



HARTMANN



Jahresabschluss 2022 der IVF HARTMANN Holding AG

Bilanzmedienkonferenz

Cornelia Ritz Bossicard, Dr. Claus Martini, Dr. Hannes Leu

Neuhausen, 28. Februar 2023

Agenda

- Begrüssung
- **Wer wir sind - IVF HARTMANN auf einen Blick**
- Geschäftsverlauf 2022
- Strategie
- Ausblick 2023

IVF HARTMANN verbindet seit 1871

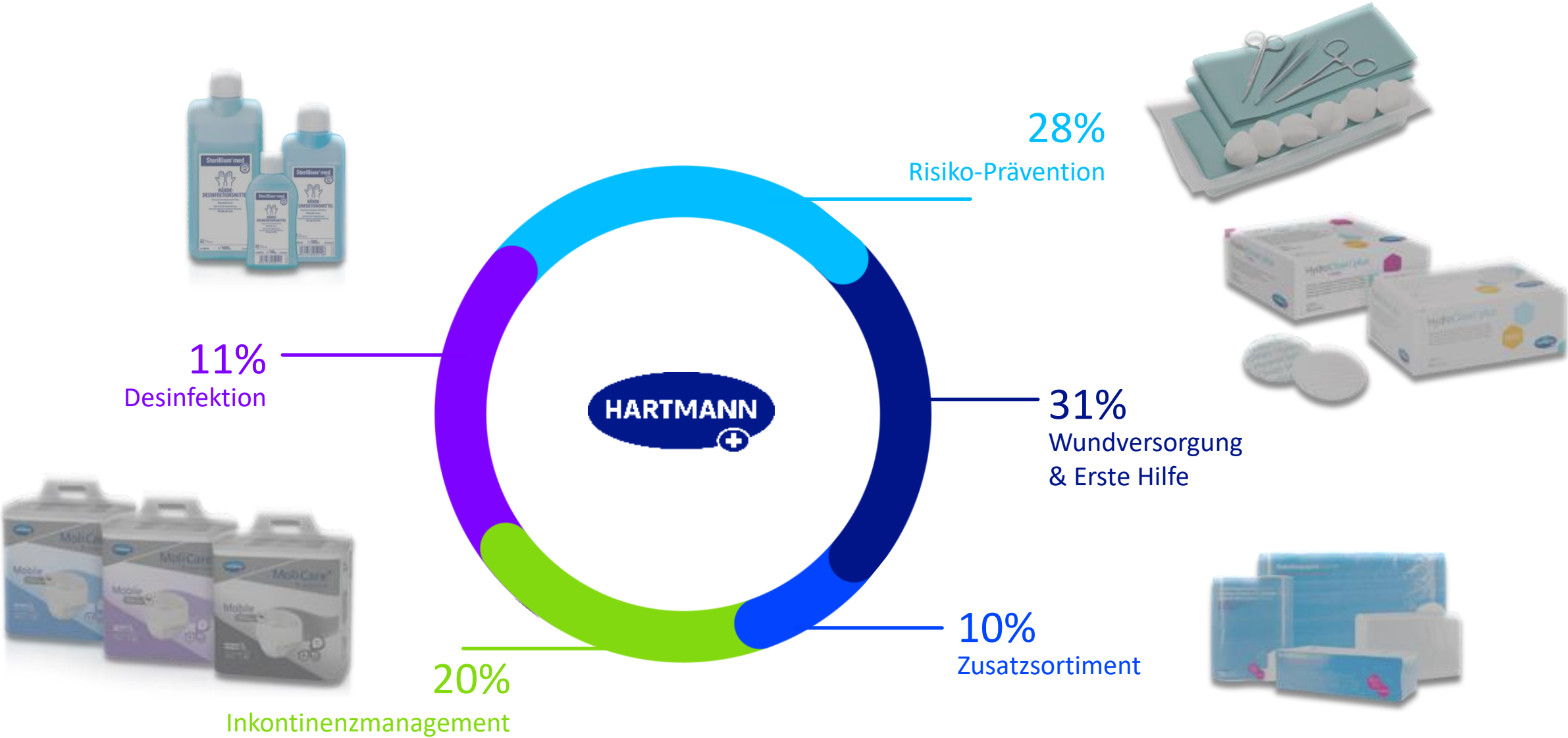


1871

2021

2026

Breites Produktportfolio der IVF HARTMANN GRUPPE



Vertrieb mit einem breiten Kanal-Mix – von B2B bis B2C

(Omnichannel)



Spitäler &
Ambul. Medizin



Pflegeheime



Ärzte



Apotheken
& Drogerien



Einzelhandel,
Online &
Industrie



Blaulicht &
Militär

toppharm
Apotheken

PHARMACIE
SUN STORE

AMAVITA+

senevita
Näher am Menschen

GEBLOG
Gesundheitswissen. Übermittlung. & Logistik

CHUV

polymed
medical-center

APOTHEKEN DROGERIEN
DR. BÄHLER

dedica
engagiert für Pflege und Lebensqualität
pour une qualité de vie et de soins

INSELSPITAL
UNIVERSITÄTSSPITAL BERN
HÔPITAL UNIVERSITAIRE DE BERNE

medbase

publicare

sanacare

IKRK

monvia
gesundheitszentrum

MIGROS

coop

Lyreco

BENU
PHARMACIE - APOTHEKE

Schweizer Armee

ROTPUNKT
APOTHEKE

uniklinik
balgrist

IVF HARTMANN – Unsere Werte

Hilft. Pflegt. Schützt.



- **Kundenorientiert**

Konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen der Kunden und kontinuierliches Bestreben, ihre Erwartungen zu übertreffen, festigen die Bindung zu bestehenden Kunden und begünstigen die Akquisition neuer Kunden

- **High-Performance**

Schlanke Strukturen, effiziente Prozesse und faktenbasiertes Arbeiten sind die Voraussetzung, die es dem Unternehmen ermöglicht, profitabel und schneller als der Markt zu wachsen

- **Passioniertes Team**

Hohe Leistungen werden durch Mitarbeitende erbracht, die sich als Team verstehen – ein Team, das sich leidenschaftlich für die Kunden engagiert und sich gegenseitig vertraut, unterstützt und motiviert

Agenda

- Begrüssung
- Wer wir sind - IVF HARTMANN auf einen Blick
- **Geschäftsverlauf 2022**
- Strategie
- Ausblick 2023

Marktanteilsgewinne in volatilen Beschaffungs- und Absatzmärkten

- Globale Vernetzung der Versorgungsketten sorgte für lokale Lieferunterbrüche – **Lieferketten disruptierten** nachhaltig
- **Belieferung** der Kunden konnte weitestgehend sichergestellt werden
- Teilweise signifikante **Preissteigerungen** bei Rohstoffen und Dienstleistungen – Kosten- und Effizienzmassnahmen und Preiserhöhungen
- Weiterhin noch **hohe Lagerbestände** bei Kunden in einzelnen Sortimenten
- **Verlagerung** eines Teils der Produktion an einen HARTMANN-Standort ins Ausland wurde planmässig mit Ende 2022 **abgeschlossen**
- **Marktanteile** (u.a. bei DermaPlast®) erfolgreich **ausgebaut**
- Deutliches **Wachstum** im **institutionellen** sowie im **internationalen** Markt (Taktische Einsatzmedizin)
- **Digitales** Produktangebot unterstützt Wachstum

Hohe Versorgungsqualität der Kunden sichergestellt

- Gute **Versorgung der Kunden mit Produkten** sichergestellt durch ...
 - den Aufbau der Lagerbestände
 - die gezielte Koordination der Lieferanten
 - die speditiv Adaption der neuen regulatorischen Anforderungen für Medizinprodukte (EU-Medizinprodukte-Verordnung, MDR)
- **Kostensteigerungen** im Einkauf wurden nur teilweise bzw. verzögert an die Kunden weitergegeben.
- Konstante Marge durch signifikante interne **Kostenreduzierungen**.
- Umsetzung lokaler **Restrukturierungsprojekte**
 - Produktion von Transferbeständen für die Verlagerung eines erheblichen Teils der Wundproduktion an einen neuen Standort der HARTMANN GRUPPE in Osteuropa
 - Signifikante Einsparungen für weitere produzierte Sortimente mit einem hohen manuellen Wertschöpfungsanteil
- Durch diese und andere Aktivitäten weiterhin **wettbewerbsfähig** und **marktführende Stellung** gehalten.



Umsatz- und Gewinnsteigerung trotz hoher Marktvolatilität

<i>in TCHF</i>	2022	2021	Veränderung
Umsatzerlöse	150'649	144'067	4.6 %
Betriebsergebnis (EBIT)	13'493	7'665	76.0 %
in % des Umsatzes	9.0 %	5.3 %	
Konzerngewinn	11'225	6'209	80.8 %
in % des Umsatzes	7.5 %	4.3 %	
Bilanzsumme	180'321	173'186	4.1 %
Eigenkapital	143'673	137'008	4.9 %
in % des Bilanzsumme	79.7 %	79.1 %	
Investitionen	1'968	5'944	-66.9 %
Anzahl Mitarbeitende	316	331	-4.5 %
Dividende je Aktie in CHF	2.50*	1.90	31.6 %

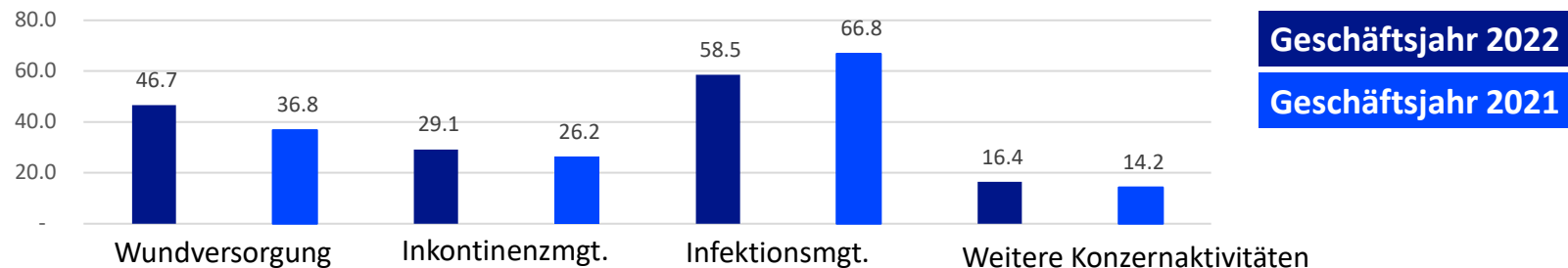
Umsatz
+4.6 % ggü. Vorjahr

EBIT
+76.0 % ggü. Vorjahr

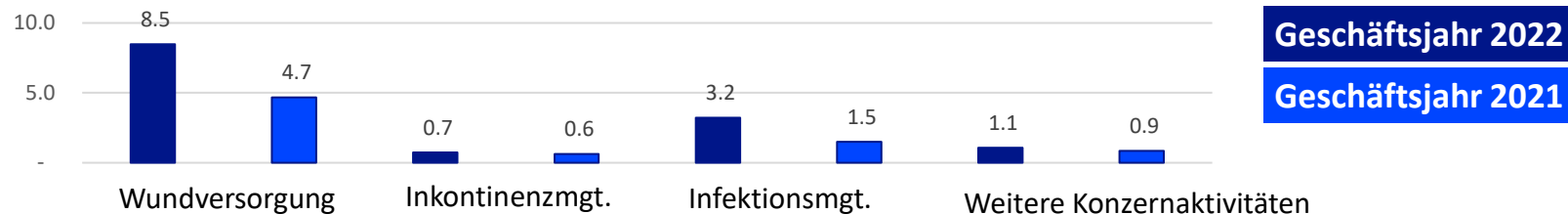
* Unter Vorbehalt, sofern an der Generalversammlung vom 25.04.2023 der Dividende zugestimmt wird.

Segmente

Umsatz in CHF Mio.



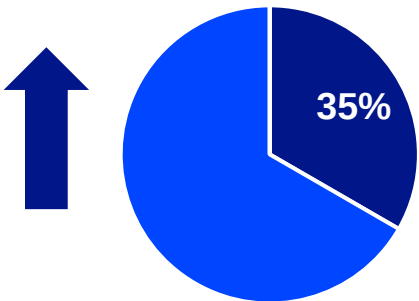
EBIT in CHF Mio.



- Im Segment **Wundversorgung** stieg der Umsatz um 26.8 % auf CHF 46.7 Mio. Zu dieser Steigerung trug u.a. der erfolgreiche Absatz von Produkten unter den Marken DermaPlast® und DermaPlast® ACTIVE sowie der Absatz des international vermarkteten Produktportfolios für die Taktische Einsatzmedizin bei. Das EBIT-Wachstum auf CHF 8.5 Mio. ist auf den erhöhten Umsatz zurückzuführen.
- Im Segment **Inkontinenzmanagement** stiegen die Umsatzerlöse infolge der Erholung der Belegungsquoten in Pflegeheimen und das im Jahr 2022 erfolgreich lancierte HARTMANN MiGeL-Leistungspaket um 10.8 % auf CHF 29.1 Mio. an. Höhere Beschaffungs- und Logistikkosten führten zu einem EBIT von CHF 0.7 Mio. (auf Vorjahresniveau).
- Das Segment **Infektionsmanagement** verzeichnete einen Umsatzrückgang um 12.5 % auf CHF 58.5 Mio. Im Bereich Desinfektion führten die noch immer hohen Lagerbestände bei unseren Kunden und ein im Vorjahresvergleich sinkender Bedarf zu dieser Umsatzreduktion. Trotz sinkendem Umsatz konnte das EBIT um CHF 1.7 Mio. auf CHF 3.2 Mio. gesteigert werden.
- Die weiteren **Konzernaktivitäten** verzeichneten im Jahr 2022 ein Umsatzwachstum von 15.6 % auf CHF 16.4 Mio., das EBIT stieg hier leicht auf CHF 1.1 Mio. an.

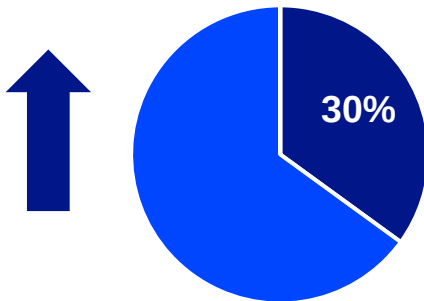
Erfolgreicher Ausbau der Marktanteile in Teilsegmenten

Pflegeheime**



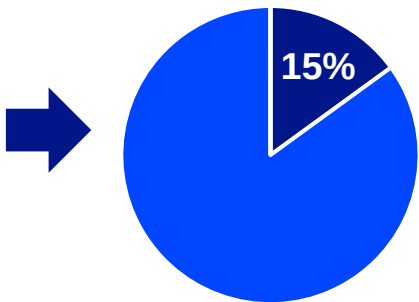
- Inkontinenz (↑)
- Wunde (→)
- Desinfektion (↓)
- Handschuhe (↑)
- Hauswirtschaft (↑)

Spitäler**



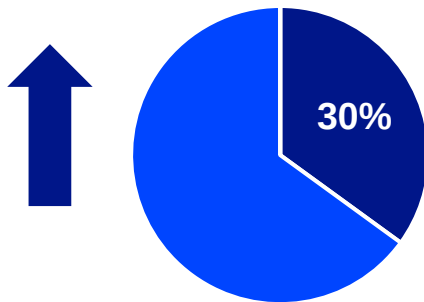
- Risk Prevention (↑)
- Handschuhe (↑)
- Desinfektion (→)
- Wunde (→)
- Inkontinenz (→)

Homecare**



- Inkontinenz (→)
- Wunde (↓)
- Desinfektion (→)
- Handschuhe (↑)

Apotheken & Retail*



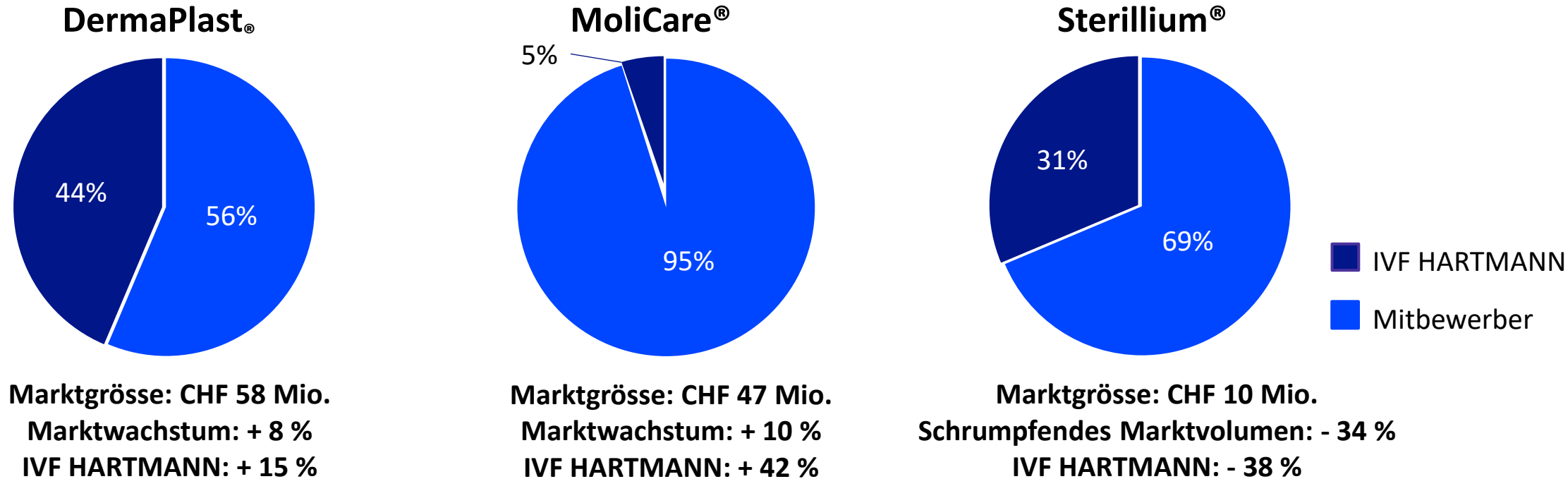
- Erste Hilfe (↑)
- Desinfektion (→)
- Wunde (→)

Wertmässige Marktanteile gemäss aufgeführten Produktgruppen
 Wachstum über Marktwachstum (↑)
 Wachstum entspricht dem Marktwachstum (→)
 Wachstum unter Marktwachstum (↓)

■ IVF HARTMANN
 ■ Mitbewerber

*Quelle: IQVIA, Nielsen,
 **Quelle: eigene Schätzungen

Marktanteilsgewinn in Apotheken und Drogerien



- Die meisten für die IVF HARTMANN GRUPPE relevanten Märkte wuchsen in 2022 sehr dynamisch.
- **Deutliches Wachstum über dem Markt** mit den Marken **DermaPlast®** und **MoliCare®**
- **Wachstum mit dem Markt** mit der Marke **Sterillium®**
- Bereits sehr hohe Marktanteile konnten weiter ausgebaut werden.

Sämtliche Zahlen stammen von IQVIA; bei den Werten handelt es sich um Werte zu Apothekenverkaufspreisen

Agenda

- Begrüssung
- Wer wir sind - IVF HARTMANN auf einen Blick
- Geschäftsverlauf 2022
- **Strategie**
- Ausblick 2023

Markttrends als wesentliche Treiber der Strategie



Demographie

- Steigende **Lebenserwartung**
- Zunahme der **altersbedingten Krankheiten**
- **Erhöhter Pflegebedarf** und vermehrter Wunsch nach Betreuung und **Pflege zu Hause**

Pflegenotstand

- **Personalmangel** in Spitälern, Pflegeheimen, Arztpraxen sowie in der ambulanten Pflege
- Bindung **der knappen Ressourcen** für Nicht-Kernaufgaben (z.B. für Administration, Dokumentation, Korrespondenz, Logistik)

Kostendruck

- Die **Kosten** der medizinischen Leistungserbringung in Institutionen steigen (begrenzte Erstattung)
- Der Trend zu **Verschlinkung von medizinischen Leistungserbringungsprozessen** (etwa zunehmende Ambulantisierung von stationären Behandlungen)

Verschmelzung Online / Offline

- Trend zur **Informationsbeschaffung** und Warenbestellung in Online-Kanälen
- Erwartung der Kunden, **online und offline**, auf breites Informationsangebot und Kaufmöglichkeiten zugreifen zu können

Strategie auf einen Blick

HARTMANN



Hilft. Pflegt. Schützt.



ESR treibt uns an.

Kundenlösungen

Wir übernehmen die Führung im Schweizer Markt mit Kundenlösungen für Spital & Pflege



Omnichannel

Wir sind die Nummer 1 im Schweizer Markt für Endkunden



Taktische Einsatzmedizin

Wir wachsen zur Nummer 2 im globalen Trauma-Markt und überzeugen durch Qualität, „Made in Switzerland“



Wir bieten unseren Kunden eine/n Weltklasse Logistik / Customer Service und optimieren kontinuierlich unsere Kosten.

#zämehebe: Wir sind als passioniertes Team noch stärker und zu 100 % auf unsere Kunden ausgerichtet. Wir lieben es, unsere Kunden jeden Tag positiv zu überraschen.



Wachstum B2B mit breitem Sortiment sowie Kundenlösungen

Ausbau von Kundenlösungen

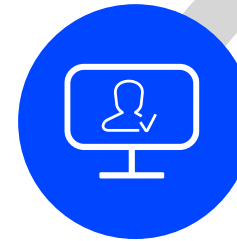
- Digitale **Dienstleistungen** (u.a. HARTMANN easy)
- Verwaltung von Patientendaten hinsichtlich Abrechnungsdienstleistungen
- **Logistiklösungen**

Mehrwert für Kunden

- Reduktion von **Beschaffungs- und Administrationsaufwand**
- Senkung **Handlingaufwand** (bspw. bei OP-Vorbereitung)
- Verringerung **Zeitaufwand** bei Warenverteilung (bspw. in Pflegeheimen)

1. Prozess

Bestellung / Abgabe pro Bewohner



2. Abrechnung

IVF rechnet mit Krankenkassen und Bewohnern ab (MiGeL)



3. Kunden-Vorteil

Pflegeheime gewinnen Zeit für die Pflege



Endkonsumentengeschäft/ Omnichannel

- Launch zahlreicher **Innovationen**
(z.B. Stützbandagen-Sortiment unter DermaPlast® Active oder silikonbeschichtete Pflaster unter DermaPlast® Medical)
- Kontinuierliche Erweiterung der **Distribution** (stationär und online, inkl. eigener, digitaler Angebote)
- **Stärkung unserer Marken** und Erhöhung der Brand Awareness (insbesondere digital)
- Stärkung der **lokalen Produktion**
(z.B. DermaPlast® Coolfix aber auch Sterillium®)



IVF HARTMANN Apotheke

- Akquisition der **Zentral-Apotheke Neuhausen**
- Begleitung insbesondere der **digitalen Transformation** des stationären Handels
- Entwicklung von **neuen Geschäftsmodellen**, welche die Vorteile des stationären Handels mit den digitalen Möglichkeiten verbinden
→ Service für unsere Apothekenkunden
- **Flagship-Apotheke**, in der sämtliche Marken der IVF HARTMANN GRUPPE erlebt werden können
- Keine weiteren Apotheken-Käufe geplant



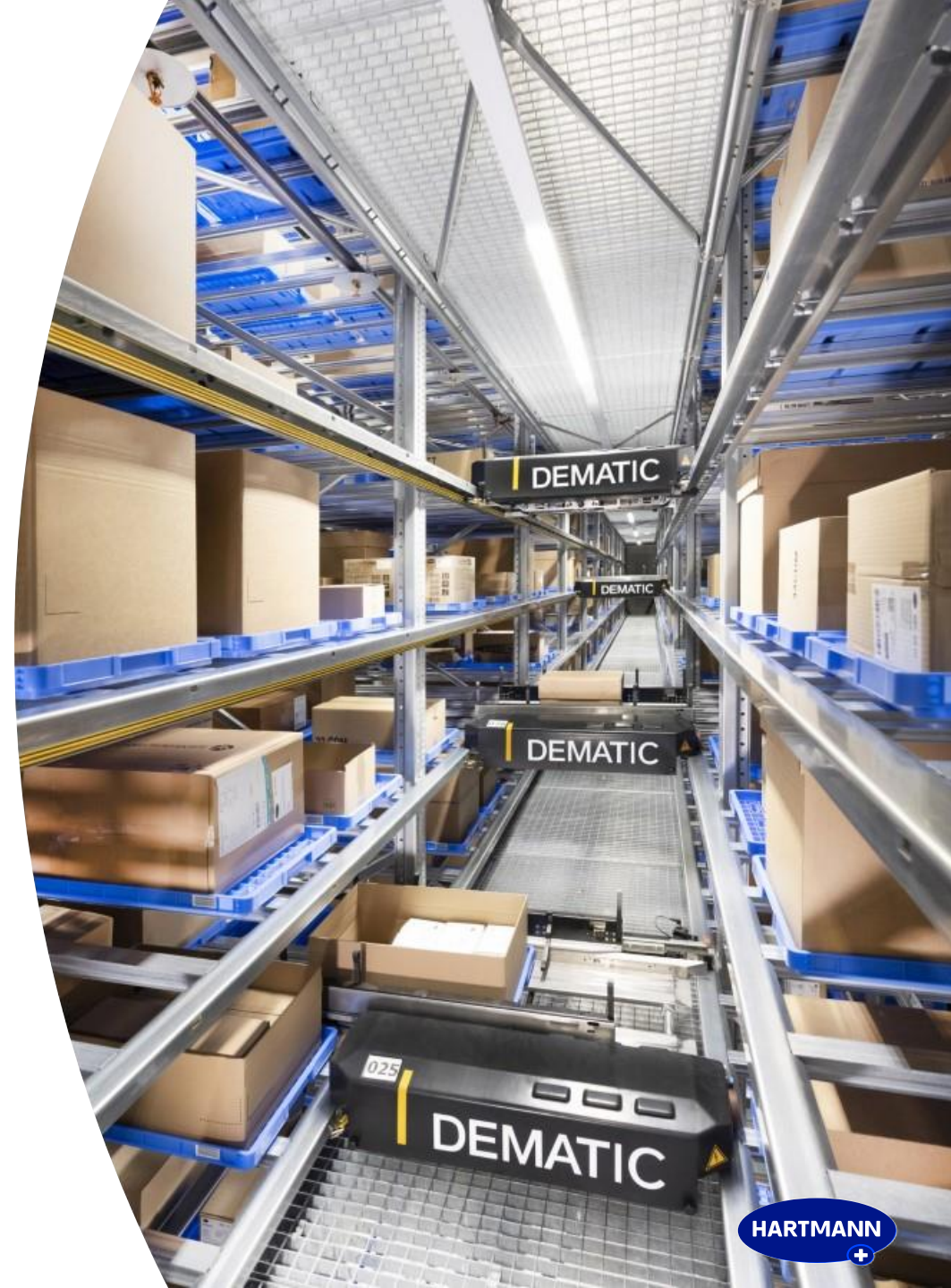
Militär- und Blaulichtorganisationen

- Aufbau **neues** Geschäftsfeld der **Taktischen Einsatzmedizin** in Kooperation mit Militär- und Blaulichtorganisationen
- Geschäftsfeld wird **global** entwickelt – **«Swissness»** als Schweizer Produktionsstandort
- Grundlage der IVF HARTMANN GRUPPE: **langjährige Erfahrung** mit entsprechenden Spezialprodukten
- **Produktbeispiele:** Trauma-Bandagen, Tourniquets, Blutstill-Produkte; Erweiterung durch komplementäre Produkte und Services angedacht (auch anorganisches Wachstum wird diesbezüglich in Betracht gezogen)



End2End-Optimierung Weltklasse Kundenservice und -Logistik

- Umsichtiges **Beschaffungs- und Bestandsmanagement**
- Schwerpunkt auf intelligente **Logistiklösungen** -> digital, effizient, ökologisch
- Durchgängig hohe **Warenverfügbarkeit** und **Lieferfähigkeit**
- Umweltschonende **Verpackungslösungen**
- Weiterer Schwerpunkt: **regulatorische Prozesse**



Ökologische und gesellschaftliche Verantwortung der IVF HARTMANN GRUPPE

Schwerpunkte:

- Ökologische & effiziente Logistiklösungen
- Umweltschonende Verpackungslösungen
- Unterstützung bei der Entsorgung

→ Verbesserung der Nachhaltigkeitsbilanz bei Kunden



Weitere Ansätze:

- Aktive Reduktion des CO₂ – Gehalts (Produktion, Belieferung «über Schiene» im Nachtbetrieb)
- Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz
- «Friendly Work Space»

Agenda

- Begrüssung
- Wer wir sind - IVF HARTMANN auf einen Blick
- Geschäftsverlauf 2022
- Strategie
- **Ausblick 2023**

Ausblick

- Anhaltende **Volatilität der globalen Versorgungsketten**
- **Versorgungssicherheit** sowie **Preismanagement**
- **Wachstumsimpulse** (neue Produkte, erweiterte Distribution im Endkundengeschäft, erweitertes Sortiment und Lösungen für B2B sowie Ausbau des Bereichs der Taktischen Einsatzmedizin)
- **Wachstumsunterstützend**: weitere Optimierung der lokalen Produktion und Logistik
- **Positive Kosteneffekte** aus den Verlagerungs- und Effizienzprojekten aus 2022
- 2023: **solides organisches Umsatzwachstum** mit **EBIT in der Größenordnung des Vorjahres**

Hilft. Pflegt. Schützt.



Generalversammlung: Neuwahlen im Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung am 25. April 2023 die Erweiterung des Verwaltungsrats um zwei neue Mitglieder beantragen.



Dr. Aldo C. Schellenberg



Martin Walther

Die vorgeschlagenen Kandidaten



Dr. Aldo C. Schellenberg ist Schweizer Bürger, hat an der Universität Zürich in Wirtschaftswissenschaften doktort und absolvierte an der Universität Bern ein Nachdiplomstudium in Wirtschaftsrecht. Bis Ende 2020 erfüllte er diverse Funktionen in der Schweizer Armee. Seit 2021 ist er als Unternehmensberater und Verwaltungsrat tätig. Bei der Kury Park Side AG ist Herr Dr. Schellenberg Verwaltungsratspräsident. Er ist Verwaltungsratsmitglied bei SKYGUIDE, Schweizerische Aktiengesellschaft für zivile und militärische Flugsicherung sowie bei Swiss Innovation Forces AG.

Dr. Aldo C. Schellenberg wird die IVF HARTMANN GRUPPE mit seiner breiten Erfahrung auch bei den Kundengruppen Militär- und Blaulichtorganisationen bei der Weiterentwicklung des Produktanwendungsfeldes der Taktischen Einsatzmedizin stärken.



Martin Walther ist Schweizer Bürger und hat den Universitätsabschluss als Master of Science für Maschinenbau von der ETH Zürich sowie einen MBA der INSEAD Business School (Frankreich). Er leitet beim Deutschen PAUL HARTMANN KONZERN die Division Risk Prevention. Martin Walther brachte als Leiter des globalen Marketings bei Advanced Bionics, (Tochterunternehmen von Sonova) und durch verschiedene Rollen im Bereich Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb, sowohl in den USA als auch in der Schweiz, für das Unternehmen Synthes bzw. nach dessen Übernahme Johnson & Johnson bereits eine umfangreiche Erfahrung insbesondere zu OP-Prozessen mit.

Martin Walther wird die IVF HARTMANN GRUPPE mit seiner breiten und relevanten Erfahrung insbesondere bei den institutionellen Kundengruppen verstärken.

Finanzkalender

25. April 2023

Generalversammlung für das Geschäftsjahr 2022

15. August 2023

Veröffentlichung Halbjahresbericht 2023

27. Februar 2024

Medieninformation zum Jahresabschluss 2023

05. März 2024

Veröffentlichung Geschäftsbericht 2023

Bilanzmedienkonferenz zum Geschäftsjahr 2023

23. April 2024

Generalversammlung für das Geschäftsjahr 2023





Helps. Cares. Protects.

Vielen Dank!

