ZurRose Group

Kurzbericht 2020

Eine Publikation
der Zur Rose-Gruppe
Frauenfeld

CHANCE

RE TI
DU ON
KT

NIE ZU
IST WE
NIG

WA GE
S NÜ
GT

DAS KLEINE

IM OS
SE
GR N

DAS GROSSE

IM KLEINEN

CHANCE DOCMORRIS

Kaum ein anderes Jahr zuvor hat die Weltgemeinschaft vor derart schwierige Herausforderungen gestellt wie das vergangene. Pandemie, Klimawandel und Digitalisierung erfordern Veränderungen in Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur. Die Konstellation von kumulierten, epochalen Ereignissen und Fragestellungen bietet uns aber gleichzeitig die historisch einmalige Chance, unsere Art des Wirtschaftens und Zusammenlebens im Rahmen unserer errungenen freiheitlich-demokratischen Grundordnung neu zu überdenken. Es bietet sich uns die Möglichkeit, einen höheren Grad an gesellschaftlicher Reife anzustreben und eine solide Basis für das Wohlbefinden des Menschen und seiner Umwelt zu schaffen. Wir alle stehen in der Verantwortung, dafür zu sorgen, dass unsere Wohlfahrts- und Gesundheitssysteme für uns und die nächsten Generationen robuster werden. Die aktuelle Situation erinnert uns gleichsam daran, dass wir nicht ausschliesslich nach höherem Wohlstand und höheren Gewinnen streben können in der Annahme, dass eine Maximierung dieser Indikatoren automatisch der Gesellschaft zugutekommt.

Zweifellos, jede Krise offenbart sich als Chance, anders in die Zukunft zu schreiten. Die Notwendigkeit, dies zu tun, drängt sich vor allem dann auf, wenn sich die Situation kaum verbessert oder sich sogar verschärft. Droht der Leidensdruck zu gross zu werden, ist von einem sanften Wandel bis zum radikalen Wechsel der Lebensgewohnheiten vieles vorstellbar.

Zur Rose ist fest gewillt, anders in die Zukunft zu schreiten, und hat die Weichen frühzeitig und richtig gestellt. Die über Jahre erworbene technologische Kompetenz kann jetzt ausgespielt werden, sie prädestiniert die Gruppe für strategische Partnerschaften mit anderen Gesundheitsdienstleistern in ganz Europa. Dank des vor zwei Jahren initiierten Gesundheitsökosystems ist Zur Rose heute in der Lage, den aktuellen Bedürfnissen von Patienten und Konsumenten Rechnung zu tragen. Das System läutet eine neue Ära in der Gesundheitsversorgung ein und wird unter der Dachmarke von DocMorris betrieben. Hiermit vollzieht Europas grösste E-Commerce-Apotheke den Schritt vom reinen Arzneimittelhändler zum digitalen Gesundheitsdienstleister und wird die Rolle als Innovationstreiber weiter ausbauen. Ärzte, Spitäler, Apotheker, Versicherer und weitere qualifizierte Anbieter sind auf der partnerschaftlich betriebenen digitalen Plattform miteinander verbunden. Die Prozesse im Gesundheitswesen werden beschleunigt und sind für alle Beteiligten einsehbar.

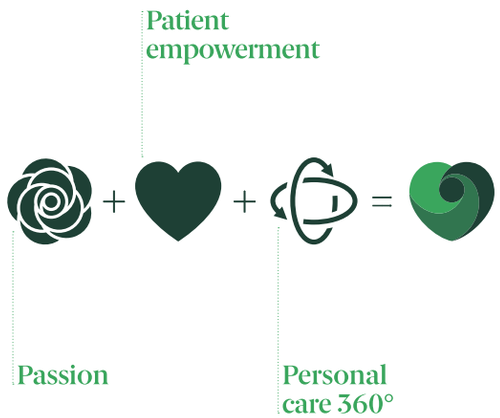
Damit erreicht Zur Rose ihre Vision, eine Welt zu schaffen, in der alle ihre Gesundheitsanliegen mit einem Klick arrangieren können. Von der Beratung, Analyse oder Diagnose beim Online-Arzt über das elektronische Rezept bis hin zum Medikament, zum Gesundheitsprodukt oder zur persönlichen telemedizinischen Leistung gilt: Das Wohlergehen des Menschen steht immer im Zentrum. Das Ökosystem stellt das technologische Rückgrat für die Vernetzung von Produkten und digitalen Lösungen bereit. Patienten und Konsumenten erhalten sofortigen und bequemen Zugang zu erstklassigen Gesundheitsangeboten und zu einer lückenlosen Begleitung auf dem Weg zur Genesung. Die Kombination von Fachwissen und Partnern befähigt Menschen, ihre eigene Gesundheit zu managen und ihre Lebensqualität zu verbessern.

DocMorris setzt nicht nur strategisch neue Zeichen; als Symbol des Aufbruchs und als Parabel für den beispiellosen Transformationsprozess hin zu einer kundenorientierten Zukunft präsentiert sich DocMorris in einem neuen, empathischen Markenauftritt. Mehr dazu auf den beiden nächsten Doppelseiten.

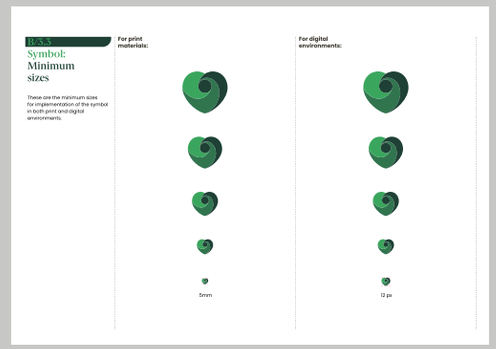
ZUR ROSE HAT DIE WEICHEN FRÜHZEITIG UND RICHTIG GESTELLT.

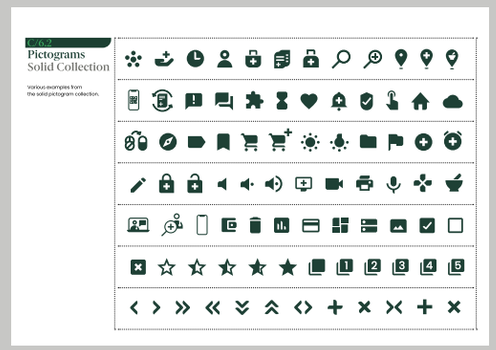
Das neue Erscheinungsbild von DocMorris nimmt die Symbolik des Vergangenen auf und lässt die strategische Ausrichtung anklingen. Der neue Markenauftritt repräsentiert den Paradigmenwechsel vom reinen Arzneimittelhändler zum digitalen Gesundheitsdienstleister und der damit verbundenen Selbstermächtigung von Patient und Konsument. Entstanden ist eine Marke mit einem starken Ethos und einer Identität, die Vertrauen schafft, ohne dabei das Wichtigste von ihrer Essenz zu verlieren, die sie bis heute stark gemacht hat. Sie beruht auf fundamentalen Werten, die sie von jeder anderen Marke auf dem Markt unterscheidet.

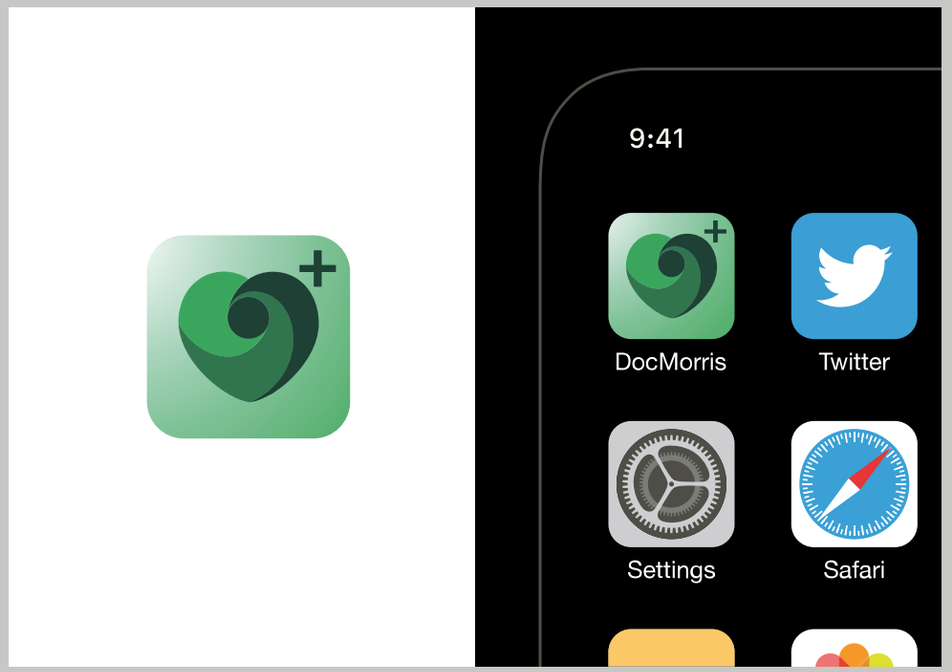
Das neue Logo konkretisiert sich aus der Verschmelzung einer Rose mit einem Herz als Symbol für den Menschen und seine Gesundheit. Es ersetzt das bisherige Apothekenkreuz. Das Herz entfaltet sich von innen nach aussen. Der zentrale Punkt versinnbildlicht, dass der Mensch im Mittelpunkt steht. Alle Produkte und Dienstleistungen sollen ihn dabei unterstützen, ein gesünderes Leben zu führen. Die kurvigen Segmente, die das Herz bilden, drücken die Dynamik und die Vielseitigkeit der Marke aus. Die Apotheke bildet weiterhin das Fundament und stützt die Marke DocMorris durch die Grünschattierungen im Herz und den hellgrünen Schriftzug.



DocMorris







Grün ist eine Farbe, die in zahlreichen Ländern mit Apotheken assoziiert wird. Die Kombination von drei grünen Tönen ergibt ein eigenständiges Farbschema, das die Wiedererkennung der Marke gewährleistet. Gleichzeitig sollen es auch Farben sein, die das Image und die Art und Weise, wie DocMorris von den Konsumenten wahrgenommen wird, stärken. Eine Marke, die Vertrauen und Sicherheit ausstrahlt. Die verschiedenen Grüntöne des Herzes widerspiegeln gleichsam die vielfältigen bestehenden und zukünftigen Services, die mit der Digitalisierung noch persönlicher und individueller gestaltet werden können.

Die neue Marke wird nicht nur durch ein neues Logo oder eine neue Farbe geprägt. Sie umfasst auch eine neue Art der Kommunikation. Das wahrscheinlich markanteste Element dabei ist die eigens für die Marke entwickelte Schriftart. Es ist eine zeitgemässe Interpretation eines klassischen Typografie-Stils. Dieser unterstreicht die Herzlichkeit und Professionalität von DocMorris.

CHANCE REDUKTION

Das Gesundheitsökosystem kommt dem eingeschränkten Radius unserer Bewegungsfreiheit und Lebensgewohnheiten entgegen. Ein komplexes System reduziert die Komplexität von Gesundheitsanliegen für den Menschen. Die Fokussierung auf das Wesentliche durch die Reduktion einer Vielzahl von verzettelten Angeboten im Netz und die Bündelung aller Kräfte auf einer einzigen Plattform ermöglicht den Bezug von digitalen Gesundheitsdienstleistungen aus einer Hand. Zudem hat die Pandemie in weiten Kreisen den Zugang und die Affinität zu E-Commerce und anderen onlinebasierten Aktivitäten beschleunigt. Wir haben nicht zuletzt durch Homeoffice gelernt, dass die Digitalisierung trotz ihrer Komplexität zu einfachen und schnellen Lösungen führen kann.

Die kollektive Entschleunigung durch die Coronapandemie lehrt uns aber weit mehr. Die Krankheit setzt Grenzen und zwingt jeden, sich zu hinterfragen. Perspektiven verändern sich, Werte und Ziele werden revidiert, Inhalte auf das Wesentliche reduziert. Wir lernen den Umgang mit Brüchen in Lebensläufen auf privater und beruflicher Ebene. Es scheint, als würde die auferlegte physische Distanz durch die geltenden Abstandsregeln uns dazu bringen, auch mental Abstand zu nehmen und uns auf das Essenzielle zu konzentrieren.

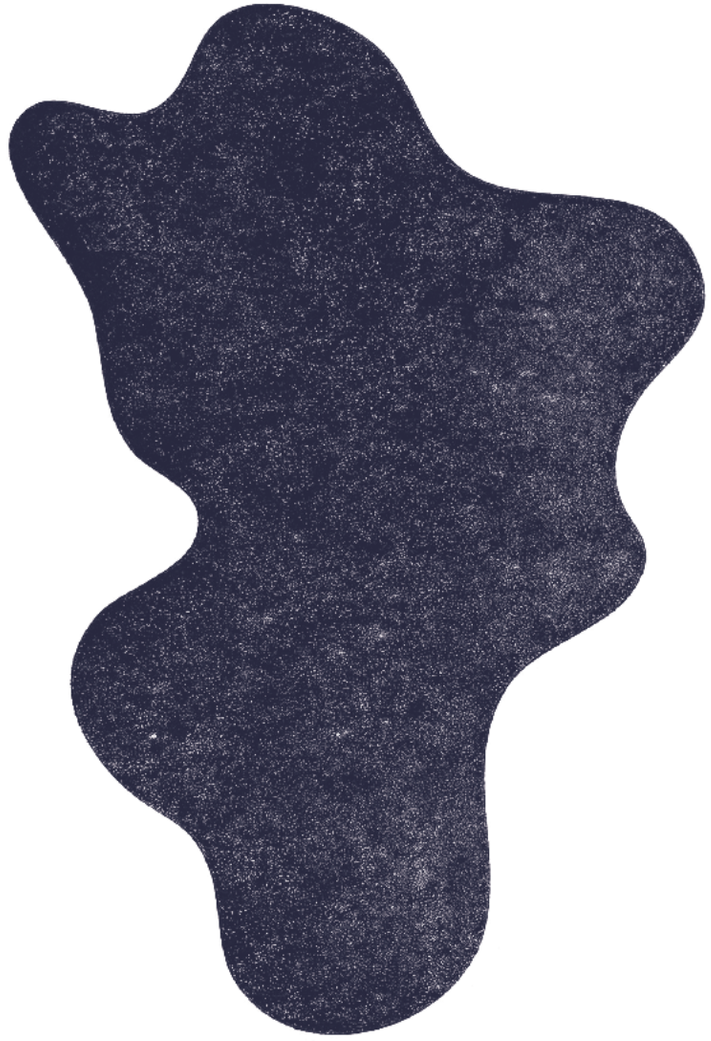
KOMPLEXITÄT REDUZIERT KOMPLEXITÄT.

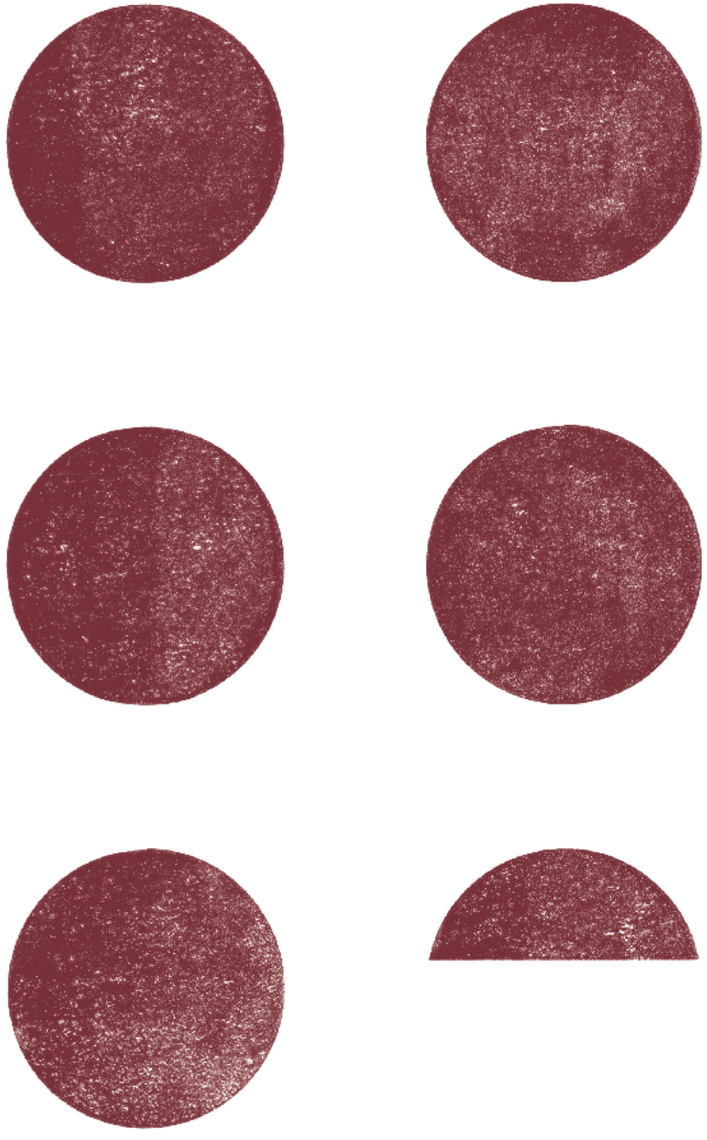
Durch das veränderte Mobilitätsverhalten ziehen wir kleinere Kreise, richten das Augenmerk auf die Region und backen kleinere Brötchen. Gleichzeitig staunen wir über die paradoxe Selbsterkenntnis, dass uns die Konzentration auf das Nahe den Horizont erweitert. Wir entdecken das Grosse im Kleinen und das Kleine im Grossen. Die Schönheit der Blume am Wegrand, die Faszination des funkelnden Sterns am Firmament. Wir lernen nicht nur zu differenzieren, sondern auch zu selektionieren.

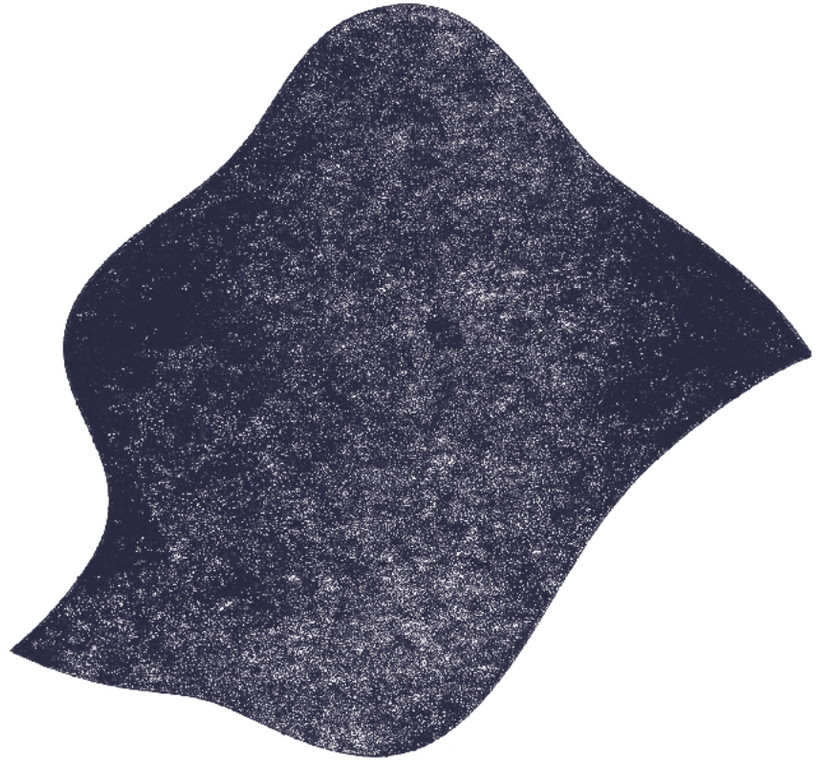
Oft wollen Menschen nichts anderes sehen und erleben als das, was sie schon immer gesehen und erlebt haben. Wer jedoch loslässt, hat zwei Hände frei, sagt der Volksmund. Die Entwöhnung von Gewohnheiten stärkt die Bereitschaft zu reflektieren, Neues zu lernen und Räume zu öffnen.

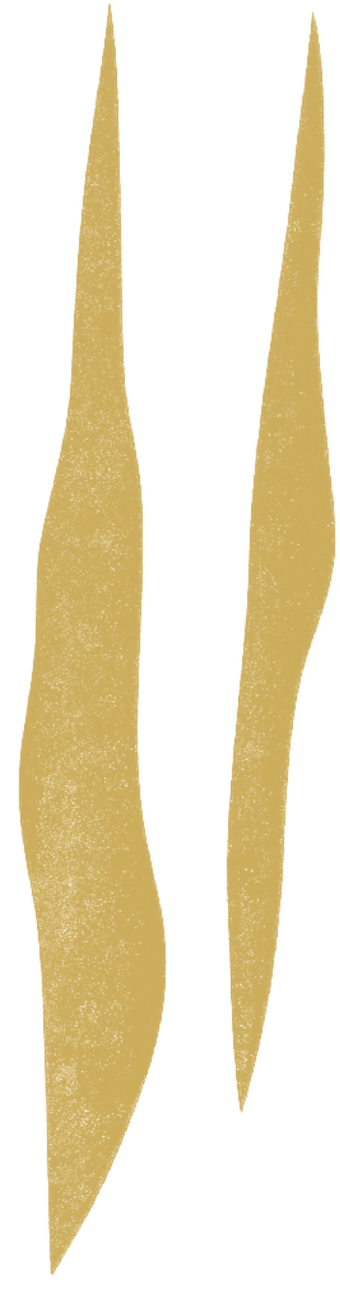
REDUKTION

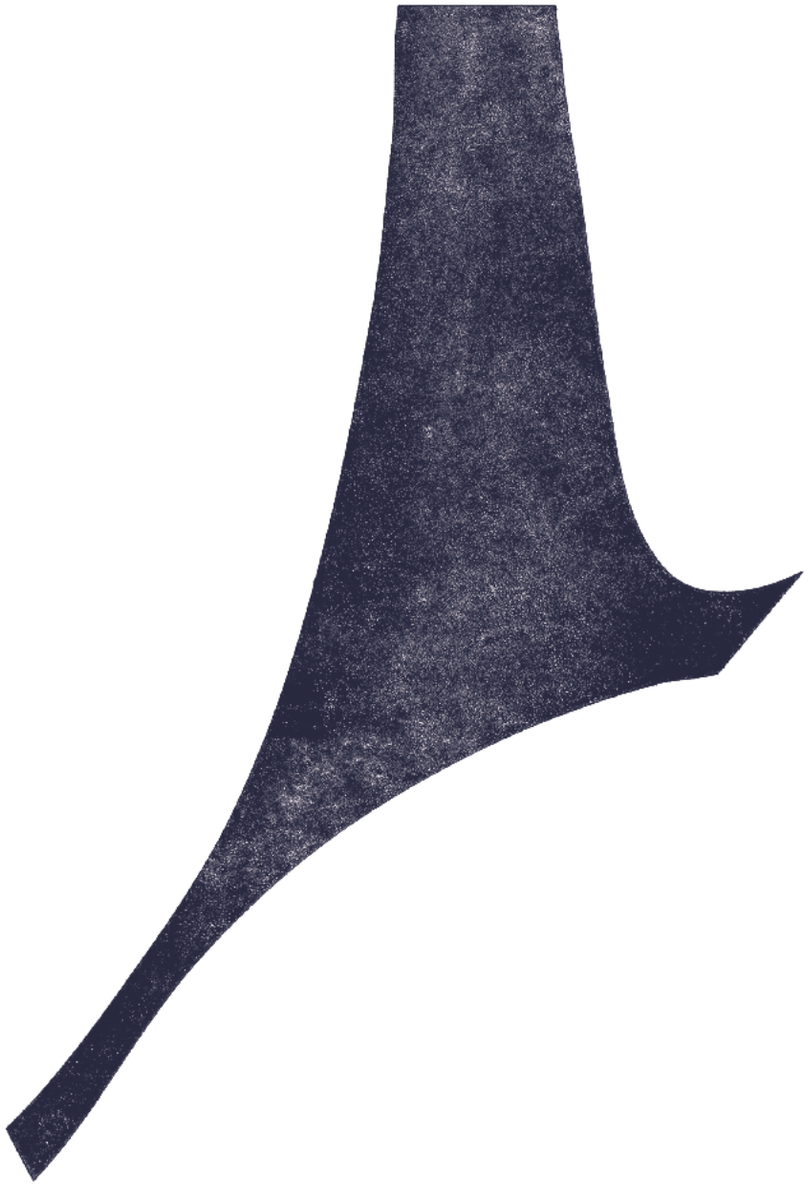
Der Zürcher Gestalter Lukas Zimmermann hat sich vom thematischen Umfeld «Reduktion» inspirieren lassen. Die formal reduzierten Bilder nehmen in ihrer schlichten und klaren Ausprägung die dabei ausgelösten Strömungen auf. Entstanden ist eine Serie von 18 Zeichnungen, die der Künstler am Computer entworfen und im Hochdruckverfahren mittels Kartonschablonen realisiert hat. Es freut uns, sein eindrückliches Schaffen auf den nächsten Seiten vorstellen zu dürfen.

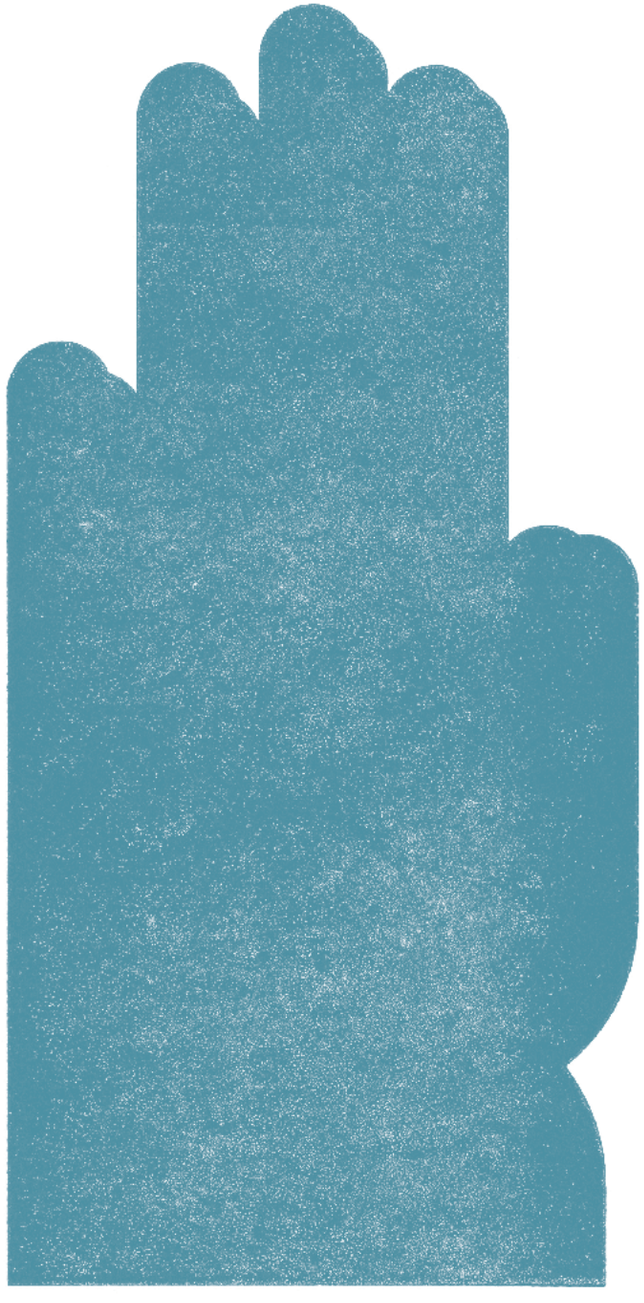


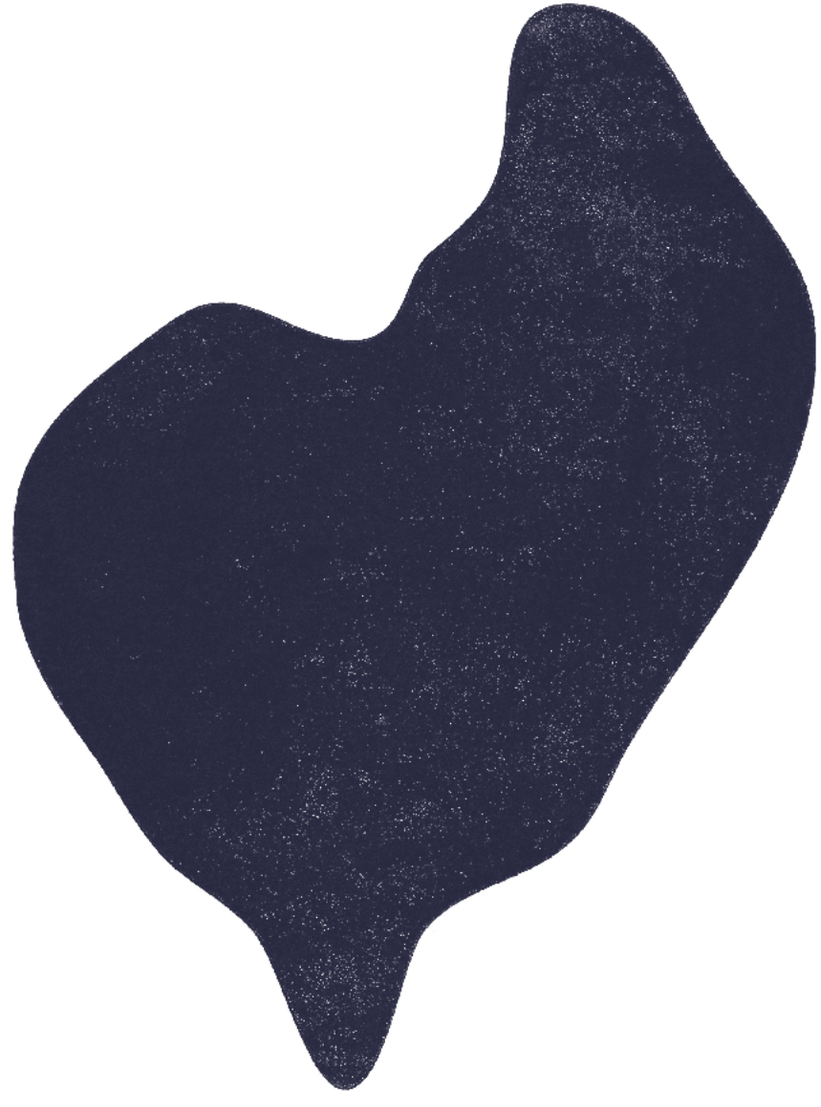












Kurzbericht der Zur Rose-Gruppe 2020

BERICHT

At a Glance	**45**
Profil	**49**
Kennzahlen	**50**
Brief an die Aktionäre	**51**
Segment Schweiz	**59**
Segment Deutschland	**71**
Segment Europa	**83**
Nachhaltigkeit	**86**
Organisationsstruktur	**102**
Verwaltungsrat	**103**
Gruppenleitung	**106**

FINANZEN

Konsolidierte Erfolgsrechnung	**109**
Konsolidierte Bilanz	**110**

Kontakt, Impressum

At a Glance

14.4 Beschleunigtes Umsatzwachstum von 14.4 Prozent.

DocMorris wird zur Dachmarke für das europäische Gesundheitsökosystem. **Marke**

App Gesundheitsplattform DocMorris+ und App-Einführung als strategischer Meilenstein auf dem Weg zur integrierten Gesundheitsplattform.

500 TeleClinic: Steigerung der Online-Konsultationen um 500 Prozent.

Übernahme von Deutschlands führendem Telemedizinanbieter TeleClinic. **Tele**

e- Das e-Rezept wird ab 2022 in Deutschland verpflichtend eingeführt.

At a Glance

10

Aktive Kundenzahl: 10-Millionen-Marke überschritten.

Deutliches Umsatzwachstum in allen Märkten:
Deutschland 16.5%
Schweiz 7.1%
Europa 73.5%

Markt

388

Wandelanleihe und genehmigtes Kapital: erfolgreiche Mittelbeschaffung von CHF 388 Mio. für weiteres Wachstum.

147

DocMorris-Weihnachtsfilm generiert weltweit 147 Millionen Aufrufe auf sozialen Kanälen.

Ausbau der europäischen Marktführerschaft: Akquisition der Versand- und Diabetes-Aktivitäten der Apotal-Gruppe.

Apotal

dgt.

Digitale Gesundheitsplattform von Zur Rose Group und Versicherern (Allianz Care, CSS, Visana) setzt neue Massstäbe im schweizerischen Gesundheitswesen.

Profil

Die Schweizer Zur Rose-Gruppe ist Europas grösste E-Commerce-Apotheke und eine der führenden Ärztegrossistinnen in der Schweiz. Darüber hinaus betreibt sie den in Südeuropa führenden Marktplatz für apothekenübliche Gesundheits- und Pflegeprodukte. Das Unternehmen ist international mit starken Marken präsent, unter anderem mit Deutschlands bekanntester Apothekenmarke DocMorris. Zur Rose beschäftigt an ihren Standorten in der Schweiz, Deutschland, den Niederlanden, Spanien und Frankreich über 2 200 Mitarbeiter. Im Jahr 2020 erwirtschaftete sie einen Umsatz von 1 752 Millionen Franken (inklusive Medpex und Apotal) bei derzeit 10.5 Millionen aktiven Kunden in Kernmärkten Europas.

Mit ihrem Geschäftsmodell bietet die Zur Rose-Gruppe eine qualitativ hochwertige, sichere und kostengünstige pharmazeutische Versorgung. Sie zeichnet sich zudem aus durch die stetige Weiterentwicklung digitaler Gesundheitsservices und als Technologieproviderin im Bereich von Plattformen. Darüber hinaus treibt Zur Rose die Positionierung als umfassende Gesundheitsdienstleisterin aktiv voran. Im Zentrum steht der Aufbau des europäischen Gesundheitsökosystems, auf welchem sich qualifizierte Anbieter mit Produkten, Dienstleistungen und digitalen Lösungen vernetzen. Die Leistung von Zur Rose wird es sein, diese Angebote zu den Kunden und Patienten zu bringen. Zur Rose verfolgt damit die Vision, eine Welt zu schaffen, in der die Menschen die eigene Gesundheit mit nur einem Klick managen können.

Die Aktien der Zur Rose Group AG sind an der SIX Swiss Exchange kotiert (Valor 4261528, ISIN CH0042615283, Ticker ROSE). Weitere Informationen unter zurrosegroup.com.

Kennzahlen

	2020	2019	2018
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
Umsatz inkl. Medpex und Apotal [1]	**1 751.9**	1 568.7	n/a
Umsatzwachstum inkl. Medpex und Apotal in % zum Vorjahr in Lokalwährung	**14.4**	32.9	n/a
Umsatzwachstum inkl. Medpex und Apotal in % zum Vorjahr	**11.7**	30.0	n/a
Umsatz	**1 476.9**	1 355.5	1 207.1
Umsatzwachstum in % zum Vorjahr	**9.0**	12.3	22.8
Bruttomarge in % des Umsatzes	**16.3**	15.4	15.8
Bereinigtes Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertberichtigungen (EBITDA)	**–31.2**	–40.2	n/a
in % des Umsatzes	**–2.1**	–3.0	n/a
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertberichtigungen (EBITDA)	**–78.4**	–13.8	–14.0
in % des Umsatzes	**–5.3**	–1.0	–1.2
Betriebsergebnis (EBIT)	**–117.6**	–45.7	–32.9
in % des Umsatzes	**–8.0**	–3.4	–2.7
Unternehmensergebnis	**–135.6**	–52.4	–39.1
in % des Umsatzes	**–9.2**	–3.9	–3.2
Eigenkapital	**531.7**	405.5	443.6
in % der Bilanzsumme	**41.6**	40.9	61.1
Investitionen	**59.8**	41.5	31.5
Personalbestand in Vollzeitstellen per Jahresende	**1 960**	1 710	1 314

1) Da das Herauslösen des Versandgeschäfts noch nicht abgeschlossen ist, hatten Medpex und Apotal lediglich einen kleinen Einfluss auf die konsolidierten Umsätze der Zur Rose-Gruppe.

Liebe Aktionärinnen, liebe Aktionäre

Die Zur Rose-Gruppe übertraf im Pandemiejahr 2020 ihre Wachstumsziele und setzte die Plattformstrategie im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung konsequent fort. Passend zur strategischen Zielrichtung übernahm die Gruppe im Sommer 2020 die Versandaktivitäten von Apotal sowie die führende Telemedizinanbieterin TeleClinic. Die Vorbereitungen für die Einführung des elektronischen Rezepts in Deutschland laufen auf Hochtouren. In diesem Zusammenhang startete im Dezember 2020 mit der DocMorris Gesundheitsplattform ein neues, ergänzendes Geschäftsmodell, das Mehrwerte für den Kunden bietet. Diese strategische Ausrichtung untermauert die Gruppe mit einer angepassten Markenarchitektur, in der DocMorris zur Dachmarke des Gesundheitsökosystems wird. In der Schweiz gründete Zur Rose zusammen mit den Versicherungspartnern Allianz Care, CSS und Visana ein gemeinsames Unternehmen zum Betrieb einer umfassenden digitalen Gesundheitsplattform, die im zweiten Quartal 2021 marktaktiv wird.

Auf der operativen Ebene war die Zur Rose-Gruppe in einer angespannten Pandemiesituation äusserst erfolgreich. Dank frühzeitig umgesetzter Massnahmen konnte die Gesundheit der Mitarbeiter geschützt und die Versorgung der Kunden mit ihren benötigten Arzneimitteln jederzeit gewährleistet werden. Das Unternehmen verzeichnet seit Beginn der Pandemie eine anhaltend hohe Akzeptanz von digitalen Lösungen und ein starkes Interesse am E-Commerce. In diesem dynamischen Umfeld nutzte die Zur Rose-Gruppe 2020 die gegebenen Marktchancen und beschaffte sich mit der Emission einer Wandelanleihe und einer Kapitalerhöhung aus genehmigtem Kapital erfolgreich Mittel in der Höhe von CHF 388 Mio. für weitere Wachstumsinitiativen. Durch die Akquisition der Versand- und Diabetes-Aktivitäten der deutschen Online-Apotheke Apotal baute die Gruppe ihre europäische Marktführerschaft als E-Commerce-Apotheke zudem weiter aus. Darüber hinaus wurde mit der Übernahme von TeleClinic die Plattformstrategie weiter gestärkt. TeleClinic stellt mit telemedizinischen Dienstleistungen einen strategisch wichtigen Baustein im Zur Rose-Gesundheitsökosystem dar. Auf der Grundlage der führenden Marktposition und von auf Kundenbedürfnisse ausgerichteten Angeboten und digitalen Services erzielte die Gruppe eine Umsatzsteigerung von 14.4 Prozent in Lokalwährungen auf CHF 1 751.9 Mio. (inklusive Medpex und Apotal[1]). Diese Wachstumsdynamik setzte sich in allen Marktsegmenten, Schweiz, Deutschland und Europa, fort. Die Anzahl aktiver Kunden[2] erhöhte sich 2020 im Vergleich zum Vorjahr um über 50 Prozent auf 10.5 Millionen.

Ergebnis im Rahmen der kommunizierten Ziele

Das Ergebnis auf Stufe EBITDA erreichte Break-even vor Einmaleffekten und Ausgaben für die Wachstumsinitiativen und bewegt sich damit im Rahmen der vom Unternehmen kommunizierten Ziele. Die nachhaltige Verbesserung der Bruttomarge sowie die Kosteneinsparungen aus Integrationsmassnahmen erhöhten den operativen Ergebnisbeitrag um rund CHF 30 Mio. gegenüber dem Vorjahr. Demgegenüber belasteten einmalige Aufwendungen im Zusammenhang mit Akquisitionen und Restrukturierungen von CHF 21.4 Mio. sowie Wertberichtigungen, hauptsächlich als Folge des Preiszerfalls von Produkten zur Pandemiebewältigung, von CHF 12.1 Mio. das Ergebnis. Aufgrund eines Zwischenurteils in einem Umsatzsteuerverfahren zu gewährten Boni auf Rezepten hat die Gruppe zudem eine Risikoposition in der Höhe von CHF 13.7 Mio. berücksichtigt. Insgesamt liegt das bereinigte EBITDA bei minus CHF 31.2 Mio. Darin enthalten sind Ausgaben für die Wachstumsinitiativen im Bereich des elektronischen Rezepts, der europäischen Opportunitäten sowie des Gesundheitsökosystems in der Höhe von CHF 30.3 Mio. Das Betriebsergebnis (EBITDA) beläuft sich auf minus CHF 78.4 Mio. und das Unternehmensergebnis auf minus CHF 135.6 Mio.

Fortschreitende flächendeckende Einführung des elektronischen Rezepts in Deutschland

Im Hinblick auf die verpflichtende Einführung des elektronischen Rezepts (eRx) in Deutschland ab 1. Januar 2022 hat die Zur Rose-Gruppe vielfältige Initiativen vorangetrieben. Führend in der Digitalisierung des Verordnungsprozesses ist die Zur Rose-Tochter eHealth-Tec. Deren eRx-Infrastruktur bildet die angedachte Struktur der gematik, der Softwaredienstleisterin des Bundesgesundheitsministeriums, funktional komplett ab und ist bereits heute für Ärzte, Patienten sowie Apotheken nutzbar. Im November 2020 gewann eHealth-Tec als Partnerin von IBM die Ausschreibung der gematik für den E-Rezept-Fachdienst. eHealth-Tec hat ihre gesammelten Erfahrungen als Systemanbieterin für E-Rezept-Lösungen in die Ausschreibungsbewerbung von IBM eingebracht. Die Umsetzung beinhaltet die Bereitstellung der erforderlichen Infrastruktur sowie den Betrieb und Support der Hard- und Software-Komponenten, um das gesamte in Deutschland aufkommende E-Rezept-Volumen verarbeiten zu können.

1 Da das Herauslösen des Versandgeschäfts noch nicht abgeschlossen ist, hatten Medpex und Apotal lediglich einen kleinen Einfluss auf die konsolidierten Umsätze der Zur Rose-Gruppe.

2 Kunden, welche die Zur Rose-Gruppe entweder direkt oder über ihre Partner beliefert.

Launch der DocMorris+ Gesundheitsplattform

Mit der Markteinführung von DocMorris+ als ein strategischer Meilenstein auf dem Weg zur integrierten Gesundheitsplattform starteten im Dezember 2020 ein neues Geschäftsmodell und eine neue Ära der Gesundheitsversorgung in Deutschland. In der Startphase liegt der Fokus auf den Funktionen des Partnernetzwerkes sowie auf OTC-Bestellungen über den Versandweg. Künftig soll die Gesundheitsplattform einen einfachen Zugang zu allen Gesundheitsdienstleistungen an einem Ort schaffen – von der Diagnose beim Online-Arztbesuch bis zum benötigten Medikament oder Gesundheitsprodukt. Das Angebot auf der Plattform wird im Hinblick auf Sortimentsvielfalt und Services, wie schnellere Belieferungsoptionen oder das E-Rezept-Modul, kontinuierlich für die Konsumenten erweitert. Die Plattform wird somit Schritt für Schritt zum starken Vertriebskanal für Partnerapotheken sowie weitere Gesundheitsdienstleister.

Gesundheitsmanagement mit nur einem Klick

Mit Blick auf das anvisierte digitale Gesundheitsökosystem Europas verfolgt Zur Rose die Vision, eine Welt zu schaffen, in der die Menschen die eigene Gesundheit mit nur einem Klick managen können. Die im Januar 2021 beschlossene Zusammenarbeit mit dem globalen Gesundheitsunternehmen Novo Nordisk bildet einen weiteren wesentlichen Schritt in Richtung Ökosystem. Es ist das Ziel, weitere Kooperationen mit Anbietern von Best-in-Class-Gesundheitsdienstleistungen einzugehen, die mit der Kernleistung der Zur Rose-Gruppe verknüpft werden.

Neue Markenarchitektur unterstreicht angepasste strategische Ausrichtung

Die Apotheke DocMorris wie auch die Gesundheitsplattform DocMorris+ präsentieren sich seit Dezember 2020 mit einer neuen Markenidentität. Diese ist Teil einer neu konzipierten Markenarchitektur, in der DocMorris als bekannteste Apothekenmarke Deutschlands die Dachmarke des Ökosystems bildet. Die Kunden sowie deren Gesundheitsversorgung rücken noch stärker in den Fokus des Unternehmens. Durch diesen Perspektivenwechsel tritt in logischer Folge an die Stelle des bisherigen Apotheken-Kreuzes ein Symbol der Menschen und ihrer Gesundheit: das Herz. Die neue Markenarchitektur und der damit verbundene neue Markenauftritt werden bis 2026 in sämtlichen Kernmärkten, mit Ausnahme der Schweiz, schrittweise umgesetzt. Im Februar 2021 wurden bereits die beiden Marktplätze PromoFarma in Spanien und DoctiPharma in Frankreich mit der Markenidentität von DocMorris verknüpft. Der Schriftzug «by DocMorris» bildet die Markenklammer und zeigt die Zugehörigkeit beider Marktplätze zum europäischen Gesundheitsökosystem. Im Februar 2021 startete die Zur Rose-Gruppe eine multimediale, deutschlandweite Kampagne. Sie zeigt die Marke DocMorris als nahbaren und zuverlässigen Partner und macht die digitalen Services der Gesundheitsplattform erlebbar.

Allianz Care, CSS, Visana und Zur Rose Group lancieren digitale Gesundheitsplattform

Im November 2020 kündigte die Zur Rose-Gruppe mit den Versicherern Allianz Care, CSS und Visana die Gründung eines gemeinsamen Unternehmens zum Betrieb einer ganzheitlichen digitalen Gesundheitsplattform an. Die Plattform, deren Markteintritt im zweiten Quartal 2021 geplant ist, wird neue Massstäbe im schweizerischen Gesundheitswesen setzen und die Basis für eine digital unterstützte und integrierte Versorgung schaffen. Sie steht allen Akteuren des Gesundheitswesens offen: Versicherer, Ärzte, Spitäler, Apotheken und weitere Leistungserbringer können darauf ihre Dienstleistungen anbieten. Auf einen Klick erhalten Patienten Zugang zu persönlichen Gesundheitsdienstleitungen wie Arzttermine, Video-Konsultationen, pharmazeutische Beratung, elektronische Rezepte und vieles mehr. Der Kernbeitrag der Zur Rose-Gruppe wird es sein, einen Teil der Technologie für die Plattform bereitzustellen. Hierzu werden Teile der Zur Rose-Plattform an das Joint Venture lizenziert. Der Vollzug und der Markteintritt erfolgen vorbehaltlich der Freigabe durch die zuständigen Wettbewerbsbehörden.

Shop-in-Shop-Konzept und Online-Shop mit Medbase auf Erfolgskurs

Im Rahmen des Joint-Ventures mit Medbase, der Healthcare-Providerin der Migros, erfolgte im November 2020 der Markteintritt in der Westschweiz mit der Eröffnung einer Shop-in-Shop-Apotheke in Crissier im Kanton Waadt. Mit den Apotheken verfolgt Zur Rose einen Omni-Channel-Ansatz. Die neue Präsenz in der französischsprachigen Schweiz wird sie dazu nutzen, dort die Aktivitäten ihres Versandgeschäfts zu verstärken. Für Juni 2021 ist die Eröffnung einer Apotheke in Schönbühl, Nähe Bern, geplant. Damit betreibt das Joint Venture insgesamt sieben Shop-in-Shop-Apotheken. Auch der Online-Shop des Joint Ventures behauptet sich gut im Wettbewerb und bestätigt den generellen Trend zu mehr Online-Käufen: Der Umsatz hat sich im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt und lag damit deutlich über der Planung. Mittelfristig wird der Online-Shop als Marktplatz betrieben, auf dem auch weitere Partner ihre Produkte anbieten können.

Führungsstruktur verbreitert und Gruppenleitung komplettiert

Im Jahr 2020 passte die Zur Rose-Gruppe ihre Führungsstruktur den Bedürfnissen und Opportunitäten des stark gewachsenen Unternehmens an. Neben der regionalen umsatzverantwortenden Segmentorganisation wurden segmentübergreifend eine Geschäftsmodellorganisation sowie zwei zusätzliche Serviceeinheiten geschaffen. Die Gruppenleitung wurde per 1. Mai 2020 entsprechend komplettiert durch Betül Susamis Unaran als Chief Strategy and Digital Officer, Bernd Gschaider als Chief Operations Officer sowie David Masó als Head Europe. Die Nachfolge des im Dezember 2020 aus dem Unternehmen ausgeschiedenen Head Germany, Olaf Heinrich, trat Walter Hess, vormals Head Switzerland, an. Der langjährige Leiter

WALTER OBERHÄNSLI (*links*)
UND STEFAN FEUERSTEIN.

des Schweizer Ärztegeschäfts, Emanuel Lorini, wurde zum Head Switzerland und Mitglied der Gruppenleitung ernannt.

Effizienzsteigerung durch Integration in Deutschland

Zur Hebung von Synergiepotenzialen und zur effizienteren Marktbearbeitung wechselte das Segment Deutschland Anfang 2020 von einer Marken- zu einer Deutschlandsteuerung. Um die Integration der einzelnen Gesellschaften zur Erzielung von Skaleneffekten voranzutreiben, wurde zudem das Management-Team des Segments Deutschland der Zur Rose-Gruppe verstärkt. Im Zuge der Reorganisation bündelte die Gruppe im Laufe des Jahres 2020 verschiedene Servicefunktionen mit eigenem Personal und eigenen Betriebsmitteln in Heerlen und Mannheim. Die in Heerlen ansässige Vitalsana wurde wirtschaftlich und rechtlich mit DocMorris verschmolzen, und der Standort wurde stillgelegt. Einzelne Abteilungen der Eurapon Pharmahandel GmbH, Bremen, und der Zur Rose Pharma GmbH, Halle, wurden an den Standorten Heerlen und Mannheim gebündelt. Der Neubau zur Erweiterung der Logistikinfrastruktur in Heerlen schreitet plangemäss voran und wird 2022 die Kapazität am Standort mehr als verdoppeln. Damit schafft die Zur Rose-Gruppe die Voraussetzungen für die logistische Bewältigung des geplanten Wachstums.

Veränderungen im Verwaltungsrat

An der ordentlichen Generalversammlung 2021 steht Tobias Hartmann für eine Wiederwahl in den Verwaltungsrat nicht mehr zur Verfügung. Der Verwaltungsrat dankt Tobias Hartmann für seinen engagierten Einsatz. Der Verwaltungsrat hat beschlossen, Prof. Dr. Andréa Belliger der Generalversammlung vom 29. April 2021 zur Wahl als neue Verwaltungsrätin vorzuschlagen. Andréa Belliger ist Prorektorin der Pädagogischen Hochschule Luzern und Direktorin am Institut für Kommunikation und Führung IKF in Luzern. Des Weiteren ist sie Verwaltungsrätin und Beirätin in verschiedenen Schweizer und deutschen Unternehmen in den Bereichen Gesundheit, Finanzen, Versicherung und Energie sowie Präsidentin des Advisory Board des Gesundheitsdienstleisters Medbase (Migros). Sie ist Autorin und internationale Keynote-Speakerin für Themen der digitalen Transformation insbesondere im Healthcare-Bereich. 2019 wurde sie unter die Top 25 der einflussreichsten Personen im Schweizer Gesundheitswesen gewählt. Verwaltungsratspräsident Prof. Stefan Feuerstein betont: «Wir freuen uns sehr, dass wir mit Prof. Dr. Andréa Belliger eine starke Führungspersönlichkeit und ausgewiesene Expertin für die Digitalisierung im Gesundheitswesen für eine Kandidatur als Verwaltungsrätin gewinnen konnten.»

Nachhaltigkeit in der Zur Rose-Gruppe

Die Zur Rose-Gruppe legt Wert auf eine nachhaltige Geschäftsführung und -entwicklung, die ökonomische, soziale und ökologische Ziele berücksichtigt und miteinander in Einklang bringt. In den vergangenen Jahren gab es bereits vielfältige Nachhaltigkeitsinitiativen. 2020 hat die Gruppe begonnen, auf der Basis dieser Initiativen einen systematischen und auf das ganze Unternehmen übertragbaren Ansatz zur Nachhaltigkeit zu entwickeln. Der Geschäftsbericht 2020 bietet zum ersten Mal eine Übersicht, wie das Geschäftsmodell von Zur Rose mit Nachhaltigkeit verbunden ist und mit welcher Strategie die Gruppe Geschäftsethik, Sozialverantwortung und Umweltschutz angeht. Es ist das Ziel, die Transparenz zu diesen Themen sowie die Nachhaltigkeitsberichterstattung über die nächsten Jahre auszubauen.

Veränderungen im Erscheinungsbild der Zur Rose-Gruppe

Im Zuge der strategischen Ausrichtung mit der angepassten Markenarchitektur und DocMorris als Dachmarke für das Gesundheitsökosystem drängen sich Veränderungen im Erscheinungsbild der Zur Rose-Gruppe auf. Die Rolle als übergeordnete Unternehmensmarke und die stärkere Abgrenzung zu DocMorris wird im neuen Logo erkennbar. Dieses wird zur reinen Wortmarke, auf die bildhafte Verschmelzung der Buchstaben R und D wird fortan verzichtet. Gleichzeitig findet eine Harmonisierung der zentralen Markengrundelemente Typografie und Farben statt, womit die Gruppenidentität auch visuell gestärkt wird. Im Vorfeld zur Bereinigung von Markenstruktur und Erscheinungsbild wurden auch die Unternehmenswerte justiert. Sinn und Zweck des gesamten Massnahmenpakets sind eine klare Rollenverteilung und ein grösserer unternehmerischer Spielraum für DocMorris und Zur Rose Group. Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass beide Marken innerhalb des Unternehmensgefüges unterschiedliche Funktionen erfüllen und verschiedenartige Anspruchsgruppen bedienen. Das neue Erscheinungsbild ist vorerst im Geschäftsbericht sichtbar und wird sukzessive in allen weiteren Elementen umgesetzt.

Hauptfokus 2021: Nutzung der Chancen durch die Einführung des elektronischen Rezepts

2021 legt die Zur Rose-Gruppe den Hauptfokus auf die Nutzung der Chancen des elektronischen Rezepts in Deutschland, das ab 1. Januar 2022 verpflichtend eingeführt wird. Die Hürde des Einsendens von Papierrezepten entfällt damit. Mit über 9 Millionen Kunden im deutschen Markt und mit DocMorris als Deutschlands bekannteste Apothekenmarke hat die Gruppe eine hervorragende Ausgangslage, um Kunden mit ihrem Service- und Versandangebot zu überzeugen und den Umsatz in diesem Bereich nach der Implementierung der benötigten Infrastruktur deutlich zu steigern.

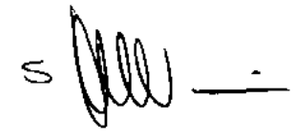
Ausblick

Das Management geht davon aus, dass die Online-Durchdringung von rezeptpflichtigen Medikamenten in Deutschland durch die verpflichtende Einführung des elektronischen Rezepts (eRx) mittelfristig – über einen Zeithorizont von drei bis fünf Jahren – ein Niveau von rund 10 Prozent erreichen kann, mit weiterem Potenzial über diesen Zeitraum hinaus. Die Zur Rose-Gruppe erwartet, schon zu Beginn dieses mittelfristigen Zeithorizonts die Umsatzschwelle von CHF 4 Mrd. aus organischem Wachstum zu überschreiten. Die Gruppe bestätigt auch die mittelfristige EBITDA-Zielmarge von rund 8 Prozent. Die Implementierung des Gesundheitsökosystems schafft darüber hinaus weiteres relevantes Umsatz- und Ergebnispotenzial.

Für 2021 erwartet das Management eine Umsatzsteigerung von rund 20 Prozent (inklusive Medpex und Apotal). Erste eRx-Umsätze werden nach der Einführung der eRx-Infrastruktur der gematik (voraussichtlich im Juli 2021) und eine deutliche Steigerung nach der verpflichtenden eRx-Einführung ab 2022 erwartet. Zur Steigerung des Bekanntheitsgrades von DocMorris als europäische Dachmarke startete im Februar 2021 eine umfangreiche Marketingkampagne. Auf Stufe EBITDA wird in 12 bis 18 Monaten nach 2021 ein ausgeglichenes Ergebnis angestrebt.

Besonderer Dank an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Dieses Jahr gebührt unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein ganz besonderer Dank. Sie alle haben die grossen Herausforderungen durch die Covid-19-Pandemie mit viel Einsatz, Kreativität und Solidarität gemeistert. Unseren Kunden danken wir für ihre Treue. Wir werden in diesen ausserordentlichen Zeiten weiterhin alles daran setzen, die Gesundheit der Mitarbeiter zu schützen und die Versorgung der Kunden mit ihren benötigten Arzneimitteln sicherzustellen. Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, danken wir für Ihre Verbundenheit mit unserem Unternehmen.



Prof. Stefan Feuerstein
Präsident des Verwaltungsrats

Walter Oberhänsli
Delegierter des Verwaltungsrats
und CEO

2020 war geprägt von der weltweiten Pandemiesituation durch die Ausbreitung von Covid-19. Als Teil der Kontinuitätsplanung Heilmittelversorgung des Bundes gewährleistete Zur Rose in enger Absprache mit den Behörden eine bestmögliche Versorgungssicherheit mit Medikamenten für die Bevölkerung. Die Coronakrise zeigte deutlich, dass die Digitalisierung des Schweizer Gesundheitswesens rückständig ist und dringender Modernisierungsbedarf besteht.

Marktumfeld

Entwicklungen im Medikamentenmarkt — Das Gesamtvolumen im Medikamentenmarkt betrug 2020 CHF 6.3 Mrd. Franken und nahm damit gegenüber dem Vorjahr um gut 3 Prozent zu.

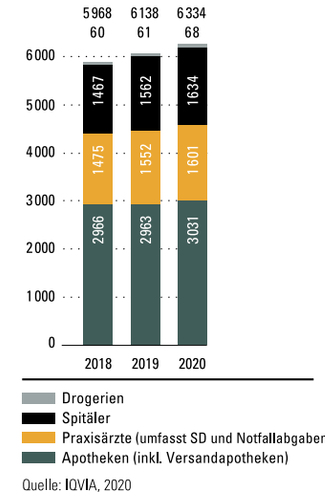
Antrag auf Ausnahmebewilligung für den Versand rezeptfreier Notfall-, Erkältungs- und Grippearzneimittel während der Pandemie — Als Teil der Kontinuitätsplanung Heilmittelversorgung des Bundes ist Zur Rose in der Verantwortung, für die Schweizer Bevölkerung eine bestmögliche Liefer- und Versorgungssicherheit mit Medikamenten zu gewährleisten. Seit Beginn der Pandemie fragten Kunden vermehrt danach, auch rezeptfreie Medikamente online bestellen zu können, was gemäss geltendem Recht in der Schweiz noch immer nicht möglich ist. Gleichzeitig wurde die Bevölkerung aufgrund der Ansteckungsgefahr angehalten, zu Hause zu bleiben.

Aus diesen Gründen beantragte Zur Rose beim Bundesrat und beim Bundesamt für Gesundheit (BAG) am 23. März 2020 eine befristete Ausnahmebewilligung für den rezeptfreien Versand von OTC-Medikamenten zur Selbstmedikation bei Grippe- und Erkältungssymptomen. Mit Schreiben vom 16. April lehnten Gesundheitsminister Alain Berset und das BAG dieses Ersuchen unverständlicherweise ab: Behördlicherseits sehe man keine Veranlassung, das Verbot zum Versand von Arzneimitteln ohne ärztliche Verordnung durch notrechtliche Bestimmungen aufzuheben. Die Versorgung der Bevölkerung mit Arzneimitteln funktioniere gut und sei unter anderem dank der Hauslieferungen der öffentlichen Apotheken und Drogerien sichergestellt.

Im Juni hakte Nationalrat Marcel Dobler diesbezüglich mittels Interpellation beim Bundesrat nach und fragte, wie es die Regierung erkläre, dass Versandapotheken OTC-Medikamente nicht ohne Rezept an Kunden liefern dürfen, stationäre Apotheken die gleichen Dienstleistungen aber als Hauslieferdienst erbringen könnten. Die Antwort des Bundesrates vom 19. August lautete wie folgt: «Der Bundesrat anerkennt, dass die geltende Regelung des Hauslieferdienstes für Arzneimittel in der Praxis zu Disparitäten gegenüber der Regelung des Versandhandels führt.» Und weiter: «Der Bundesrat ist be-

VOLUMEN MEDIKAMENTENMARKT SCHWEIZ

in Mio. CHF zu Fabrikabgabepreisen
(umfasst Swissmedic-Listen A, B, D)



Quelle: IQVIA, 2020

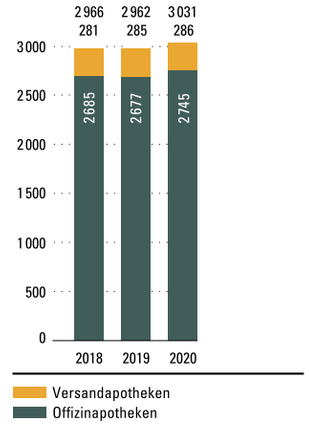
reit, in diesem Zusammenhang eine bessere Abgrenzung des Versandhandels zum Hauslieferdienst auf Bundesebene zu prüfen, um unerwünschte Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden.»

Digitalisierung des Gesundheitswesens beschleunigen — Wie rückständig die Digitalisierung im Gesundheitswesen ist, zeigte die Coronapandemie deutlich: Bestehende Medienbrüche und das Fehlen digitalisierter Prozesse erschwerten das Krisenmanagement und verhinderten eine effiziente Datenübermittlung. Der Ruf nach mehr Digitalisierung im Gesundheitswesen wurde lauter. Ein Schlüsselelement dafür ist das elektronische Rezept. Gleich zwei Motionen im eidgenössischen Parlament beantragten im Berichtsjahr dessen flächendeckende Einführung auch in der Schweiz. Der damit verbundene Nutzen für Patientinnen und Patienten ist offensichtlich: Das elektronische Rezept stellt die Leserlichkeit sicher, erhöht damit die Patientensicherheit und senkt Folgekosten aufgrund von Fehlmedikation. Zur Rose setzt sich dafür ein, dass das elektronische Rezept in der Schweiz verpflichtend eingeführt wird.

Faires System für Medikamentenpreise — Bei der Beratung der kostendämpfenden Massnahmen für das Gesundheitswesen verwarf der Nationalrat in der Sondersession vom Frühjahr die Einführung eines Referenzpreissystems für patentabgelaufene Arzneimittel mit einer deutlichen Mehrheit von über zwei Dritteln. Obschon die regulierten Preise für rezeptpflichtige Arzneimittel sowie Generika schon bisher regelmässig überprüft und gesenkt werden, sehen die Kostendämpfungspakete zusätzlich vor, die Preise und damit die Margen für Arzneimittel

VOLUMEN APOTHEKENMARKT SCHWEIZ

in Mio. CHF zu Fabrikabgabepreisen
(umfasst Swissmedic-Listen A, B, D)



Quelle: IQVIA, 2020

neu zu regeln. Zur Rose begrüsst die Ablehnung des Referenzpreissystems und betont, dass bei der Neugestaltung des Preissystems einzelne Elemente nicht isoliert geregelt werden können, sondern Grössen wie Fabrikabgabe- und Generikapreise, leistungsorientierte Abgeltungen und Vertriebsmargen als zusammenhängendes System zu betrachten sind. Eine Neudefinition muss unter Einbezug aller relevanten Akteure erfolgen, wobei insbesondere auch die Versorgung der über 150 000 chronisch kranken Menschen in der Schweiz sicherzustellen ist, die auf Medikamente im mittel- bis hochpreisigen Segment angewiesen sind.

Trotz erschwerter Rahmenbedingungen aufgrund der Pandemie forcierte Zur Rose die Entwicklung vom Medikamentenversorger im engeren Sinn hin zum Betreiber von Gesundheitsplattformen und zum Technologie-Provider auch im Berichtsjahr. Die gemeinsam mit Partnern im Herbst angekündigte digitale Gesundheitsplattform setzt neue Massstäbe im schweizerischen Gesundheitswesen.

Geschäftsentwicklung

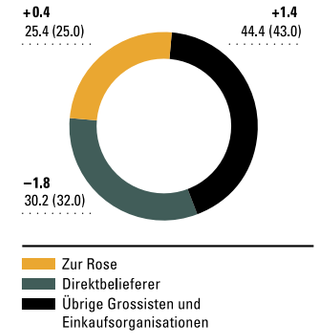
Erfreuliche Geschäftsentwicklung trotz Coronakrise — Im Segment Schweiz steigerte Zur Rose den Umsatz im Berichtsjahr um 7.1 Prozent auf 593.1 Millionen Franken. Das Unternehmen wuchs damit deutlich über dem Markt. Bereits Mitte Februar setzte Zur Rose vor dem Hintergrund der Pandemie einen Krisenstab zur Umsetzung geschäftlich und betrieblich notwendiger Massnahmen ein. Businessseitig war in deren Anfangsphase eine starke Nachfragezunahme sowohl nach rezeptpflichtigen als auch nach nicht rezeptpflichtigen Medikamenten zu verzeichnen. Zur Rose definierte deshalb eine Liste lebensnotwendiger Medikamente und stellte die Verfügbarkeit am Markt in engem Austausch mit Behörden und Herstellern sicher. Wo die Versorgung gefährdet war, steigerte Zur Rose trotz massiv höherer Lagerkosten die Vorhalteleistung für Medikamente. Oberstes Ziel war es, mit einer umsichtigen Planung grösstmögliche Versorgungs- und Liefersicherheit zu gewährleisten. Mitte März verordnete der Bundesrat eine Beschränkung zur Abgabe von Arzneimitteln und verfügte zudem, dass in Arztpraxen nur noch dringende Behandlungen vorzunehmen seien. Vorübergehend ging die Nachfrage nach Medikamenten im Frühjahr deshalb vor allem im Ärztegeschäft wieder zurück, normalisierte sich bis zum Frühsommer allerdings weitgehend. Während der Krise klar festzustellen war ein deutlicher und anhaltender Kundenzuwachs im Online-Geschäft.

Führender Technologie-Provider und Plattform-Betreiber im eHealth-Bereich — Im Zuge der beschleunigten Digitalisierung hat die Zur Rose-Gruppe im Berichtsjahr den Fokus auf ihr Angebot als Technologie-Provider und Betreiber von Plattformen und Ökosystemen im eHealth-Bereich deutlich intensiviert. Im Schweiz-Geschäft konnte die Plattform-Technologie für Supply Chain, Professional Services und Patientendienstleistungen weiterentwickelt werden. Im Vordergrund steht dabei das «Platform as a Service»-Modell: Zur Rose stellt Service-Providern Technologie, Logistik und Schnittstellen gegen Lizenzgebühr zur Verfügung.

Im November gab Zur Rose zusammen mit den Partnern Allianz Care, CSS und Visana die Gründung eines gemeinsamen Unternehmens zum Betrieb einer umfassenden digitalen Gesundheitsplattform bekannt. Diese wird im zweiten Quartal 2021 in der Schweiz operativ. Die Plattform steht allen Akteuren des Gesundheitswesens offen: Versicherer, Ärzte, Spitäler, Apotheken und weitere Leistungserbringer können darauf ihre Dienstleistungen anbieten.

MARKTANTEILE ÄRZTEGESCHÄFT

Stand Ende 2020 (Vorjahreswert 2019)
in %



Quelle: IQVIA 2020

Auf einen Klick erhalten Patienten so rund um die Uhr Zugang zu individualisierten, qualitätsgeprüften Gesundheitsdienstleitungen. Diese Plattform setzt neue Massstäbe im schweizerischen Gesundheitswesen und schafft die Basis für eine digital unterstützte und integrierte Versorgung.

Professional Services: Medikamentenbelieferung und Digitalisierung der Praxisprozesse — Zur Rose erhöhte den Marktanteil im Professional Services-Bereich (Ärztegeschäft) 2020 von 25 auf 25.4 Prozent.

Der anhaltende Kostendruck im Gesundheitswesen führte zu einer höheren Preissensitivität und einer Sensibilisierung auf Prozesskosten. Seit dem 1. Januar 2020 offeriert Zur Rose den Professional Services-Kunden deshalb ein neues Preismodell, verbunden mit attraktiven Dienstleistungskonditionen für Ärztekunden.

Die Coronapandemie verstärkte die Nachfrage nach einfachen, digitalen Lösungen auch in der ambulanten Medizin: Telefonische Anfragen und Video-Konsultationen nahmen deutlich zu, und Befragungen von Ärzten ergaben, dass eine schnelle und sichere Übermittlung von Rezepten ein grosses Bedürfnis ist. Mit einer breiten Informationskampagne hat Zur Rose die Grundversorger-Praxen bei der Bewältigung der Coronapandemie und deren Auswirkungen unterstützt. Neben Informationen zum Praxisbetrieb und den Schnelltests konnten Praxen dank der Rezeptübermittlungshilfe die Medikamenten-Belieferung von Risikopatienten zu Hause durch die Online-Apotheke sicherstellen.

BlueCare als Technologie-Hub von Zur Rose — In ihrer Funktion als Technologie-Hub des Segments Schweiz konzipierte BlueCare für die Leistungsgerbringer auch im Berichtsjahr verschiedene innovative Lösungen: Die digitale Rezeptübermittlungshilfe ermöglicht es einer Arztpraxis, Rezepte elektronisch und formfrei an jede Apotheke zu übermitteln. Mit BlueMedication wurde ein Produkt entwickelt, das die Arzneimitteltherapiesicherheit erhöht, indem Medikationsdaten aus Berichten – beispielsweise beim Spitalaustritt – automatisch ausgelesen und in einer strukturierten Medikationsliste abgebildet werden. Die Anwendung nimmt zudem einen digitalen Abgleich gegenüber einem bestehenden Medikationsplan vor und beinhaltet eine erweiterte Interaktionskontrolle, welche auch Aspekte wie Dosierung, Altersverträglichkeit, Allergien und bestimmte Vorerkrankungen berücksichtigt und digital prüft.

Ausbau von Specialty Care — Um das zeitliche und räumliche Angebot im Bereich Specialty Care weiter auszubauen, gründete die Zur Rose-Gruppe im Berichtsjahr die Tochtergesellschaft Specialty Care Therapiezentren AG. Mit spezifisch ausgebildeten Pflegefachpersonen unterstützt das Specialty Care-Team Patienten mit komplexen Therapien bei der korrekten Medikamentenverabreichung, beispielsweise bei der Durchführung von Infusionstherapien. Diese Dienstleistung kann beim Patienten zu Hause oder auch in den Praxisräumlichkeiten von Partnerärzten in Anspruch genommen werden. Dank der kontinuierlichen Weiterentwicklung des Angebots konnten im Berichtsjahr verschiedene neue Herstellerkooperationen abgeschlossen werden.

Integrierte Versorgungslösungen mit Krankenversicherern und Managed Care-Organisationen — Zur Rose erneuerte die Kooperationsverträge mit verschiedenen Krankenversicherern und setzte sich gemeinsam mit den Partnern für die Entwicklung innovativer Lösungen in der Krankenversicherung ein. Das 2019 mit der CSS lancierte Grundversicherungs-Modell Multimed wurde stark nachgefragt und zeigt, dass ein reduzierter Selbstbehalt für die Versicherten einen wichtigen Anreiz darstellt. Ziel ist es, die Versicherungslösungen in die digitale Gesundheitsplattform zu integrieren und durch innovative Produktansätze und Prozessverbesserungen einen Beitrag an die Senkung der Gesundheitskosten zu leisten.

Im September lancierte Zur Rose gemeinsam mit der KPT-Versicherung den digitalen Medikationsassistenten Medi+: Für KPT-Versicherte ist die Nutzung des Dienstes kostenlos, und mit ihrer Zustimmung werden alle über die KPT abgerechneten Medikamente automatisch im Medikationsplan dargestellt. Zusätzliche Medikamente können über eine Scanfunktion einfach in die Liste integriert werden. So gewährt die Anwendung jederzeit eine Übersicht über sämtliche einzunehmende Medikamente. Medi+ ermöglicht es zudem, einen Einnahmeplan mit Erinnerungsfunktion zu erstellen, Rezepte zu hinterlegen und Medikamente einfach online nachzubestellen. Auch Kunden der Zur Rose Online-Apotheke können die Funktionen von Medi+ über ihr Kundenkonto nutzen.

Erfreuliche Entwicklung der beiden Joint Ventures mit der Migros-Tochter Medbase — Mit den Shop-in-Shop-Apotheken in Migros-Filialen verfolgt Zur Rose einen Omni-Channel-Ansatz. Zusätzliche Filialen wurden 2020 in den Einkaufszentren Tivoli in Spreitenbach und im Wynecenter in Buchs im Kanton Aargau eröffnet. Ende November erfolgte mit einer Filiale im Migros-Supermarkt Crissier im Kanton Waadt der Markteintritt in der Romandie.

Das Joint Venture ZRMB Marketplace AG betreibt unter zurrose-shop.ch einen Online-Shop für frei verkäufliche Gesundheits- und Pflegeprodukte. Mittelfristig wird er als Marktplatz betrieben, auf dem auch weitere Partner ihre Produkte anbieten können. Der Online-Shop behauptete sich gut im Wettbewerb: Der Umsatz lag weit über Plan und war im Vergleich zum Vorjahr mehr als doppelt so hoch. Dies ist einerseits auf eine erhöhte Nachfrage nach Artikeln wie Schutzmasken und Desinfektionsmittel zu Beginn der Coronapandemie zurückzuführen, andererseits aber auch auf einen generellen Trend zu vermehrten Online-Käufen, vor allem über mobile Endgeräte. Als einziger Online-Kanal für Gesundheits- und Pflegeprodukte bietet der Shop den Kunden seit Februar 2020 zudem die Möglichkeit, bei jedem Einkauf Migros Cumulus-Punkte zu sammeln. Durch gezieltes digitales Marketing, verbunden mit einer Sortimentsausweitung sowie einer attraktiven Preispolitik, konnte sowohl die Anzahl Neukunden als auch die Anzahl Bestandskunden gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt werden. Die aktiven Kunden weisen neben einer gestiegenen Kauffrequenz eine sehr hohe Kundenzufriedenheit auf.

Zur Rose als bekannteste Online-Apotheke der Schweiz — Mit der umfassenden Neugestaltung des Online-Auftritts von zurrose.ch wurde im Berichtsjahr ein wichtiger Meilenstein in der Transformation vom klassischen Versandgeschäft hin zur Online-Apotheke erreicht: Neben einer Modernisierung des Auftritts optimierte Zur Rose auch die Nutzerführung. Den Online-Relaunch im Herbst begleitete eine schweizweit angelegte Marketingkampagne. Forciert wurde dabei insbesondere der Markteintritt in der Romandie. Erstmals nutzte Zur Rose die Westschweizer Fernsehkanäle für TV-Spots und lancierte eine erfolgreiche Social Media-Kampagne in der französischsprachigen Schweiz, was innert eines Jahres zu einer markanten Erhöhung der Markenbekanntheit führte: Ungestützt betrug diese in der Romandie 26 Prozent, was gegenüber dem Vorjahr fast einer Verdoppelung entspricht. In der Deutschschweiz ist Zur Rose sowohl in der gestützten als auch der ungestützten Befragung zur bekanntesten Online-Apotheke avanciert. Die gesteigerte Markenbekanntheit widerspiegelt sich auch in den Nutzerzahlen: Die Zahl aktiver Kunden der Online-Apotheke nahm im Vergleich zum Vorjahr um 8 Prozent zu.

Im Zuge des neuen Auftritts wurde das Zur Rose Kunden-Konto neugestaltet und um verschiedene Funktionalitäten erweitert. Das Kunden-Konto erlaubt die übersichtliche Verwaltung und Erneuerung von Dauerrezepten sowie eine einfache Online-Medikamentenbestellung und verfügt auch über eine Erinnerungsfunktion beim Ablauf von ärztlichen Rezepten. Der mit der KPT-Versicherung lancierte digitale Medikationsassistent Medi+ ist ebenfalls im Kunden-Konto nutzbar und steht damit auch den Zur Rose-Kunden zur Verfügung.

Medikamentenverblisterung unter der Marke Dailymed — Müssen mehrere Medikamente pro Woche eingenommen werden, steigert eine individuelle Medikamentenverblisterung die Patientensicherheit und die Therapietreue nachweislich. Dailymed verzeichnete im Berichtsjahr einen erfreulichen Kundenzuwachs gegenüber dem Vorjahr. Ermöglicht wurde dies unter anderem durch eine weitere Digitalisierung des Produktions- und Bestellprozesses. Eine neu geschaffene Vertriebsorganisation legte den Grundstein für eine erfolgreiche Akquise und Betreuung von Institutionen wie Heimen, die ebenfalls von Dailymed profitieren.

In Deutschland wird die Digitalisierung des Gesundheitswesens auch auf gesetzgeberischer Ebene weiter zügig vorangetrieben. Ab dem 1. Januar 2022 dürfen ärztliche Rezepte in Deutschland grundsätzlich nur noch in elektronischer Form ausgestellt werden. Zudem wurde die zertifizierte «App auf Rezept» als digitale Gesundheitsanwendung in die gesetzliche Gesundheitsversorgung eingeführt.

Marktumfeld

Marktwachstum in Deutschland[1] — Europas grösster Medikamentenmarkt Deutschland stieg 2020 um 6.7 Prozent auf fast EUR 50 Mrd. Der Marktanteil der Apotheken beläuft sich auf 86 Prozent. Der übrige Umsatzanteil von 14 Prozent wird über Spitäler und Kliniken generiert. Im Apothekenkanal beträgt der Versandanteil mit rezeptpflichtigen Arzneimitteln knapp 1 Prozent[2], während sich der Versandanteil mit rezeptfreien Arzneien auf 24.9 Prozent beläuft. Der Apothekenumsatz mit rezeptpflichtigen Arzneimitteln stieg im Jahr 2020 um 7 Prozent auf EUR 35.3 Mrd., im Bereich der rezeptfreien Arzneimittel sank er um 5 Prozent auf EUR 4.9 Mrd. Der Umsatz von rezeptfreien Produkten (OTC-Arzneimittel und apothekenübliche Waren) aus dem Apothekenversandhandel stieg um fast 16 Prozent und liegt im Jahr 2020 bei EUR 2.4 Mrd. Die wichtigste Produktsparte sind OTC-Arzneimittel mit einem Umsatzanteil von 50 Prozent, gefolgt von Gesundheitsmitteln, auf die ein Anteil von 29 Prozent entfällt.

Patientendaten-Schutz-Gesetz — Mit dem im Oktober 2020 in Kraft getretenen Patientendaten-Schutz-Gesetz (PDSG) treibt die deutsche Bundesregierung die Digitalisierung weiter konsequent voran. Unter anderem dürfen ärztliche Arzneimittelrezepte ab dem 1. Januar 2022 grundsätzlich nur noch in elektronischer Form in der Telematikinfrastruktur ausgestellt werden. Weiterhin regelt das PDSG, dass Patienten künftig elektronische Rezepte auf ihr Smartphone laden und in einer Apotheke einlösen können. Die gematik wird die dazu passende App entwickeln, um die mobile Speicherung des entsprechenden QR-Codes zu ermöglichen. Die Einlösung der elektronischen Verordnung kann entweder digital über die App oder alternativ als Ausdruck mit einem 2D-Barcode in jeder Apotheke erfolgen.

Krankenhauszukunftsgesetz — Im Oktober 2020 ist das Krankenhauszukunftsgesetz (KHZG) in Kraft getreten. Mit einem Investitionsprogramm beschleunigt die deutsche Bundesregierung die Digitalisierung in den Spitälern. Ab dem 1. Januar 2021 stehen Krankenhäusern EUR 3 Mrd. zur Verfügung, die in moderne Notfallkapazitäten, die Digitalisierung und die IT-Sicherheit investiert werden sollen. Das KHZG bietet medizinischen Einrichtungen somit auch die Möglichkeiten, ihre Notaufnahmen digital aufzurüsten.

1 IQVIA™ Marktbericht Classic, Entwicklung des deutschen Pharmamarktes im Jahr 2020

2 Bundesministerium für Gesundheit: Finanzergebnisse der GKV 1.–3. Quartal 2020 (KV45)

Digitale-Versorgung-Gesetz — Mit dem Inkrafttreten des Digitale-Versorgung-Gesetzes (DVG) wurde Ende 2019 die «App auf Rezept» als digitale Gesundheitsanwendung (DiGA) für Patienten in die Gesundheitsversorgung eingeführt. Dies ermöglicht Ärzten und Psychotherapeuten die Verschreibung digitaler Gesundheitsanwendungen, also zertifizierter Gesundheits-Apps, die dabei helfen, Krankheiten zu erkennen, zu überwachen, zu behandeln oder zu lindern. Voraussetzung ist, dass ein Arzt eine entsprechende Erkrankung oder Verletzung diagnostiziert hat und eine für die Therapie passende DiGA im Verzeichnis des Bundesinstituts für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfArM) enthalten ist. Dafür durchläuft die App ein Prüfverfahren auf Datensicherheit und Funktionalität beim BfArM. Seit Oktober 2020 sind die ersten zugelassenen Apps Teil des Leistungskatalogs der gesetzlichen Krankenkassen und damit erstattungsfähig. Deutschland ist das erste europäische Land, in dem dies möglich ist.

Digitale-Versorgung- und Pflege-Modernisierungs-Gesetz — Mit dem Digitale-Versorgung- und Pflege-Modernisierungs-Gesetz (DVPG) plant das Bundesgesundheitsministerium weitere Änderungen beim E-Rezept. Der Entwurf sieht vor, dass Versicherte E-Rezepte auch ohne entsprechende App oder ausgedruckten QR-Code, sondern zusätzlich per elektronische Gesundheitskarte abrufen können sollen. Versicherte und Leistungserbringer erhalten ab 2023 bzw. 2024 digitale Identitäten, mit denen dann auch eine sichere Authentifizierung in Videosprechstunden möglich sein wird. Denn mit dem Gesetz wird der Ausbau der Telemedizin weiter beschleunigt. So wird die Vermittlung von Vor-Ort-Arztterminen zukünftig um den Bereich der telemedizinischen Leistungen ergänzt, sodass Versicherte ein Angebot aus einer Hand erhalten. Zudem werden die abrechenbaren Videosprechstunden von 20 auf 30 Prozent der ärztlichen Leistungen pro Quartal erhöht. Der Gesetzentwurf soll voraussichtlich Mitte 2021 in Kraft treten.

Vor-Ort-Apotheken-Stärkungsgesetz — Mit dem im Dezember 2020 in Kraft getretenen Gesetz zur Stärkung der Vor-Ort-Apotheken (VOASG) wird EU-ausländischen Apotheken, zu denen auch DocMorris zählt, erneut die Bonus-Zahlung auf verschreibungspflichtige Arzneimittel an Patienten in Deutschland verboten. Damit umgeht der deutsche Gesetzgeber ein höchstrichterliches Urteil des Europäischen Gerichtshofs EuGH (AZ C-148/15). In dieser Rechtssache entschied der Gerichtshof 2016, dass Apotheken im EU-Ausland nicht an die deutsche Preisbindung für rezeptpflichtige Medikamente gebunden sind und ihren Kunden Rabatte gewähren dürfen, um einen wettbewerblichen Nachteil auszugleichen. EU-ausländische Apotheken sind durch das VOASG nun wieder gegenüber den deutschen Apotheken in ihrem Marktzugang benachteiligt, denn erst der Bonus stellte gleiche Wettbewerbsbedingungen im deutschen Markt her. Eine Reaktion der EU-Kommission zum erneuten gesetzlichen Bonus-Verbot lag bis zur Erstellung des Geschäftsberichts noch nicht vor. Es ist immer noch ein Vertragsverletzungsverfahren gegen Deutschland hinsichtlich des Verstosses gegen den Grundsatz des freien Warenverkehrs anhängig, das die EU-Kommission unmittelbar an den EuGH verweisen kann (Nr. 2013/4075). Die Apotheke DocMorris wird die rechtlichen Möglichkeiten gegen das Bonus-Verbot nutzen.

Digital Services Act — Die EU-Kommission hat im Dezember 2020 ihren Vorschlag für den Digital Services Act vorgelegt, mit dem sie einen neuen Rechtsrahmen für digitale Dienste schaffen will. Der Vorschlag sieht umfassende Berichts- und Sorgfaltspflichten für Online-Plattformen vor, unter anderem Transparenzregeln für Online-Werbung und erweiterte Auskunftspflichten in den allgemeinen Geschäftsbedingungen. Eine Abstufung der Pflichten erfolgt abhängig von der Grösse der Plattform, die unter anderem an aktiven Nutzerzahlen bemessen wird. Alle Online-Vermittler, die ihre Dienste im Binnenmarkt anbieten, müssen die neuen Vorschriften beachten, unabhängig davon, ob sie in der EU oder ausserhalb niedergelassen sind. Die Zustimmung der Mitgliedstaaten und des EU-Parlaments steht noch aus. Die Kommission strebt ein zügiges Verfahren an, mit einem Inkrafttreten ist allerdings nicht vor 2022 zu rechnen.

Im Segment Deutschland gelang es, den Umsatz um 16.5 Prozent zu steigern und die Nummer-1-Position weiter auszubauen. Durch die Übernahmen der Versandaktivitäten von Apotal sowie des Telemedizinanbieters Tele-Clinic konnte die Wachstums- und Plattformstrategie konsequent fortgesetzt werden. Mit DocMorris+ startete ein neues Geschäftsmodell. Die Gesundheitsplattform bietet Menschen einen einfachen Zugang zu allen Gesundheitsdienstleistungen an einem Ort.

Geschäftsentwicklung

Ausbau der Marktführerschaft in Deutschland — Die Zur Rose-Gruppe konnte 2020 die Nummer-1-Position im deutschen Arzneimittelversandhandel erneut ausbauen. Trotz der bewusst reduzierten Marketingaktivitäten für Papierrezepte bis zur Einführung des elektronischen Rezepts gelang es, den Umsatz in Deutschland inklusive Medpex und Apotal in Lokalwährung um 16.5 Prozent auf 1 022.5 Millionen Euro zu steigern. In Schweizer Franken belief sich das Wachstum auf 12.3 Prozent.

Umsetzung der Reorganisation in Deutschland — Zur Hebung von Integrationssynergien und zur effizienteren Marktbearbeitung wechselte das Segment Deutschland Anfang 2020 von einer Markensteuerung zu einer Deutschlandsteuerung. Um die Integration der einzelnen Gesellschaften auch in den Bereichen Marketing und IT zur Erzielung von Skaleneffekten voranzutreiben und gleichzeitig die Marktführerschaft in Deutschland weiter auszubauen, wurde zum 1. Januar 2020 zudem das Management-Team des Segments Deutschland der Zur Rose-Gruppe verstärkt. Im Zuge der Reorganisation bündelte die Gruppe im Laufe des Jahres 2020 verschiedene Servicefunktionen mit eigenem Personal und eigenen Betriebsmitteln in Heerlen und Mannheim. Die in Heerlen domizilierte Vitalsana wurde wirtschaftlich und rechtlich, inklusive Mitarbeiter und Kunden, mit DocMorris verschmolzen und der Standort von Vitalsana stillgelegt. Die Bereiche Marketing und Non-Pharma Customer Service der Eurapon Pharmahandel GmbH, Bremen, wurden am Standort von DocMorris in Heerlen gebündelt. Zudem wurden die Marketingaufgaben, welche die Zur Rose Pharma GmbH, Halle an der Saale, für diverse Gesellschaften des Segments Deutschland erbrachte, von den Zur Rose-Standorten in Heerlen und Mannheim übernommen.

Innovationsführer eHealth-Tec — Im Juni 2020 ist die Zur Rose-Tochter eHealth-Tec eine strategische Partnerschaft mit medatixx, einem führenden Anbieter von Softwarelösungen für niedergelassene Ärzte, eingegangen. Deren Praxissoftwarelösungen werden deutschlandweit von 38 000 Ärzten eingesetzt.

Seit dem Start des E-Rezept-Pilotprojekts der Techniker Krankenkasse (TK) im Februar 2019 hat eHealth-Tec als Technologiepartner des Fernbehandlungsservices inzwischen mehr als 1 200 Apotheken über die eigene E-Rezept-Lösung angebunden. Durch den Beitritt weiterer Krankenkassen zum gemeinsamen Projekt «eRezept Deutschland» im Juli 2020 könnten bereits 27 Millionen gesetzlich Versicherte das E-Rezept nutzen.

Im dritten Quartal 2020 hat eHealth-Tec den technologischen Aufbau ihrer eRx-Infrastruktur vollständig abgeschlossen. Durch den Einsatz modernster Authentifizierungsverfahren für alle eRx-Anwender sowie einer Ende-zu-Ende-Verschlüsselung erfüllt die eHealth-Tec-Lösung höchste Sicherheitsanforderungen. Die eRx-Infrastruktur bildet die angedachte Struktur der gematik, die Softwaredienstleisterin des Bundesgesundheitsministeriums, funktional komplett ab und ist bereits für Ärzte, Patienten sowie Apotheken nutzbar.

Im November 2020 erteilte die gematik den Zuschlag für den E-Rezept-Fachdienst in Deutschland an die IBM. eHealth-Tec ist als IBM-Partnerin an der Umsetzung beteiligt. Grundlage war die Ausschreibung der gematik für die «Bereitstellung von Entwicklungsleistungen, Rechenzentrum-Infrastruktur, System-Hardware und Software im Rahmen der Einführung des eRezepts». eHealth-Tec hat ihre gesammelten Erfahrungen als Systemanbieterin für E-Rezept-Lösungen in die Bewerbung von IBM eingebracht. Die Umsetzung beinhaltet nun die Bereitstellung der erforderlichen Infrastruktur sowie den Betrieb und Support der Hard- und Software-Komponenten, um das gesamte in Deutschland aufkom-

mende E-Rezept-Volumen verarbeiten zu können. Die erfolgreiche Beteiligung an der Ausschreibung der gematik festigt die Rolle der Zur Rose-Gruppe als Vorreiterin einer erfolgreichen Einführung des elektronischen Rezepts in Deutschland.

In Deutschland führt das Krankenhauszukunftsgesetz (KHZG) zu einer gesteigerten Nachfrage beim Notaufnahmen-Informationssystem ERPath der eHealth-Tec, denn es bietet medizinischen Einrichtungen die Chance, ihre Notaufnahmen digital aufzurüsten. Das innovative Softwaresystem erfüllte frühzeitig die Anforderung des Gemeinsamen Bundesausschusses (G-BA) zur Notfallversorgung und kann damit im Wettbewerb punkten. ERPath unterstützt inzwischen die Arbeit der Mediziner und Pflegekräfte in den Notaufnahmen von mehr als 100 Spitälern.

Übernahme Apotal — Die Zur Rose-Gruppe hat die europäische Marktführerschaft durch die Akquisition der Versand- und Diabetes-Aktivitäten der Apotal-Gruppe im Jahr 2020 weiter ausgebaut. Die Apotheke mit Sitz in Bad Rothenfelde betreibt einen Versandhandel für rezeptfreie Medikamente, Gesundheits- und Kosmetikartikel, aber auch für verschreibungspflichtige Medikamente. Zudem hat Apotal ein marktführendes Netzwerk mit Fokus auf Diabetes-Patienten aufgebaut, das ein breites Spektrum an Angeboten und Dienstleistungen rund um diese chronische Erkrankung anbietet. Apotal erzielte 2019 mit ihrem Versandhandelsgeschäft einen Umsatz von EUR 157 Mio. und wuchs jährlich im hohen einstelligen Prozentbereich bei gleichzeitig positivem EBITDA. Die zusätzlichen 1.1 Millionen Apotal-Kunden ermöglichen der Zur Rose-Gruppe verbesserte Skaleneffekte und Grössenvorteile.

Übernahme TeleClinic — 2020 akquirierte die Zur Rose-Gruppe Deutschlands führende Telemedizinanbieterin TeleClinic mit Sitz in München. Für die Gruppe stellt TeleClinic einen strategisch wichtigen Baustein im Zur Rose-Gesundheitsökosystem dar, das durch den Kauf um telemedizinische Dienstleistungen erweitert wird. 2020 gelang es TeleClinic, die Anzahl der Behandlungen durch das bundesweite Netzwerk von rund 260 niedergelassenen Ärzten über die Telemedizin-Plattform um über 500 Prozent zu steigern. Dabei wurden Privatrezepte in fünfstelliger Zahl über das Apothekenportal von TeleClinic an Apotheken übermittelt. Grund für die gestiegene Nachfrage bei Patienten ist die Coronapandemie sowie der erstmals kostenfreie Zugang für Kassenpatienten. Ausserdem hat sich TeleClinic mit hohen Qualitätsstandards bei Ärzten und Patienten als erste Anlaufstelle für digitale Gesundheit etabliert. Im Dezember 2020 startete TeleClinic ein neues Portal zur Verschreibung von digitalen Gesundheitsanwendungen in der Videosprechstunde und erleichtert damit den Zugang zu den zertifizierten «Apps auf Rezept».

Neues Markenbild für DocMorris — Die Digitalisierung wird mehr und mehr zum bestimmenden Unterscheidungsmerkmal aller Akteure im Gesundheitswesen. Um diese Entwicklung im Gesundheitsmarkt auch in der Markenidentität und Markenarchitektur von DocMorris zu berücksichtigen, präsentiert sich die Apotheke seit Dezember 2020 mit einem neuen Markenauftritt. Die Kunden sowie deren Gesundheitsversorgung rücken noch stärker in den Fokus des Unternehmens. Durch diesen Perspektivenwechsel tritt in logischer Folge an die Stelle des bisherigen Apotheken-Kreuzes ein Symbol der

Menschen und ihrer Gesundheit: das Herz. Die verschiedenen Grüntöne des Herzes spiegeln auch die vielfältigen bestehenden und zukünftigen Services wider. Das neue Markenbild der DocMorris Apotheke markiert dabei nur den Anfang eines Paradigmenwechsels von Pharma zu Gesundheit.

Deutschlandweite Kampagne — Im Dezember 2020 startete DocMorris im deutschen Markt in den Online-Kanälen mit dem Spot #Herzensangelegenheit, der die Geschichte eines älteren Mannes erzählt, der über sich selbst hinauswächst. In einem Zeitraum von vier Wochen erreichte der DocMorris-Werbefilm mit 147 Millionen Aufrufen internationale Aufmerksamkeit. Der Spot war mit 109 Aufrufen auf Facebook und 28 Millionen auf YouTube eine der weltweit meistgesehenen Weihnachtskampagnen. Nach dem Auftakt im letzten Jahr, mit der auch das neue Markendesign, mit dem Herz als Logo und Symbol für den Menschen, präsentiert wurde, startet die deutschlandweite Kampagne offiziell 2021. Die multimediale Kampagne zeigt die Marke DocMorris als nahbaren und zuverlässigen Partner und macht die digitalen Services der Gesundheitsplattform DocMorris+ erlebbar.

Gesundheitsplattform DocMorris+ geht an den Start — Mit DocMorris+ starteten im Dezember 2020 ein neues Geschäftsmodell und eine neue Ära der Gesundheitsversorgung in Deutschland. Die Gesundheitsplattform schafft einen einfachen und bequemen Zugang zu allen Gesundheitsdienstleistungen an einem Ort – von der Diagnose beim Online-Arztbesuch bis zum benötigten Medikament oder Gesundheitsprodukt. Zudem können die Kundinnen und Kunden erstmals ihre Gesundheit über eine einzige App managen – überall und jederzeit mit nur einer Fingerbewegung. Die Markteinführung war daher ein strategischer Meilenstein auf dem Weg zur integrierten Gesundheitsplattform. In der Startphase liegt der Fokus dabei auf den Funktionen des Partnernetzwerkes sowie auf OTC-Bestellungen über den Versandweg. Ab einer weiteren Wachstumsstufe der Gesundheitsplattform stehen den Kunden dann schnellere Belieferungsoptionen, wie Pick-up, zur Verfügung. Sobald im deutschen Markt ein relevantes E-Rezept-Aufkommen entsteht, wird zudem auch das praxiserprobte E-Rezept-Modul mit verschiedenen Services, wie dem Empfang und der Einlösung von digitalen Verordnungen, in der App freigeschaltet.

Die Coronapandemie hat die Entwicklung des Handels hin zum E-Commerce deutlich beschleunigt. Das zeigt sich eindrücklich am starken Wachstum des Marktplatzgeschäfts im Segment Europa. Der Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 73.5 Prozent auf 61.9 Millionen Euro, geprägt von einem Peak während des Lockdowns im Frühling 2020. Diese Entwicklung widerspiegelt das enorme Online-Potenzial des wenig regulierten Warensegments von freiverkäuflichen, apothekenüblichen Gesundheits- und Pflegeprodukten.

Geschäftsentwicklung

Kapitaleffizientes Geschäftsmodell mit grossem Kundennutzen — PromoFarma ist die führende Marke für Online-Apothekenmarktplätze in Spanien und DoctiPharma die zweitgrösste Marke in Frankreich. Über deren Plattformen vertreibt die Zur Rose-Gruppe über 160 000 freiverkäufliche Apothekenprodukte von rund 8 000 Marken aus den Bereichen Gesundheit, Kosmetik und Körperpflege. Die Produkte werden über ein Netzwerk von mittlerweile 1 180 Partnern – hauptsächlich von Apotheken, aber auch Pharmaherstellern – bereitgestellt und an die Kunden verschickt. Die angeschlossenen Partner erhalten dadurch den schnellen und investitionsarmen Zugang zum E-Commerce.

Neues Markenbild für Marktplätze in Spanien und Frankreich — Auf dem Weg zur europäischen Dachmarke «DocMorris» als digitales Gesundheitsökosystem vollzog die Zur Rose-Gruppe den nächsten Schritt in der Umsetzung der neuen Markenarchitektur (vgl. Bericht Seite 53). Im Februar 2021 wurden PromoFarma und DoctiPharma mit der Markenidentität von DocMorris verknüpft. Der neue Markenauftritt übernimmt den Perspektivenwechsel durch die Verwendung des grünen Herzes als Symbol für Gesundheit. Die verschiedenen Grüntöne des Herzes repräsentieren die vielfältigen bestehenden und zukünftigen Gesundheitslösungen, die die Digitalisierung noch persönlicher und individueller möglich macht. Der hellgrüne Schriftzug «by DocMorris» bildet die Markenklammer und zeigt die Zugehörigkeit beider Marktplätze zum europäischen Gesundheitsökosystem.

Digitale Transformation mit drei Technologiehubs — Die Zur Rose-Gruppe nutzte die technologische Expertise von PromoFarma, um ein Technologieentwicklungszentrum in Barcelona zu implementieren. Mittlerweile verfügt die Gruppe mit Barcelona, Winterthur und Berlin über drei Technologiehubs. In Spanien arbeiten mehr als 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus 20 Nationen hauptsächlich mit technischem Hintergrund: Software-Ingenieure, Datenwissenschaftler, UX-Designer und Produktmanager. In interdisziplinären Teams über alle Tech-Hubs

hinweg wird die flexible, leistungsstarke und skalierbare mikroservice-basierte Plattform des Marktplatzes erweitert und darauf ausgerichtet, das Modell in anderen Ländern wie in Deutschland und der Schweiz einzuführen.

Im Zentrum der Entwicklung steht der Aufbau des europäischen Gesundheitsökosystems der Zur Rose-Gruppe, auf welchem sich qualifizierte Anbieter mit Produkten, Dienstleistungen und digitalen Services vernetzen. Zur Rose verfolgt damit den Anspruch, die Patienten zu begleiten und zu befähigen, die eigene Gesundheit mit Produkten und digitalen Lösungen optimal zu managen. Im Tech-Hub in Barcelona implementiert Zur Rose auch das «Platform as a Service»-Modell (PaaS) und erprobt bei der geplanten digitalen Gesundheitsplattform mit den Versicherungspartnern Allianz Care, CSS und Visana in der Schweiz verschiedene Module dieses Modells (vgl. Bericht Seite 64).

Nachhaltigkeit bei der Zur Rose-Gruppe – zielgerichtet und transparent.

Die Zur Rose-Gruppe legt Wert auf eine nachhaltige Geschäftsführung und -entwicklung, die ökonomische, soziale und ökologische Ziele berücksichtigt und miteinander in Einklang bringt. In den vergangenen Jahren gab es bereits vielfältige Nachhaltigkeitsinitiativen. 2020 haben wir begonnen, auf der Basis dieser Initiativen einen systematischen und auf die ganze Gruppe übertragbaren Ansatz zur Nachhaltigkeit zu entwickeln. Der diesjährige Geschäftsbericht bietet zum ersten Mal eine Übersicht, wie das Geschäftsmodell von Zur Rose mit Nachhaltigkeit verbunden ist und mit welcher Strategie die Gruppe Geschäftsethik, Sozialverantwortung und Umweltschutz angeht. Es ist unser Ziel, die Transparenz zu diesen Themen sowie unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung über die nächsten Jahre auszubauen. Verantwortlich für die Nachhaltigkeit ist die Geschäftsführung.

Ein nachhaltiges Geschäftsmodell

Für eine gesunde Gesellschaft — Kern des Geschäftsmodells der Zur Rose-Gruppe ist es, Menschen eine hochwertige, sichere und kostengünstige pharmazeutische Versorgung zu bieten. Als Europas grösste E-Commerce-Apotheke kommen wir dem gesellschaftlichen Bedürfnis nach sicherer und einfacher Versorgung mit Medikamenten und den Ansprüchen der Konsumenten, die rund um die Uhr online einkaufen wollen, nach. Durch die Coronapandemie sind diese beiden Faktoren noch wichtiger geworden. Daraus ergibt sich für Zur Rose eine besondere gesellschaftliche Verpflichtung. Dazu gehört neben unserer Verantwortung für Patienten als integraler Teil des Gesundheitssystems auch eine ethische Unternehmensführung, ein Personalmanagement mit den Menschen im Zentrum und ein umweltschonender Betrieb.

Digitales Gesundheitssystem mit umfassendem Angebot — Um dieser selbst gesetzten Verpflichtung gerecht zu werden, positioniert sich die Zur Rose-Gruppe als Gesundheitsdienstleisterin mit umfassendem Angebot. Dabei spielt die Weiterentwicklung digitaler Services eine entscheidende Rolle. Die neue DocMorris+ Gesundheitsplattform als erster Schritt hin zum digitalen Gesundheitsökosystem Europas schafft einen einfachen und bequemen Zugang zu allen Gesundheitsdienstleistungen an einem Ort – von der Diagnose bei der Online-Arztkonsultation bis zum benötigten Medikament oder Gesundheitsprodukt.

Lückenlose Begleitung der Patienten — Mit dem anvisierten Zur Rose-Ökosystem verfolgen wir die Vision, eine Welt zu schaffen, in der jeder Mensch seine Gesundheit mit einem Klick managen kann. Für die Patienten liegt der Mehrwert in der Kombination von digitalen und analogen Angeboten. Wir bieten ihnen eine

lückenlose Begleitung auf ihrem individuellen Behandlungspfad. Diese Unterstützung schliesst neben der Medikamentenversorgung erstklassige digitale Lösungen und Services ein, etwa innovative Versicherungsmodelle und Programme zur Verbesserung der Therapietreue.

14 von 15

Studien zeigen, dass Kunden von Versandapotheken eine höhere Therapieadhärenz aufweisen als Patienten stationärer Apotheken.

14 von 15 in einer Metauntersuchung[1] zusammengefasste Studien zeigen, dass Kunden von Versandapotheken eine höhere Therapieadhärenz aufweisen als Patienten von stationären Apotheken. Mit der Dailymed-Verblisterung unterstützt Zur Rose zudem Patienten, die mehr als drei Medikamente pro Tag einnehmen müssen. Sie erhalten die Medikamente nach Einnahmezeit sortiert und in kleine Beutel verpackt. Das erhöht die Therapietreue und hilft, die teils schwerwiegenden Folgen von falsch eingenommenen Medikamenten zu reduzieren.

Neben der Verbesserung der Therapietreue ist die Vermeidung von Medikationsfehlern zentral. Deshalb gewährleistet die Zur Rose-Gruppe beim Medikamentenversand maximale Sicherheitsstandards, die weitergehen als in einer stationären Apotheke: Im Rahmen von standardisierten und datengestützten Prozessen setzt Zur Rose neben der Kompetenz des Fachpersonals auf künstliche Intelligenz sowie systematische automatische Interaktionskontrollen, nicht nur hinsichtlich aktueller, sondern auch gegenüber früheren Bestellungen von Patienten.

Partnerschaften verbessern die Versorgung — In der Schweiz hat die Zur Rose-Gruppe mit den Versicherungspartnern Allianz Care, CSS und Visana ein gemeinsames Unternehmen zum Betrieb einer umfassenden, digitalen Gesundheitsplattform gegründet. Sie steht allen Akteuren des Gesundheitswesens offen: Versicherer, Ärzte, Spitäler, Apotheken und weitere Leistungserbringer können darauf ihre Dienstleistungen anbieten. Damit setzen die Partner neue Massstäbe im schweizerischen Gesundheitswesen und schaffen die Basis für eine digital unterstützte integrierte Versorgung.

In Deutschland sind die Zur Rose-Gruppe und Novo Nordisk eine Zusammenarbeit im Bereich Adipositas eingegangen. Hierbei bündeln die beiden Unternehmen ihre Kompetenzen: Zur Rose als europäischer eHealth-Anbieter und Novo Nordisk als globales Gesundheitsunternehmen, das seit über 95 Jahren Veränderungen vorantreibt, um schwere chronische Krankheiten zu besiegen. Novo Nordisk ist führend in der wissenschaftlichen Erforschung von Adipositas. Ziel der Zusammenarbeit ist es, Menschen mit Adipositas zu unterstützen, das Bewusstsein für die Erkrankung zu schärfen und den Zugang zu Informationen, Diagnose und Versorgung leicht zugänglich zu machen. Die Zusammenarbeit ist in Deutschland im ersten Quartal 2021 gestartet mit der Absicht, sie später auf weitere europäische Märkte auszudehnen.

Daten zur Gewinnung neuer Erkenntnisse und Zusammenhänge — Im Rahmen der fortschreitenden Digitalisierung spielt die Vernetzung und Integration von gesundheitsrelevanten Daten im Gesundheitssystem künftig eine zentrale Rolle – bessere Daten, bessere Behandlung, bessere Gesundheit. Der Wissensaustausch zwischen Patient, Arzt, Apotheke oder Krankenkasse wird daher immer wichtiger, um die bestmögliche Versorgung zu leisten. Die Apotheke DocMorris hat in ihren Software-Systemen klinisch relevante Informationen von mehr als einer Million chronisch Kranker erfasst, die ausschliesslich im Sinne des Patienten verwendet werden. Für die Erhebung und Auswertung des anonymisierten Gesundheitswissens kooperiert die Apotheke DocMorris mit Partnern wie Universitäten, Krankenhäusern, Fachgesellschaften und -vereinen sowie Facharztgruppen. So hat DocMorris 2020 gemeinsam mit Fachärzten eine Studie zu «inkompatiblen Doppelverordnungen von inhalierbaren Medikamenten für obstruktive Lungenerkrankungen» veröffentlicht. Im Ergebnis war der Anteil an Doppelverordnungen von Inhalativa im Vergleich zu den Gesamtverordnungen in dieser Gruppe bei der Versandapotheke DocMorris beruhigenderweise deutlich seltener, als ein Umfrageergebnis unter Lungenfachärzten im Jahr 2015 erwarten liess. Dennoch handelte es sich um mehrere Tausend solcher potenziell gefährlicher Doppelverordnungen im Betrachtungszeitraum. Zur Vermeidung von Medikationsfehlern soll-

ten sich Verordner und Apotheker dieser Problematik bewusst sein, insbesondere bei der Verordnung bzw. Prüfung und Belieferung von Kombinationsprodukten.

Softwarelösung zur besseren Gefahreneinordnung — Die Zur Rose-Tochtergesellschaft eHealth-Tec hat das Notaufnahmen-Informationssystem ERPath für Spitäler entwickelt. Die Softwarelösung unterstützt das Ärzte- und Pflegepersonal dabei, Gefahren einzuordnen, richtige Schlüsse zu ziehen und passende Behandlungen einzuleiten. Das System hat sich 2020 als besonders hilfreich erwiesen, wo es in Notaufnahmen zu Engpässen gekommen ist. So wurde die Software speziell um einen neuen Behandlungspfad für das Coronavirus ergänzt. Mithilfe moderner IT-Lösungen kann der Triage-Prozess deutlich optimiert werden. Praxiserprobt und mehrfach ausgezeichnet, befindet sich ERPath zurzeit in mehr als 100 Kliniken in Deutschland im Einsatz.

34 Mrd. EUR

könnten gemäss einer Studie von McKinsey (2018) durch die Digitalisierung allein des deutschen Gesundheitswesens gespart werden.

Besondere Verantwortung während der Coronapandemie — Zur Rose ist Teil der Kontinuitätsplanung Heilmittelversorgung des Bundes und damit in der Verantwortung, für die Schweizer Bevölkerung eine bestmögliche Liefer- und Versorgungssicherheit mit Medikamenten sicherzustellen. Wir definierten deshalb bereits zu Beginn der Coronapandemie eine Liste lebensnotwendiger Medikamente und stellte die Verfügbarkeit am Markt in engem Austausch mit Behörden und Herstellern sicher. Wo die Versorgung gefährdet war, steigerte Zur Rose trotz massiv höherer Lagerkosten die Vorhalteleistung für Medikamente. Oberstes Ziel war, mit umsichtiger Planung grösstmögliche Versorgungs- und Liefersicherheit zu gewährleisten.

Zur Rose unterstützt die Ärzte in der Pandemiebekämpfung — Im Kampf gegen das Coronavirus sponsert Zur Rose in der Schweiz eine eigens entwickelte technologische Lösung, welche die Ärzteschaft in der Abwicklung von Covid-19-Tests und Covid-19-Impfungen entlastet: Der gemeinsam mit den Partnern mediX, BlueCare und Healthinal entwickelte und kostenlos zur Verfügung gestellte Service corona123.ch ermöglicht eine unkomplizierte Vorerfassung von wichtigen Patientendaten, erleichtert die Priorisierung der Patienten, übermittelt meldepflichtige Daten sicher und direkt in das Meldesystem des Bundesamtes für Gesundheit und trägt geimpfte Personen in das offizielle Impfdossier ein. Ärzte profitieren von einem digitalisierten Prozess, einer deutlichen Zeitersparnis und einer erhöhten Sicherheit im Ablauf.

Beitrag zur Kostenreduktion im Gesundheitswesen — Die Menschen erreichen ein immer höheres Lebensalter, damit steigt der Bedarf an Medikamenten und anderen Gesundheitsleistungen. Folglich nimmt der Kostendruck im Gesundheitswesen zu. Zugleich wird der Gesundheitsmarkt digitaler und liberaler. So wird beispielsweise in Deutschland ab 2022 das elektronische Rezept verpflichtend. Wie eine 2018 durch McKinsey durchgeführte Studie[2] zeigt, könnten durch die konsequente Digitalisierung des Gesundheitswesens bis zu EUR 34 Mrd. allein im deutschen Gesundheitssystem gespart werden. Digitale Angebote wie das elektronische Rezept erhöhen nicht nur die Patientensicherheit, sie vermeiden auch Folgekosten, wie sie durch Medienbrüche und das Fehlen digitalisierter Prozesse entstehen. Auch Partnerschaften und alternative Versicherungsmodelle leisten einen Beitrag zur Kosteneindämmung.

1 Quelle: PubMed research carried out by Inav Institute 2019

2 Quelle: https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/digitizing-healthcare-opportunities-for-germany#

Verantwortungsbewusste Geschäftsführung und Geschäftsethik

Klare Vorgaben zum ethischen Verhalten — Der Verhaltenskodex der Zur Rose-Gruppe legt die Grundsätze fest, an die sich Verwaltungsrat und Mitarbeiter im Rahmen ihrer Tätigkeit halten. Der Kodex thematisiert unter anderem, dass Interessenkonflikte zu vermeiden sind sowie Korruption und wettbewerbswidriges Verhalten nicht toleriert werden. Er ist Bestandteil der Arbeitsverträge und wird von den Angestellten unterschrieben. Die Mitarbeiter sind angehalten, der Rechtsabteilung Verstösse gegen den Verhaltenskodex zu melden. Diese Hinweise werden so weit als möglich vertraulich behandelt. Mitarbeiter, die in redlicher Absicht Verstösse melden, sind vor Benachteiligungen aufgrund ihrer Mitteilung geschützt.

Compliance ohne Kompromisse — Alle Mitarbeiter müssen sich mit den gesetzlichen Bestimmungen und Verordnungen vertraut machen, ebenso mit den internen Vorschriften, Weisungen und Regelungen, die für ihre berufliche Tätigkeit relevant sind. Die Zur Rose-Gruppe schult ihre Mitarbeiter zu Compliance-Themen, zum Beispiel zur Privatkorruption im Gesundheitssektor, Einhaltung des Datenschutzgesetzes und Einhaltung aufsichtsrechtlicher Vorgaben im Umgang mit Medikamenten. Im Berichtsjahr gab es keine Compliance-Verstösse im Zusammenhang mit Menschenrechten, Humanressourcen, Umwelt, Korruption oder Geldwäscherei.

Strenger Schutz der Patientendaten — Als E-Commerce-Apotheke untersteht die Zur Rose-Gruppe dem Apothekergeheimnis. Deshalb geniesst der Schutz der Privatsphäre von Patienten einen besonderen Stellenwert. Interne Prozesse sowie die Schulung der Mitarbeiter stellen sicher, dass hochsensible Patientendaten sowie die Daten von Mitarbeitern und Geschäftspartnern in Übereinstimmung mit gesetzlichen Vorgaben geschützt werden. Zur Rose schult Mitarbeiter zu diesem Thema mit hybriden Lernmethoden, das heisst Präsenzunterricht in Kombination mit einem E-Learningsystem. Zudem verhindern technische und organisatorische Massnahmen den unbefugten Zugriff auf Patientendaten.

IT-Sicherheit auf dem Prüfstand — 2020 hat die Zur Rose-Gruppe einen IT-Sicherheitstest durchgeführt. Die schnelle Entwicklung der Digitalisierung und die steigenden Anforderungen an die Informationssicherheit erfordern regelmässige Checks, um Risiken auszuschliessen oder frühzeitig zu erkennen. Die Standorte der Unternehmensgruppe testeten unter anderem Betriebskontinuitätsmanagement, Datenschutz, Systemzugänge und die Cyberabwehr. Wo es erforderlich war, wurde die IT-Sicherheit verbessert.

Mitarbeiter und Personal-management

42 Nationen unter den Mitarbeitern vertreten

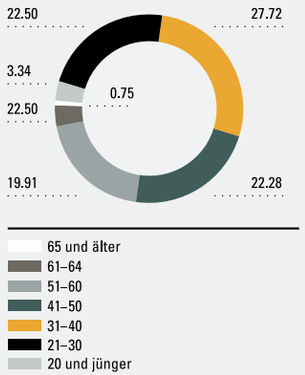
Werteorientierte HR-Funktion — Die Zur Rose-Gruppe setzt in ihrer im Jahr 2020 geschaffenen gruppenweiten Human Resources-Strategie ganz gezielt auf einen wertebasierten, ethisch korrekten Umgang mit den Mitarbeitern, indem sie die Menschlichkeit bewusst und nachhaltig in das Zentrum ihrer HR-Funktion stellt. Der Umgang mit den Mitarbeitern soll sich an universell gültigen menschlichen Werten orientieren, die Lebensqualität der Mitarbeiter verbessern und ihnen ermöglichen, ihr Potenzial in einem freundlichen Umfeld zu entfalten. Exemplarisch zeigt sich dies an den Bestrebungen für eine verbesserte Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Zur Rose hat erhebliche Anstrengungen unternommen, um diese zu fördern. Sie bietet ihren Mitarbeitern attraktive Arbeitsbedingungen, Vergünstigungen und freiwillige Sozialleistungen. Dazu gehören in der Schweiz Beiträge an die Kinderbetreuung oder Tickets für den öffentlichen Verkehr.

Wachsende und diverse Belegschaft — Unsere Mitarbeiterzahl entwickelt sich positiv: Ende 2020 beschäftigten wir 2 208 Mitarbeiter (zuzüglich 364 Mitarbeiter in der Lieferkette), das sind 336 mehr als zu Beginn des Jahres.

In der Zur Rose-Gruppe ist der Frauenanteil sowohl auf Mitarbeiterebene als auch im mittleren Management hoch. Der Anteil an Frauen im Top-Management und in der Gruppenleitung ist derzeit noch geringer, aber wir werden weiterhin quali-

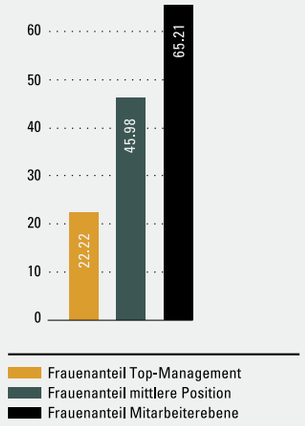
ALTERSSTRUKTUR DER MITARBEITER [3]

in % per 31. Dezember 2020



FRAUENANTEIL [3]

in % per 31. Dezember 2020



fizierte Kandidatinnen berücksichtigen, wenn neue Positionen zu besetzen sind.

Insgesamt sind 42 Nationen unter den Mitarbeitern[3] vertreten.

Respektvolle, transparente und faire Behandlung — Unser Verhaltenskodex und die Ausübung der HR-Funktion gewährleisten, dass alle Mitarbeiter ein Recht auf respektvolle, transparente und faire Behandlung durch Vorgesetzte, Kollegen sowie Geschäftspartner haben. Niemand darf diskriminiert, belästigt oder benachteiligt werden. Diese Grundsätze unterstützen wir unter anderem durch unseren Leitfaden für eine inklusive Sprache. Regelmässige Leadership-Trainings sorgen dafür, dass diese Werte im Führungsalltag verankert werden.

2 208 **Mitarbeiter gruppenweit**

Die Zur Rose-Gruppe achtet auf Lohngleichheit. In der Schweiz sind Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern verpflichtet, eine Lohngleichheitsanalyse durchzuführen. Die Analyse hat die Lohngleichheit bei Zur Rose bestätigt. Seit 2019 können alle Mitarbeiter der Gruppe auf Wunsch an einem attraktiven Aktienbeteiligungsprogramm teilnehmen.

Förderung von Talent und Potenzial — Die Zur Rose-Gruppe fördert die Entwicklung von Talent und Potenzial. Sie stellt ihren Mitarbeitern ein umfassendes Weiterbildungsprogramm zur Verfügung. Beispielsweise bietet die Zur Rose Academy in der Schweiz regulatorische und pharmazeutische Trainings, Trainings zu Arbeitsmethoden, Programme zur Führungskräfteentwicklung, Coachings, Erste-Hilfe-Kurse und Produktschulungen an.

Momentan entwickeln wir einen einheitlichen Talent- und Performance-Management-Ansatz. Dabei fokussieren wir entsprechend dem dargelegten Werteverständnis die Stärken und Potenziale der Mitarbeiter, fördern flache Hierarchien und die teamübergreifende Zusammenarbeit. Die Umsetzung des neuen gemeinsamen Ansatzes im Konzern unterstützen wir durch ein zeitgemässes HR-Tool (Workday). Zur Rose möchte ihren Mitarbeitern unter anderem auch vermehrt die Chance bieten, internationale Erfahrungen innerhalb der Unternehmensgruppe zu sammeln.

Sicherheit und Gesundheitsschutz — Für die Zur Rose-Gruppe als Gesundheitsunternehmen sind Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter ein hohes Gut. Selbstverständlich halten wir die nationalen Vorgaben zur Arbeitssicherheit ein. Sicherheitsaspekte sind Teil des Onboarding-Programms. Wir bieten unseren Mitarbeitern Schulungen zur Arbeitssicherheit, zur Vermeidung von Freizeitunfällen und zur Ergonomie.

22 **% weibliche Führungskräfte im Top-Management**

Insbesondere während der Coronapandemie hat der Schutz der Mitarbeiter höchste Priorität. Schon zu Beginn der Krise ordnete Zur Rose für alle jene Mitarbeiter Homeoffice an, die keine absolut ortsgebundene Tätigkeiten ausüben. Dafür wurden innert kürzester Zeit die technischen Voraussetzungen geschaffen. Mitarbeiter, die nicht im Homeoffice arbeiten können, jedoch zur Risikogruppe gehören, werden unter voller Lohnfortzahlung nicht mehr vor Ort eingesetzt. Darüber hinaus erhielten alle Mitarbeiter auch für den privaten Gebrauch kostenlos Masken und Desinfektionsmittel.

3 Umfasst das Segment Schweiz, DocMorris und Medpex; dies stellt ca. 70% der gesamten Belegschaft der Zur Rose-Gruppe dar.

Logistik und Umwelt-schutz

700

Lieferanten in der Schweiz und Deutschland und mehr als 1000 Apothekenpartner in Spanien und Frankreich auf dem Marktplatz

Netzwerk lokaler Lieferanten und Geschäftspartner — Den Grossteil der fast 180 000 Produkte beziehen die Standorte der Zur Rose-Gruppe von Pharmaunternehmen, dem Pharmagrosshandel und von Markenherstellern im Land, in denen sie tätig sind. In Deutschland und der Schweiz haben wir rund 700 Lieferanten; in Spanien und Frankreich arbeiten wir mit mehr als 1 000 Partnern (hauptsächlich Apotheken) zusammen, die zu günstigen Konditionen unseren E-Commerce-Marktplatz mit modernster Technologie nutzen können.

Die Produkte werden in Zur Rose-Lagerhäusern sicher aufbewahrt, verpackt und von Transportpartnern an die Kunden geliefert. In der Schweiz gehen 86 Prozent der Produkte an Ärztekunden mit eigener Praxisapotheke und an Shop-in-Shop-Apotheken (B2B). Etwa 14 Prozent werden direkt an Endkunden (B2C) verschickt. In Deutschland liefern wir die eingehenden Bestellungen über unsere Transportpartner direkt an die Endkunden aus. In Spanien und Frankreich werden die Bestellungen über den Markplatz von den angeschlossenen Partnern bereitgestellt und an die Endkunden verschickt.

Umwelteffizienz verstehen und steigern — Die Zur Rose-Gruppe möchte die Umwelteffizienz ihrer Logistik besser erfassen und Optimierungsmöglichkeiten nutzen. Aus diesem Grund planen wir Studien zur Umweltverträglichkeit des Versandhandels im Vergleich zu konventionellen Lösungen.

Auch in anderen Betriebsbereichen verbessern wir die Umwelteffizienz. So haben wir unseren niederländischen Standort Heerlen weitestgehend auf Ökostrom umgestellt und prüfen dies auch für die anderen Standorte. Ausserdem stellen wir in Deutschland da, wo es möglich ist, auf nachhaltig produzierte Druckerzeugnisse um.

Verantwortungsvolle Lagerung und Verpackung — Bestimmte Produkte stellen besondere Anforderungen an die sichere Lagerung. Sie müssen zum Beispiel gekühlt aufbewahrt werden. Zur effizienteren Kühlung hat die Zur Rose-Gruppe in ihrem Schweizer Lagerhaus mehrere kleinere Kühlzellen zu einer grösseren Einheit zusammengelegt.

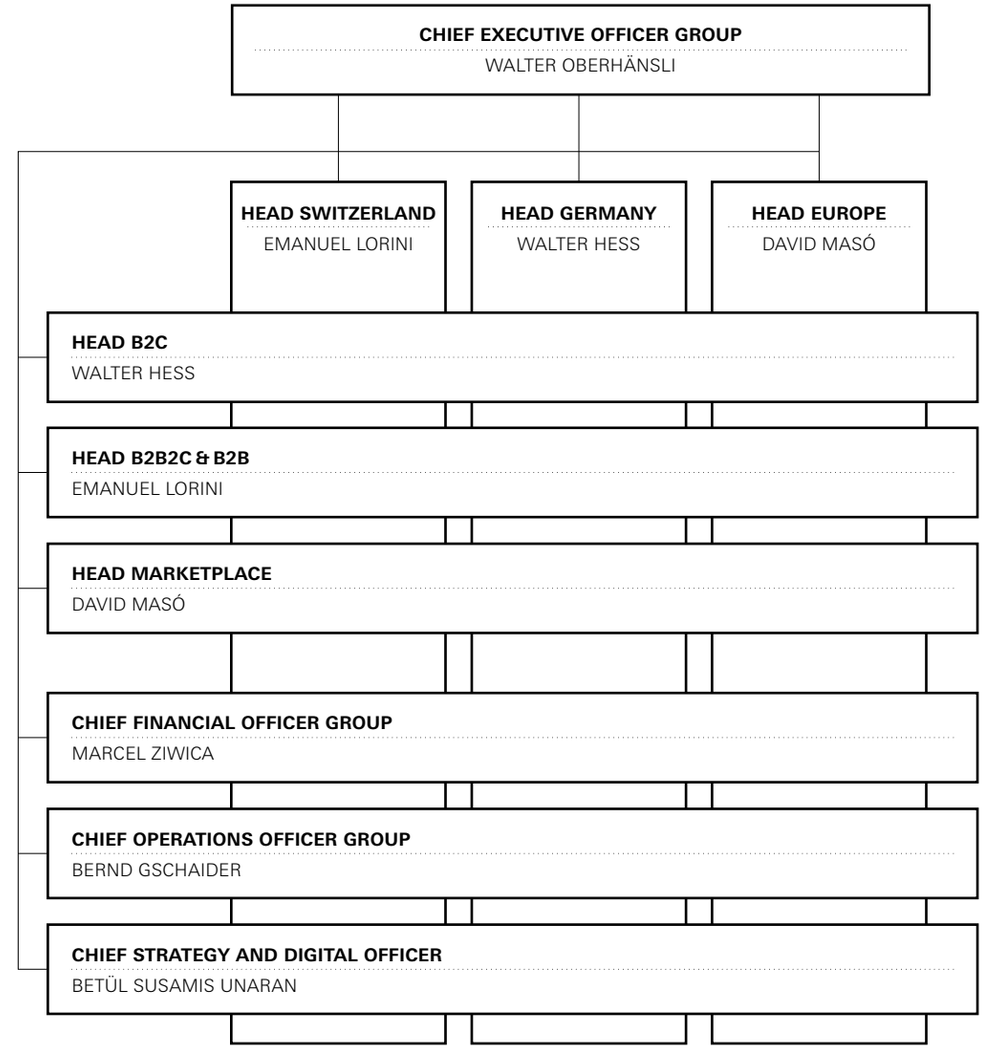
Auch unsere Verpackungen optimieren wir. Beim Füllmaterial wollen wir verstärkt Recyclingmaterial nutzen. Alle Kartons sollen das Siegel des Forest Stewardship Council (FSC) für nachhaltig produzierte Pappe tragen. Bei der Verklebung der Verpackungen steigen wir auf umweltfreundliche Alternativen um. Zudem passen wir die Paketgrössen an und machen Testläufe mit Verpackungen im Briefformat.

In Deutschland verpacken einige Standorte bereits konsequent nachhaltig. So nutzt die Logistik in Bremen Kartons aus 100 Prozent Recyclingfasern sowie Recyclingpapier als Füllmaterial. 2021 sollen alle deutschen Standorte Massnahmen zur Verbesserung der Verpackung umsetzen. In der Schweiz machen wir Fortschritte durch eine bessere Transportplanung im B2B-Geschäft. Indem wir mehr Aufträge bündeln, sparen wir Fahrten und reduzieren den Bedarf an Verpackungsmaterial.

Umweltschonende Auslieferung — Bei der Logistik verlassen wir uns weitgehend auf Drittanbieter, die sich verpflichtet haben, ihren ökologischen Fussabdruck zu reduzieren. Dies sind zum Beispiel DHL oder die Schweizerische Post, die seit Anfang 2021 ihre Sendungen CO_2-kompensiert.

Auch in Deutschland haben wir erste Massnahmen zur umweltschonenden Auslieferung definiert, wie beispielsweise Kooperationen mit Zustellern zur CO_2-Kompensation. 2021 werden wir sie prüfen und mit der Umsetzung beginnen.

Organisationsstruktur



VERWALTUNGSRAT *(von links)*

FLORIAN SEUBERT, VOLKER AMELUNG, THOMAS SCHNEIDER, WALTER OBERHÄNSLI, STEFAN FEUERSTEIN, CHRISTIAN MIELSCH, TOBIAS HARTMANN.

Verwaltungsrat

— **Stefan Feuerstein** (1955, Deutscher, Prof.)
Vorsitzender des Gesellschafterrats der UNIMO-Gerstner-Gruppe, Zug /Xanten. Diverse Aufsichts- bzw. Verwaltungsratsmandate. Bis 2010 Delegierter des Verwaltungsrats der Markant AG, zuvor Mitglied des Vorstands der METRO AG, zuständig für strategischen Konzerneinkauf sowie Food und Einzelhandel. Seit 2001 Honorarprofessor der Hochschule Worms. Studium der Betriebswirtschaft.

— **Walter Oberhänsli** (1958, Schweizer)
Von 1996 bis 2011 Präsident des Verwaltungsrats, seit 2005 Delegierter des Verwaltungsrats und Vorsitzender der Gruppenleitung (CEO). Bis Ende 2004 selbstständiger Rechtsanwalt in Kreuzlingen (TG). Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Zürich.

— **Thomas Schneider** (1955, Schweizer, Dr. med.)
Facharzt FMH für Allgemeinmedizin, seit 1989 tätig als Hausarzt und Allgemeinpraktiker in Praxisgemeinschaft in Tägerwilen (TG). 2009 Standesrat der Ärztegesellschaft Thurgau, zuvor diverse standespolitische Aufgaben auf nationaler und kantonaler Ebene. Medizinstudium an der Universität Basel.

— **Volker Amelung** (1965, deutsch-schweizerischer Doppelbürger, Univ.-Prof. Dr. oec. HSG)
Seit 2001 Inhaber der Schwerpunktprofessur für internationale Gesundheitssystemforschung an der Medizinischen Hochschule Hannover. Zuvor Stationen an der Hochschule für Wirtschaft und Politik, Hamburg, und an der Columbia University, New York. Studium der Betriebswirtschaft an den Universitäten St. Gallen sowie Paris-Dauphine.

— **Tobias Hartmann** (1972, Deutscher)
Seit November 2018 Vorstandsvorsitzender der Scout24 AG, München. Von 2017 bis 2018 President des USA-Geschäfts und Vorstandsmitglied der HelloFresh SE, Berlin und New York. Von 2011 bis 2017 in leitenden Positionen bei Radial Inc., USA, zuletzt als President. Von 2005 bis 2010 COO bei D+S Europe, von 1999 bis 2005 in der Geschäftsleitung bei Loyalty Partner GmbH und von 1995 bis 1999 Berater bei Roland Berger Strategy Consultants. Bachelor of Arts (BA) in Volkswirtschaft der Clark University, Worcester, Massachusetts, USA, sowie Master of Business Administration.

— **Christian Mielsch** (1962, Deutscher, Dr. rer. nat.)
Seit 2012 Vorstandsmitglied und CFO der REWE Group, Köln. Von 1997 bis 2012 in verschiedenen leitenden Funktionen im Metro-Konzern, unter anderem als CFO von Metro Cash & Carry International sowie zuletzt als COO von Metro Cash & Carry Central East Europe. Von 1994 bis 1997 in leitenden Positionen im Bereich Finanzen bei Bertelsmann AG, München, und von 1990 bis 1994 bei McKinsey & Company, Düsseldorf. Studium der Physik und Betriebswirtschaft in Dortmund und Hagen.

— **Florian Seubert** (1973, Deutscher)
Seit 2013 Partner und Privatinvestor bei Maxburg Capital Partners, München. Von 1999 bis 2013 Mitgründer und Finanzvorstand der zooplus AG, München. Von 1998 bis 1999 für JPMorgan in London und New York im Bereich Securities tätig. Masterabschluss (MA Oxon) in Philosophie, Politik und Wirtschaft der Oxford University.

Gruppenleitung

— **Walter Oberhänsli** (1958, Schweizer), Delegierter des Verwaltungsrats, CEO
Von 1996 bis 2011 Präsident des Verwaltungsrats, seit 2005 Delegierter des Verwaltungsrats und Vorsitzender der Gruppenleitung (CEO). Bis Ende 2004 selbstständiger Rechtsanwalt in Kreuzlingen (TG). Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Zürich.

— **Bernd Gschaider** (1966, Deutscher), Chief Operations Officer
Eintritt in die Zur Rose-Gruppe im Mai 2020 als Chief Operations Officer. Von 2016 bis Anfang 2020 für Amazon tätig, zuerst als Director Operations in Deutschland, danach als Country Director Logistics für Deutschland und Österreich. Von 1998 bis 2016 bei der Robert Bosch GmbH in leitenden Funktionen in der Türkei, Frankreich und Deutschland. Zuvor Leiter Systemwerk bei Bundy Systemwerk Neunkirchen GmbH. Ingenieurstudium des Maschinenbaus an der RWTH Aachen.

— **Walter Hess** (1965, Schweizer), Head Germany
Von 2015 bis Dezember 2020 Head Switzerland der Zur Rose-Gruppe. Seit Dezember 2020 Head Germany. Vor seiner Tätigkeit für die Gruppe war er externer Berater, u. a. für diverse Projekte von Zur Rose, zuletzt als Standortleiter der Zur Rose Pharma GmbH, Halle (Saale). Bis 2013 Geschäftsführer der Praevmedic AG, Zürich. Zuvor in verschiedenen leitenden Funktionen in internationalen Industrieunternehmen. Kaufmännische Ausbildung und Studium der Betriebswirtschaft an der Fachhochschule St. Gallen.

— **David Masó** (1971, Spanier), Head Europe
Seit 2012 CEO von PromoFarma, Barcelona, sowie seit Mai 2020 Head Europe der Zur Rose-Gruppe. Mitgründer mehrerer Start-up-Unternehmen im E-Commerce- und Digital-Sektor in Spanien: 2012 PromoFarma; 2009 Qporama, tätig bis 2011; 2003 Futurlink, CEO bis 2009. Zuvor Unternehmensberater für Internetprojekte auf europäischer Ebene. Ingenieurstudium für Telekommunikation an der UPC Barcelona, Master of Business Administration an der ESADE Barcelona und Executive Program in Stanford.

— **Betül Susamis Unaran** (1976, schweizerisch-türkische Doppelbürgerin)
Chief Strategy and Digital Officer
Eintritt in die Zur Rose-Gruppe im November 2019 als Chief Strategy und Digital Officer. Von 2018 bis 2019 Global Head of Digital Medicines bei Novartis Pharmaceuticals. Von 2012 bis 2017 zuerst Director of Global Operations und danach Global Head of Digital bei Ferring Pharmaceuticals. Von 2004 bis 2011 in der Beratung für McKinsey & Company in London und Genf. Zuvor bei Procter & Gamble in Istanbul und Frankfurt. Industrial Engineering-Studium an der Bogaziçi Universität in Istanbul und MBA am INSEAD.

— **Marcel Ziwica** (1975, Schweizer), Chief Financial Officer
Von 2001 bis 2014 in verschiedenen leitenden Funktionen bei der Zur Rose-Gruppe tätig, zuletzt als Leiter Finanzen und Controlling Gruppe sowie Mitglied der Geschäftsleitung Schweiz. Seit November 2014 CFO. Vor seiner Tätigkeit für die Zur Rose-Gruppe Consultant bei der Spider Innoventure AG in Tägerwilen (TG). Studium der Betriebswirtschaft an der Universität St. Gallen.

Seit 1. Januar 2021 gehört Emanuel Lorini der Gruppenleitung an:

— **Emanuel Lorini** (1977, schweizerisch-italienischer Doppelbürger), Head Switzerland
Eintritt in Zur Rose 2011 als Leiter Ärztegeschäft und Mitglied der Geschäftsleitung der Zur Rose Suisse AG. Seit Dezember 2020 Head Switzerland der Zur Rose-Gruppe. Von 2008 bis 2010 in der Unternehmensentwicklung für Managed Care-Systemlösungen bei der BlueCare AG, Winterthur. Vorher bei der Health Info Net (HIN) AG, Wallisellen, wo er zuletzt Leiter E-Health-Plattform war. Studium der Betriebswirtschaft an der Universität St. Gallen.

1 —

2 —

3 —

1 — WALTER OBERHÄNSLI
2 — MARCEL ZIWICA
3 — WALTER HESS
4 — BETÜL SUSAMIS UNARAN
5 — EMANUEL LORINI
6 — BERND GSCHAIDER
7 — DAVID MASÓ

4 —

5 —

6 —

7 —

Konsolidierte Erfolgsrechnung

	2020		2019	
	1000 CHF	%	1000 CHF	%
Nettoumsatz	**1 476 930**	**100.0**	1 355 539	100.0
Sonstige betriebliche Erlöse	**14 796**		42 033	
Warenaufwand	**–1 235 597**		–1 146 889	
Personalaufwand	**–142 910**		–117 495	
Übriger Betriebsaufwand	**–191 601**		–147 030	
Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen (EBITDA)	**–78 382**	**–5.3**	–13 842	–1.0
Abschreibungen und Wertminderungen	**–39 251**		–31 863	
Betriebsergebnis (EBIT)	**–117 633**	**–8.0**	–45 705	–3.4
Anteil am Ergebnis von Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Gesellschaften	**–3 295**		31	
Finanzertrag	**3 509**		1 479	
Finanzaufwand	**–15 790**		–5 916	
Ergebnis vor Steuern (EBT)	**–133 209**	**–9.0**	–50 111	–3.7
Ertragssteuern	**–2 435**		–2 265	
Unternehmensergebnis	**–135 644**	**–9.2**	–52 376	–3.9

Konsolidierte Bilanz

	31.12.2020		31.12.2019	
	1000 CHF	%	1000 CHF	%
Flüssige Mittel und kurzfristige Finanzanlagen	**300 972**		204 906	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	**114 948**		126 721	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	**13 040**		8 715	
Sonstige Forderungen	**17 372**		17 117	
Vorräte	**92 941**		70 608	
Umlaufvermögen	**539 273**	**42.2**	428 067	43.2
Beteiligungen und langfristige Finanzanlagen	**31 662**		13 211	
Sachanlagen und Nutzungsrechte	**96 579**		77 127	
Immaterielles Anlagevermögen	**604 537**		465 253	
Latente Steuern	**6 431**		8 067	
Anlagevermögen	**739 209**	**57.8**	563 658	56.8
Total Aktiven	**1 287 482**	**100.0**	991 725	100.0
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	**6 801**		87 395	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	**93 319**		92 109	
Sonstige Verbindlichkeiten	**49 717**		32 211	
Sonstiges kurzfristiges Fremdkapital	**6 821**		881	
Kurzfristiges Fremdkapital	**156 658**	**12.3**	212 596	21.4
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	**563 814**		350 206	
Personalvorsorgeverpflichtungen	**17 961**		15 170	
Sonstiges langfristiges Fremdkapital	**31**		1 995	
Latente Steuern	**8 277**		6 216	
Langfristiges Fremdkapital	**590 083**	**46.2**	373 587	37.7
Total Fremdkapital	**746 741**	**58.4**	586 183	59.1
Total Eigenkapital	**531 741**	**41.6**	405 542	40.9
Total Passiven	**1 278 482**	**100.0**	991 725	100.0

— Kontakt

Zur Rose Group AG
Walzmühlestrasse 60
8500 Frauenfeld
Schweiz
T +41 52 724 00 20
zurrosegroup.com | info@zurrose.com

— Kontakt für Analysten und Investoren

Christoph Herrmann
Head of Investor Relations
T +41 58 810 11 49
ir@zurrose.com

— Kontakt für Medien

Lisa Lüthi
Head of Group Communications
T +41 52 724 08 14
media@zurrose.com

— Impressum

Konzept und Gestaltung: schneiterpartner AG, Zürich
Text Bericht: Zur Rose Group AG, Frauenfeld
Text Chance DocMorris und Reduktion: schneiterpartner AG, Zürich
Konzeption Nachhaltigkeit: Sustainserv GmbH, Zürich
Illustration Reduktion: Lukas Zimmermann, Zürich
Fotografie: Christian Grund, Zürich
Druck: medienwerkstatt ag, Sulgen

Alle Aussagen dieses Berichts, die sich nicht auf historische Fakten beziehen, sind Zukunftsaussagen, die keinerlei Garantie bezüglich der zukünftigen Leistungen gewähren; sie beinhalten Risiken und Unsicherheiten einschliesslich, aber nicht beschränkt auf zukünftige globale Wirtschaftsbedingungen, Devisenkurse, gesetzliche Vorschriften, Marktbedingungen, Aktivitäten der Mitbewerber sowie andere Faktoren, die ausserhalb der Kontrolle des Unternehmens liegen. Der ausführliche Geschäftsbericht erscheint online in Deutsch und Englisch, wobei die deutsche Version verbindlich ist.

Zur Rose Group AG
Walzmühlestrasse 60
8500 Frauenfeld
Switzerland

T +41 52 724 00 20
info@zurrose.com
zurrosegroup.com