein umfassendes Produktsortiment zu attraktiven Konditionen an.

## **Österreich – Umsatz entwickelt sich über Markt**

Herba Chemosan steigerte im 1. Halbjahr 2004 ihren Umsatz um 0,8 %. Ein Distributionsvertrag wurde von Umsatz- auf Kommissionsbasis umgestellt. Bereinigt um diesen Effekt entwickelte sich der Umsatz leicht besser als der Markt, dessen Wachstum sich verlangsamte. Wesentlich hierfür waren gesetzliche Änderungen, die zum 1. Januar 2004 in Kraft traten. Herba Chemosan kompensierte jedoch nahezu vollständig deren Auswirkungen und erzielte ein über den Erwartungen liegendes Vorsteuerergebnis.



**Celesio** Großhandel

### **Norwegen – Lieferverträge mit Krankenhäusern verlängert**

Im 1. Halbjahr 2004 ging der Umsatz von NMD Grossisthandel (NMD) um 10,2 % in lokaler Währung (17,6 % in €) zurück. Der Umsatzausweis verringerte sich – ohne Auswirkung auf das Ergebnis – wegen der geänderten Behandlung eines Distributionsvertrags. Bereinigt um diesen Sondereffekt bewegte sich der Umsatz leicht unter dem Niveau des Vorjahrs. Das Ergebnis vor Steuern entwickelte sich positiv auf Grund der engen Zusammenarbeit mit der Pharmaindustrie und des strikten Kostenmanagements.

NMD beliefert seit Jahren nahezu alle Krankenhäuser des Landes. Die hohe Lieferqualität und die gute Zusammenarbeit führten Anfang April 2004 dazu, dass die Verträge im Rahmen einer öffentlichen Ausschreibung bis Ende 2007 verlängert wurden.

### **Belgien – Betriebliche Verbesserungen wirken sich positiv aus**

Der Umsatz von PHARMA BELGIUM stieg im 1. Halbjahr 2004 leicht gegenüber dem Vorjahr um 1,5 %. Trotz intensivem Rabattwettbewerb im belgischen Großhandelsmarkt sicherte PHARMA BELGIUM ihren Marktanteil. Das Vorsteuerergebnis entwickelte sich positiv. Dies ist insbesondere auf die betrieblichen Maßnahmen der letzten 18 Monate zurückzuführen, wodurch die Niederlassungen besser ausgelastet wurden.

### **Irland – Umsatz steigt erneut**

Mit einem Umsatzwachstum von 18,8 %\* in den ersten sechs Monaten des Jahres 2004 entwickelte sich CAHILL MAY ROBERTS (CMR) unterhalb des vergleichbaren Marktwachstums. Der Markt war von intensivem Rabattwettbewerb geprägt. Die Marktkonsolidierung setzte sich fort; ein Hauptwettbewerber von CMR übernahm eine Apothekenkette. Das Ergebnis vor Steuern lag im 1. Halbjahr 2004 im Rahmen der Erwartungen.

\* Vorjahreswert korrigiert.

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

Der Umsatz von OCP Portugal stieg im 1. Halbjahr 2004 um 5,2 % und lag damit im Rahmen des Marktwachstums. Der Umsatzanstieg ist insbesondere auf höhere Durchschnittspreise zurückzuführen. Das Ergebnis vor Steuern entwickelte sich deutlich überproportional zum Umsatz.

### **Tschechien – Konsequentes Kostenmanagement**

Der tschechische Pharmagroßhandelsmarkt ist nach wie vor durch einen scharfen Wettbewerb mit hohen Rabatten und langen Zahlungszielen geprägt. GEHE Pharma Praha steigerte den Umsatz um 7,7 % in lokaler Währung (4,8 % in €) und entwickelte sich leicht unter dem Markt. Auf Grund eines konsequenten Kostenmanagements erhöhte sich das Ergebnis vor Steuern.

### **Italien – Neukunden gewonnen**

In den ersten sechs Monaten des Jahrs 2004 wuchs der Umsatz von AFM um 6,4 % und lag im Rahmen der Marktentwicklung. Das Umsatzwachstum im 2. Quartal zog gegenüber dem 1. Quartal deutlich an. Stärker als den Umsatz steigerte AFM das Ergebnis vor Steuern. Dieses entwickelte sich besser als erwartet.

Im 2. Quartal 2004 gewann AFM neue Kunden. Dazu zählen kommunale und unabhängige Apotheken sowie ein kommunales Krankenhaus, für das AFM die Arzneimittel liefert und den Warenbestand verwaltet.



Celesio Einzelhandel

## Umsatz nach Ländern Einzelhandel

### 1. Halbjahr

	Anzahl Apo- theken	2003 in Mio €	2004 in Mio €	Veränderung in lokaler Währung in %	Veränderung in € in %
Großbritannien	1.372	887,5	<b>977,5</b>	8,3	10,1
Norwegen	110	154,0	<b>152,4</b>	7,8	- 1,0
Italien	161	96,4	<b>104,9</b>	8,8	8,8
Irland	55	50,3	<b>54,5</b>	8,4	8,4
Niederlande	35	46,4	<b>50,8</b>	9,5	9,5
Belgien	66	26,9	<b>34,7</b>	28,7	28,7
Tschechien	63	24,9	<b>19,6</b>	- 18,9	- 21,1
<b>Gesamt</b>	<b>1.862</b>	<b>1.286,4</b>	<b>1.394,4</b>	<b>8,2</b>	<b>8,4</b>

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

## Überblick Einzelhandel

**Durch starkes organisches Wachstum steigerte Celesio im 1. Halbjahr 2004 seinen Umsatz und lag damit über dem Marktwachstum. Besonders gut entwickelten sich die neu gestalteten Apotheken.**

### Einzelhandelsumsatz plus 8,2 %, Ergebnis plus 47,6 %

Im 1. Halbjahr 2004 setzte der Apothekenmarkt seinen Wachstumstrend fort. Eine große Zahl von Neueröffnungen prägte die Apothekenmärkte Irland, Tschechien und Niederlande.

Der Einzelhandelsumsatz wuchs im 1. Halbjahr 2004 gegenüber dem Vorjahr wechselkursbereinigt um 8,2 % (8,4 % in €) auf 1.394,4 Mio €. Über den Erwartungen entwickelten sich die Apotheken, die an attraktivere Standorte verlagert oder auf der Grundlage eines für jedes Land einheitlichen Gestaltungskonzeptes neu eingerichtet wurden. Sie trugen besonders zum hohen, über dem Markt liegenden organischen Umsatzwachstum bei.

Das EBITDA verbesserte sich in lokaler Währung um 17,4 % (18,3 % in €) auf 120,4 Mio €. Das Vorsteuerergebnis legte wechselkursbereinigt um 47,6 % zu (50,4 % in €) und erreichte mit 53,2 Mio € ein hohes Niveau. Die Umsatzrendite auf der Basis des Vorsteuerergebnisses stieg von 2,75 % auf 3,82 %.

Die gesetzlichen Rahmenbedingungen veränderten sich in einzelnen Märkten. In Großbritannien wurden die Erstattungsbeträge einiger Generika zum 1. Dezember 2003 reduziert. In den Niederlanden vereinbarten die Marktteilnehmer im 1. Quartal 2004 eine Preissenkung der Generika. Zuvor war die Erhöhung des Krankenkassenrabatts gerichtlich für unwirksam erklärt worden. In Belgien wurden Preise von verschreibungspflichtigen Arzneimitteln gesenkt und der zum 1. Juli 2003 erhöhte Kassenrabatt zum 1. Januar wieder auf sein ursprüngliches Niveau gesenkt. Celesio kompensierte mit ihrem Ergebnis die Auswirkungen staatlicher Eingriffe. Ein Beleg dafür, dass Celesio mit ihrem Geschäftsmodell ausgezeichnet aufgestellt ist.



**Celesio** Einzelhandel

### **Celesio stärkt ihre Apothekenmarken europaweit**

Die Einführung einheitlicher Marken in den einzelnen Ländern ist Bestandteil des Erfolges des Celesio-Einzelhandels. Die Apotheken sind so stärker in der Öffentlichkeit präsent und von den Kunden besser wiederzuerkennen. *Lloydspharma*, seit 15. April 2004 der Name des belgischen Apothekengeschäfts, führte ein einheitliches Erscheinungsbild ein und begann die Apotheken sukzessive umzugestalten. Das niederländische Apothekengeschäft tritt seit dem 1. Juli 2004 unter der Dachmarke *Lloyds* auf. Kennzeichen aller *Lloyds*-Apotheken wird ein einheitlicher Außenauftritt unter Beibehaltung des lokal eingeführten Namens sein.

Die Einzelhandelsorganisationen von Celesio nutzten unterschiedliche Medien, um ihr Markenprofil und ihre Wahrnehmung in der Öffentlichkeit als umfassender Gesundheitsdienstleister zu stärken. Vitusapotek sponserte zu Beginn der Allergiesaison im März und April den Wetterbericht im norwegischen Fernsehen. *Lloydspharmacy* begleitete ihre Einführung kostenloser Diabetestests in den Apotheken durch Werbekampagnen im Fernsehen und wird seitdem – wie Umfragen belegen – deutlich stärker als Großbritannien führender Gesundheitsdienstleister wahrgenommen.

### **Länderübergreifende Zusammenarbeit schafft Synergien**

In Großbritannien, Norwegen und Irland verfügt der Celesio-Einzelhandel über eigene Radiosender. Eingebettet in ein Unterhaltungsprogramm werden Produktinformationen und Beiträge zu aktuellen Gesundheitsthemen gesendet. Bei der Markteinführung und Programmgestaltung diente der britische Celesio-Einzelhandel als Vorbild, der mit *Lloydspharmacy live* im April 2003 erstmals auf Sendung ging. Im Mai 2004 folgte Vitusapotek, im Juni 2004 Unicarepharmacy.

*Lloydspharmacy* eröffnete im Mai dieses Jahr in Großbritannien die *Apotheke der Zukunft*. Diese verbindet modernes Design und kundenfreundliche Arbeitsabläufe mit einem marktführenden Dienstleistungsangebot. Sie ist Pilotprojekt für die Entwicklung eines innovativen Apothekenkonzepts, das noch mehr die Bedürfnisse der Kunden in den Mittelpunkt stellt. Vorbildliche Praxisbeispiele aus den anderen Ländern des Celesio-Einzelhandels flossen mit ein.

### **Vorreiter beim Aufbau von Gesundheitszentren**

Der Celesio-Einzelhandel in Großbritannien, Norwegen und den Niederlanden ist wegweisend im Aufbau von Gesundheitszentren. Die Zentren – mit Apotheke, Arztpraxen und anderen Gesundheitsdienstleistungen unter einem Dach – ermöglichen Celesio, Apotheken nahe am Rezeptfluss zu platzieren. Sie werden in enger Kooperation mit Ärzten und Gesundheitsbehörden geplant. Dadurch ist eine umfassende Patientenversorgung sichergestellt. Zwei neue Zentren sollen im August und Dezember 2004 in Großbritannien eröffnet werden, vier Zentren in Norwegen und eines in den Niederlanden voraussichtlich im letzten Quartal dieses Jahrs.

### **Neue Apotheken in Großbritannien und Norwegen eröffnet**

Zum Ende des 1. Halbjahrs 2004 betrieb Celesio in sieben europäischen Ländern 1.862 Apotheken. In Großbritannien, Irland, Belgien und Norwegen kaufte Celesio acht Apotheken und eröffnete drei Apotheken neu. Im Rahmen der laufenden Standortoptimierung verkaufte oder schloss der Konzern 31 Apotheken; 22 davon waren unprofitable Apotheken in Tschechien.



Celesio Einzelhandel

## Länderinformationen Einzelhandel

### Großbritannien – Hoher Umsatz mit verschreibungspflichtigen Arzneimitteln

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2004 wuchs der Umsatz von Lloydspharmacy um 8,3 % (10,1 % in €) und lag damit über dem vergleichbaren Markt. Im starken Umsatzwachstum des Verschreibungssegments spiegeln sich höhere Durchschnittswerte pro Verschreibung und mehr bearbeitete Rezepte wider. Das OTC-Segment war von starkem Wettbewerb geprägt. Lloydspharmacy baute ihr Eigenmarkensortiment aus und entwickelte sich mit OTC-Gesundheitsprodukten im Rahmen des Apothekenmarktes. Das Ergebnis vor Steuern entwickelte sich auf Grund der positiven Rohertragsentwicklung und eines strikten Kostenmanagements überproportional zum Umsatz und lag im Plan.

Der britische staatliche Gesundheitsdienst (National Health Service) handelt im Jahr 2004 den Vertrag mit den Apotheken neu aus. Dieser wird voraussichtlich die Rolle des Apothekers als kompetenter Berater in allen Gesundheitsfragen stärken. Mit ihrem marktführenden Dienstleistungsangebot ist Lloydspharmacy für diese Entwicklung ausgezeichnet positioniert. So werden beispielsweise kostenlose Zucker- und Bluttests standardmäßig angeboten; Beratungszonen für vertrauliche Kundengespräche befinden sich in nahezu allen Apotheken.

### Norwegen – Umsatz wächst deutlich über Markt

Vitusapotek steigerte ihren Umsatz in lokaler Währung um 7,8 % (–1,0 % in €). Obwohl im Jahr 2003 und Anfang 2004 eingeführte staatliche Maßnahmen die Umsatzentwicklung dämpften, entwickelte sich der Umsatz von Vitusapotek im 1. Halbjahr 2004 deutlich besser als der vergleichbare Markt. Zu den staatlichen Maßnahmen zählen Preissenkungen von Arzneimitteln, ein Referenzpreissystem, und die Freigabe bestimmter apothekenpflichtiger OTC-Produkte für andere Vertriebskanäle. Im Gegenzug hat Vitusapotek ihr Produktsortiment erweitert. Hohes Umsatzwachstum mit Generika, der Erfolg mit Eigenmarken, die enge Zusammenarbeit mit Pharmaherstellern sowie eine schlanke Kostenbasis führten zu einem Vorsteuerergebnis, das sich deutlich über den Erwartungen entwickelte.



### **Italien – Umsatzwachstum beschleunigt**

Seit 2003 erhalten Patienten mit dauerhaft hohen Arzneimittelkosten in den Regionen Emilia-Romagna und Toskana ihre Arzneimittel nur noch in Krankenhausapotheken oder von den örtlichen Gesundheitsbehörden. Dies dämpfte das Marktwachstum im 1. Halbjahr 2004. Dennoch hat sich der Markt, vor allem im Bereich der verschreibungspflichtigen Arzneimittel, merklich erholt. Das Umsatzwachstum der italienischen Apotheken von Celesio hat sich im 2. Quartal 2004 gegenüber dem 1. Quartal 2004 beschleunigt. Es lag im 1. Halbjahr 2004 mit 8,8 % deutlich über dem des Marktes. Zurückzuführen ist dies auf verbesserte Standorte und neu gestaltete Apotheken. Zudem erweiterte der italienische Celesio-Einzelhandel sein Dienstleistungsangebot, beispielsweise durch Hauttypanalysen, und positionierte sich so noch stärker als Gesundheitsdienstleister. Das Ergebnis vor Steuern hat sich positiv entwickelt.

### **Irland – Umsatz wächst weiter**

Unicarepharmacy steigerte ihren Umsatz im 1. Halbjahr 2004 um 8,4 %. Der Markt wurde von einer großen Anzahl von Neueröffnungen geprägt. Das Ergebnis vor Steuern erfüllte die Erwartungen.

### **Niederlande – Apotheken treten unter der Dachmarke *Lloyds Apotheken* auf**

Celesio erreichte mit ihren Apotheken in den Niederlanden, die seit Anfang Juli unter der Dachmarke *Lloyds Apotheken* auftreten, im 1. Halbjahr 2004 ein Umsatzwachstum von 9,5 %. Ohne Akquisitionen lag das Umsatzwachstum im Rahmen des vergleichbaren Marktwachstums, das sich im 2. Quartal 2004 belebte. Das 1. Quartal 2004 war noch von Vorzieheffekten geprägt, weil seit Quartalsbeginn einige verschreibungspflichtige Arzneimittel nicht mehr erstattet wurden und Nachfrage in das davor liegende Quartal verlagert wurde. Wachstumsdämpfend wirkten einige im Februar eingeführte Preissenkungen bei Generika. Das Vorsteuerergebnis entwickelte sich im Rahmen der Erwartungen.



**Celesio** Einzelhandel

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

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2004 stieg der Umsatz des belgischen Apothekengeschäfts, das seit dem 15. April den Namen *Lloydspharma* trägt, um 28,7 %. Das organische Umsatzwachstum lag über dem vergleichbaren Marktwachstum, das einen leichten Rückgang verzeichnete. Maßgeblich hierfür war ein niedrigeres Preisniveau bei verschreibungspflichtigen Arzneimitteln, das von Preissenkungen hervorgerufen wurde. Zudem verschrieben die Ärzte weniger, aber dafür größere Packungen. Lloydspharma wird ihr Dienstleistungsangebot erweitern, um sich als sachkundiger Ansprechpartner in allen Gesundheitsfragen am Markt zu positionieren. Das Vorsteuerergebnis entsprach den Erwartungen.

### **Tschechien – Portfolio bereinigt**

Der Umsatz von *Lékárny Lloyds* war mit einem Rückgang von 18,9 % in lokaler Währung (21,1 % in €) geprägt durch den Verkauf von 22 unprofitablen Apotheken im April 2004.

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. Halbjahr 2004 orientiert sich an dem Deutschen Rechnungslegungs-Standard Nr. 6, Zwischenberichterstattung. Dabei wurden die entsprechenden Vorschriften des Handelsgesetzbuchs und des Aktiengesetzes befolgt.

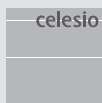
Die Bewertungs- und Bilanzierungsmethoden wurden gegenüber dem Celesio-Konzernabschluss zum 31. Dezember 2003 unverändert angewandt.

### Gewinn- und Verlustrechnung 1. Halbjahr

	2. Quartal		1. Halbjahr	
	2003 Mio €	2004 Mio €	2003 Mio €	2004 Mio €
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>4.548,5</b>	<b>4.798,3</b>	<b>9.073,8*</b>	<b>9.416,9</b>
Aufwendungen für Roh-, Hilfs-, und Betriebsstoffe und bezogene Waren	4.092,4	4.296,5	8.163,4*	8.439,5
<b>Rohhertrag</b>	<b>456,1</b>	<b>501,8</b>	<b>910,4</b>	<b>977,4</b>
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	- 111,0	- 113,6	- 223,9	- 234,5
Personalaufwand	212,7	228,0	429,4	449,1
Beteiligungsergebnis	0,6	1,0	1,3	3,3
<b>EBITDA</b>	<b>133,0</b>	<b>161,2</b>	<b>258,4</b>	<b>297,1</b>
Abschreibungen auf Geschäftswerte	4,8	4,2	9,7	8,4
Abschreibungen auf übrige immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	23,3	19,5	42,0	38,6
<b>EBIT</b>	<b>104,9</b>	<b>137,5</b>	<b>206,7</b>	<b>250,1</b>
Zinsergebnis	- 19,0	- 21,6	- 39,5	- 42,6
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>85,9</b>	<b>115,9</b>	<b>167,2</b>	<b>207,5</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	27,6	36,0	53,9	64,7
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>58,3</b>	<b>79,9</b>	<b>113,3</b>	<b>142,8</b>
Konzernfremden Gesellschaftern zustehender Gewinn	- 0,3	- 1,9	- 1,2	- 2,7
<b>Konzerngewinn</b>	<b>58,0</b>	<b>78,0</b>	<b>112,1</b>	<b>140,1</b>

Im 1. Halbjahr 2004 beschäftigte Celesio 24.324 Mitarbeiter (umgerechnet auf Vollzeitkräfte) gegenüber 25.415 Mitarbeitern im Vorjahr.

\* Wert im Großhandel Inland korrigiert.



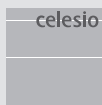
Celesio Konzern

## Bilanz

	30.06.2003 Mio €	31.12.2003 Mio €	<b>30.06.2004 Mio €</b>
<b>Aktiva</b>			
<b>Anlagevermögen</b>			
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.748,1	1.703,8	<b>1.652,1</b>
Sachanlagen	384,0	394,2	<b>405,4</b>
Finanzanlagen	69,4	108,6	<b>118,4</b>
	<b>2.201,5</b>	<b>2.206,6</b>	<b>2.175,9</b>
<b>Umlaufvermögen</b>			
Vorräte	1.151,8	1.401,6	<b>1.301,1</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Vermögensgegenstände	1.642,2	1.814,7	<b>1.774,4</b>
Flüssige Mittel	12,9	14,0	<b>11,0</b>
	<b>2.806,9</b>	<b>3.230,3</b>	<b>3.086,5</b>
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>75,2</b>	<b>63,9</b>	<b>84,3</b>
	<b>5.083,6</b>	<b>5.500,8</b>	<b>5.346,7</b>
<b>Passiva</b>			
<b>Eigenkapital</b>	<b>1.549,1</b>	<b>1.609,0</b>	<b>1.599,5</b>
<b>Rückstellungen</b>			
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	85,4	86,4	<b>87,7</b>
Andere Rückstellungen	357,4	374,9	<b>372,8</b>
	<b>442,8</b>	<b>461,3</b>	<b>460,5</b>
<b>Verbindlichkeiten</b>			
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.171,4	1.011,3	<b>844,4</b>
Schuldscheindarlehen	0,0	243,9	<b>296,2</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.461,1	1.573,0	<b>1.651,5</b>
Wechselverbindlichkeiten	148,3	229,8	<b>164,9</b>
Übrige Verbindlichkeiten	303,7	364,7	<b>321,9</b>
	<b>3.084,5</b>	<b>3.422,7</b>	<b>3.278,9</b>
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>7,2</b>	<b>7,8</b>	<b>7,8</b>
	<b>5.083,6</b>	<b>5.500,8</b>	<b>5.346,7</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			- 91,7			- 91,7
Währungsumrechnung			16,5			16,5
Jahresüberschuss				140,1	2,7	142,8
Anteile anderer Gesellschafter					- 0,6	- 0,6
<b>Stand zum 30.06.2004</b>	<b>217,7</b>	<b>1.113,0</b>	<b>109,3</b>	<b>140,2</b>	<b>19,3</b>	<b>1.599,5</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			- 93,7			- 93,7
Währungsumrechnung			- 36,9			- 36,9
Jahresüberschuss				112,1	1,2	113,3
Anteile anderer Gesellschafter					- 1,0	- 1,0
<b>Stand zum 30.06.2003</b>	<b>217,7</b>	<b>1.113,0</b>	<b>91,2</b>	<b>112,1</b>	<b>15,1</b>	<b>1.549,1</b>



Celesio Konzern

## Kapitalflussrechnung 1. Halbjahr

	2003 Mio €	<b>2004 Mio €</b>
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>113,3</b>	<b>142,8</b>
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	52,4	47,0
Ergebnis aus Sachanlagenabgang sowie Veränderung der langfristigen Rückstellungen	4,5	2,3
<b>Cashflow</b>	<b>170,2</b>	<b>192,1</b>
Veränderung der übrigen Rückstellungen	30,7	- 8,0
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	2,3	- 1,0
Veränderungen der Vorräte, Forderungen, sonstigen Vermögens- gegenstände und des aktiven Rechnungsabgrenzungspostens	184,6	175,5
Veränderungen der kurzfristigen Verbindlichkeiten und des passiven Rechnungsabgrenzungspostens	- 222,1	- 96,6
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>	<b>165,7</b>	<b>262,0</b>
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	11,9	19,8
Auszahlungen für Investitionen	- 106,9	- 73,3
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>- 95,0</b>	<b>- 53,5</b>
Gewinnausschüttung	- 72,9	- 77,4
Veränderung der langfristigen Verbindlichkeiten	- 4,2	- 134,2
<b>Mittelzufluss/-abfluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>- 77,1</b>	<b>- 211,6</b>
<b>Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands</b>	<b>- 6,4</b>	<b>- 3,1</b>
Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestands	- 0,4	0,1
Finanzmittelbestand am 01.01.	19,7	14,0
<b>Finanzmittelbestand am 30.06.</b>	<b>12,7</b>	<b>11,0</b>

### Information zur Celesio-Aktie

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

## Adressen, Ansprechpartner

### Für Aktionärsinformationen wenden Sie sich bitte an:

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

### Für Publikationsanforderungen und zu Fragen der Unternehmenskommunikation wenden Sie sich bitte an:

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	13. Januar 2004
Investorenkonferenz, Frankfurt	21. Januar 2004
Investorenkonferenzen, New York	4. – 5. Februar 2004
Roadshow, London und Paris	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, Edinburgh, Paris und Frankfurt	Juli 2004
Aktionärsbrief, 1. Halbjahr 2004	16. August 2004
Roadshow Irland	September 2004
Investorenkonferenz, Hamburg	9. September 2004
Investorenkonferenz, London	21. September 2004
Investorenkonferenz, München	29. September 2004
Roadshow, USA	Oktober 2004
Betriebsbesichtigung Groß- und Einzelhandel, Birmingham	14. Oktober 2004
Roadshow, London, Paris und Frankfurt	November 2004
Aktionärsbrief, 1. – 3. Quartal 2004	15. November 2004
Hauptversammlung, Stuttgart	29. April 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