



**LiNda**  
Aktiengesellschaft

GESCHÄFTSBERICHT 2015/2016

## AUF EINEN BLICK

„LINDA“ ist eine junge, vom Start weg sehr erfolgreiche Marke, die im Jahr 2004 ins Leben gerufen wurde. Unter dem Dach des MVDA Marketing Verein Deutscher Apotheker e.V. (MVDA e.V.) entschlossen sich seitdem immer mehr selbstständige Apotheker, ihren Beruf als Teil einer starken Gemeinschaft unter einer gemeinsamen Qualitätsdachmarke auszuüben. Der MVDA e.V., Stammaktionär der LINDA AG, hat dieser 2009 die Markenführung sowie das aktive Geschäft zur Betreuung der LINDA Mitglieder übertragen, um einen leistungsfähigen und ökonomischen Rahmen zu gewährleisten. Derzeit sind bundesweit rund 1.100 Apotheken unter dem Logo der Dachmarke wettbewerbsaktiv. LINDA ist somit in Deutschland die größte und erfolgreichste Kooperation inhabergeführter Apotheken dieser Art. In der Kölner Geschäftsstelle sowie dem Außendienst arbeiten engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für das Vorankommen der Marke „LINDA“.

2014 wurde die Zukunftsstrategie 2020+ unter apothekerlicher Begleitung etabliert und in die Geschäftsprozesse implementiert. Die Strategie fußt auf den für Apotheken heute und in Zukunft sechs essentiellen Strategiefeldern „Pharmazeutische Kompetenz“, „Corporate Identity“, „Sortimentsleistungen“, „Kundenbindung“, „Services & Dienstleistungen“ und „Virtuelle Apotheke“. Eine

schlagkräftige und motivierte Pioniergruppe von rund 400 Apothekern geht voran und unterstützt die zukunftssträchtigen Neuentwicklungen für den Erfolg der gesamten LINDA Gemeinschaft.

Insbesondere die Digitalisierung wird eine der großen Herausforderungen für den Apothekenmarkt sein. Hier gilt es für erfolgreiche Apotheken, den Bedürfnissen der Kunden professionell zu begegnen – denn der gesellschaftliche Trend zur 24/7-Verfügbarkeit ist nicht mehr aufzuhalten. Aufgabe der LINDA AG ist es daher, Lösungen zu entwickeln, damit die Typologie eines traditionellen Heilberufs mit der rasanten Fortentwicklung der „Customer Journey“ optimal verbunden werden kann. Im Themenfeld „Virtuelle Apotheke“ der Strategie 2020+ werden genau solche Herausforderungen behandelt.

Genau das – die Verbindung von Fachexpertentum seitens der AG sowie der Apotheker – macht die Marke und somit jedes Mitglied stark. Bestätigt wird dies durch die Überzeugungskraft von „LINDA“ beim Endkunden und in der Fachwelt: Mit einer Markenbekanntheit von mehr als 60 Prozent beim Endverbraucher und zahlreichen Auszeichnungen für beispielsweise Service, Qualität, Marketing und Innovationskraft in repräsentativen Kundenumfragen und von Seiten der Fachwelt ist „LINDA“ eine starke, zukunftsfähige Marke.

### KENNZAHLEN

	2015/2016	2014/2015	2013/2014	2012/2013	2011/2012
Umsatzerlöse in TEUR	18.737	18.572	18.339	17.674	19.483
Jahresergebnis in TEUR	1.035	761	1.240	654	151
Umsatzrendite in Prozent	5,6	4,1	6,8	3,7	0,8
Eigenkapital in TEUR	6.254	5.314	2.644	1.404	750
Bilanzsumme in TEUR	11.342	10.309	9.459	9.670	8.375
Eigenkapitalquote in Prozent	55,1	51,5	28,0	14,5	9,0
Wert je Aktie am Stichtag** in EUR	80,34	81,42	80,00	N. B.**	N. B.**
Mitarbeiter***	38	38	39	30	30

\* nicht berechnet

\*\* gemäß Gutachten; N. B. = nicht benannt; vom Abschlussprüfer nicht geprüft

\*\*\* Vollzeit, am Bilanzstichtag, ohne Vorstand und Aushilfen

# INHALTSVERZEICHNIS

2	AUF EINEN BLICK
5	VORSTANDSVORWORT
6	BERICHT DES AUFSICHTSRATES
9	ZUKUNFTSPROJEKT „GREENLINDA“
11	KOOPERATION „GENERALI VITALITY“
13	SICHTBARKEIT: GOOGLE MY BUSINESS
15	HERAUSFORDERUNGEN IM RISIKOMANAGEMENT
17	LAGEBERICHT
25	GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG
26	BILANZ
29	ANHANG
34	BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS
35	IMPRESSUM UND KONTAKT





# VORSTANDSVORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren Aktionäre,

wir haben ein großartiges Jahr hinter uns. Wir, die LINDA AG, sind gut positioniert, die Weichen für die Zukunft sind gestellt. Dazu beigetragen hat eine Reihe von Erfolgsfaktoren, die das Geschäftsjahr 2015/2016 geprägt haben.

Wir sind stolz darauf, mit 51 pharmazeutischen Industrieunternehmen erfolgreich zusammenzuarbeiten. Außerdem pflegt die LINDA AG u.a. in den Bereichen Logistik und EDV neun strategische Dienstleistungspartnerschaften: Mit dem Pharmalogistiker PHOENIX haben wir beispielsweise in einem immer globaler werdenden Pharmamarkt ein wichtiges internationales Unternehmen an unserer Seite. Auf eine starke Partnerschaft setzen wir auch mit dem erfolgreichen Kundenbindungsprogramm PAYBACK, von dessen Cross Marketing nachweislich jede LINDA Apotheke profitiert. Der Ausbau dieser erfolgreichen Zusammenarbeit ist folglich ein logischer Schluss.

Welche schlagkräftige Innovationskraft von der LINDA AG ausgeht, zeigt sich exemplarisch an der Kooperation mit Generali. Die Versicherung startete zum 1. Juli 2016 ihr Programm „Generali Vitality“, um Präventionsmaßnahmen für die Gesundheit der Kunden zu bieten. LINDA Apotheken sind dabei ausgewählter Partner und bieten mit dem Gesundheitscheck eine Servicedienstleistung an, die über den Standard hinausgeht. Die LINDA Apotheken sind somit ein gefragter Partner, wenn es um die Erschließung neuer Wege geht.

Auch die Umsetzung der LINDA Zukunftsstrategie 2020+ geht weiter voran: Zum Ende des Geschäftsjahres konnten bereits rund 400 Pionierapotheken gezählt werden, die als Speerspitze für die konsequente Umsetzung der sechs definierten Kompetenzsäulen von 2020+ stehen. Die Pioniere bereichern zudem die Weiterentwicklung der Zukunftsstrategie, indem sie innovative Konzepte testen und der LINDA AG wertvolle Impulse geben. Durch den gezielten Aufbau einer Kommunikationsstruktur mit den LINDA Beauftragten sollen zudem

die Erfahrungen der Mitarbeiter genutzt werden, um ihre Anregungen in die Weiterentwicklung der Leistungen einfließen zu lassen.

Auch die Qualifikation und Weiterbildung der Mitarbeiter der Geschäftsstelle der LINDA AG spielt für uns eine große Rolle. Neben der Qualifikation an sich ist jedoch auch die Prozessqualität der Zusammenarbeit zwischen Apotheken und Geschäftsstelle von besonderer Bedeutung. Aufgrund dessen hat der Vorstand ein mehrstufiges Managementprogramm gestartet, das auf drei Ebenen ansetzt: gelebte Führungsgrundsätze, verbindliche Führungsinstrumente und gemeinsame Führungsmodelle. Ziel ist eine professionelle, hochqualifizierte und effektive Organisation.

Natürlich trägt auch die Marke „LINDA“ selbst zum Erfolg der AG bei: LINDA ist die deutschlandweit größte und bekannteste Premium-Apothekendachmarke selbstständiger Apotheker und Marktführer in ihrem Segment. Zum zweiten Mal ist sie zudem zur „Marke des Jahrhunderts“ ausgezeichnet worden. Wir blicken daher optimistisch in die Zukunft: Obwohl die Zahl der Apotheken in Deutschland seit Anfang 2009 sinkt und Ende 2015 mit 20.249 den niedrigsten Stand seit den frühen 1990er Jahren erreicht hat, hält LINDA ihre Mitgliederzahlen weitestgehend konstant. Es ist ein klares Zeichen für die Stärke der Kooperation.

Mit freundlichen Grüßen



**Volker Karg**  
Vorstand



**Georg Rommerskirchen**  
Vorstand



**Helmut Trahmer**  
Vorstand

# BERICHT DES AUFSICHTSRATES DER LINDA AG

über das Geschäftsjahr vom 01. Oktober 2015 bis zum 30. September 2016

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2015/2016 die Aufgaben wahrgenommen, die ihm nach Gesetz und Satzung obliegen. Er hat die Geschäftsführung durch den Vorstand aufgrund der ihm von selbigem erteilten mündlichen und schriftlichen Berichterstattungen überwacht. Er hat veranlasst, dass der Vorstand ihn regelmäßig und umfassend über den Geschäftsverlauf und die wirtschaftliche Lage der LINDA AG und ihrer Tochtergesellschaft Fitkauf GmbH unterrichtet hat, insbesondere über wesentliche geschäftliche Ereignisse und Vorhaben, und zwar sowohl in Aufsichtsratssitzungen als auch in Einzelgesprächen zwischen dem Aufsichtsratsvorsitzenden und dem Vorstand oder einem seiner Mitglieder. Die Unterrichtungen und die hierauf abgestellten Beratungen mit dem Vorstand betrafen im Rahmen von dessen Berichten vorrangig die Unternehmensplanung einschließlich der Finanzplanung, die Entwicklung der Ertrags- und Finanzlage, auch im Soll-Ist-Vergleich und im Vergleich zum Vorjahr, die Entwicklung der Liquidität sowie der Zahl der Teilnehmer am Dachmarkenkonzept LINDA, wesentliche Geschäftsvorfälle und Maßnahmen, die Strategie der Gesellschaft und ihre Zusammenarbeit mit verschiedenen Dienstleistern. Der Aufsichtsrat hat sich ferner laufend über besondere Marketingprojekte, besondere sonstige Projekte und besondere Geschäftsmodelle berichten lassen, auch über deren Entwicklung und jeweiligen Status.

Der Aufsichtsrat tagte im Geschäftsjahr 2015/2016 an den folgenden Tagen:

27./28.10. und 10.12.2015, 26.01., 16.03., 19.05., 13.06., 14.07. und 21./22.09.2016.

Gegenstand der Besprechungen des Aufsichtsrates mit dem Vorstand wie auch der Entscheidungen des Aufsichtsrates waren namentlich die Ge-

schäftsvorfälle und Maßnahmen, die nach der Geschäftsordnung des Vorstandes der vorherigen Zustimmung des Aufsichtsrates bedürfen. Auch hierüber hat der Vorstand dem Aufsichtsrat berichtet. Dieser hat die entsprechenden, ihm vorgelegten Geschäftsvorfälle und Maßnahmen intensiv mit dem Vorstand beraten und diesem, soweit erforderlich, seine vorherige Zustimmung erteilt.

Aufgrund der am 23.02.2015 beschlossenen, am 03.03.2015 in das Handelsregister beim Amtsgericht Köln eingetragenen Änderung der Satzung besteht der Aufsichtsrat aus sechs Mitgliedern.

Zwei Mitglieder werden gemäß der Satzung von der Hauptversammlung aus dem Kreis der Mitglieder des MVDA Marketing Verein Deutscher Apotheker e.V. gewählt – wobei eines dieser Mitglieder Inhaber einer oder mehrerer Apotheken sein muss, die sich der unter der Dachmarke LINDA geführten Systemorganisation angeschlossen hat/haben – und zwei als externe, unabhängige Mitglieder. Entsprechend der Satzung hat der MVDA Marketing Verein Deutscher Apotheker e.V. durch Beschluss seines Vorstandes am 22./23.09.2015 Frau Apothekerin Gabriela Hame-Fischer, die für die Zeit ab dem 01.10.2015 bis 30.09.2018 gewählte Präsidentin dieses Vereins, und Herrn Apotheker Dr. Holger Wicht, den für den vorgenannten Zeitraum gewählten Vize-Präsidenten dieses Vereins, für die Zeit vom 01.10.2015 bis 30.09.2018 in den Aufsichtsrat entsandt.

Dem amtierenden Aufsichtsrat gehören als von der Hauptversammlung gewählte Mitglieder die Herren Apotheker Rainer Kassubek und Carsten Stubbe an sowie als externe, unabhängige Mitglieder die Herren Klaus Körber und Rechtsanwalt Professor Dr. Jan Roth. In seiner konstituierenden ●●●

- Sitzung wählte der Aufsichtsrat Herrn Rainer Kassubek zu seinem Vorsitzenden und Herrn Klaus Körber als Stellvertreter.

Die Umsetzung des Konzeptes LINDA 2020+ war zusammen mit den bedeutsamsten strategischen Projekten regelmäßig Thema zwischen Vorstand und Aufsichtsrat.

Darüber hinaus wurde der Aufsichtsrat vom Vorstand über alle wesentlichen Veränderungen im Geschäftsjahr 2015/2016 unterrichtet, insbesondere über Zu- und Abgänge bei den Industriepartnerschaften sowie zu strategischen Überlegungen im Hinblick auf die Differenzierung der Marke LINDA im Wettbewerb. Der Vorstand gab Einblick in die vertrieblichen Aktivitäten, insbesondere zu neuen Instrumenten der Mitgliedergewinnung sowie in wichtige Digitalprojekte, und verschaffte dem Aufsichtsrat zudem einen Überblick über die Risikomanagement-Aktivitäten der Gesellschaft.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der LINDA AG für die geleistete Arbeit.

Der Jahresabschluss der LINDA AG sowie der Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 01.10.2015 bis zum 30.09.2016 sind von dem am 16.03.2016 gewählten und vom Aufsichtsrat beauftragten Abschlussprüfer, der BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Köln, geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden. Der Abschlussprüfer hat auch gemäß § 312 AktG den vom Vorstand der LINDA AG aufgestellten Abhängigkeitsbericht – Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen – für das Geschäftsjahr vom 01.10.2015 bis zum 30.09.2016 geprüft und diesem den folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

„Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass

1. die tatsächlichen Angaben des Berichtes richtig sind,
2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war,
3. bei den im Bericht aufgeführten Maßnahmen keine Umstände für eine wesentlich andere Beurteilung als die durch den Vorstand sprechen.“

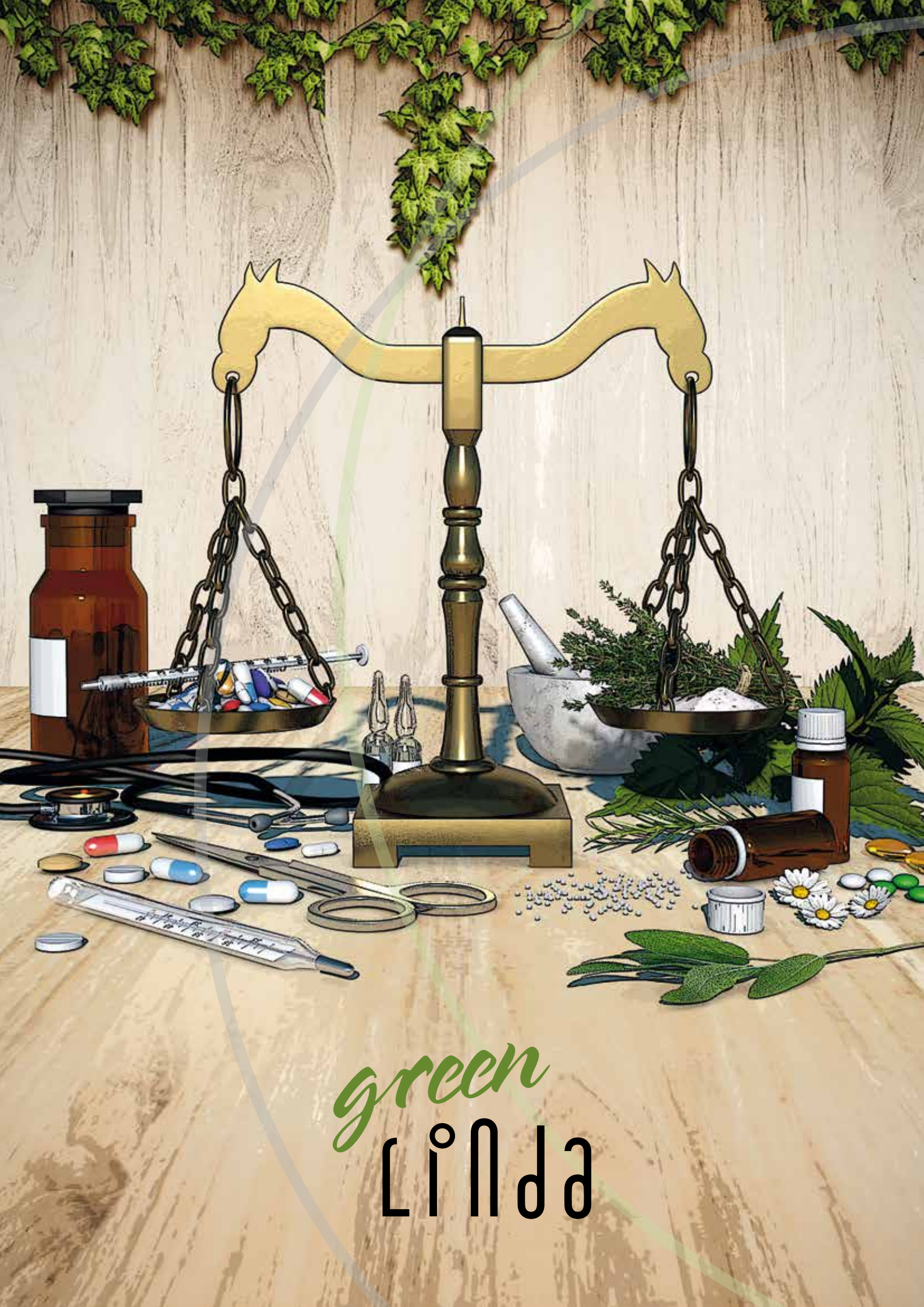
Der Aufsichtsrat hat sich in seiner Sitzung am 26.01.2017 von dem verantwortlichen Wirtschaftsprüfer des Abschlussprüfers über die Prüfungen berichten lassen und wichtige Prüfungsergebnisse ausführlich diskutiert. Der Aufsichtsrat hat die Prüfungsergebnisse zustimmend zur Kenntnis genommen. Nach dem abschließenden Ergebnis seiner eigenen Prüfung des Jahresabschlusses, des Lageberichts und des Gewinnverwendungsvorschlags erhebt der Aufsichtsrat keine Einwendungen und stimmt dem Jahresabschluss, dem Lagebericht sowie dem Vorschlag des Vorstandes zur Verwendung des Bilanzgewinns zu. Er hat den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss in seiner Sitzung am 26.01.2017 gebilligt. Damit ist der Jahresabschluss der LINDA AG zum 30.09.2016 festgestellt.

Köln, 27.01.2017



Apotheker Rainer Kassubek  
Aufsichtsratsvorsitzender der LINDA AG





*green*  
Linda



# ZUKUNFTSPROJEKT „GREEN LINDA“

Das Geschäftsjahr 2015/2016 stand im Zeichen der Entwicklung von „greenLINDA“. Ausgangspunkt war die Definition eines entsprechenden Leistungsangebots im Rahmen der Zukunftsstrategie LINDA 2020+. In Zusammenarbeit mit den renommierten Kommunikationsexperten der JNB McCann Healthcare GmbH hat die apothekerlich besetzte MVDA Kommission „Pharmazeutische Kompetenz“ Anfang 2016 mit der Erarbeitung begonnen.

Warum Naturheilkunde in das Apothekengeschäft wahrnehmbar integrieren? Die Antwort liegt auf der Hand: Immer mehr Menschen manifestieren den gesellschaftlichen Trend der Suche nach Alternativen zu klassischen Arzneimitteln. Die große Chance der Apotheke ist, dass sie die ausschließliche Schnittstelle zwischen klassischer Schulmedizin und natürlichen Heilmitteln ist. Hier erhalten Kunden umfassende Beratung, wenn es um die Verbindung von klassischer Schulmedizin und alternativen Präparaten aus der Naturheilkunde geht. Um diese Kompetenzen dem Kunden nachhaltig und sichtbar zu vermitteln, können LINDA Apotheken künftig das Konzept „greenLINDA“ mit einem professionell entwickelten Schulungsprogramm und einer aufmerksamkeitsstarken Marketingunterstützung nutzen. Dadurch wird der Beratungskompetenz und dem Angebot alternativer Heilmittel ein dem Endkunden wiedererkennbares Gesicht verliehen.

## GESELLSCHAFTLICHER TREND: HOHE KUNDENNACHFRAGE

Laut einer Umfrage aus dem Jahr 2015\* haben rund 86 Prozent der Befragten bereits Erfahrungen mit Naturheilmitteln gemacht, wovon 96 Prozent

die entsprechenden Produkte in erster Linie in der Apotheke erworben haben. Die sanfte Anwendung und schnelle Wirksamkeit wurden als primäre Entscheidungsgrundlagen für den Kauf eines natürlichen Arzneimittels genannt.

Die LINDA Apotheken werden auch weiterhin auf den bewährten Beratungsdreiklang aus Originalprodukt, Generikum und alternativem Naturheilmittel setzen, um den unterschiedlichen Kundenwünschen optimal zu entsprechen. Die Empfehlung zur Platzierung der Präparate erfolgt nach dem entwickelten Konzept zur Sicht- und Freiwahlplatzierungsempfehlung. Für alternative Naturpräparate wird ein einheitliches Dach geschaffen, unter dem die Aktivitäten für den Endkunden auf den ersten Blick sichtbar und gebündelt verfügbar sind.

## INDIVIDUALITÄT BLEIBT GEWAHRT

Die Entscheidung, in welchem Umfang „greenLINDA“ in der eigenen Apotheke genutzt werden soll, wird bei den Mitgliedern selbst liegen. Durch die praktische Umsetzung in Modulform soll es ermöglicht werden, das Marketingkonzept einfach zu nutzen und dabei den individuellen Fokus beizubehalten. Die Markteinführung ist für das Quartal 4/2016 geplant.

\* Quelle: Verbrauchenumfrage zum Thema „Naturheilmittel“, Universität Duisburg-Essen in Kooperation mit dem Marktforschungsinstitut TNS Infratest, 2015.





## KOOPERATION „GENERALI VITALITY“

Generali Deutschland startete zum 1. Juli 2016 sein einzigartiges Gesundheitsprogramm „Generali Vitality“. Es ist darauf ausgerichtet, Menschen zu einem gesundheitsbewussteren Leben anzuregen und so ihre Lebensqualität zu steigern. Die deutschlandweit rund 1.100 LINDA Apotheken sind, neben weiteren renommierten Unternehmen wie adidas, Fitness First, Galeria Kaufhof und Weight Watchers ausgewählter Partner für das Programm des Versicherungsunternehmens. Kernleistung der LINDA Apotheken ist die Durchführung eines Gesundheitschecks. Dieser umfasst die BMI- und Taillenumfangerfassung sowie Blutzucker-, Blutdruck- und Gesamtcholesterinmessung. Für Letztere sind alle LINDA Apotheken mit einem Messgerät der Firma Roche ausgestattet worden. Die umfangreichen Kommunikations- und Vertriebsmaßnahmen seitens „Generali Vitality“ sorgen für entsprechende Aufmerksamkeit im Endkundenmarkt.

### DATENSCHUTZ

Für die Teilnahme am „Vitality“-Programm schließen die Kunden zunächst zwei Verträge ab: einen Vertrag für das Versicherungsprodukt Berufsunfähigkeits- und Risikolebensversicherungen sowie einen weiteren Vertrag mit der Generali Vitality GmbH, einer eigenständigen Tochtergesellschaft der Generali Deutschland. Damit findet eine Trennung zwischen dem Versicherer und dem datenverarbeitenden Unternehmen statt, sodass der Versicherer keinen Zugriff auf die vom Kunden zur Verfügung gestellten Daten hat. Der Kunde hat jederzeit die Kontrolle über seine Daten und entscheidet selbst, welche Daten er der Generali Vitality GmbH zur Verfügung stellen möchte. Die Speicherung und Verarbeitung der Daten entspricht den hohen Anfor-

derungen des Bundesdatenschutzgesetzes, die durch den freiwilligen „Code of Conduct“ noch weiter gesteigert werden.

### PROGRAMMABLAUF

Das Gesundheitsprogramm gliedert sich in drei Schritte: Im ersten Schritt ermitteln die Kunden ihr persönliches Gesundheits- und Fitnessniveau und legen ihre Ziele fest, die sie erreichen wollen. Unabhängig vom aktuellen Fitnesszustand beginnen alle Teilnehmer mit dem gleichen Status. Im zweiten Schritt arbeiten die Kunden auf ihre selbst definierten Ziele hin, um Bonuspunkte zu sammeln. Dazu gehören beispielsweise der Verzicht auf das Rauchen, das Wahrnehmen von ärztlichen Vorsorgeterminen, der Kauf von gesundem Essen sowie sportliche Aktivitäten. Je mehr Bonuspunkte gesammelt werden, desto mehr profitieren die Teilnehmer. Neben der Verbesserung des Status können Bonuspunkte im dritten Schritt bei ausgewählten Kooperationspartnern in Prämien wie Rabatte und Gutscheine eingetauscht werden. In den LINDA Apotheken können Kunden regelmäßig ihren Fortschritt durch die garantiert kostenlosen Gesundheitschecks messen lassen.

Das Versicherungsunternehmen erhält lediglich eine Information über den Status des Kunden, der sich aus den gesammelten Punkten errechnen lässt. Weitere Daten, wie Ergebnisse der Gesundheitschecks in den LINDA Apotheken oder die Mitgliedschaft in einem Fitness-Studio, stehen dem Versicherer nicht zur Verfügung. „Generali Vitality“ leistet damit in Kooperation mit den LINDA Apotheken einen wichtigen Beitrag für effektive gesundheitliche Prävention.



531263859648485691566315651355162241234535

CLOUD CLOUD CLOUD CLOUD CLOUD

WEB2.0 WEB2.0 WEB2.0 WEB2.0 WEB2.0 WEB2.0 WEB2.0 WEB2.0

SOCIAL MEDIA SOCIAL MEDIA SOCIAL MEDIA SOCIAL MEDIA

WEB

0 WEB2.0 WEB2.0 WEB2.0

WEDIV ZOCIVI PEDIW



## SICHTBARKEIT: GOOGLE MY BUSINESS

Wie suchen Sie einen Dienstleister in der Nähe? Die Mehrzahl der Deutschen nutzt Google. Zuerst fällt der Blick auf die optisch hervorgehobenen und in Google Maps eingetragenen Top-3-Adressen. Selbstredend, dass auch Apotheken hier in den lokalen Wettbewerb einsteigen müssen – schließlich wollen sie präferiert gefunden werden. Um hierfür die Grundlagen zu legen, gilt es den Google-Mechanismen gerecht zu werden, die für die Auswahl der angezeigten Unternehmen relevant sind. Essentiell erforderlich ist ein sogenannter „Google My Business“-Eintrag. Mit „Google My Business“ lassen sich Unternehmenseinträge professionell für die suchmaschinenoptimierte Internetwelt aufbereiten und unterstützen die individuelle Auffindbarkeit. Die Mitgliedsapotheken werden darin unterstützt, dem veränderten Konsum- und Rechercheverhalten der Kunden zu begegnen und wettbewerbsfähig zu bleiben. Die LINDA AG bietet daher die Möglichkeit, einen Eintrag auf „Google My Business“ anzulegen und diesen im Dialog mit der Apotheke zu aktualisieren. Neben dem reinen Eintrag für Google sind zudem die seitens der Kunden getätigten Bewertungen wichtig. Durch die optimierte Sichtbar- und Auffindbarkeit erreichen Apotheker einen größeren potenziellen Kundenkreis und sind im analogen wie digitalen Wettbewerb präsent. Dies ist eine kontinuierliche Arbeit – eine einmalige Aktualisierung reicht nicht aus, da sowohl das Web als auch Google regelmäßig neu selektieren. Das digitale Zeitalter fordert somit für viele lokale Dienst-

leistungsunternehmen, auch die Apotheken, ein grundsätzliches Umdenken.

### HOMEPAGES IM „LINDA NEW DESIGN“

Die Lokalisierung über „Google My Business“ ist eine wichtige Maßnahme. Der professionelle Auftritt mit einer mobilfähigen Apotheken-Homepage, die aktualisierte Inhalte (Content) bietet sowie über Verlinkungen verfügt, ist neben der Präsenz im Social Web heute ein absolutes Muss. Die LINDA AG bietet daher ebenfalls die Erstellung und Pflege einer Homepage im modernen Look des „LINDA New Designs“ an. Die Auffindbarkeit nach suchmaschinenoptimierten Maßgaben wird durch die Nutzung digitaler Kanäle wie Facebook gestärkt. Im Service für die Mitglieder ist auch die Beratung und Hilfestellung für den Auftritt im Social Web beinhaltet. Darüber hinaus werden vorbereitete „Posts“ für die eigene Apotheken-Facebook-Fanpage zur Verfügung gestellt. Mit der zentralen Facebook-Fanpage, die aktuell mehr als 8.000 Fans besitzt, forciert die LINDA AG die allgemeine Sichtbarkeit der Marke in den sozialen Medien.

Um den Endkunden auch an weiteren „Touchpoints“ zu erreichen, werden im Rahmen der LINDA Zukunftsstrategie 2020+ im Themenfeld „Virtuelle Apotheke“ kontinuierlich Lösungen und Hilfestellungen für die Zukunftsfähigkeit der Vor-Ort-Apotheken entwickelt.





# HERAUSFORDERUNGEN IM RISIKOMANAGEMENT

Der MVDA Marketing Verein Deutscher Apotheker e.V. und seine Beteiligungsgesellschaften (Unternehmensverbund) bieten vielfältige Leistungen für weit über 3.000 Apotheken an. Diese Leistungen gilt es sicher aufzustellen und kontinuierlich weiterzuentwickeln und anzubieten, um den Ruf des Unternehmensverbundes als verlässlicher Partner im Markt zu festigen. Diese Verlässlichkeit basiert u.a. auf dem strategischen Umgang mit Risiken und Chancen innerhalb des Unternehmensverbundes, damit der MVDA e.V. wie auch die Beteiligungsgesellschaften für die Zukunft Marktführer im Bereich der Apothekenkooperationen bleiben. Die in der Risikopolitik definierten Risikogrundsätze stellen die Basis für den strategischen Umgang mit Risiken und den notwendigen „Abwehrmechanismen“ dar. Die Festlegungen und operativen Umsetzungen zum Risikomanagement (RM) sind fester Bestandteil des integrierten Managementsystems des Unternehmensverbundes. Die Einführung, die Aufrechterhaltung und die Weiterentwicklung von Steuer-, Frühwarn-, Mess- und Überwachungssystemen basieren auf den Anforderungen nach DIN EN ISO 31000. Ein Grundpfeiler dieser Norm ist die Risikobewältigung mit Risikovermeidung, -minderung, -übertragung oder der -übernahme. Der strategische Umgang mit Risiken berücksichtigt sowohl Entscheidungen, die einen negativen Einfluss auf unsere Kunden und Vertragspartner haben können, wie auch unternehmensinterne Aktionen, die einen reibungslosen Flow der Prozesskette negativ beeinflussen können. Innerhalb des Risikomanagements wird nach dem Plan-Do-Check-Act-Zyklus agiert. Neben der Planung (Plan) und der Umsetzung (Do) werden die eingeführten Verfahren und die definierten Risiken und deren Steuerelemente in regelmäßigen Abständen auditiert (Check) und aus den Ergebnissen dieser Prüfungen wird überwachend gehandelt

(Act). Dieser Zyklus ist wesentlicher Bestandteil der kontinuierlichen Verbesserung des Managementsystems und somit eine Säule für den Fortbestand der Unternehmen.

Die Führung und Leitung des Unternehmensverbundes nimmt mit der Einführung des Risikomanagements ihre Verantwortung wahr und erfüllt damit die gesetzlichen und behördlichen Anforderungen. Sie überwacht als oberste Instanz die ordnungsgemäße Anwendung des RM und wird hierbei durch den Risikomanagementbeauftragten (RMB) unterstützt. Hieraus ergeben sich eine Transparenz innerhalb der Geschäftsfelder und ein Handeln aller, auf das sich die Mitglieder, Aktionäre und alle Stakeholder verlassen können.

*Die Erfüllung der allgemeingültigen gesetzlichen und behördlichen Anforderungen unter Berücksichtigung des KonTraG und des Deutschen Corporate Governance Kodexes ist eine Grundpflicht für den Unternehmensverbund, dessen Präsidium, Vorstände und Geschäftsführung, Leitungsebene und alle operativ tätigen Mitarbeiter/innen.*

Es verpflichten sich alle Unternehmensakteure, die in der Risikopolitik definierten Grundsätze zu berücksichtigen und Risiken effizient entgegenzusteuern. Neben den vorbeschriebenen führenden Verantwortlichkeiten werden für die einzelnen Verantwortungsbereiche „Risk Owner“ benannt. Sie übernehmen die Identifikation, Bewertung und Steuerung der Risiken und arbeiten eng mit dem RMB im Rahmen der Risiko-Audits zusammen. Alle Ergebnisse aus dieser Zusammenarbeit werden vom RMB in einem Risikobericht zusammengeführt und an den Vorstand der LINDA AG kommuniziert. Dieser Risiko-Report wird für die Zukunft ein Teil des Jahresabschlussberichtes sein.







# LINDA AG

## LAGEBERICHT

für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2015 bis zum 30. September 2016

### I. GRUNDLAGEN DES UNTERNEHMENS

Die LINDA Apotheken sind ein qualitätsorientierter Zusammenschluss eigenständiger Apotheker, die den kommunikativen Vorteil der Dachmarke „LINDA“ im Dialog mit der Öffentlichkeit und den Kunden nutzen. Die LINDA Apotheken stehen für Qualität, verbraucherorientiertes Marketing und besondere Kundennähe. Mit rund 1.100 angeschlossenen Apotheken ist LINDA die deutschlandweit größte und bekannteste Premium-Apothekendachmarke selbstständiger Apotheker und Marktführer in ihrem Segment. Dies bestätigen die Ergebnisse verschiedener unabhängiger, repräsentativer Studien renommierter Institutionen: Über 40 Prozent der Bevölkerung kennen die LINDA Apotheken, beim Anteil der Frauen ist es sogar jede Zweite.

Die LINDA AG (die Gesellschaft) ist Eigentümerin der Apothekendachmarke „LINDA Apotheken“. Sie setzt sich für eine zukunftsorientierte Positionierung der selbstständigen, inhabergeführten Apotheken, unter besonderer Wahrung derer Eigenständigkeit und Unabhängigkeit, ein.

Die Gesellschaft hat ihren Sitz in Köln und erbringt Dienstleistungen für die angeschlossenen Apotheken und die mit ihr verbundenen Unternehmen. In Kooperation mit der Industrie werden monatliche und saisonale Abverkaufshilfen entwickelt und zur Nutzung überlassen. Mit dem exklusiven Verkauf von Eigenmarken werden die Apothekenpartner im Aufbau eines unverwechselbaren Erscheinungsbildes unterstützt. Daneben erbringt die Gesellschaft kaufmännische Dienstleistungen für verbundene Unternehmen.

Bei allen Tätigkeiten streben die Organe der Gesellschaft eine hohe Kundenzufriedenheit an und finanziell eine kontinuierliche Steigerung des Unternehmenswertes.

### II. WIRTSCHAFTSBERICHT

#### A. RAHMENBEDINGUNGEN

Die Rahmenbedingungen haben sich im Vergleich zum Vorjahr nicht wesentlich geändert. Ausweislich des Berichtes „Die Apotheke – Zahlen, Daten, Fakten 2016“, herausgegeben von der ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände e.V., waren zum Jahresende 2015 in Deutschland 20.249 Apotheken aktiv, das bedeutet im Vergleich zum Vorjahr einen Rückgang von 192. Nur etwa jede zweite Schließung wurde numerisch durch eine Neueröffnung ausgeglichen. Gleichzeitig hält der Trend zur Filialisierung an, die Zahl der Haupt-/Einzelapotheken ging deutlich zurück, während die Zahl der Filialapotheken anstieg.

Im europäischen Vergleich ist die Anzahl der Apotheken je 100.000 Einwohner mit 25 unterdurchschnittlich. In den Ländern mit einer vergleichbaren Anzahl von Apotheken, wie Spanien oder Frankreich, ist die Apothekendichte deutlich höher.

Unabhängig davon ist die Zahl der Arbeitsplätze in den Apotheken in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr wiederum angestiegen. Um dem Versorgungsauftrag nachzukommen, erbrachten die öffentlichen Apotheken fast eine halbe Million Nacht- und Notdienste. Alleine zu Lasten der ...



- Gesetzlichen Krankenversicherung wurden fast 14 Millionen individuelle Rezepturen erstellt.

Eine deutliche Veränderung haben allerdings die Rahmenbedingungen des Geschäftsmodells durch ein Urteil des Europäischen Gerichtshofes am 19. Oktober 2016 erfahren. Zusammengefasst verwirft das genannte Urteil die Bindung ausländischer Versender für rezeptpflichtige Arzneimittel an deutsche Arzneimittelpreisvorschriften. Dadurch ist abzusehen, dass die durch das Urteil begünstigten Händler auf den deutschen Markt drängen werden. Allerdings ist die Eindeutigkeit des Urteils im Alltag so nicht gegeben, weil andere Vorschriften davon nicht berührt sind. Es bleibt abzuwarten, durch welche Entscheidungen der nationale deutsche Gesetzgeber den Spruch des EUGH in die gesetzlichen Vorgaben eingliedern wird. Es ist davon auszugehen, dass dem übergeordneten Ziel „Förderung und Erhalt der Individualapothek“ eine deutlich höhere Wertigkeit zuteilwerden wird.

## B. GESCHÄFTSVERLAUF

Nach turnusmäßigen Neuwahlen zum Ende des vorangegangenen Geschäftsjahres für die Gremien des MVDA e.V. wurden Frau Apothekerin Gabriela Hame-Fischer und Herr Apotheker Dr. Holger Wicht zur Präsidentin bzw. zum Vize-Präsidenten des MVDA e.V. gewählt. Beide sind damit seit Beginn des Geschäftsjahres in den Aufsichtsrat der LINDA AG entsandt.

Die LINDA AG unterstützte im Berichtsjahr die kooperierenden Apotheken nachhaltig mit erfolg-

reichen Verkaufsförderungsaktionen und dem Ausbau des Eigenmarkensortiments. Neue Kooperationen mit Dienstleistern eröffnen für die Zukunft weitere Chancen. Besonders hervorzuheben ist die Verlängerung der Zusammenarbeit mit dem DFB (Deutscher Fußball-Bund). Damit ist es möglich, auch weiterhin die Marke LINDA durch den Image-träger „DFB-Medizinkoffer“ medienwirksam und intensiv zu platzieren. Zum Ende des Geschäftsjahres sorgte die Zusammenarbeit mit dem Versicherungsunternehmen Generali für Aufmerksamkeit. Durch das Gesundheitsprogramm „Generali Vitality“ können sich LINDA Apotheken als Treiber im Präventions- und Gesundheitsmarkt positionieren. Dass LINDA Apotheken auch technologische Innovationen voranbringen können, zeigte sich bei der Umstellung des Tragetaschensortiments von Kunststoff auf Papier. LINDA Apotheken starteten noch vor weitaus kapitalkräftigeren Handelsunternehmen mit dieser umweltfreundlichen Lösung und flankierten damit das Angebot greenLINDA, dessen Ziel es ist, die pharmazeutische Beratungskompetenz rund um das Themenfeld der natürlichen Heilmittel ergänzend zur Schulmedizin wahrnehmbar zu besetzen.

Dass die angebotenen Aktivitäten Zustimmung beim Kunden in der Apotheke finden, zeigt die hohe Akzeptanz des Gesamtkonzeptes. Auch in diesem Jahr belegte LINDA wiederum Topplätze bei Befragungen initiiert durch Handelsblatt, WirtschaftsWoche, DIE WELT oder FOCUS-MONEY. In der aktuellen Coop-Studie der Sempora erzielte LINDA neben anderen Anerkennungen in der Kategorie „Beste Zukunftsfähigkeit“ die führende Bewertung.



- Zum Ende des Geschäftsjahres 2015/2016 beschäftigte die LINDA AG im Vergleich zum Vorjahr unverändert 38 Mitarbeiter (ohne Vorstände). Davon waren 15 (im Vorjahr 16) männlich, 23 (im Vorjahr 22) weiblich. Die Gesellschaft verfügt über keine Zweigniederlassungen.

Das Berichtsjahr war für die LINDA AG mit einem Jahresüberschuss in Höhe von 1,0 Mio. EUR (im Vorjahr 0,8 Mio. EUR) erfolgreich. In dem Jahresüberschuss enthalten ist eine Vorsorge für im Raum stehende Steuernachzahlungen aus der zum Bilanzstichtag noch nicht abgeschlossenen steuerlichen Betriebsprüfung. Die im Rahmen der Betriebsprüfung von der Finanzverwaltung vertretenen Auffassungen zu einzelnen Sachverhalten werden zurzeit vom Vorstand bewertet. Die im Geschäftsbericht des Vorjahres genannten Eckdaten für die Planung des Geschäftsjahres 2015/2016 wurden sicher erreicht. Der Vorstand geht davon aus, dass auch für das Berichtsjahr ein Jahresbonus in Vorjahreshöhe an die LINDA Apotheken ausgekehrt werden wird.

### C. ERTRAGSLAGE

Die Umsatzerlöse belaufen sich im Berichtsjahr auf 18,4 Mio. EUR (im Vorjahr 18,6 Mio. EUR). Wesentlich verbessert haben sich dabei die Erlöse aus Werbekostenzuschüssen und Industriekooperationen, rückläufig waren die Umsätze mit Eigenmarken, im Bereich der Mitglieder und der Geschäftsbesorgung.

Mit 10,4 Mio. EUR war der Wareneinsatz rund 0,1 Mio. EUR niedriger als im Jahr davor. Dieser Rück-

gang ist im Wesentlichen auf geringeren Materialaufwand für den Verkauf der Kundenzeitungen, die Betreuung der Kunden-Homepages und rückläufige sonstige bezogene Leistungen zurückzuführen.

Mit 3,4 Mio. EUR lagen die Personalaufwendungen nur leicht um 0,1 Mio. EUR über dem Vorjahreswert.

Deutlich rückläufig waren die sonstigen betrieblichen Aufwendungen mit 2,8 Mio. EUR nach 3,9 Mio. EUR im Vorjahr. Ursächlich hierfür waren der Wegfall der Kosten der Kapitalerhöhung sowie allgemein reduzierte Rechts- und Beratungskosten. Darüber hinaus erreichten auch Raumkosten, Veranstaltungskosten und Verwaltungskosten nicht ganz den Umfang des Vorjahres.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit, das Ergebnis vor Steuern, belief sich auf 1,9 Mio. EUR nach 1,1 Mio. EUR im Vorjahr. Nach Abzug der Steuern belief sich der Jahresüberschuss auf 1,0 Mio. EUR (im Vorjahr 0,8 Mio. EUR).

### D. FINANZLAGE

Die Zahlungsfähigkeit der Gesellschaft war unterjährig jederzeit gegeben. Die Gesellschaft finanzierte ihren Geschäftsbetrieb im Geschäftsjahr 2015/2016 aus der vorhandenen Liquidität und aus dem Cashflow der laufenden Geschäftstätigkeit.

Zum Bilanzstichtag verfügt die Gesellschaft über frei verfügbare Bankbestände in Höhe von 8,4 Mio. EUR. Die eingeschränkten Renditen für kurzfristige Geldanlagen lassen es derzeit nicht zu, •••



- bei überschaubarem Risiko nennenswerte Zinserträge zu erwirtschaften. Trotzdem hat der Vorstand in Übereinstimmung mit dem Aufsichtsrat bislang risikoarme Anlageformen bevorzugt.

## E. VERMÖGENSLAGE

Mit 11,3 Mio. EUR ist die Bilanzsumme gegenüber dem Vorjahr um rund 10 % angestiegen. Die aktiven Vermögenswerte zeigten sich mit Ausnahme des Bestandes an liquiden Mitteln, der mit 8,4 Mio. EUR um 1,4 Mio. EUR höher als im Vorjahr auszuweisen war, und der um 0,3 Mio. EUR niedrigeren Vorräte, die sich im direkten Vergleich nur geringfügig verändert haben.

Die Investitionen im Anlagevermögen betrafen im Wesentlichen EDV-Hardware und EDV-Software.

Risiken im Umlaufvermögen wurden unterjährig verfolgt und mit angemessenen Wertberichtigungen berücksichtigt.

Der Eigenkapitalanteil an der Bilanzsumme beläuft sich auf 55,1 % (im Vorjahr 51,5 %). Auf Beschluss der Hauptversammlung am 16. März 2016 zahlte die LINDA AG erstmalig eine Dividende in Höhe von 0,1 Mio. EUR, was der Vorzugsdividende der ausgegebenen Vorzugsaktien entsprach. Das Eigenkapital beläuft sich zum Bilanzstichtag auf 6,3 Mio. EUR und hat sich zum Vorjahr um 1,0 Mio. EUR erhöht. Treiber für diese positive Entwicklung war der Jahresüberschuss in Höhe von 1,0 Mio. EUR. Durch das hohe Eigenkapital sowie ein noch nicht ausgenutztes genehmigtes Kapi-

tal sieht der Vorstand die Gesellschaft für zukünftige Aufgaben als finanziell gut gerüstet.

Die Rückstellungen wurden für Steuern und sonstige Positionen in Höhe von 3,9 Mio. EUR (im Vorjahr 3,7 Mio. EUR) gebildet. Größte zurückgestellte Einzelposten sind Aufwendungen für die Jahresbonifizierung an Apotheken, die voraussichtlich im Dezember 2016 ausgezahlt werden wird, und die Vorsorge für die aktuelle Betriebsprüfung.

Die Verbindlichkeiten in Höhe von 1,2 Mio. EUR sind in der Summe nahezu unverändert und kurzfristiger Natur. Sie bestehen gegenüber Apotheken, Lieferanten und verbundenen Unternehmen. Es gibt keine Haftungsrisiken außerhalb der Bilanz.

## III. NACHTRAGSBERICHT

Es haben sich nach Schluss des Geschäftsjahres bis zum heutigen Zeitpunkt keine finanziellen Vorgänge von besonderer Bedeutung ergeben.

## IV. CHANCEN-, PROGNOSE- UND RISIKOBERICHT

### A. CHANCEN

Der Vorstand geht davon aus, dass die Marke „LINDA Apotheken“ ungebrochen attraktiv ist. Trotz der im Vergleich zum Vorjahr leicht rückläufigen Anzahl der Teilnehmer ist LINDA nach wie vor die mitgliederstärkste unabhängige Kooperation. Die Attraktivität der Marke wird durch neue •••



- Konzepte nachhaltig gestärkt. Die Jahresbonifizierung für die an dem Dachmarkenkonzept teilnehmenden Apotheken soll in ihrer Höhe unverändert bleiben. Die konstant hohe Jahresbonifizierung, die eingangs erwähnten neuen Konzepte, wie z. B. das „Generali Vitality“-Gesundheitsprogramm, und die etablierten Konzepte, wie greenLINDA oder die Zusammenarbeit mit dem DFB, sind Beispiele für die wirtschaftlichen Vorteile sowie für Innovationen im Apothekenmarkt, an denen die deutschen inhabergeführten Apotheken partizipieren können. Die Gesellschaft sieht hierdurch die Chance, weiter Teilnehmer für die Kooperation „LINDA Apotheken“ zu gewinnen.

Weiterhin sieht die Gesellschaft die Chance, dass durch einen kontinuierlichen Anstieg der Teilnehmerzahlen die Sichtbarkeit im Apothekenmarkt weiter erhöht und gefestigt werden kann, mit der Folge, dass hierdurch auch weitere Kooperationen mit Marktteilnehmern abgeschlossen werden können.

Die solide Kapitalausstattung der Gesellschaft sowie die Möglichkeit, weiteres Eigenkapital bei Bedarf zu mobilisieren, bieten auch zukünftig die Freiräume, um angemessen auf sich bietende Chancen einzugehen.

Mit LINDA 2020+ verfolgt die LINDA AG eine Geschäftsstrategie, die insbesondere darauf aufbaut, weiteres Wachstum zu generieren. Schwerpunkte des Strategiekonzeptes sind die Herausarbeitung der pharmazeutischen Kompetenz der LINDA Apotheken, intensive Marketingunterstützung, Verstärkung der Corporate Identity, Steigerung der Über-

sichtlichkeit und Einheitlichkeit des Sortiments und die virtuelle Apotheke. Durch dieses Strategiekonzept sieht der Vorstand der LINDA AG die Basis für ein weiteres Wachstum.

## B. RISIKEN

Die Gesellschaft unterliegt in ihrem Kerngeschäft sowohl gesamtwirtschaftlichen Risiken als auch den besonderen Branchenrisiken im Gesundheitsmarkt. Dieser Markt unterliegt in weiten Teilen der Regulierung durch den Gesetzgeber. Für den zukünftigen Erfolg der LINDA AG ist es wichtig, Trends frühzeitig zu erkennen und kundengerecht zu reagieren. Das bewährte System der Zusammenarbeit mit erfahrenen Apothekerinnen und Apothekern gewährleistet, dass das auch zukünftig erfolgreich gelingen wird.

Die LINDA AG hat ein Risikofrüherkennungssystem eingeführt, mit dem die Risiken, die sich auf die Entwicklung der Gesellschaft auswirken können, identifiziert und überwacht werden. Folgende Risiken wurden identifiziert:

Änderungen in der Gesetzgebung können das Geschäftsmodell der LINDA AG nachhaltig positiv, aber auch negativ beeinflussen, was dann unmittelbar Auswirkungen auf Umsatz, Jahresergebnis und Eigenkapital der Gesellschaft haben kann. Das bereits erwähnte Urteil des Europäischen Gerichtshofes vom 19. Oktober 2016 kann unter Umständen bemerkbare Auswirkungen auf den deutschen Apothekenmarkt haben. Ausländische Versender rezeptpflichtiger Arzneimittel könnten hierdurch auf den deutschen Markt drängen. Dies könnte für ●●●



- die deutschen inhabergeführten Apotheken wie die LINDA Apotheken und somit auch für die LINDA AG Folgen haben, die zurzeit noch nicht abschließend bewertet werden können, zumal der deutsche Gesetzgeber noch nicht erklärt hat, wie er auf das Urteil reagieren wird.

Wesentliche Verträge mit kooperierenden Apotheken oder Partnern aus Handel und Industrie sind kurzfristig. Der Vorstand geht davon aus, dass diese Verträge auch weiterhin geschlossen werden. Ein Vertrag mit einem wesentlichen Handelspartner läuft Ende des Kalenderjahres 2016 aus. Verhandlungen über den Neuabschluss werden voraussichtlich zu Beginn des kommenden Jahres beendet. In der Finanz- und Erfolgsplanung für das Geschäftsjahr 2016/2017 hat der Vorstand die finanziellen Beiträge aus dem Vertragsverhältnis in unveränderter Höhe berücksichtigt, da die Vertragsbeziehungen zu dem Handelspartner schon längere Zeit bestehen und die Jahresverträge in der Vergangenheit regelmäßig erneuert worden sind. Bei Vertragsverhältnissen, die zum jetzigen Zeitpunkt ungekündigt sind, wird für die Finanz- und Erfolgsplanung ebenfalls unterstellt, dass die Vertragsbeziehungen im Geschäftsjahr 2016/2017 fortbestehen. Für den Fall, dass Verträge mit kooperierenden Apotheken oder Partnern aus Handel und Industrie im wesentlichen Umfang wegfallen würden und diese nicht durch neue Verträge kompensiert werden könnten, hätte dies Auswirkungen auf den Umsatz, das Jahresergebnis sowie auf das Eigenkapital der Gesellschaft.

Eine wesentliche Reduzierung der Erlöse aus Industriekooperationen würde sich unmittelbar auf den

Umsatz, das Jahresergebnis und auf die Finanzlage der Gesellschaft auswirken. Die Gesellschaft verfügt zum Geschäftsjahresende 2015/2016 über ein relativ hohes Eigenkapital und über einen relativ hohen Finanzmittelbestand, sodass auch eine wesentliche Reduzierung nicht unmittelbar zu einer Entwicklungsbeeinträchtigung führen würde.

Ein außerordentlicher Verlust von Kooperationsapotheken mit der Folge geringerer Dienstleistungsentgelte würde in Teilen durch den Wegfall von unentgeltlichen Warenlieferungen, die üblicherweise mit den Entgelten abgegolten sind, kompensiert. In den vergangenen Geschäftsjahren konnte die Anzahl der Kooperationsapotheken weitgehend stabil gehalten werden. Vertragskündigungen konnten regelmäßig und weitgehend durch neue Kooperationsapotheken ausgeglichen werden. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Entwicklung der Gesellschaft auch von der wirtschaftlichen Situation der Kooperationsapotheken beeinflusst wird. Eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation der Kooperationsapotheken könnte sich dann auch auf die LINDA AG auswirken.

Preisänderungsrisiken bei den Bezügen an Waren und Dienstleistungen als auch Tarifrissen bei den Personalbezügen bestehen nach Einschätzung des Vorstandes im normalen Umfang. Risikobehaftete Geschäfte wie z. B. Fremdwährungsgeschäfte oder spekulative Warengeschäfte sowie im Personalbereich Zusagen für Altersversorgung fehlen gänzlich und sind auch für die Zukunft nicht geplant. Sofern notwendig oder möglich, hat die Gesellschaft Risiken versichert. Die Risiken aus Produkthaftung werden bei den Eigenmarken auf die Hersteller übertragen. •••



### ... C. PROGNOSE

Folgende Eckdaten sind für das Geschäftsjahr 2016/2017 geplant:

	(in Mio. EUR)
Umsatzerlöse	17,5 bis 18,3
Jahresüberschuss	0,3 bis 0,6
Eigenkapital	6,7 bis 7,0

Der frei verfügbare Finanzmittelbestand wird sich im Geschäftsjahr 2016/2017 auf einem zum Bilanzstichtag unverändert hohen Niveau bewegen.

Den Prognosen liegt eine im Vergleich zum Geschäftsjahr 2015/2016 im Wesentlichen unveränderte Geschäftsentwicklung zugrunde. Es wird erwartet, dass sich der Bestand der an die LINDA AG angeschlossenen Apotheken im Geschäftsjahr 2016/2017 stabilisiert.

Insgesamt erwartet der Vorstand für das Geschäftsjahr 2016/2017 keine wesentlichen Änderungen zum vorhergehenden Geschäftsjahr in Bezug auf die Geschäftsentwicklung sowie in Bezug auf die Risiken und Chancen der Gesellschaft.

### V. BERICHT DES VORSTANDES ÜBER DIE BEZIEHUNGEN ZU VERBUNDENEN UNTERNEHMEN

Der Vorstand der LINDA AG hat einen Abhängigkeitsbericht über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 AktG erstellt und am Ende des Berichtes folgende Erklärung abgegeben:

„Der Vorstand erklärt, dass die Gesellschaft bei den im Bericht zu verbundenen Unternehmen aufgeführten Rechtsgeschäften nach den Umständen, die dem Vorstand in dem Zeitpunkt der vorgenommenen Rechtsgeschäfte und Maßnahmen bekannt waren, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten hat und nicht durch getroffene oder unterlassene Maßnahmen benachteiligt wurde.“

Köln, den 16. Dezember 2016



**Volker Karg**  
Vorstand



**Georg Rommerskirchen**  
Vorstand



**Helmut Trahmer**  
Vorstand







# LINDA AG

## GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2015 bis zum 30. September 2016

	<b>2015/2016 EUR</b>	<b>2014/2015 EUR</b>
1. Umsatzerlöse	18.381.348,07	18.571.609,24
2. Sonstige betriebliche Erträge	355.307,32	459.002,13
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für bezogene Waren	8.568.691,33	8.697.116,60
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	1.873.317,66	1.814.115,86
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	2.962.659,70	2.903.671,12
b) Soziale Abgaben – davon für Altersversorgung EUR 36.954,62 (i. V. EUR 34.343,37) –	427.239,36	437.836,92
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	133.646,07	201.666,65
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	2.838.024,91	3.851.546,79
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	3.867,55	4.883,58
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	26.000,00	45,18
<b>9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>1.910.943,91</b>	<b>1.129.495,83</b>
10. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	624.227,29	364.920,38
11. Sonstige Steuern	251.555,00	3.579,09
<b>12. Jahresüberschuss</b>	<b>1.035.161,62</b>	<b>760.996,36</b>
13. Gewinnvortrag	1.462.078,22	1.098.928,86
14. Einstellung in andere Gewinnrücklagen	0,00	302.387,00
<b>15. Bilanzgewinn</b>	<b>2.497.239,84</b>	<b>1.557.538,22</b>



# LINDA AG

## BILANZ

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2015 bis zum 30. September 2016

AKTIVA	30.09.2016 EUR	30.09.2015 EUR
<b>A. Anlagevermögen</b>		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	172.246,00	185.175,00
II. Sachanlagen		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	359.753,00	391.416,00
III. Finanzanlagen		
Beteiligungen	300.000,00	300.000,00
	<b>831.999,00</b>	<b>876.591,00</b>
<b>B. Umlaufvermögen</b>		
I. Vorräte		
Waren	501.185,98	839.569,28
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.161.785,68	1.009.984,24
2. Forderungen gegen nahestehende Unternehmen	0,00	181.358,66
3. Sonstige Vermögensgegenstände – davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr EUR 15.602,75 (i. V. EUR 30.392,08) –	206.612,94	138.944,14
	1.368.398,62	1.330.287,04
III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	8.405.171,55	7.015.608,01
	<b>10.274.756,15</b>	<b>9.185.464,33</b>
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>235.059,00</b>	<b>247.157,98</b>
	<b>11.341.814,15</b>	<b>10.309.213,31</b>

<b>PASSIVA</b>	<b>30.09.2016 EUR</b>	<b>30.09.2015 EUR</b>
<b>A. Eigenkapital</b>		
I. Gezeichnetes Kapital	273.865,00	273.865,00
II. Kapitalrücklage	1.885.335,00	1.885.335,00
III. Gewinnrücklagen		
1. Gesetzliche Rücklagen	25.000,00	25.000,00
2. Andere Gewinnrücklagen	1.572.387,00	1.572.387,00
IV. Bilanzgewinn	2.497.239,84	1.557.538,22
	<b>6.253.826,84</b>	<b>5.314.125,22</b>
<b>B. Rückstellungen</b>		
1. Steuerrückstellungen	367.700,00	129.651,21
2. Sonstige Rückstellungen	3.496.560,00	3.573.833,93
	<b>3.864.260,00</b>	<b>3.703.485,14</b>
<b>C. Verbindlichkeiten</b>		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen – davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr EUR 731.460,74 (i. V. EUR 643.006,85) –	731.460,74	643.006,85
3. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht – davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr EUR 349.517,84 (i. V. EUR 564.200,10) –	349.517,84	564.200,10
4. Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Unternehmen – davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr EUR 44.270,56 (i. V. EUR 0,00) –	44.270,56	0,00
5. Sonstige Verbindlichkeiten – davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr EUR 98.478,17 (i. V. EUR 73.896,00) – – davon aus Steuern EUR 98.478,17 (i. V. EUR 23.523,47) –	98.478,17	73.896,00
	<b>1.223.727,31</b>	<b>1.281.102,95</b>
<b>D. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>0,00</b>	<b>10.500,00</b>
	<b>11.341.814,15</b>	<b>10.309.213,31</b>





# LINDA AG

## ANHANG

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2015 bis zum 30. September 2016

### 1. ALLGEMEINE ANGABEN ZUM JAHRESABSCHLUSS

Die LINDA AG hat ihren Sitz in Köln und ist im Handelsregister B beim Amtsgericht Köln unter der Nr. 68157 eingetragen.

Der Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2015 bis zum 30. September 2016 wurde nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB) und des Aktiengesetzes (AktG) aufgestellt.

Die für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Bewertungsvorschriften wurden unter Berücksichtigung der Fortführung der Unternehmenstätigkeit beachtet. Die auf den vorhergehenden Jahresabschluss angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wurden beibehalten.

Die Gesellschaft weist zum Bilanzstichtag die Größenmerkmale einer mittelgroßen Kapitalgesellschaft gemäß § 267 Abs. 2 HGB auf. Größenabhängige Erleichterungen werden grundsätzlich vorgenommen.

Die Gliederung der Bilanz erfolgte nach den Vorschriften des § 266 Abs. 2 und 3 HGB. Die Bilanzgliederung wurde nach § 265 Abs. 5 Satz 2

HGB um die Posten „Forderungen gegen nahe-stehende Unternehmen“ bzw. „Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Unternehmen“ ergänzt.

Die Gliederung der Gewinn- und Verlustrechnung erfolgte nach dem Gesamtkostenverfahren.

### 2. BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

Die entgeltlich erworbenen immateriellen Vermögensgegenstände und das Sachanlagevermögen sind zu Anschaffungskosten abzüglich planmäßiger Abschreibungen bewertet. Die planmäßigen Abschreibungen werden nach der linearen Methode unter Zugrundelegung betriebsgewöhnlicher Nutzungsdauern berechnet. Immaterielle Vermögensgegenstände werden über Abschreibungszeiträume zwischen 3 und 10 Jahren abgeschrieben; bei Sachanlagen finden Abschreibungszeiträume zwischen 3 und 15 Jahren Anwendung. Im Jahr des Zugangs wird die Abschreibung zeitanteilig vorgenommen. Geringwertige Anlagegüter mit Anschaffungskosten bis jeweils EUR 410,00 werden in Anlehnung an die steuerlichen Vorschriften im Jahr der Anschaffung vollständig abgeschrieben und als Abgang erfasst.

...



- Finanzanlagen sind zu Anschaffungskosten angesetzt.

Die Bewertung der Waren erfolgte zu Anschaffungskosten. Der Grundsatz der verlustfreien Bewertung wurde beachtet. Abwertungen auf den niedrigeren beizulegenden Wert werden, soweit dies nach kaufmännischem Ermessen notwendig ist, vorgenommen. Abwertungen werden im Pauschalverfahren für verminderte Verwertbarkeit oder wegen geringer Umschlagshäufigkeit vorgenommen.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sowie liquide Mittel werden grundsätzlich zu Anschaffungskosten bzw. zum Nennwert angesetzt. Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden erkennbare Risiken durch Einzelwertberichtigungen berücksichtigt. Dem allgemeinen Kreditrisiko wird durch eine Pauschalwertberichtigung in Höhe von 1 % der nicht einzelwertberichtigten Nettoforderungen Rechnung getragen.

Die Rückstellungen berücksichtigen alle bis zur Bilanzaufstellung erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen. Sie sind in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrages bewertet. Falls notwendig, wurden bei der Ermittlung des Erfüllungsbetrages zukünftige Preis- und Kostensteigerungen berücksichtigt.

Verbindlichkeiten sind mit dem Erfüllungsbetrag angesetzt.

### 3. ANGABEN ZUR BILANZ

#### ANLAGEVERMÖGEN

Die Zusammensetzung und Entwicklung des Anlagevermögens sind dem folgenden Anlagengitter\* zu entnehmen: •••

\* Aus drucktechnischen Gründen wird das Anlagengitter auf Seite 31 wiedergegeben.



	Anschaffungskosten				Abschreibungen				Buchwerte	
	Vortrag	Zugang	Abgang	30.09.2016	Vortrag	Zugang	Abgang	30.09.2016	30.09.2016	30.09.2015
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>										
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	822.779,50	37.539,41	0,00	860.318,91	637.604,50	50.468,41	0,00	688.072,91	172.246,00	185.175,00
<b>II. Sachanlagen</b>										
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.298.333,66	52.216,66	13.860,45	1.336.689,87	906.917,66	83.177,66	13.158,45	976.936,87	359.753,00	391.416,00
<b>III. Finanzanlagen</b>										
Beteiligungen	300.000,00	0,00	0,00	300.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300.000,00	300.000,00
	2.421.113,16	89.756,07	13.860,45	2.497.008,78	1.544.522,16	133.646,07	13.158,45	1.665.009,78	831.999,00	876.591,00

## ... VORRÄTE

Unter den Vorräten werden im Wesentlichen Bestände an Waren der MVDA/LINDA Eigenmarken und anderen Handelswaren ausgewiesen.

## EIGENKAPITAL

Das Grundkapital der Gesellschaft beläuft sich auf EUR 273.865,00. Das Grundkapital ist eingeteilt in 273.865 Stückaktien, hiervon 250.000 Stammaktien und 23.865 Vorzugsaktien ohne Stimmrecht.

Der Vorstand ist ermächtigt, das Grundkapital bis zum 22. März 2020 mit Zustimmung des Aufsichtsrates um bis zu EUR 12.500,00 durch Ausgabe von bis zu 12.500 auf den Namen lautende Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlage zu erhöhen. Die Ermächtigung kann auch in Teilbeträgen ausgeübt werden.

Die Kapitalrücklage nach § 272 Abs. 2 Nr. 1 HGB beträgt unverändert zum Vorjahr EUR 1.885.335,00. Die Kapitalrücklage resultiert aus der im vorhergehenden Geschäftsjahr durchgeführten Kapitalerhöhung.

Im Bilanzgewinn ist ein Gewinnvortrag aus dem Vorjahr in Höhe von TEUR 1.462 (i. V.\* TEUR 1.099) enthalten.

## RÜCKSTELLUNGEN

Die sonstigen Rückstellungen beinhalten Rückstellungen für das Bonifizierungsprogramm (TEUR 2.519),

für Personalkosten (TEUR 516), für ausstehende Rechnungen (TEUR 125) sowie für übrige Rückstellungen (TEUR 337). Die sonstigen Rückstellungen haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

## VERBINDLICHKEITEN GEGENÜBER UNTERNEHMEN, MIT DENEN EIN BETEILIGUNGSVERHÄLTNISS BESTEHT

Hier werden Verbindlichkeiten gegenüber der Fitkauf GmbH, Köln, sowie gegenüber dem MVDA Marketing Verein Deutscher Apotheker e.V., Köln, jeweils aus laufenden Verrechnungen ausgewiesen.

## VERBINDLICHKEITEN GEGENÜBER NAHESTEHENDEN UNTERNEHMEN

Der Ausweis betrifft Verbindlichkeiten gegenüber der MVDA Service GmbH, Köln, und resultiert aus laufenden Verrechnungen.

## 4. SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Der Gesamtbetrag der sonstigen finanziellen Verpflichtungen beträgt TEUR 2.382 (i. V.\* TEUR 2.567). Sonstige finanzielle Verpflichtungen bestehen aus Leasingverträgen mit Laufzeiten zwischen ein bis drei Jahren in Höhe von TEUR 95 (i. V.\* TEUR 124) sowie aus Mietverträgen in Höhe von TEUR 2.262 (i. V.\* TEUR 2.443), die eine Laufzeit bis 2025 haben.

\* i. V. = im Vorjahr



## ... 5. MITARBEITER

Im Jahresdurchschnitt wurden 38 (i.V.\* 39) Mitarbeiter beschäftigt (ohne Vorstand), davon 31 Mitarbeiter in Vollzeit und 7 Mitarbeiter in Teilzeit.

## 6. ANTEILSBESITZ

Die Gesellschaft ist alleinige Anteilseignerin der Fitkauf GmbH, Köln. Deren letztes Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2015 bis zum 30. September 2016 endete mit einem Jahresfehlbetrag von TEUR 3. Das Eigenkapital betrug zum 30. September 2016 TEUR 333.

## 7. ORGANE DER GESELLSCHAFT

Vorstand der LINDA AG:

**Herr Volker Karg**, Kriftel

(Vorstand Marketing und Vertrieb)

**Herr Georg Rommerskirchen**, Kerpen

(Vorstand Business Development  
und Partnermanagement)

**Herr Helmut Trahmer**, Worms

(Vorstand Finanzen und IT)

Auf die Angabe der Gesamtbezüge des Vorstandes wird gemäß § 286 Abs. 4 HGB verzichtet.

Aufsichtsrat der LINDA AG:

**Herr Rainer Kassubek**, Apotheker, Köln

(Vorsitzender)

**Herr Klaus Körber**, Berater (im Ruhestand),

Hannover (stellvertretender Vorsitzender)

**Herr Prof. Dr. Jan Roth**, Rechtsanwalt,  
Frankfurt/Main

**Herr Carsten Stubbe**, Apotheker, Görlitz

**Frau Gabriela Hame-Fischer**, Apothekerin,  
Präsidentin des MVDA e.V., München

**Herr Dr. Holger Wicht**, Apotheker,  
Vize-Präsident des MVDA e.V., Meiningen

Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrates betragen im Geschäftsjahr TEUR 131.

## 7. ERGEBNISVERWENDUNGSVORSCHLAG

Der Vorstand wird der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2015/2016 vorschlagen, an die Vorzugsaktionäre eine Dividende in Höhe von EUR 4,00 je Aktie auszuschütten. Insgesamt beläuft sich die dann auszuschüttende Dividende auf EUR 95.460,00. Der dann verbleibende Bilanzgewinn in Höhe von EUR 2.401.779,84 soll auf neue Rechnung vorgetragen werden.

Köln, den 16. Dezember 2016



**Volker Karg**  
Vorstand



**Georg Rommerskirchen**  
Vorstand



**Helmut Trahmer**  
Vorstand

# BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Wir haben den Jahresabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang – unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der LINDA AG, Köln, für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2015 bis zum 30. September 2016 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen

internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Köln, 16. Dezember 2016

BDO AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Nyssen  
Wirtschaftsprüfer

gez. Bitz  
Wirtschaftsprüfer

# IMPRESSUM UND KONTAKT

## HERAUSGEBER

### LINDA AG

Emil-Hoffmann-Straße 1a  
50996 Köln  
www.linda.de

## MARKETING & KOMMUNIKATION

Vanessa Bandke (Leitung)	Anika Wacker (PR-Managerin)
Telefon 0 22 36 . 8 48 78 - 74	Telefon 0 22 36 . 8 48 78 - 53
Telefax 0 22 36 . 8 48 78 - 40	Telefax 0 22 36 . 8 48 78 - 40
bandke@linda-ag.de	wacker@linda-ag.de

## GESTALTUNG

MARKENRITTER GmbH

## ZUKUNFTSBEZOGENE AUSSAGEN

Dieser Bericht enthält vorausschauende Aussagen über zukünftige Entwicklungen, die auf aktuellen Einschätzungen des Managements beruhen. Wörter wie „antizipieren“, „annehmen“, „glauben“, „einschätzen“, „erwarten“, „beabsichtigen“, „können/könnten“, „planen“, „projizieren“, „Prognose“, „sollten“ und ähnliche Begriffe kennzeichnen solche vorausschauenden Aussagen. Solche Aussagen sind gewissen Risiken und Unsicherheiten unterworfen, die großteils außerhalb des Einflussbereichs der LINDA AG liegen, aber deren Geschäftsaktivitäten, den Erfolg, die Geschäftsstrategie und die Ergebnisse beeinflussen. Sollte ein Unsicherheitsfaktor oder ein Risiko eintreten oder sollten sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig erweisen, können die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen genannten oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Die LINDA AG hat weder die Absicht, noch übernimmt sie die Verpflichtung, vorausschauende Aussagen laufend oder zu einem späteren Zeitpunkt zu aktualisieren, da diese ausschließlich von den Umständen ausgehen, die am Tag ihrer Veröffentlichung vorliegen.

