



celesio
the healthcare group

Highlights 2004

- Neue Großhandelniederlassungen in Witry-lès-Reims/Frankreich und in Torres Novas/Portugal.
- Belgische Apotheken unter einheitlichem Namen *Lloydspanharm*.



Celesio in Stichworten

Tradition

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

Kennzahlen 1. Quartal 2004

Umsatz	_____	4,6 Mrd €
Umsatzwachstum	_____	3,0 %* (2,1 % in €)
EBITDA**	_____	135,9 Mio €
EBITDA-Wachstum	_____	9,5 %* (8,4 % in €)
Ergebnis vor Steuern	_____	91,6 Mio €
Wachstum Ergebnis vor Steuern	_____	13,0 %* (12,7 % in €)
Jahresüberschuss	_____	62,9 Mio €
Wachstum Jahresüberschuss	_____	14,7 %* (14,4 % in €)
Jahresüberschuss je Aktie	_____	0,74 €
Mitarbeiter***	_____	24.481
Großhandelsniederlassungen	_____	124
Apotheken	_____	1.882

* Wechselkursbereinigt

** Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen

*** auf Vollzeitkräfte umgerechnet



Celesio Konzern

Im Mai 2004

Sehr geehrte Aktionärin, sehr geehrter Aktionär,

der Celesio-Konzern setzte im 1. Quartal 2004 sein langjähriges Wachstum fort. Diese Entwicklung macht erneut die dauerhafte Attraktivität des Pharmamarktes deutlich. Der Umsatz stieg in lokaler Währung um 3,0 % und das Ergebnis vor Steuern um 13,0 %. Für das Geschäftsjahr 2004 geht der Vorstand von einem zweistelligen Ergebniswachstum in lokaler Währung aus.

Celesio profitiert vom wachsenden Pharmamarkt

Celesio knüpft an die gute Geschäftsentwicklung des Jahrs 2003 an.

Der Pharmamarkt ist und bleibt ein Wachstumsmarkt. Der Anteil älterer Menschen an der Gesamtbevölkerung nimmt stetig zu. Er wird sich, ausgehend vom Jahr 1960, bis zum Jahr 2040 mehr als verdoppeln. Dies und der Wunsch der Menschen, gesund alt zu werden, führt zu einem kontinuierlichen Anstieg der Nachfrage nach Arzneimitteln und damit zum Wachstum für Celesio. Der Geschäftsverlauf von Celesio spiegelt diesen Trend wider. Im 1. Quartal 2004 steigerte der Konzern wechselkursbereinigt den Umsatz, erhöhte deutlich überproportional dazu das Vorsteuerergebnis und verbesserte die Profitabilität merklich. Damit knüpft Celesio an die gute Geschäftsentwicklung des Jahrs 2003 an.

Die im 2. Halbjahr 2003 begonnene Belebung des Marktwachstums setzte sich – bereinigt um Vorzieheffekte in Deutschland und in den Niederlanden – im 1. Quartal 2004 fort. Die Vorzieheffekte gab es wegen bevorstehender Belastungen der Patienten zum Jahresbeginn 2004. Sie führten im deutschen Großhandel und im niederländischen Einzelhandel zu einer Umsatzverlagerung in das 4. Quartal 2003 und zu einem entsprechend geringeren Umsatzbeitrag im 1. Quartal 2004.

83,6 % des Umsatzes wurden außerhalb von Deutschland erwirtschaftet.

Celesio steigert Umsatz und Ergebnis

Celesio steigerte den Umsatz in lokaler Währung im 1. Quartal 2004 um 3,0 % (2,1 % in €) auf 4.618,7 Mio €. Das EBITDA erhohnte sich wechselkursbereinigt um 9,5 % und lag zum Quartalsende bei 135,9 Mio €. Gemessen am EBITDA erhohnte sich die Umsatzrendite auf 2,94 %, gegenüber 2,77 % im Vorjahreszeitraum.

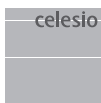
Das Ergebnis vor Steuern wuchs wechselkursbereinigt um 13,0 % (12,7 % in €) auf 91,6 Mio €. Die Umsatzrendite gemessen am Ergebnis vor Steuern erhohnte sich um 18 Basispunkte auf 1,98 %. Das Ergebnis vor Steuern je Aktie lag bei 1,08 €, nach 0,96 € im Vorjahr.

Im Großhandel knufte Celesio – bereinigt um die Vorzieheffekte in Deutschland – an den im 2. Halbjahr 2003 beschleunigten Wachstumstrend an. Der Umsatz erhohnte sich im 1. Quartal 2004 wechselkursbereinigt um 2,1 % (1,5 % in €) auf 3.945,6 Mio €. Der Zuwachs lag dabei im Rahmen des vergleichbaren Marktwachstums. Die gestiegene Rotertragsquote im Großhandel und die kontinuierliche Verbesserung der Kostenbasis führte zu einem Anstieg des Ergebnisses vor Steuern in lokaler Währung um 8,4 % (7,9 % in €) auf 71,0 Mio €. Die Umsatzrendite gemessen am Ergebnis vor Steuern erhohnte sich dabei auf 1,80 %, nach 1,69 % im Vorjahr.

Durch starkes organisches Wachstum erreichte der Umsatz im Einzelhandel mit 673,1 Mio € ein hohes Niveau. Mit einem wechselkursbereinigten Anstieg von 8,4 % (5,6 % in €) lag der Zuwachs deutlich über dem vergleichbaren Marktwachstum. Der gestiegene Umsatz und die verbesserte Rotertragsquote im Einzelhandel bewirkten einen Anstieg des Ergebnisses vor Steuern um 23,7 % in lokaler Währung (24,0 % in €) auf 19,2 Mio €. Gemessen am Vorsteuerergebnis verbesserte sich die Umsatzrendite von 2,43 % im Vorjahr auf 2,86 %.

Im 1. Quartal 2004 kaufte oder erfofnete Celesio sechs Apotheken in Großbritannien, Belgien, Irland und Norwegen. In Italien wurden keine größeren Privatisierungsverfahren für kommunale Apotheken ausgeschrieben, und im unbefriedigenden tschechischen Apothekengeschaft wurden keine neuen Apotheken gekauft. Der Ausbau des Apothekenportfolios wird sich im Geschäftsjahr 2004 in kleinen Schritten vollziehen. Celesio wird nur Apotheken hinzukaufen, wenn es sich um erfolgversprechende Standorte zu angemessenen Preisen handelt.

Die gestiegenen Rotertragsquoten im Groß- und Einzelhandel und die kontinuierliche Verbesserung der Kostenbasis führten zu einem Anstieg des Ergebnisses vor Steuern.



Celesio Konzern

Celesio verfügte zum Ende des 1. Quartals 2004 über eine solide Konzernbilanz.

Eigenkapitalquote bei 31,2 % – Bilanzstruktur verbessert

Celesio verfügte zum Ende des 1. Quartals 2004 über eine solide Konzernbilanz. Die Eigenkapitalquote lag bei 31,2 % gegenüber 29,3 % zum 31. Dezember 2003. Der Verschuldungsgrad (Gearing) verbesserte sich von 0,79 auf 0,74. Maßgeblich für diese Entwicklung war der Rückgang des Umlaufvermögens, der zu einer verringerten Bilanzsumme von 5.301,3 Mio € führte. Dagegen wirkten sich die Wechselkursveränderungen, insbesondere wegen des gestiegenen Stichtagskurs des Britischen Pfund Sterling (GBP), mit 125,9 Mio € erhöhend auf die Bilanzsumme aus.

Das Anlagevermögen blieb in den ersten drei Monaten des Jahres nahezu unverändert. Den Abschreibungen und Firmenwertverrechnungen von 69,9 Mio € standen Zugänge von 27,8 Mio € gegenüber. Der gestiegene Stichtagskurs des GBP wirkte sich erhöhend auf das Anlagevermögen aus. Im 1. Quartal 2004 investierte Celesio 16,6 Mio € in das laufende Geschäft und 11,2 Mio € in Akquisitionen. Der Cashflow finanzierte die Investitionen vollständig.

Das Umlaufvermögen verringerte sich im Vergleich zum Ende des vorhergehenden Quartals trotz des Anstiegs des GBP zum 31. März 2004. Celesio reduzierte den im 4. Quartal 2003 in einigen

Umsatz-, EBITDA- und Ergebnisentwicklung 1. Quartal

	2003 Umsatz	2004 Umsatz	Veränderung	Veränderung wechselkurs bereinigt	2003 EBITDA	2004 EBITDA	Veränderung	Veränderung wechselkurs bereinigt
	Mio €	Mio €	%	%	Mio €	Mio €	%	%
Großhandel	3.888,1	3.945,6	1,5	2,1	88,8	91,3	2,8	3,3
Einzelhandel	637,2	673,1	5,6	8,4	46,7	52,1	11,5	13,3
Gesamt								
Pharmadistribution	4.525,3	4.618,7	2,1	3,0	135,5	143,4	5,8	6,8
Sonstiges	0,0	0,0	0,0	0,0	- 10,1	- 7,5	26,6	26,6
Celesio-Konzern	4.525,3	4.618,7	2,1	3,0	125,4	135,9	8,4	9,5

Ländern gezielt aufgebauten Vorratsbestand um 131,0 Mio € und führte diesen auf das saisonübliche Niveau zurück. Insgesamt sanken die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. In Österreich erhöhten sich die Forderungen, weil ein Forderungsverkaufsprogramm auslief. In den anderen Ländern, insbesondere in Deutschland, reduzierten sich dagegen die Forderungen. Der gestiegene Stichtagskurs des GBP wirkte sich im Umlaufvermögen mit insgesamt 68,2 Mio € erhöhend aus. Das Nettoumlaufvermögen reduzierte sich zum 31. März 2004 wechsellkursbereinigt um 26,9 Mio €.

Das Eigenkapital lag zum 31. März 2004 bei 1.654,0 Mio €, nach 1.609,0 Mio € zum 31. Dezember 2003. Dem Jahresüberschuss von 62,9 Mio € standen Firmenwertverrechnungen von 46,6 Mio € gegenüber. Bei der Währungsumrechnung, insbesondere von GBP in €, wirkten sich Wechselkurseffekte in Höhe von 28,9 Mio € positiv auf das Eigenkapital aus.

Die Pensionsrückstellungen und die übrigen Rückstellungen lagen zum 31. März 2004 leicht über dem Niveau zum 31. Dezember 2003. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen einschließlich der Wechselverbindlichkeiten reduzierten sich wegen der niedrigeren Vorräte, die übrigen Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit den Forderungsverkäufen in Großbritannien.

2003 Ergebnis vor Steuern und Geschäftwert- abschreibung Mio €	2004 Ergebnis vor Steuern und Geschäftwert- abschreibung Mio €	Verän- derung %	Verän- derung wechsel- kurs bereinigt %	2003 Ergebnis vor Steuern Mio €	2004 Ergebnis vor Steuern Mio €	Verän- derung %	Verän- derung wechsel- kurs bereinigt %
66,7	71,1	6,7	7,1	65,8	71,0	7,9	8,4
19,5	23,3	19,5	20,4	15,5	19,2	24,0	23,7
86,2	94,4	9,6	10,1	81,3	90,2	11,0	11,3
0,0	1,4	n. a.	n. a.	0,0	1,4	n. a.	n. a.
86,2	95,8	11,2	11,8	81,3	91,6	12,7	13,0



Celesio Konzern

Wegen des positiven Free Cashflow verringerten sich die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten zum 31. März 2004 um 113,7 Mio €. Celesio diversifizierte die Finanzierungsstruktur durch ein weiteres Schuldscheindarlehen über 52,9 Mio €.

Celesio steigert ihre Rentabilität

Im 1. Quartal 2004 steigerte Celesio ihre Rentabilität. Rohertragsquote, Umsatzrendite und Zinsdeckungsgrad verbesserten sich gegenüber dem Vorjahr deutlich. Dazu haben der Großhandel und der Einzelhandel beigetragen.

Die Rohertragsquote des Konzerns stieg gegenüber dem 1. Quartal 2003 um 26 Basispunkte auf 10,30 %. Diese Entwicklung wurde insbesondere vom zunehmenden Anteil des Apothekengeschäfts und dessen höherer Rohertragsquote getragen. Diese stieg im Großhandel um 8 Basispunkte auf 6,77 % und im Einzelhandel um 45 Basispunkte auf 31,00 %.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge stiegen im 1. Quartal 2004 saisonüblich überproportional an. Hier wirkten sich insbesondere die Erträge aus, die regelmäßig im 1. Quartal den niedrigsten Stand erreichen. Die Personalkosten bewegten sich auf dem Niveau des Vorjahrs.

Die Abschreibungen sind vor allem auf Grund geringerer Geschäftswertabschreibungen zurückgegangen. Ein vor 15 Jahren erworbener Geschäftswert war zum 31. Dezember 2003 vollständig abgeschrieben. Die übrigen Abschreibungen stiegen geringfügig durch die Investitionen der letzten 12 Monate.

Das Beteiligungsergebnis verbesserte sich im Wesentlichen wegen der Ausschüttung der Andreae-Noris Zahn AG. Das leicht gestiegene Zinsniveau sowie die Investitionen und Akquisitionen des Vorjahrs wirkten sich leicht erhöhend auf das Zinsergebnis aus. Der Zinsdeckungsgrad (EBIT im Verhältnis zum Zinsergebnis) verbesserte sich dennoch auf 5,35 nach 4,97 im 1. Quartal 2003.

Rohertragsquote, Umsatzrendite und Zinsdeckungsgrad verbesserten sich deutlich.

Die Umsatzrendite gemessen am Vorsteuerergebnis erhöhte sich im 1. Quartal 2004 gegenüber dem Vorjahreszeitraum deutlich um 18 Basispunkte auf 1,98 %. Neben der verbesserten Rohertragsquote war die strikte Kostenkontrolle für diese Entwicklung maßgeblich.

Die Ertragsteuerquote reduzierte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum leicht von 32,4 % auf 31,3 %. Der Jahresüberschuss erhöhte sich wechsellkursbereinigt um 14,7 % (14,4 % in €) auf 62,9 Mio €.

Investitionen vollständig aus dem Cashflow finanziert

Im 1. Quartal 2004 erhöhte sich der Cashflow wechsellkursbereinigt um 7,4 % (6,3 % in €) auf 86,0 Mio €. Ausschlaggebend für den unterproportionalen Anstieg des Cashflow war der Rückgang bei den Geschäftswertabschreibungen. Die Investitionen des 1. Quartals 2004 wurden vollständig aus dem Cashflow finanziert. Der Free Cashflow stieg auf Grund des zurückgegangenen Nettoumlaufvermögens auf 92,2 Mio €.

Cashflow 1. Quartal

	2003 in Mio €	2004 in Mio €
Cashflow	80,9	86,0
Dividendenzahlung	0,0	0,0
Cashflow nach Dividendenzahlungen	80,9	86,0
Erlöse aus dem Abgang von Anlagevermögen	5,6	7,1
Laufende Investitionen	- 18,3	- 16,6
Free Cashflow vor Akquisitionen und Veränderung des Nettoumlaufvermögens	68,2	76,5
Veränderung des Nettoumlaufvermögens	56,5	26,9
Akquisitionen	- 27,2	- 11,2
Free Cashflow	97,5	92,2



Celesio Konzern

Der Pharmamarkt ist und bleibt für Celesio ein attraktiver Markt.

Zweistelliges Ergebniswachstum für das Gesamtjahr 2004 erwartet

Für das Gesamtjahr 2004 geht der Celesio-Konzern von einer tendenziellen Belebung des Marktwachstums aus und rechnet mit einem Wachstum von rund 5 %.

Die demografische Entwicklung, der pharmazeutische Fortschritt und der Wunsch der Menschen gesund alt zu werden sind die wichtigsten Wachstumstreiber für den Pharmamarkt und damit auch für Celesio. Staatliche Maßnahmen zur Kostensenkung im Gesundheitswesen führen zu temporären Wachstumsschwankungen, brechen aber nicht die positive Tendenz des Pharmamarktes. Auf diesem Markt ist Celesio ausgezeichnet positioniert: durch ihre geografische Diversifizierung in 11 europäischen Ländern, die vertikale Integration über alle Stufen der Pharmadistribution und ihre langjährige Erfahrung. Damit ist und bleibt der Pharmamarkt für Celesio ein attraktiver Markt.

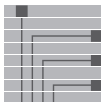
Der Vorstand geht davon aus, dass Celesio mit ihrem bestehenden Geschäft im Gesamtjahr 2004 weiter wachsen wird. Im Großhandel soll der Umsatz in lokaler Währung im Rahmen des vergleichbaren Marktwachstums und im Einzelhandel über dem vergleichbaren Marktwachstum zulegen.

Die Umsatzzuwächse, die weitere Verbesserung der Rohertragsquoten und das nachhaltige Kostenmanagement werden sich positiv auf die Ergebnisentwicklung auswirken. Der Konzern rechnet daher für das Gesamtjahr 2004 mit einem wechsellkursbereinigt zweistelligen Wachstum beim Vorsteuerergebnis.

Kennzahlen zur Celesio-Aktie 1. Quartal

	2003	2004	Veränderung	Veränderung
	€ je Aktie	€ je Aktie	%	wechsekurs- bereinigt %
EBITDA	1,47	1,60	8,4	9,5
Ergebnis vor Steuern und Geschäftswert- abschreibung	1,01	1,13	11,2	11,8
Ergebnis vor Steuern	0,96	1,08	12,7	13,0
Jahresüberschuss	0,65	0,74	14,4	14,7

Wachstumsmarkt Gesundheit



Celesio Großhandel

Umsatz nach Ländern Großhandel

1. Quartal

	2003	2004	Veränderung	Veränderung wechselkurs- bereinigt
	in Mio €	in Mio €	in %	in %
Frankreich	1.676,0	1.774,3	5,9	5,9
Deutschland	839,9	758,6	- 9,7	- 9,7
Großbritannien	699,5	750,0	7,2	8,9
Österreich	239,8	236,3	- 1,5	- 1,5
Belgien	102,2	104,1	1,9	1,9
Irland	86,3	95,2	10,3	10,3
Norwegen	109,9	86,4	- 21,4	- 10,3
Portugal	73,6	78,3	6,3	6,3
Tschechien	31,1	31,7	1,9	5,8
Italien	29,7	30,7	3,3	3,3
Gesamt	3.888,1	3.945,6	1,5	2,1

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

Überblick Großhandel

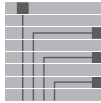
Im 1. Quartal 2004 steigerte Celesio den Umsatz im Geschäftsbereich Großhandel wechsellkursbereinigt um 2,1 %. Das Ergebnis vor Steuern wuchs in lokaler Währung um 8,4 %. Der Geschäftsbereich intensivierte die Zusammenarbeit mit Pharmaherstellern, verbesserte die Kostenbasis und führte neue Kundenbindungskonzepte ein.

Verbesserte Rohertragsquote und Effizienzgewinne treiben Ergebniswachstum

Die im 2. Halbjahr 2003 eingesetzte Belegung des Pharma-Großhandelsmarktes hielt, bereinigt um Vorzieheffekte in Deutschland, im 1. Quartal 2004 an. Die Ursache der Vorzieheffekte war eine verstärkte Nachfrage nach Arzneimitteln im 4. Quartal 2003 auf Grund neuer finanzieller Belastungen der Patienten zum Jahresbeginn 2004.

Der Geschäftsbereich Großhandel steigerte den Umsatz wechsellkursbereinigt im 1. Quartal 2004 um 2,1 % (1,5 % in €) auf 3.945,6 Mio €. Sondereffekte in Deutschland und Norwegen beeinflussten die Entwicklung. In Deutschland führten Vorzieheffekte zu einer Umsatzverschiebung, in Norwegen minderte die geänderte Behandlung eines Distributionsvertrags – ohne Auswirkung auf das Ergebnis – den Umsatzausweis.

Die verbesserte Rohertragsquote und Effizienzgewinne führten zu einem Anstieg des Ergebnisses vor Steuern wechsellkursbereinigt um 8,4 % (7,9 % in €) auf 71,0 Mio €. Die Umsatzrendite gemessen am Vorsteuerergebnis lag bei 1,80 % gegenüber 1,69 % im Vorjahr.



Celesio Großhandel

Einführung innovativer Kundenbindungskonzepte in sich wandelndem Marktumfeld

Die Geschäftsentwicklung des Großhandels war im 1. Quartal 2004 von Veränderungen des Marktumfelds in einzelnen Ländern beeinflusst. Dazu gehörten die Einführung von Praxisgebühren und Selbstbehaltregelungen in Deutschland, Kürzungen der gesetzlich festgelegten Großhandelsspannen in Frankreich, Deutschland und Österreich, die Senkung der Erstattungsbeträge ausgewählter Generika in Großbritannien, sowie die Neuregelung – ohne wesentlichen Einfluss auf das Ergebnis – einer Sondersteuer auf verschreibungspflichtige Arzneimittel in Frankreich.

Celesio hat die negativen Auswirkungen staatlicher Maßnahmen durch eine intensivere Zusammenarbeit mit Pharmaherstellern, eine kontinuierliche Verbesserung der Kostenbasis und die Einführung innovativer Kundenbindungskonzepte mehr als ausgeglichen. So wurde beispielsweise in Deutschland mit dem so genannten Commitment-Modell ein besonderes Dienstleistungsangebot für Apotheken geschaffen, an dem sich zum Ende des 1. Quartals 2004 bereits über 2.000 Apotheker beteiligten. In Österreich stellte Herba Chemosan im Herbst 2003 den Apothekern einen Marketingplan für das Jahr 2004 vor. Dieser hilft den Apothekern, ihre Kunden noch besser an sich zu binden und den Umsatz zu steigern.

Länderinformationen Großhandel

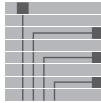
Frankreich – Starkes Umsatzwachstum mit hochpreisigen Arzneimitteln

OCP erhöhte ihren Umsatz im 1. Quartal 2004 um 5,9 % und wuchs damit im Rahmen des vergleichbaren Marktes. Das Ergebnis vor Steuern lag im Rahmen der Erwartungen.

Seit 2003 dürfen hochpreisige Arzneimittel, wie zur AIDS- und Krebsbehandlung, nicht mehr nur in Krankenhäusern, sondern auch in Apotheken abgegeben werden. Dies führte bei OCP im 1. Quartal 2004 zu einem starken Umsatzwachstum in diesem Arzneimittelsegment.

OCP nutzte das Potenzial des Generikamarktes und vergrößerte sukzessive ihre Marktposition in diesem Bereich. Seit vielen Jahren arbeitet OCP mit den führenden Pharmaherstellern zusammen und bietet ihren Kunden ein umfangreiches Generikasortiment zu attraktiven Konditionen an.

Um die Effizienz zu steigern und den Kundenservice zu verbessern, setzte OCP die Straffung ihres Niederlassungsnetzes fort. Im Februar 2004 wurden die Niederlassungen Reims und Charleville-Mézières in der neuen Niederlassung Champagne-Ardenne in Witry-lès-Reims zusammengeführt. Im Juni 2004 werden die Niederlassungen Metz und Nancy zur neuen Niederlassung Metz-Nancy-Lorraine in Atton zusammengefasst sein.



Celesio Großhandel

Deutschland – Ausdehnung des Logistikkonzeptes auf alle Niederlassungen

Der deutsche Pharma-Großhandelsmarkt war in den ersten drei Monaten des Jahres 2004 durch die Auswirkungen des zum Jahresbeginn in Kraft getretenen Gesetzes zur Modernisierung der gesetzlichen Krankenversicherung (GMG) geprägt. Die Patienten verlegten planbare Arztbesuche in das Jahr 2003. Dadurch änderte sich das Verschreibungsverhalten der Ärzte. Dies führte im Gesamtmarkt zu einer Umsatzverschiebung in das 4. Quartal 2003. GEHE Pharma Handel war davon mit über 100 Mio € betroffen. Aus diesem Grund ist – was abzusehen war – der Umsatz im 1. Quartal 2004 um 9,7 % zurückgegangen. Das Ergebnis entwickelte sich im Rahmen der Erwartungen.

Das im Jahr 2003 von GEHE Pharma Handel im Rahmen eines Pilotprojektes eingeführte Logistikkonzept zur Straffung der innerbetrieblichen Abläufe und zur besseren Auslastung der Niederlassungen wies erste deutliche Erfolge auf. Es wird sukzessive in allen Regionen eingeführt und soll bis 2005 alle Niederlassungen einbeziehen.

Mit dem so genannten Commitment-Modell hat GEHE Pharma Handel ein besonderes Dienstleistungsangebot für Apotheken geschaffen. Dieses Programm setzt auf die vertikale Zusammenarbeit der Marktteilnehmer – Industrie, Großhandel und Apotheke – und soll die ganze Verteilungskette stärken. Im Mittelpunkt der Aktivitäten steht der Endverbraucher. Zum Ende des Quartals nahmen bereits mehr als 2.000 Apotheken teil – ein Zeichen für das große Interesse, das die deutschen Apotheker dem Modell entgegenbringen.

Großbritannien – Hohes Umsatzwachstum mit Generika

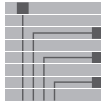
Der Umsatz von AAH wuchs im 1. Quartal 2004 um 8,9 % in lokaler Währung (7,2 % in €) und lag im Rahmen des vergleichbaren Marktwachstums. Das Ergebnis vor Steuern steigerte AAH deutlich stärker als den Umsatz und übertraf damit die Erwartungen. Getragen wurde dies von einem strikten Kostenmanagement, dem gestiegenen Generikumsatz insbesondere mit Kunden, die eigene Apothekenketten betreiben, und der Einführung von Effizienzsteigerungsprogrammen.

Ablaufende Patente auf Originalpräparate und das Verschreibungsverhalten der Ärzte ließen den britischen Generikamarkt auch im 1. Quartal 2004 wachsen. AAH steigerte den Umsatz im Generikasegment, vor allem mit Großkunden, deutlich. Durch attraktive Konditionen und ein umfassendes Sortiment will AAH ihren Marktanteil in diesem an Bedeutung gewinnenden Segment konsequent ausbauen.

Österreich – Konsequentes Kostenmanagement

Der Umsatz von Herba Chemosan ist im 1. Quartal 2004 um 1,5 % zurückgegangen. Bereinigt um die Umstellung eines Distributionsvertrags von Umsatz- auf Kommissionsbasis entwickelte sich der Umsatz besser als der Markt. Dieser war von gesetzlichen Eingriffen geprägt, die zum 1. Januar 2004 in Kraft traten. Das Vorsteuerergebnis von Herba Chemosan entwickelte sich positiv. Dazu trug insbesondere ein konsequentes Kostenmanagement bei.

Im Herbst 2003 stellte Herba Chemosan den österreichischen Apotheken für 2004 einen Marketing-Jahresplan vor, der den Apotheken ein umfassendes Leistungspaket bietet. Mit Hilfsmitteln zu den Themen Marketing, Kooperationen und Weiterbildungen sollen die Endverbraucher besser an die Apotheken gebunden werden und der Umsatz erhöht werden. Beispielsweise bewirbt erstmalig die Apotheke – begleitet von themenbezogenen Broschüren und Schaufensterdekorationen – besondere Anlässe wie Valentinstag, Ostern und Muttertag. Das Angebot stieß bei den Apothekern auf großes Interesse.



Celesio Großhandel

Norwegen – Modernisierte Niederlassung zahlt sich aus

Der Umsatz von NMD Grossisthandel (NMD) ist in den ersten drei Monaten des Jahres 2004 in lokaler Währung gegenüber dem Vorjahr um 10,3 % (21,4 % in €) zurückgegangen. Der Umsatzausweis verringerte sich – ohne Auswirkung auf das Ergebnis – auf Grund der geänderten Behandlung eines norwegischen Distributionsvertrags. Bereinigt um diesen Sondereffekt lag der Umsatz auf dem Niveau des Vorjahrs.

Das Ergebnis vor Steuer entwickelte sich positiv. Die höhere Produktivität der modernisierten Niederlassung Oslo beginnt sich damit auszuzahlen.

Belgien – Neues Logistikkonzept lastet Niederlassungen besser aus

Das Umsatzwachstum von PHARMA BELGIUM lag im 1. Quartal 2004 bei 1,9 % und damit unter dem vergleichbaren Marktwachstum. Das Marktumfeld war von einem intensiven Rabattwettbewerb geprägt.

Die im Geschäftsjahr 2003 durchgeführten Umstrukturierungsmaßnahmen verbesserten die Betriebsprozesse, senkten die Kosten und wirkten sich deutlich positiv auf das Ergebnis vor Steuern im 1. Quartal 2004 aus.

Zum 1. März 2004 wurde ein neues Logistikkonzept zur besseren Auslastung der Niederlassungen Lüttich und Brüssel eingeführt. Es optimiert insbesondere die Bearbeitung von Nachtaufträgen und senkt dadurch die Betriebszeiten in Lüttich.

Irland – Umsatz wächst weiter

CAHILL MAY ROBERTS (CMR) verzeichnete in den ersten drei Monaten des Jahres 2004 ein Wachstum des Umsatzes von 10,3 % und lag damit unter dem Wachstum des vergleichbaren Marktes.

Die Entwicklung des Ergebnisses vor Steuern lag im 1. Quartal 2004 im Rahmen der Erwartungen.

Portugal – Umsatzwachstum übertrifft Marktwachstum

OCP PORTUGAL steigerte den Umsatz im 1. Quartal 2004 deutlich um 6,3 % und lag damit über dem Marktwachstum. Der Anteil der Generika am Gesamtmarkt erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr stark und liegt bei rund 6 %. Das Ergebnis vor Steuern entwickelte sich überproportional zum Umsatz.

Die Straffung des Niederlassungsnetzes in der Region Mitte-Süd wurde im 1. Quartal 2004 abgeschlossen. Durch die Umstrukturierung verbesserte OCP PORTUGAL Effizienz, Produktivität und Kundenservice. Die Niederlassung Lissabon befindet sich nun an einem modernen, verkehrsgünstig gelegenen Standort; die früheren Niederlassungen Torres Novas und Santarém sind in einer neuen Niederlassung in Torres Novas zusammengeführt.

Tschechien – Verbesserte Produktivität in den Niederlassungen

GEHE Pharma Praha erzielte im 1. Quartal 2004 ein Umsatzwachstum von 5,8 % in lokaler Währung (1,9 % in €). Der tschechische Pharma-Großhandelsmarkt war durch einen starken Wettbewerb geprägt. Die Entwicklung des Ergebnisses vor Steuern lag im Rahmen der Erwartungen.

Die Produktivität verbesserte sich in allen Niederlassungen deutlich.

Italien – Umsatz über dem Niveau des Vorjahrs

In einem stagnierenden Markt lag der Umsatz von AFM leicht über dem Niveau des Vorjahrs. Das Ergebnis vor Steuern entwickelte sich im Rahmen der Erwartungen.



Celesio Einzelhandel

Umsatz nach Ländern Einzelhandel

1. Quartal

	2003	2004	Veränderung	Veränderung wechsellkurs- bereinigt
	in Mio €	in Mio €	in %	in %
Großbritannien	447,7	472,8	5,6	7,2
Norwegen	72,4	69,1	- 4,6	8,9
Italien	48,1	51,3	6,8	6,8
Irland	24,4	26,4	8,4	8,4
Niederlande	20,2	25,1	24,0	24,0
Belgien	11,8	16,9	42,9	42,9
Tschechien	12,7	11,5	- 9,0	- 5,5
Gesamt	637,2	673,1	5,6	8,4

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

Überblick Einzelhandel

Der Einzelhandel von Celesio erreichte im 1. Quartal 2004 ein starkes organisches Umsatzwachstum und wuchs erneut über dem Markt. Die neu gestalteten Apotheken entwickelten sich über den Erwartungen.

Einzelhandel steigert Umsatz um 8,4 % und Ergebnis um 23,7 %

Der Apothekenmarkt setzte im 1. Quartal 2004 seinen Wachstumstrend fort. Allerdings waren die Einzelhandelsmärkte Irland, Tschechien und Niederlande von einer großen Anzahl von Neueröffnungen geprägt.

Der Geschäftsbereich Einzelhandel erreichte im 1. Quartal 2004 einen Umsatz von 673,1 Mio €. Dies entspricht einem Zuwachs in lokaler Währung von 8,4 % (5,6 % in €). Die Apotheken, die 2003 auf der Grundlage landeseinheitlicher Gestaltungskonzepte neu eingerichtet oder an attraktivere Standorte verlagert wurden, entwickelten sich über den Erwartungen. Sie trugen maßgeblich zum hohen, über dem Markt liegenden organischen Wachstum bei.

Das Ergebnis vor Steuern erreichte mit 19,2 Mio € ein hohes Niveau. Es lag wechselkursbereinigt um 23,7 % (24,0 % in €) über dem Vorjahreswert. Damit erhöhte sich die Umsatzrendite von 2,43 % im Vorjahr auf 2,86 %.

Das Ergebnis macht deutlich, dass der Celesio-Einzelhandel die Auswirkungen staatlicher Maßnahmen in einzelnen Ländern mehr als kompensierte. In Großbritannien wurde die Erstattung für bestimmte Generika gesenkt. In den Niederlanden verständigten sich alle Marktteilnehmer auf eine Preissenkung der Generika, nachdem die Erhöhung des Krankenkassenrabatts durch ein Gerichtsurteil im Dezember 2003 für unwirksam erklärt worden war. In Belgien wurde der zum 1. Juli 2003 erhöhte Kassenrabatt zum 1. Januar 2004 wieder auf sein ursprüngliches Niveau gesenkt.



Celesio Einzelhandel

Celesio platziert Apotheken nahe am Rezeptfluss

Im Zusammenhang mit der im Jahr 2003 von der britischen Wettbewerbsbehörde geforderten Liberalisierung der Lizenzvergabe für Apotheken, stellte das britische Wirtschaftsministerium eine teilweise Erleichterung des Vergabeprozesses von Lizenzen in Aussicht. Dies soll beispielsweise für Apotheken in großen, am Stadtrand gelegenen Einkaufszentren oder für solche mit sehr langen Öffnungszeiten gelten. Lloydspharmacy platziert seit vielen Jahren ihre Apotheken nahe am Rezeptfluss: in der Nähe von Arztpraxen oder in Gesundheitszentren. Mit dieser Standortpolitik steht Lloydspharmacy weitgehend nicht im Wettbewerb mit Supermärkten.

Celesio mit neuen Apotheken in Großbritannien, Belgien, Irland und Norwegen

Der Einzelhandel von Celesio betrieb zum Ende des 1. Quartals 2004 in sieben europäischen Ländern 1.882 Apotheken. In Großbritannien, Belgien, Irland und Norwegen kaufte Celesio vier Apotheken und eröffnete zwei Apotheken neu. Im Rahmen der laufenden Standortoptimierung verkaufte oder schloss der Konzern sechs Apotheken.

Länderinformationen Einzelhandel

Großbritannien – Hoher Umsatzzuwachs im Verschreibungssegment

Der Umsatz von Lloydspharmacy stieg im 1. Quartal 2004 wechsellkursbereinigt um 7,2 % (5,6 % in €). Besonders im Verschreibungssegment wuchs der Umsatz stark. Diese Entwicklung beruhte auf der zunehmenden Zahl von bearbeiteten Verschreibungen und dem kontinuierlich steigenden Durchschnittswert pro Verschreibung. Auch der Umsatz mit apothekenpflichtigen OTC-Produkten entwickelte sich besser als der vergleichbare Markt. Das Vorsteuerergebnis stieg deutlich überproportional zum Umsatz und lag im Rahmen der Erwartungen.

Im Jahr 2004 handelt der britische staatliche Gesundheitsdienst (National Health Service) seinen Vertrag mit den Apotheken des Landes neu aus. Der neue Vertrag soll unter anderem die Beratungskompetenz des Apothekers durch Anreize stärken und die Apotheke zum integralen Bestandteil der medizinischen Versorgungskette machen. Lloydspharmacy sieht dieser Entwicklung optimistisch entgegen. Als marktführender Anbieter modernster Dienstleistungen misst Lloydspharmacy der verantwortungsvollen und auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden abgestimmten Beratung schon seit Jahren eine grundlegende Bedeutung bei. So richtete Lloydspharmacy im Jahr 2003 und im 1. Quartal 2004 Beratungszonen in fast allen Apotheken ein, um dort umfassende Dienstleistungen wie beispielsweise Diabetes- und Cholesterintests sowie individuelle Kundenberatungen anzubieten. Der neue Vertrag wird voraussichtlich in der zweiten Jahreshälfte 2004 abgeschlossen und eingeführt werden.

Lloydspharmacy ist führend bei der Planung und Umsetzung von Gesundheitszentren. Patienten erhalten dort sämtliche Gesundheitsdienstleistungen unter einem Dach. Die Planung solcher Zentren erfolgt in enger Zusammenarbeit mit den Ärzten, die die hohe Sachkompetenz der Lloydspharmacy-Apotheker schätzen. Zwei neue Zentren sollen im August und Dezember 2004 eröffnet werden.



Celesio Einzelhandel

Norwegen – Umsatzwachstum über Marktwachstum

Vitusapotek steigerte den Umsatz in lokaler Währung um 8,9 % (– 4,6 % in €) und lag damit über dem vergleichbaren Marktwachstum. Allerdings wirkte sich die im Jahr 2003 eingeführte Preissenkung von Arzneimitteln, die Einführung eines Referenzpreissystems und die Freigabe von apothekenpflichtigen OTC-Produkten für andere Vertriebskanäle im 1. Quartal 2004 umsatzmindernd aus.

Das Ergebnis vor Steuern entwickelte sich über den Erwartungen. Dies ist im Wesentlichen auf ein striktes Kostenmanagement zurückzuführen.

Italien – Kunden sehr zufrieden

Die italienischen Apotheken von Celesio erzielten ein Umsatzwachstum von 6,8 % und lagen damit über dem schwachen Marktwachstum. Das Umsatzwachstum wurde gedämpft, weil seit dem Jahr 2003 einige hochpreisige Arzneimittel in den Regionen Emilia-Romagna und Toskana nur noch in Krankenhausapotheken oder von den örtlichen Gesundheitsbehörden abgegeben werden. Von diesen Maßnahmen sind vor allem Patienten mit dauerhaft hohen Arzneimittelkosten betroffen. Die Entwicklung des Ergebnisses vor Steuern lag im Rahmen der Erwartungen.

In den Mailänder Apotheken wurden die Kunden befragt. Dabei wurde deutlich, dass die Kunden mit den angebotenen Dienstleistungen äußerst zufrieden sind. Auf der Grundlage der Ergebnisse soll das Angebot weiter verbessert und erweitert werden. Dazu zählt beispielsweise die behindertengerechte Ausstattung aller italienischen Apotheken von Celesio.

Irland – Umsatz über dem Niveau des Vorjahrs

Das Umsatzwachstum von Unicarepharmacy lag bei 8,4 %. Nach wie vor ist der Markt von einer großen Anzahl von Neueröffnungen geprägt. Das Segment der verschreibungspflichtigen Arzneimittel wuchs erneut stark. Das Ergebnis vor Steuern liegt im Rahmen der Erwartungen.

Niederlande – Zweistelliges Umsatzwachstum

Mit ihren Apotheken in den Niederlanden erreichte Celesio im 1. Quartal 2004 ein Umsatzwachstum von 24,0 %. Preissenkungen bei Generika wirkten sich umsatzmindernd aus. Das organische Umsatzwachstum lag im Rahmen des vergleichbaren Marktwachstums, das sich gegenüber dem 4. Quartal 2003 verlangsamte. Die Herausnahme einiger verschreibungspflichtiger Arzneimittel aus der Erstattungsfähigkeit zum 1. Januar 2004 hatte im vorangegangenen Quartal einen Wachstumsschub durch Vorzieheffekte ausgelöst. Ende März 2004 belebte sich das Marktwachstum wieder. Die Entwicklung des Ergebnisses vor Steuern lag über den Erwartungen.

Der niederländische Einzelhandel führte in den Apotheken ein Warenplatzierungsprogramm ein, um den Abverkauf seiner OTC-Produkte besser zu steuern. Das Programm wurde in ähnlicher Form von Celesio bereits in anderen Ländern erfolgreich eingesetzt.



Celesio Einzelhandel

Belgien – Apotheken heißen zukünftig *Lloydspharma*

In den ersten drei Monaten des Jahres 2004 erreichte Lloydspharmacy Belgium ein Umsatzwachstum von 42,9 %. Kundenorientierte Dienstleistungen führten zu einem organischen Wachstum, das über dem vergleichbaren Markt lag. Das Ergebnis vor Steuern entwickelte sich im Rahmen der Erwartungen.

Das Jahr 2004 steht im Zeichen des Aufbaus einer einheitlichen Marke. Ab dem 15. April 2004 werden alle Apotheken umbenannt und den Namen *Lloydspharma* tragen. Bis zum Ende des Jahres werden alle Apotheken sukzessive umgestaltet. Sie sind dann durch ein einheitliches Erscheinungsbild in der Öffentlichkeit noch stärker präsent.

Tschechien – Kostenbasis erheblich reduziert

Der Umsatz von Lékárny Lloyds lag mit einem Rückgang von wechselkursbereinigt 5,5 % (9,0 % in €) unter dem Markt. Das Vorsteuerergebnis wurde verbessert. Durch Reorganisationsmaßnahmen und die Verkleinerung der Zentralfunktionen wurden erhebliche Kosteneinsparungen erzielt.

Mit freundlichen Grüßen
Celesio AG

Der Vorstand

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

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Prof. Dr. Theo Siegert

Sitz:
Stuttgart, AG Stuttgart, HRB 9517

Zwischenabschluss

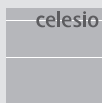
Der Zwischenabschluss von Celesio für das 1. Quartal 2004 orientiert sich an dem Deutschen Rechnungslegungs-Standard Nr. 6, Zwischenberichterstattung. Dabei wurden die entsprechenden Vorschriften des Handelsgesetzbuchs und des Aktiengesetzes befolgt.

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

Gewinn- und Verlustrechnung 1. Quartal

	2003 Mio €	2004 Mio €
Umsatzerlöse	4.525,3	4.618,7
Aufwendungen für Roh-, Hilfs-, und Betriebsstoffe und bezogene Waren	4.071,0	4.143,1
Rohertrag	454,3	475,6
Sonstige betriebliche Aufwendungen und Erträge	- 112,9	- 121,0
Personalaufwand	216,7	221,0
Beteiligungsergebnis	0,7	2,3
EBITDA	125,4	135,9
Abschreibungen auf Geschäftswerte	4,9	4,2
Abschreibungen auf übrige immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	18,7	19,1
EBIT	101,8	112,6
Zinsergebnis	- 20,5	- 21,0
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	81,3	91,6
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	26,3	28,7
Jahresüberschuss	55,0	62,9
Konzernfremden Gesellschaftern zustehender Gewinn	- 0,9	- 0,8
Konzerngewinn	54,1	62,1

Im 1. Quartal 2004 beschäftigte Celesio 24.481 Mitarbeiter (umgerechnet auf Vollzeitkräfte) gegenüber 25.223 Mitarbeitern im Vorjahr.



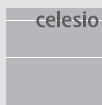
Cesio Konzern

Bilanz

	31.03.2003 Mio €	31.12.2003 Mio €	31.03.2004 Mio €
Aktiva			
Anlagevermögen			
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.782,9	1.703,8	1.705,0
Sachanlagen	385,5	394,2	401,5
Finanzanlagen	63,6	108,6	107,6
	2.232,0	2.206,6	2.214,1
Umlaufvermögen			
Vorräte	1.161,0	1.401,6	1.270,6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Vermögensgegenstände	1.598,6	1.814,7	1.733,8
Flüssige Mittel	13,7	14,0	10,8
	2.773,3	3.230,3	3.015,2
Rechnungsabgrenzungsposten	75,2	63,9	72,0
	5.080,5	5.500,8	5.301,3
Passiva			
Eigenkapital	1.618,1	1.609,0	1.654,0
Rückstellungen			
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	85,3	86,4	87,0
Andere Rückstellungen	322,5	374,9	381,4
	407,8	461,3	468,4
Verbindlichkeiten			
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.160,3	1.011,3	897,6
Schuldscheindarlehen		243,9	296,8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.437,2	1.573,0	1.507,1
Wechselverbindlichkeiten	186,0	229,8	199,0
Übrige Verbindlichkeiten	265,5	364,7	270,7
	3.049,0	3.422,7	3.171,2
Rechnungsabgrenzungsposten	5,6	7,8	7,7
	5.080,5	5.500,8	5.301,3

Entwicklung Eigenkapital

	Gezeichnetes Kapital Mio €	Kapital- rücklage Mio €	Gewinn- rücklagen Mio €	Konzern- gewinn Mio €	Anteile anderer Gesellschafter Mio €	Eigen- kapital Mio €
Stand zum 01.01.2004	217,7	1.113,0	11,7	249,4	17,2	1.609,0
Einstellung Rücklagen			172,9	- 172,9		0,0
Firmenwertverrechnung			- 46,6			- 46,6
Währungsumrechnung			28,9			28,9
Jahresüberschuss				62,1	0,8	62,9
Anteile anderer Gesellschafter					- 0,2	- 0,2
Stand zum 31.03.2004	217,7	1.113,0	166,9	138,6	17,8	1.654,0
Stand zum 01.01.2003	217,7	1.113,0	58,1	236,0	14,9	1.639,7
Einstellung Rücklagen			163,7	- 163,7		0,0
Firmenwertverrechnung			- 46,3			- 46,3
Währungsumrechnung			- 29,7			- 29,7
Jahresüberschuss				54,1	0,9	55,0
Anteile anderer Gesellschafter					- 0,6	- 0,6
Stand zum 31.03.2003	217,7	1.113,0	145,8	126,4	15,2	1.618,1



Celesio Konzern

Kapitalflussrechnung 1. Quartal

	2003 Mio €	2004 Mio €
Jahresüberschuss	55,0	62,9
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	23,6	23,3
Ergebnis aus Sachanlagenabgang sowie Veränderung der langfristigen Rückstellungen	2,3	- 0,2
Cashflow	80,9	86,0
Veränderung der übrigen Rückstellungen	1,2	3,3
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	0,5	0,1
Ergebnis aus dem Abgang von Gegenständen des Finanzanlagevermögens	- 0,2	0,0
Veränderungen der Vorräte, Forderungen, sonstigen Vermögens- gegenstände und des aktiven Rechnungsabgrenzungspostens	240,9	270,3
Veränderungen der kurzfristigen Verbindlichkeiten und des passiven Rechnungsabgrenzungspostens	- 249,0	- 267,9
Mittelzufluss/-abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	74,3	91,8
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	5,6	7,1
Auszahlungen für Investitionen	- 47,2	- 26,4
Mittelzufluss/-abfluss aus der Investitionstätigkeit	- 41,6	- 19,3
Veränderung der langfristigen Verbindlichkeiten	- 38,3	- 75,9
Mittelzufluss/-abfluss aus der Finanzierungstätigkeit	- 38,3	- 75,9
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestands	- 5,6	- 3,4
Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestands	- 0,4	0,2
Finanzmittelbestand am 01.01.	19,7	14,0
Finanzmittelbestand am 31.03.	13,7	10,8

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
 Abteilungsdirektorin 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, Europa	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
Roadshow, Europa	Juli 2004
Aktionärsbrief, 1. Halbjahr 2004	16. August 2004
Roadshow, USA	Oktober 2004
Roadshow, Europa	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



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
Internet www.celesio.com

celesio
the healthcare group