

GESCHÄFTSBERICHT

2016/2017

linda

Aktiengesellschaft

AUF EINEN BLICK

„LINDA“ ist eine junge, vom Start weg sehr erfolgreiche Marke, die im Jahr 2004 ins Leben gerufen wurde. 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 werden 360°-Multikanal-Marketingservices – von POS über Print bis hin zu Online-Maßnahmen – für die Mitgliedsapotheken entwickelt. Die LINDA AG kooperiert exklusiv mit hochkarätigen Partnern, wie z. B. PAYBACK und dem DFB. Mittlerweile kennen mehr als 60 Prozent der Bevölkerung die Marke „LINDA Apotheken“. 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 bereits 555 Apotheken geht voran und unterstützt die zukunftssträchtigen Neuentwicklungen für den Erfolg der gesamten LINDA Gemeinschaft. Die Pioniere leben ein hohes Maß an Kooperationsdisziplin vor und bereichern LINDA damit vorbildlich.

Die Digitalisierung hat das Kundenverhalten und damit auch die Konsumgewohnheiten tiefgreifend

beeinflusst. Dass dies auch für den Apothekenmarkt eine große Herausforderung darstellt, hat LINDA erkannt und im Rahmen der Digitalstrategie an der digitalen Filiale LINDA 24/7 gearbeitet. Erstmals wurde die digitale Filiale – ein mit Fokus auf Click & Collect ausgelegtes System – auf der Expopharm 2017 in Düsseldorf der Öffentlichkeit vorgestellt. Mit Hilfe der digitalen Filialen für jede LINDA Apotheke werden diese vor Ort ihre stationäre Stärke mit dem zusätzlichen Potenzial, das die Online-Welt bietet, ideal verbinden können. Die Voraussetzungen für den erfolgreichen Start sind in diesem Geschäftsjahr geschaffen worden.

Die enge und effektive Zusammenarbeit zwischen den apothekerlich besetzten Gremien mit den Fachexperten der AG macht die Kooperation „LINDA Apotheken“, jedes einzelne Mitglied und damit auch die Marke „LINDA“ insgesamt stark. Bestätigt wird die Überzeugungskraft von „LINDA“ einerseits durch kundenseitige Auszeichnungen, die den Service, die Qualität sowie das Vertrauen in LINDA Apotheken wertschätzen. Andererseits wird LINDA auch durch die Fachwelt geehrt, so wurde beispielsweise der renommierte Marketingpreis „German Brand Award 2017“ für die stringente und professionelle Markenführung mit der Auszeichnung „Gold“ an die Marke LINDA und in der Kategorie „Special Mention“ an das auf Naturheilkunde ausgerichtete Konzept „greenLINDA“ verliehen. Wertschätzungen, die die Zukunftsstärke der LINDA Apotheken bestätigen.

KENNZAHLEN

	2016/2017	2015/2016	2014/2015	2013/2014	2012/2013
Umsatzerlöse in TEUR	17.979	18.381	18.572	18.339	17.674
Jahresergebnis in TEUR	409	1.035	761	1.240	654
Umsatzrendite in Prozent	2,3	5,6	4,1	6,8	3,7
Eigenkapital in TEUR	6.568	6.254	5.314	2.644	1.404
Bilanzsumme in TEUR	12.123	11.342	10.309	9.459	9.670
Eigenkapitalquote in Prozent	54,2	55,1	51,5	27,9	14,5
Wert je Aktie am Stichtag** in EUR	80,71	80,34	81,42	80,00	N. B. *
Mitarbeiter***	40	38	38	39	30

* nicht berechnet ** gemäß Gutachten; vom Abschlussprüfer nicht geprüft *** Mitarbeiter am Bilanzstichtag, ohne Vorstand und Aushilfen

INHALTS**VERZEICHNIS**

02	—	AUF EINEN BLICK
05	—	VORSTANDSVORWORT
06	—	BERICHT DES AUFSICHTSRATES DER LINDA AG
09	—	DIGITALSTRATEGIE: LINDA 24/7 – DIE DIGITALE FILIALE
11	—	GERMAN BRAND AWARD 2017: GOLD FÜR LINDA
13	—	MÄRKTE BEWEGEN: PARTNERSCHAFT MIT DEM WORT & BILD VERLAG
15	—	STARKE PARTNERSCHAFTEN: STRATEGISCHE VORTEILE FÜR DIE MITGLIEDSAPOTHEKEN
17	—	LINDA AG LAGEBERICHT
25	—	LINDA AG GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG
26	—	LINDA AG BILANZ
29	—	LINDA AG ANHANG
34	—	BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS
35	—	IMPRESSUM UND KONTAKT

VORSTANDSVORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren Aktionäre,

wir, die LINDA AG, blicken auf ein erfolgreiches Jahr zurück – sowohl das Betriebsergebnis als auch die strategisch vorangetriebenen wichtigen sowie zukunftsichernden Projekte sind Belege dafür.

Wir arbeiten mit 52 strategisch relevanten pharmazeutischen Industrieunternehmen erfolgreich zusammen. Hervorzuheben ist, dass das Unternehmen 2017 im Bereich der Reimporte zwei neue, wichtige Partner hinzugewonnen hat: die Unternehmen EMRAmed Arzneimittel GmbH und EurimPharm Arzneimittel GmbH. Im Bereich der Spezial-Importe verstärken entsprechend § 73 Absatz 3 AMG die ilapo Internationale Ludwigs-Arzneimittel GmbH & Co. KG und der PHOENIX Pharma-Einkauf GmbH Import und Pharmalogistik Service das Kooperationsnetzwerk. Zudem pflegt die LINDA AG, unter anderem in den Bereichen Logistik und EDV, neun strategische Dienstleistungspartnerschaften. Bei Deutschlands marktführendem Kundenbindungsprogramm PAYBACK ist LINDA nach wie vor Exklusivpartner im Apothekensegment und sorgt nachweislich für Vorteile in den LINDA Apotheken.

Zukunftssicherheit gewährleisten bedeutet, sich auf marktverändernde sowie auf gesellschaftliche Entwicklungen einzustellen und mit zielführenden Konzepten sowie Partnerschaften darauf zu reagieren. Dies gilt insbesondere für die veränderten Konsumgewohnheiten und Serviceansprüche als auch die neuen Denk- und Handlungsmuster, die die Digitalisierung für den Apothekenmarkt mit sich bringt. Die LINDA AG hat hierfür in 2017 die entscheidenden Weichen gestellt – zum einen mit der strategischen Kooperation mit dem Wort & Bild Verlag sowie mit der Entwicklung von „LINDA 24/7“ – die digitale Filiale für alle LINDA Apotheken. Erstmals auf der Expopharm 2017 wurden beide Maßnahmen vorgestellt, 2018 werden sie auf dem Markt eingeführt.

Erfolge konnte auch das auf Naturheilkunde ausgelegte pharmazeutische Konzept „greenLINDA“ verbuchen. Der erste Versand der Materialien in die Apotheken erfolgte Anfang 2017. Neben dem Dekorations- und Kundeninformationsmaterial wurden auch die greenLINDA Online-Schulungen rege genutzt. Das gesteckte Ziel von rund 300 greenLINDA Apotheken ist erreicht worden. An der Ausweitung des Konzeptes wurde im Geschäftsjahr 2016/2017 ebenfalls gearbeitet; dazu gehört neben neuen Schulungsfilmern auch die Entwicklung einer Freiwahlintegration. Bei der Apothekerschaft und den Kunden stößt greenLINDA auf großen Zuspruch – in der Fachwelt überzeugt das Konzept die Jury vom German Brand Award.

LINDA ist Deutschlands führende Qualitätsdachmarke inhabergeführter Apotheken, und das bereits seit mehreren Jahren. Dass die strategische Arbeit für das Markenkonstrukt den richtigen Weg geht, belegt der in 2017 verliehene German Brand Award in der höchstmöglichen Auszeichnung Gold für die überzeugende Professionalität und Stringenz der Markenführung.

Von Relevanz sind auch die gesetzlichen Rahmenbedingungen, die kontinuierlich durch die Politik in Bewegung bleiben. Bedeutend in diesem Geschäftsjahr war das Skonto-Urteil. Gerade in Zeiten der politischen Unruhe und der gesellschaftlichen Umbrüche ist die Stärke unserer Kooperationsgemeinschaft und die unserer Marke LINDA wichtiger denn je für die betriebswirtschaftliche Existenz der Mitgliedsapotheken.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Christian Beyer

Vorstand



Volker Karg

Vorstand



Georg Rommerskirchen

Vorstand

BERICHT DES AUFSICHTSRATES DER LINDA AG

über das Geschäftsjahr vom 01.10.2016 bis zum 30.09.2017

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2016/2017 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 Berichtserstattungen überwacht. Er hat veranlasst, dass der Vorstand ihn regelmäßig und umfassend über den Geschäftsverlauf – insbesondere die wirtschaftliche Lage – der LINDA AG unterrichtet hat, insbesondere über wesentliche geschäftliche Ereignisse und Vorhaben, und zwar sowohl in Aufsichtsratssitzungen als auch in regelmäßigen 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, das Risikomanagement, die Entwicklung der Liquidität sowie der Zahl der LINDA Mitglieder, wesentliche Geschäftsvorfälle und Maßnahmen, die Strategie der Gesellschaft und ihre Zusammenarbeit mit verschiedenen Dienstleistern. Der Aufsichtsrat hat sich ferner laufend über besondere Marketingprojekte, wichtige sonstige Projekte und diverse Geschäftsmodelle berichten lassen, auch über deren Entwicklung und jeweiligen Status.

Der Aufsichtsrat tagte im Geschäftsjahr 2016/2017 an den folgenden Tagen:
24.11. und 06.12.2016, 26.01., 23.03., 05.05., 18.05., 20.07. und 20./21.09.2017.

Gegenstand der Besprechungen des Aufsichtsrates mit dem Vorstand wie auch der Entscheidungen des Aufsichtsrates waren namentlich die Geschäftsvorfälle 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 ihm vorgelegten Geschäftsvorfälle und Maßnahmen intensiv mit dem Vorstand beraten

und diesem, soweit erforderlich, seine vorherige Zustimmung erteilt.

Der Aufsichtsrat besteht 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 eins 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 beschlossen, 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 Vizepräsidenten dieses Vereins, für die Zeit vom 01.10.2015 bis 30.09.2018 in den Aufsichtsrat zu entsenden.

Dem amtierenden Aufsichtsrat gehören als von der Hauptversammlung gewählte Mitglieder die Herren Apotheker Rainer Kassubek (Aufsichtsratsvorsitzender) und Carsten Stubbe an sowie als externe, unabhängige Mitglieder die Herren Klaus Körber (stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender) und Rechtsanwalt Professor Dr. Jan Roth.

Die Umsetzung des Konzeptes LINDA 2020+ war regelmäßig Thema zwischen Vorstand und Aufsichtsrat.

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 01.10.2016 bis zum 30.09.2017 sind von dem am 23.03.2017 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 01.10.2016 bis zum 30.09.2017 geprüft und diesem den folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

„Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass

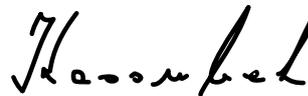
1. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind,
2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war.“

Der Aufsichtsrat hat sich in seiner Sitzung am 25.01.2018 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 25.01.2018 gebilligt. Damit ist der Jahresabschluss der LINDA AG zum 30.09.2017 festgestellt.

Köln, 25.01.2018



Apotheker Rainer Kassubek
Aufsichtsratsvorsitzender der LINDA AG

DIGITALSTRATEGIE: LINDA 24/7 – DIE DIGITALE FILIALE

Die Digitalisierung hat längst Einzug in das Alltagsleben gehalten und damit auch die Konsumgewohnheiten sowie Serviceansprüche von Kunden verändert. Die LINDA AG schaut diesen Entwicklungen nicht tatenlos zu, im Gegenteil: Im Rahmen der Multi-Channel-Strategie ist das Konzept für die Einführung der digitalen Filiale „LINDA 24/7“ für jede LINDA Apotheke entwickelt worden. Damit reagiert die größte Kooperation inhabergeführter Apotheken Deutschlands nicht nur, sondern prägt auch den Fortschritt auf dem Apothekenmarkt.

Verfügbarkeit von unterwegs und das jederzeit – eben 24 Stunden, an sieben Tagen die Woche. Diesem Serviceanspruch werden künftig auch die LINDA Apotheken gerecht. Im Geschäftsjahr 2016/2017 wurden alle Vorkehrungen getroffen, um die digitale Filiale LINDA 24/7 für die Markteinführung vorzubereiten. Erstmals auf der Expopharm 2017 in Düsseldorf einem Fachpublikum vorgestellt, ist die Online-Filiale für alle LINDA Apotheken auf großes Interesse gestoßen.

ONLINE UND STATIONÄR ERGÄNZEN SICH

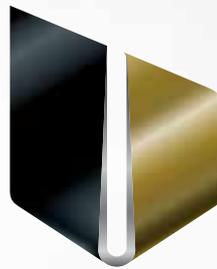
Für die LINDA AG steht fest: Ein Paradigmenwechsel ist unumgänglich. Mit der Einführung der digitalen Filiale machen die LINDA Apotheken künftig das Angebot, bequem von Zuhause aus Medikamente zu bestellen, ohne auf die persönliche Beratung verzichten zu müssen. Denn um den Kunden wieder vermehrt in der Offizin vor Ort willkommen zu heißen, muss er erst einmal digital abgeholt werden. Das funktioniert mit LINDA 24/7 – der Verbraucher informiert sich online, gibt seine Bestellung ab und trifft in der digitalen Filiale seiner gewünschten LINDA Apotheke die Kaufentscheidung, bevor er seinen Fuß in die stationäre Offizin setzt. LINDA 24/7 ist damit die gehaltvollere Alter-

native zur Versandapotheke, da Kunden schneller an ihre Medikamente kommen und zudem auf die persönliche Beratung vor Ort nicht verzichten müssen.

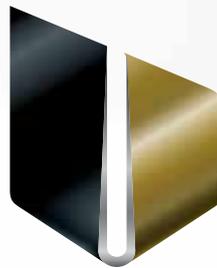
KUNDENANSPRÜCHE AUCH IM DIGITALEN BEDIENEN

Wie der Name beschreibt, zeigen sich künftig die teilnehmenden LINDA Apotheken 24 Stunden an sieben Tagen die Woche für noch mehr Kundenservice bereit. LINDA 24/7 ist ein auf Vorbestellung und Abholung („Click & Collect“) sowie Botendienst ausgerichtetes Konzept und verbindet damit ideal die Stärken der stationären Apotheken mit dem Vorteil einer digitalen Filiale für die wohnortnahe Versorgung. Die sicherere digitale Übermittlung von Rx- und OTC-Bestellungen ist dabei ebenso gewährleistet wie die Nutzung des integrierten Kundenbonusprogramms PAYBACK. Der Erwartung des Kunden werden die LINDA Apotheken zeitgemäß gerecht: Bei einer Bestellung bis 12:00 Uhr können die Produkte bis 16:00 Uhr am gleichen Tag in der gewünschten LINDA Apotheke vor Ort abgeholt werden. Keine doppelten Wege, einfacher und bequemer Kontakt zur Lieblingsapotheke, persönliche Beratung zu den gewünschten Produkten.

Als größte Kooperation inhabergeführter Apotheken bestehen die besten Voraussetzungen für eine erfolgreiche Implementierung der digitalen LINDA Filialen auf dem Markt: Mit einer Markenbekanntheit von rund 60 Prozent, multipliziert mit dem erfolgreichsten Kundenbindungsprogramm PAYBACK und einer bundesweiten Abdeckung der 1.100 LINDA Apotheken, verfügt LINDA über eine vielversprechende Erfolgsformel für Reichweite. LINDA 24/7 ist darüber hinaus auch für die Industriepartner attraktiv, da sich hier neue Vertriebswege öffnen. LINDA 24/7 geht 2018 an den Start.



german
brand
award
'17
gold



german
brand
award
'17
special

GERMAN BRAND AWARD 2017: **GOLD FÜR LINDA**

Das German Brand Institute ehrt die Besten der Besten für erfolgreiche Markenführung in Deutschland. Das Ziel: die Stärkung der Bedeutung der Marke als entscheidenden Erfolgsfaktor herausstellen. Die LINDA AG ist im Geschäftsjahr 2016/2017 gleich doppelt ausgezeichnet worden: LINDA mit dem Prädikat „Gold“ und das auf Naturpharmazie ausgelegte pharmazeutische Konzept greenLINDA wurde in der Rubrik „Special Mention“ gewürdigt. Teilnahmeberechtigt sind ausschließlich Unternehmen, die durch das German Brand Institute und seine Experten für den German Brand Award nominiert werden. Gegen insgesamt 1.200 Mitbewerber haben sich die Marken LINDA und greenLINDA durchgesetzt.

EXZELLENTER GESUNDHEITSPARTNER VOR ORT: GOLD-AUSZEICHNUNG FÜR LINDA

Die Jury des German Brand Awards – ein hochkarätiges Expertengremium aus Markenwirtschaft und Markenwissenschaft wie zum Beispiel Andrej Kupetz, Hauptgeschäftsführer Rat für Formgebung oder Christian Rummel, Deputy Global Head of Brand Communications & CSR Deutsche Bank AG – zeigt sich von LINDA begeistert: Als Deutschlands erste und mittlerweile größte sowie bekannteste Dachmarke inhabergeführter Apotheken galt LINDA „als Revolution auf dem Gesundheitsmarkt“, heißt es in der Auszeichnungsbegründung. Besonders herausgestellt wird der Geist von LINDA als Kooperation mit Ideen und Konzepten, die von Apothekern für Apotheker getragen und entwickelt werden. Auch die vollumfängliche Marken-Konzeption wird gelobt: „Die Marke avancierte dank konsequenter Markenführung, sichtbarer Corporate Identity und einem spürbaren Markenerlebnis am POS zum Marktführer. LINDA Apotheken wurden nachhaltig wettbewerbsfähig und bieten ihren Kunden als kompetenter, liebevoller Gesundheitspartner vor Ort

auch künftig revolutionäre Ideen für ihre Gesundheit“, heißt es in der Jury-Begründung.

AUSGEZEICHNETE KAMPAGNE FÜR NATURHEILKUNDE – „greenLINDA“

Mit dem Prädikat „Special Mention“ ist das Konzept greenLINDA mit dem German Brand Award 2017 ausgezeichnet worden. Der Beratungsdreiklang aus Originalprodukt, Generika und grüner Alternative sowie die Schaffung eines Kundenumfelds, in dem Naturbewusstsein einen Platz hat, wurde von der Jury positiv hervorgehoben. Auch die begleitenden Angebote für die LINDA Apothekerschaft werden vom German Brand Institute gelobt: „Das Konzept ‚greenLINDA‘ unterstützt die teilnehmenden Apotheken durch eine Schulungsplattform zur Stärkung ihrer Kompetenz und Beratungsqualität sowie durch POS-Materialien, Medientvorlagen und umweltfreundliche Impulse.“

ERFOLGREICH: 360°-MARKETINGSTRATEGIE

Die professionell entwickelte 360°-Marketingstrategie für LINDA, die am POS sowie auf allen Publikationskanälen wie Print, Online, Social Media und PR gespielt wird, zeigt also Erfolg: Neben der renommierten Auszeichnung durch den German Brand Award 2017 spiegelt sich dies auch im Bekanntheitsgrad von mehr als 60 Prozent in Deutschland als Resultat eines starken Markenerlebnisses von LINDA wider. Für die Zukunft ist es geplant, dass sich die Marktführer zusammenschließen, um gemeinsam an der Stärkung der jeweiligen Marken zu arbeiten. Durch diese Schaffung von Synergien sollen für alle Seiten attraktive und nachhaltige Win-Win-Ergebnisse erzielt werden.

MÄRKTE BEWEGEN: PARTNERSCHAFT MIT DEM WORT & BILD VERLAG

Als größte Kooperation inhabergeführter Apotheken sehen wir uns in der Pflicht, unsere Zusammenarbeit mit Partnern und Dienstleistern regelmäßig auf den Prüfstand zu stellen. Gemeinsam mit unseren apothekerlich begleitenden Gremien erfolgte im Geschäftsjahr 2016/2017 eine intensive Beschäftigung mit der Zukunftsausrichtung unserer Kooperation im Bereich Kundenmagazin. In diesem Zusammenhang galt es auf der einen Seite, eine optimale Kosten-Nutzen-Relation für die LINDA AG zu eruieren und auf der anderen Seite, die bestmöglichen Leistungen im Rahmen des Mitgliedsbeitrags für die LINDA Apotheken zu gewährleisten.

Nach eingehender Prüfung und Bewertung der bestehenden Verträge sowie durchgeführten Marktanalysen wurde schlussendlich eine unternehmerisch weitreichende Entscheidung im Interesse aller Mitgliedsapotheken gefällt. Wir befinden uns in einer Zeit des Umbruchs, die von gesetzlichen Rahmenbedingungen, Digitalisierung und veränderten Kundenansprüchen geprägt ist. Genau jetzt ist es wichtig, Kräfte zu bündeln und Synergien zu schließen. LINDA ist als Marktführer und damit als bundesweit einzige Kooperation in der Lage, eine Zusammenarbeit mit anderen großen Akteuren des Gesundheitsmarktes einzugehen. Im Laufe des Geschäftsjahres 2016/2017 sind damit alle Voraussetzungen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem Wort & Bild Verlag geschaffen worden. Ab 2018 setzen LINDA und der MVDA in Puncto Kundenmagazin ausschließlich auf die Apotheken Umschau.¹ In der Zusammenarbeit mit dem

Wort & Bild Verlag begegnen sich zwei Marktführer auf Augenhöhe, die gemeinsam das Ziel verfolgen, die stationären Apotheken optimal zu unterstützen.

EXKLUSIV: APOTHEKEN UMSCHAU MIT LINDA BEIHEFTER

Nur für LINDA Apotheken wird es damit ab Januar 2018 die Apotheken Umschau geben, die sich durch ein eigenes Cover und einen fest integrierten LINDA Beihefter von der regulären Apotheken Umschau unterscheidet. Damit erfolgt eine exklusive Individualisierung, über die keine andere Apothekenkooperation verfügt. LINDA Apotheken profitieren zusätzlich von Top-Konditionen und können beim Bezug der Apotheken Umschau bis zu 18 Prozent sparen.² Die Apotheken Umschau ist bei den Kunden sehr bekannt und beliebt.³ Von der hohen redaktionellen Qualität, der kontinuierlichen, reichweitenstarken Kampagnen in TV, Hörfunk und Print, bis hin zu Online und Social-Media-Aktivitäten des Wort & Bild Verlags werden damit auch die LINDA Apotheken nachhaltig profitieren. Zusätzlich wird redaktioneller Content des Wort & Bild Verlags für die 2018 einzuführende digitale Filiale LINDA 24/7 nutzbar gemacht. Die Zusammenarbeit mit dem Wort & Bild Verlag verspricht eine enorme Steigerung der Reichweite, in dessen Folge LINDA noch bekannter wird – dies stellt ein entscheidendes Element für die Zukunftssicherheit der LINDA Apotheken dar.

¹ Das bisherige LINDA Magazin, das LINDA Rätselheft und das Kinderposter LINDANI & Co. werden zum 31.12.2017 eingestellt.

² Ab einer bestehenden oder neuen Bestellmenge von mindestens 200 Exemplaren der Apotheken Umschau mit exklusivem LINDA Beihefter pro Ausgabe bzw. ohne Reduzierung der Bezugsmengen von Wort & Bild Titeln unter den Stand vom 01.06.2017.

³ Die Apotheken Umschau wird monatlich von rund 20 Mio. Menschen gelesen; AWA 2017.



STARKE PARTNERSCHAFTEN: STRATEGISCHE VORTEILE FÜR DIE MITGLIEDSAPOTHEKEN

Die LINDA AG blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2016/2017 zurück. Die Geschäftsstelle der Aktiengesellschaft fungiert als Schnittstelle zwischen den Interessen der Industriepartner und den Interessen der Mitgliedsapotheken. In diesem Zusammenhang spielen sowohl die pharmazeutische Kompetenz durch die beteiligten apothekerlich besetzten Gremien, als auch das Know-How der Vertreter der Geschäftsstelle eine wichtige Rolle, da Letztere wichtiges kaufmännisches und marketingbezogenes Hintergrundwissen beitragen.

Im Interesse der Mitgliedsapotheken werden mit den Kooperationspartnern Marketingvereinbarungen geschlossen, die die LINDA und MVDA Apotheken im Abverkauf unterstützen, wodurch eine verbesserte Positionierung der MVDA/LINDA Mitgliedsapotheker erreicht werden soll und eine Differenzierung im Wettbewerb angestrebt wird. Die Basis der diesbezüglichen Arbeit stellen vier Säulen dar: Sichtwahlempfehlung (Planogramm), Freiwahlempfehlung (Optigramm), die Eigenmarken OVIVO¹ und PRIMA sowie die Thematik der LINDA Bonifizierung².

Zum Ende des Geschäftsjahres 2016/2017 verfügt die LINDA AG über 52 (im Vorjahr 51) Industrieunternehmen³ und neun Dienstleistungsunternehmen als Kooperationspartner. Im Laufe des Geschäftsjahres wurde die Zusammenarbeit mit sieben Industrieunternehmen beendet, acht neue Firmen kamen hinzu: Angelini Pharma Österreich GmbH, EMRAmed Arzneimittel GmbH, EurimPharm

Arzneimittel GmbH, ilapo Internationale Ludwigs-Arzneimittel GmbH & Co. KG, Imex PHOENIX Pharma-Einkauf GmbH Import und Pharmalogistik Service, Klinge Pharma GmbH, Sebapharma GmbH & Co. KG und Trommsdorff GmbH & Co. KG.

Der Fokus des Geschäftsjahres 2016/2017 lag eindeutig auf der Thematik (Re-)Importe. Einerseits konnte durch die Gewinnung der beiden im pharmazeutischen Großhandelsgeschäft marktführenden Arzneimittelimporteure EMRAmed Arzneimittel GmbH und EurimPharm Arzneimittel GmbH die Lieferfähigkeit mit eben jenen Reimport-Arzneimitteln deutlich verbessert werden, andererseits können durch die Partnerschaften mit der ilapo Internationale Ludwigs-Arzneimittel GmbH & Co. KG sowie der Imex PHOENIX Pharma-Einkauf GmbH Import und Pharmalogistik Service nun auch Einzelimporte entsprechend § 73 Absatz 3 AMG zu hervorragenden Bedingungen bezogen werden. Gerade mit derartigen Partnerschaften wird den Mitgliedsapotheken ermöglicht, bestehende Kunden besser zu binden und neue zu gewinnen.

Für das folgende Geschäftsjahr ist es geplant, neue Marketingpartner hinzuzugewinnen, um u. a. bestimmte, noch nicht erfüllte Indikationen abzudecken. Zudem sollen die Eigenmarken gestärkt werden, um mehr Mitgliedsapotheken von den Vorzügen der Produkte zu überzeugen und somit den Umsatz der PRIMA und OVIVO Präparate zu steigern.

¹ Als neue Eigenmarkenprodukte sind erfolgreich das OVIVO SLIM Rezeptheft – mit Gerichtsempfehlungen zur Gewichtsreduktion unter der Anwendung von OVIVO SLIM – sowie der OVIVO Wohlfühltee eingeführt worden.

² Im Rahmen des Bonifizierungssystems werden LINDA Apotheken belohnt, die die LINDA Leistungen nach definierten Kriterien besonders gut umsetzen.

³ Hinsichtlich bestehender Partnerschaften haben sich im Geschäftsjahr 2016/2017 folgende Umfirmierungen ergeben: Die Stada Vita und die Stada Arzneimittel GmbH werden unter Stada GmbH geführt; GlaxoSmithKline, Novartis und Stiefel werden als ein Partnerunternehmen mit der Abkürzung GlaxoSmithKline Consumer Healthcare aufgelistet.

LINDA AG LAGEBERICHT

für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2016 bis zum 30. September 2017

I. GRUNDLAGEN DES UNTERNEHMENS

Die LINDA Apotheken sind ein Zusammenschluss eigenständiger Apothekerinnen und Apotheker, die durch die Teilnahme mit ihrer bzw. ihren Apotheken am Dachmarkenkonzept „LINDA“ eine qualitäts- und leistungsorientierte Wettbewerbsdifferenzierung in der Wahrnehmung beim Kunden erzielen. Die LINDA Apotheken stehen für Qualität, pharmazeutische Kompetenz, verbraucherorientiertes Marketing und besondere Kundennähe. Mit rund 1.100 angeschlossenen Apotheken ist LINDA die deutschlandweit größte und bekannteste Premium-Apothekendachmarke inhabergeführter Apotheken und Marktführer in ihrem Segment. Dies bestätigen die Ergebnisse verschiedener unabhängiger, repräsentativer Studien renommierter Institutionen. Mehr als 60 Prozent der Bevölkerung kennen die LINDA Apotheken.

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. Dabei wird im Vermarktungsbereich insbesondere auf eine 360°-Markenkommunikation über alle relevanten Touchpoints der Customer Journey geachtet. In Kooperation mit der Industrie werden monatliche und saisonale Abverkaufshilfen entwickelt und den LINDA Apotheken zur Nutzung überlassen. Mit dem exklusiven Verkauf von Eigenmarken stehen qualitativ hochwertige Einstiegs- und Premiumprodukte zum exklusiven Vertrieb bei optimalem Stücknutzen zur Ertragssteigerung zur Verfügung. Daneben erbringt die Gesellschaft kaufmännische Dienstleistungen für verbundene Unternehmen.

Bei allen Tätigkeiten streben die Organe der Gesellschaft eine hohe Kundenzufriedenheit sowie eine solide Finanzausstattung der Gesellschaft an.

II. WIRTSCHAFTSBERICHT

1. Rahmenbedingungen

Die Rahmenbedingungen haben sich im Vergleich zum Vorjahr nicht wesentlich geändert. Ausweislich des Berichts „Die Apotheke – ZAHLEN, DATEN, FAKTEN 2017“, herausgegeben von der ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände e.V., waren zum Jahresende 2016 in Deutschland 20.023 Apotheken aktiv, das bedeutet im Vergleich zum Vorjahr einen Rückgang von 226 Apotheken. Von den insgesamt 20.023 Apotheken waren 15.607 Einzelapotheken bzw. Hauptapotheken mit Filiale(n). Die Filialisierung nimmt weiterhin zu. Im europäischen Vergleich ist die Anzahl der Apotheken je 100.000 Einwohner mit 24 unterdurchschnittlich. In den Ländern mit einer vergleichbaren Anzahl von Apotheken, wie Spanien oder Frankreich, ist die Apothekendichte deutlich höher. Der EU-Durchschnitt liegt bei 31 Apotheken je 100.000 Einwohner.

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 478.000 Nacht- und Notdienste. Alleine zu Lasten der gesetzlichen Krankenversicherung wurden 13,5 Mio. 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. Es bleibt abzuwarten, ob der deutsche Gesetzgeber den Spruch des EuGH in die nationalen gesetzlichen Vorgaben übernehmen wird. Es ist davon auszugehen, dass dem übergeordneten Ziel „Förderung und Erhalt der Individualapotheke“ eine deutlich höhere Wertigkeit zuteil werden wird.

2. Geschäftsverlauf

Die LINDA AG unterstützte im Berichtsjahr die LINDA Apotheken nachhaltig mit erfolgreichen Beratungs- und Verkaufsförderungsaktionen. Ebenso wurde intensiv an einer Optimierung der POS-Aktionen gearbeitet und es wurden die Voraussetzungen für das Ausrollen 2018 geschaffen.

Des Weiteren sind die Planungs- und Entwicklungsarbeiten an der Digitalisierungsstrategie „LINDA 24/7 – eine digitale Filiale für jede LINDA Apotheke“ besonders hervorzuheben. Die digitale Filiale wurde erstmalig im Rahmen der Expopharm 2017 in Düsseldorf der Öffentlichkeit vorgestellt und stieß auf breites Interesse. Auch im Rahmen der Ende des Geschäftsjahres 2016/2017 begonnenen Mitgliederveranstaltungen/Roadshow „Gemeinsam neue Wege gehen“ erhielt LINDA 24/7 großen Zuspruch seitens der Mitgliedsapotheker.

Gemeinsam mit der Kommission Kommunikation & Medien des MVDA e.V. hat die LINDA Geschäftsstelle zudem an der stetigen Optimierung des LINDA Tragetaschen-Sortiments gearbeitet. Aufgrund des veränderten Verhaltens der Konsumenten sowie der zahlreichen Rückmeldungen bezüglich des Bedarfs an Tragetaschen in den Apotheken wurde das Angebot an LINDA Tragetaschen grundlegend gestrafft und auf die beliebtesten Formate reduziert. In diesem Zusammenhang konnte im Laufe des Geschäftsjahres die Einführung der

neuen LINDA Premiumtragetasche für Dezember 2017 vorbereitet werden.

Neue Kooperationen mit Geschäftspartnern eröffnen für die Zukunft weitere Chancen. Ein wichtiger Bestandteil ist die Verlängerung der Zusammenarbeit mit dem DFB (Deutscher Fußball-Bund). Damit ist es möglich, auch weiterhin die Marke LINDA durch den Imageträger „DFB-Medizinkoffer“ medienwirksam und intensiv zu platzieren. Herauszustellen ist ebenso in besonderer Form die im Geschäftsjahr vorbereitete Kooperation mit dem Wort & Bild Verlag. Zu Beginn 2018 verspricht sich die Gesellschaft von der strategischen Zusammenarbeit eine deutliche Reichweitensteigerung der Wahrnehmung der Marke LINDA im Interesse der Mitgliedsapotheken. Zudem wird die Kooperation auch im Digitalbereich für sinnhafte Unterstützung sorgen.

Zahlreiche kundenseitige Auszeichnungen, die den Service und die Beratung vor Ort würdigten, bestätigen den Erfolg des Konzeptes der LINDA Apotheken. Dazu gehören Qualitätssiegel von Medien wie der WirtschaftsWoche, TESTBILD, DIE WELT oder FOCUS-MONEY. Auch für eine herausragende Markenführung im Bereich Marketing wurde die LINDA AG ausgezeichnet: Der renommierte German Brand Award 2017 ging in der Kategorie „Gold“ an die Marke LINDA, in der Kategorie „Special Mention“ wurde das auf Naturheilkunde ausgerichtete Konzept „greenLINDA“ geehrt. Ebenso attestierten Auszeichnungen aus der Fachbranche LINDA optimale Voraussetzungen für eine gute Zukunft, so wurden die LINDA Apotheken auch im Rahmen der Coop-Study 2017 neben weiteren Kategorien für die „Beste Marketingunterstützung“ und „Zukunftsfähigkeit“ ausgezeichnet.

Bedeutsam war ferner der Ausbau des Eigenmarkensortiments. Zudem wurde das Rezeptheft als vermarktungswirksame Maßnahme zur Unterstützung entwickelt und eingeführt.

Zum Ende des Geschäftsjahres 2016/2017 beschäftigte die LINDA AG 40 Mitarbeiter (im Vorjahr 38, ohne Vorstände). Davon waren 17 (im Vorjahr 15) männlich, 23 (wie im Vorjahr) weiblich. Die Gesellschaft verfügt über keine Zweigniederlassungen.

Die 100-prozentige Tochtergesellschaft Fitkauf GmbH, die nicht mehr operativ tätig war, wurde nach Abschluss eines Verschmelzungsvertrages am 23.01.2017 mit Beschluss der Hauptversammlung vom 23.03.2017 mit wirtschaftlicher Wirkung zum 01.10.2016 auf die LINDA AG verschmolzen. Rechtswirksam wurde die Verschmelzung mit der Eintragung in das Handelsregister am 23.05.2017.

Das Berichtsjahr war für die LINDA AG mit einem Jahresüberschuss in Höhe von Mio. EUR 0,4 (im Vorjahr Mio. EUR 1,0) zufriedenstellend. Die im Geschäftsbericht des Vorjahres genannten Eckdaten für die Prognose des Geschäftsjahres 2016/2017 wurden hinsichtlich des Umsatzes übertroffen. Der Jahresüberschuss liegt leicht unter dem im Geschäftsbericht des Vorjahres genannten Korridor. Der Vorstand beabsichtigt, auch im Berichtsjahr einen Jahresbonus in Vorjahreshöhe an die LINDA Apotheken auszukehren.

3. Ertragslage

Die Umsatzerlöse beliefen sich im Berichtsjahr auf Mio. EUR 18,0 (im Vorjahr Mio. EUR 18,4). Unwesentlich verbessert haben sich dabei die Erlöse aus Werbekostenzuschüssen und Industriekooperationen, rückläufig waren die Umsätze mit Eigenmarken, im Bereich der Mitglieder und der Geschäftsbesorgung für Unternehmen des MVDA Verbundes.

Mit Mio. EUR 10,0 war der Wareneinsatz rund Mio. EUR 0,4 niedriger als im Jahr davor. Dieser Rückgang ist im Wesentlichen auf geringeren Materialaufwand für den Verkauf der Kundenzeitungen und rückläufige sonstige bezogene Leistungen zurückzuführen.

Mit Mio. EUR 3,6 lagen die Personalaufwendungen leicht um Mio. EUR 0,2 über dem Vorjahreswert.

Deutlich erhöht waren die sonstigen betrieblichen Aufwendungen mit Mio. EUR 4,2 nach Mio. EUR 2,8 im Vorjahr. Ursächlich hierfür waren der deutliche Anstieg der Rechts- und Beratungskosten, Veranstaltungs- und Bewirtungskosten sowie der EDV-Kosten.

Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf Mio. EUR 0,6 nach Mio. EUR 1,9 im Vorjahr. Nach Abzug der Steuern belief sich der Jahresüberschuss auf Mio. EUR 0,4 (im Vorjahr Mio. EUR 1,0).

4. Finanzlage

Die Zahlungsfähigkeit der Gesellschaft war unterjährig jederzeit gegeben. Die Gesellschaft finanzierte ihren Geschäftsbetrieb im Geschäftsjahr 2016/2017 aus der vorhandenen Liquidität und aus dem Cash-flow der laufenden Geschäftstätigkeit.

Zum Bilanzstichtag verfügt die Gesellschaft über frei verfügbare Bankbestände in Höhe von Mio. EUR 9,0. 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.

5. Vermögenslage

Mit Mio. EUR 12,1 ist die Bilanzsumme gegenüber dem Vorjahr um rund Mio. EUR 0,8 angestiegen. Die aktiven Vermögenswerte zeigten sich mit Ausnahme des Bestandes an liquiden Mitteln, der mit Mio. EUR 9,0 um Mio. EUR 0,6 höher als im Vorjahr auszuweisen war, nur geringfügig verändert.

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 54,2 % (im Vorjahr 55,1 %). Auf Beschluss der Hauptversammlung am 23. März 2017 zahlte die LINDA AG eine Dividende in Höhe von Mio. EUR 0,1, was der Vorzugsdividende der ausgegebenen Vorzugsaktien entsprach. Das Eigenkapital beläuft sich zum Bilanzstichtag auf Mio. EUR 6,6 und hat sich zum Vorjahr um Mio. EUR 0,3 erhöht. Durch das hohe Eigenkapital sowie ein noch nicht ausgenutztes genehmigtes Kapital sieht der Vorstand die Gesellschaft für zukünftige Aufgaben als finanziell gut gerüstet.

Die Rückstellungen wurden für Steuern und sonstige Positionen in Höhe von Mio. EUR 3,4 (im Vorjahr Mio. EUR 3,9) gebildet. Größte zurückgestellte Einzelposten sind Aufwendungen für die Jahresbonifizierung an die LINDA Apotheken, die voraussichtlich im Dezember 2017 ausgezahlt werden wird.

Die Verbindlichkeiten in Höhe von Mio. EUR 2,1 sind um nahezu Mio. EUR 1,0 angestiegen und kurzfristiger Natur. Es gibt keine Haftungsrisiken außerhalb der Bilanz.

III. CHANCEN-, PROGNOSE- UND RISIKOBERICHT

1. 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 Apothekenkooperation inhabergeführter Apotheken. 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 etablierten Konzepte, wie greenLINDA oder die Zusammenarbeit mit dem DFB, sind Beispiele für die wirtschaftlichen Vorteile sowie für unsere Innovationen im Apothekenmarkt, an denen die deutschen inhabergeführten Apotheken partizipieren können, wenn sie sich unserer Apothekenkooperation anschließen. Die Gesellschaft sieht hierdurch die Chance, weitere Teilnehmer für die Kooperation „LINDA Apotheken“ zu gewinnen.

Die Entwicklung eines zeitgemäßen Digitalkonzeptes im Rahmen der Unternehmensstrategie wurde im Geschäftsjahr 2016/2017 grundlegend vorbereitet. Unter dem Projekttitel „LINDA 24/7“ ist geplant, die Mitgliedsapotheken jeweils mit einer digitalen Filiale auszustatten. Es wurden die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Markteinführung in 2018 getroffen. Unsere Erwartungshaltung ist, dass das neue digitale Serviceangebot uns bei der Bestandskundenpflege sowie der Neukundengewinnung zielführend unterstützen wird.

Eine für das Unternehmen und die Mitgliedsapotheken weitere strategisch relevante Entscheidung wurde im Handlungsfeld Verlagszusammenarbeit getroffen. Zukünftig wird der Wort & Bild Verlag als marktführender Verleger von Gesundheits-/Apothekenmedien Partner der LINDA AG und des MVDA e.V. Aus der Zusammenarbeit entstehen den Unternehmungen als auch insbesondere den Mitgliedern umfassende Vorteile – von Vorteilsbedingungen bis zu exklusiven Medienformaten, die zur Steigerung der Markenbekanntheit sowie der Unterstreichung des Qualitätsversprechens von LINDA beitragen.

Die solide Kapitalausstattung der Gesellschaft sowie die Möglichkeit, weiteres Eigenkapital bei Bedarf zu mobilisieren, bietet 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 Übersichtlichkeit und Einheitlichkeit des Sortiments und die virtuelle Apotheke. Durch dieses Strategiekonzept sieht der Vorstand der LINDA AG die Basis für ein weiteres Wachstum. Bereits im Geschäftsjahr 2016/2017 wurde aktiv daran gearbeitet, die zur Verfügung gestellten Leistungen in inhaltlichen Kontext zu den Leistungskategorien des LINDA 2020+ Strategiekonzeptes zu stellen und somit den Mitgliedern kommunikativ verständlich zu vermitteln. Ebenso ist eine für das neue Geschäftsjahr angepasste Struktur des Bonifizierungssystems anhand der LINDA 2020+ Strategie erarbeitet worden, wovon sich die Unternehmensführung eine noch bessere Kooperationsdisziplin erhofft. Wer zehn von definierten zwölf Kriterien erfüllt, gehört zum Kreis der LINDA Pionierapotheken. Seit der Einführung der Pioniermaßnahmen 2014 ist die Zahl der Gruppe stetig gewachsen: Inzwischen verzeichnet die LINDA AG zum Ende des Geschäftsjahres 2016/2017 555 Apotheker, die durch ihr hohes Maß an Umsetzung die zukunftssträchtigen Neuentwicklungen für die LINDA Gemeinschaft unterstützen.

2. 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 verfügt über ein Risikofrüherkennungssystem, mit dem zuverlässig und effektiv die Risiken, die sich auf die Entwicklung der Gesellschaft auswirken können, identifiziert und überwacht werden können. Die regelmäßig erstellten Risikoberichte enthalten u. a. Risikoübersichten aus den Bereichen Personalmanagement, Industrie- und Key Account, Marketing und Kommunikation und kaufmännische Verwaltung. Die Risiken wurden dabei nach Eintrittswahrscheinlichkeit sowie möglicher Schadenshöhe geclustert. Daraus abgeleitet erfolgte eine Bewertung aller identifizierten Risiken in drei Risikostufen (geringes – mittleres – hohes Risiko). Die durchgeführten Risikoaudits stellten die Auseinandersetzung mit den Risiken sicher. Maßnahmen zur Risikobegrenzung wurden ergriffen.

Nachfolgend werden Risiken mit der Risikostufe „hoch“ erläutert:

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 Auswirkung 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.

Ein weiteres Risiko ist der Eintritt des international erfolgreichen Plattformanbieters Amazon in den deutschen Markt. Amazon pilotierte im Jahre 2016 ein Same-Day-Delivery-Konzept in München. Ein deutschlandweiter Roll-Out des Konzeptes

oder andere Eintrittsoptionen, wie beispielsweise Aufkauf/Zukauf eines Großhändlers bzw. einer marktführenden Versandapotheke, stellt die größte Bedrohung für das Geschäftsfeld dar. Entsprechend bedeutsam ist für die Wettbewerbsfähigkeit der LINDA Apotheken das neue Digitalangebot des Click & Collect-Modells „LINDA 24/7“.

Wesentliche Verträge mit kooperierenden Apotheken oder Partnern aus Handel und Industrie haben eine kurze Laufzeit und müssen regelmäßig verlängert oder neu verhandelt werden. Der Vorstand geht davon aus, dass diese Verträge auch weiterhin geschlossen werden. Ein Vertrag mit einem wesentlichen Handelspartner läuft Ende des Kalenderjahres 2017 aus. Verhandlungen über den Neuabschluss werden voraussichtlich zu Beginn des kommenden Jahres beendet. In der Finanz- und Erfolgsplanung für das Geschäftsjahr 2017/2018 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 2017/2018 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 2016/2017 über ein ausreichend hohes Eigenkapital und über einen ausreichend hohen Finanzmittelbestand, so dass auch

eine wesentliche Reduzierung nicht unmittelbar zu einer Entwicklungsbeeinträchtigung führen würde.

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

Im Übrigen ist darauf hinzuweisen, dass Preisänderungsrisiken bei den Bezügen von Waren und Dienstleistungen als auch bei den Personalbezügen nach Einschätzung des Vorstandes im normalen Umfang bestehen. 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.

Der Bundesgerichtshof hatte am 05.10.2017 im sogenannten „Skonto-Urteil“ entschieden, dass Skonti als Gegenleistung für eine vorfällige Zahlung gewährt werden dürfen. Sie seien kein Preisbestandteil und könnten zusätzlich zu Rabatten gewährt werden. Hätte sich der Bundesgerichtshof anders entschieden, wäre die wirtschaftliche Grundlage der stationären Apotheken in Deutschland massiv beschädigt worden, weil sich geringere Skontobeträge für die Apotheken negativ auf die Ertragslage ausgewirkt hätten.

3. Prognose

Folgende Eckdaten sind für das Geschäftsjahr 2017/2018 geplant:

	(in Mio. EUR)
Umsatzerlöse	16,4 bis 16,9
Jahresergebnis vor Steuern	-0,8 bis -1,0
Eigenkapital	5,5 bis 5,7

Das geplante negative Ergebnis ist auf signifikante Aufwendungen in Zusammenhang mit wichtigen Projekten (insbesondere LINDA 24/7) zurückzuführen. Hier hält es der Vorstand zur Zukunftssicherung und dem Erhalt der Attraktivität des LINDA Kooperationskonzeptes für die Mitglieder für erforderlich, wesentliche Investitionen vorzunehmen. Hierbei handelt es sich weit überwiegend um nicht aktivierungsfähige Vorgänge.

Der frei verfügbare Finanzmittelbestand wird sich im Geschäftsjahr 2017/2018 auf ein zum Bilanzstichtag weiterhin hohes Niveau belaufen.

Es wird erwartet, dass der Bestand der LINDA Apotheken im Geschäftsjahr 2017/2018 stabil bleibt.

IV. 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 über die Beziehungen 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 15. Dezember 2017



Dr. Christian Beyer
Vorstand



Volker Karg
Vorstand



Georg Rommerskirchen
Vorstand

LINDA AG GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2016 bis zum 30. September 2017

	2016/2017 EUR	2015/2016 EUR
1. Umsatzerlöse	17.978.871,61	18.381.348,07
2. Sonstige betriebliche Erträge	688.337,16	355.307,32
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für bezogene Waren	8.480.684,31	8.568.691,33
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	1.562.720,17	1.873.317,66
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	3.170.528,67	2.962.659,70
b) Soziale Abgaben – davon für Altersversorgung EUR 34.319,08 (i. V. EUR 36.954,62) –	461.070,10	427.239,36
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	148.448,50	133.646,07
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	4.198.504,53	2.838.024,91
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.764,56	3.867,55
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	4.974,85	26.000,00
9. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	230.464,99	624.227,29
10. Ergebnis nach Steuern	411.577,21	1.286.716,62
11. Sonstige Steuern	2.194,38	251.555,00
12. Jahresüberschuss	409.382,83	1.035.161,62
13. Gewinnvortrag	2.401.779,84	1.462.078,22
14. Bilanzgewinn	2.811.162,67	2.497.239,84

LINDA AG BILANZ

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2016 bis zum 30. September 2017

AKTIVA	30.09.2017 EUR	30.09.2016 EUR
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	150.746,00	172.246,00
II. Sachanlagen		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	316.875,00	359.753,00
III. Finanzanlagen		
Beteiligungen	0,00	300.000,00
	466.621,00	831.999,00
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
1. Waren	547.013,71	501.185,98
2. Geleistete Anzahlungen	19.136,00	0,00
	566.149,71	501.185,98
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	930.448,73	1.161.785,68
2. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	2.178,67	0,00
3. Forderungen gegen nahestehende Unternehmen	365.608,75	0,00
4. Sonstige Vermögensgegenstände – davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr EUR 21.794,58 (i. V. EUR 15.602,75) –	547.486,65	206.612,94
	1.845.722,80	1.368.398,62
III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	9.036.145,16	8.405.171,55
	11.448.017,67	10.274.756,15
C. Rechnungsabgrenzungsposten	207.008,50	235.059,00
	12.122.647,17	11.341.814,15

PASSIVA	30.09.2017 EUR	30.09.2016 EUR
A. Eigenkapital		
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	2.811.162,67	2.497.239,84
	6.567.749,67	6.253.826,84
B. Rückstellungen		
1. Steuerrückstellungen	0,00	367.700,00
2. Sonstige Rückstellungen	3.405.370,00	3.496.560,00
	3.405.370,00	3.864.260,00
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen – davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr EUR 1.587.768,69 (i. V. EUR 731.460,74) –	1.587.768,69	731.460,74
2. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht – davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr EUR 105.088,22 (i. V. EUR 349.517,84) –	105.088,22	349.517,84
3. Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Unternehmen – davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr EUR 24.570,26 (i. V. EUR 44.270,56) –	24.570,26	44.270,56
4. Sonstige Verbindlichkeiten – davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr EUR 432.100,33 (i. V. EUR 98.478,17) – – davon aus Steuern EUR 432.100,33 (i. V. EUR 98.478,17) –	432.100,33	98.478,17
	2.149.527,50	1.223.727,31
	12.122.647,17	11.341.814,15

LINDA AG ANHANG

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2016 bis zum 30. September 2017

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 2016 bis zum 30. September 2017 wurde nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB) in der Fassung des Bilanzrichtlinie-Umsetzungsgesetzes (BilRUG) und des Aktiengesetzes (AktG) aufgestellt.

Die für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Bewertungsvorschriften wurden unter Berücksichtigung der Fortführung der Unternehmens-tätigkeit 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 in Anspruch genommen.

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 nahestehende Unternehmen“ bzw. „Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Unternehmen“ ergänzt.

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

Durch die erstmalige Anwendung des BilRUG wurde die Gliederung der Gewinn- und Verlustrechnung um den Posten „Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit“ verkürzt und um den Posten „Ergebnis nach Steuern“ erweitert.

Im Berichtsjahr wurden die handelsrechtlichen Neuregelungen infolge des Bilanzrichtlinie-Umsetzungsgesetzes (BilRUG) vollumfänglich umgesetzt. Hieraus haben sich keine wesentlichen Auswirkungen auf Ansatz, Bewertung und Ausweis einzelner Jahresabschlussposten ergeben.

Die Beteiligung an der Fitkauf GmbH ist durch Verschmelzung auf die LINDA AG gemäß Verschmelzungsvertrag vom 23. Januar 2017 abgegangen. Die Verschmelzung wurde mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Oktober 2016 vollzogen. Im Zuge der Verschmelzung ist der Beteiligungsbuchwert in Höhe von TEUR 300 abgegangen. Im Gegenzug hat die LINDA AG von der Fitkauf GmbH zum Buchwert bewertete Vermögensgegenstände in Höhe von TEUR 333 übernommen. Aus der Verschmelzung resultiert ein Verschmelzungsgewinn von TEUR 33. Die Verschmelzung hatte keine wesentlichen Auswirkungen auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der LINDA AG.

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 drei und zehn Jahren abgeschrieben; bei Sachanlagen finden Abschreibungszeiträume zwischen drei 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.

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. Unverzinsliche Forderungen werden zum Barwert ausgewiesen. 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.

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS

	Anschaffungskosten				30.09.2017
	Vortrag	Anpassung ¹	Zugang	Abgang	
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	860.318,91	23.572,72	40.627,03	0,00	924.518,66
II. Sachanlagen					
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.336.689,87	-48.604,26	43.826,47	17.001,29	1.314.910,79
III. Finanzanlagen					
Beteiligungen	300.000,00	0,00	0,00	300.000,00	0,00
	2.497.008,78	-25.031,54	84.453,50	317.001,29	2.239.429,45

¹ Anpassung nach Bereinigung von Abweichung in der Anlagenbuchhaltung

Verbindlichkeiten sind mit dem Erfüllungsbetrag angesetzt.

Latente Steuern werden für zeitliche Unterschiede zwischen den handelsrechtlichen und den steuerlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schulden und Rechnungsabgrenzungsposten ermittelt. Zusätzlich zu den zeitlichen Bilanzierungsunterschieden könnten steuerliche Verlustvorträge berücksichtigt werden, über die die Gesellschaft zum Bilanzstichtag jedoch nicht verfügt. Die Ermittlung der latenten Steuern erfolgt auf Basis eines kombinierten Ertragsteuersatzes. Eine sich insgesamt ergebende Steuerbelastung würde in der Bilanz als passive latente Steuer angesetzt werden.

Im Fall einer Steuerentlastung würde vom entsprechenden Aktivierungswahlrecht kein Gebrauch gemacht werden. Zum Abschlussstichtag besteht ein Aktivüberhang, der nicht bilanziert wird.

3. ANGABEN ZUR BILANZ UND ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Anlagevermögen

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

	Abschreibungen				Buchwerte		
	Vortrag	Anpassung ¹	Zugang	Abgang	30.09.2017	30.09.2017	30.09.2016
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
	688.072,91	23.572,72	62.127,03	0,00	773.772,66	150.746,00	172.246,00
	976.936,87	-48.604,26	86.321,47	16.618,29	998.035,79	316.875,00	359.753,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300.000,00
	1.665.009,78	-25.031,54	148.448,50	16.618,29	1.771.808,45	467.621,00	831.999,00

¹ Anpassung nach Bereinigung von Abweichung in der Anlagenbuchhaltung

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. Es 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.

Im Bilanzgewinn ist ein Gewinnvortrag aus dem Vorjahr in Höhe von TEUR 2.402 (i. V. TEUR 1.462) enthalten.

Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen beinhalten Rückstellungen für das Bonifizierungsprogramm (TEUR 2.531), für Personalkosten (TEUR 542), für ausstehende Rechnungen (TEUR 70) sowie für übrige Verpflichtungen (TEUR 262). Die sonstigen Rückstellungen haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr. Auf eine Abzinsung der Rückstellungen wurde wegen der Kurzfristigkeit verzichtet.

Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht

Hier werden Verbindlichkeiten gegenüber dem MVDA Marketing Verein Deutscher Apotheker e. V., Köln, aus laufenden Verrechnungen ausgewiesen.

Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Unternehmen

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

Angaben nach § 285 Nr. 31 HGB

Im Posten „Sonstige betriebliche Erträge“ ist ein Ertrag in Höhe von TEUR 33 enthalten, der aus der Verschmelzung der Fitkauf GmbH auf die LINDA AG resultiert.

4. SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Der Gesamtbetrag der sonstigen finanziellen Verpflichtungen beträgt TEUR 2.060 (i. V. TEUR 2.357). Sonstige finanzielle Verpflichtungen bestehen aus Leasingverpflichtungen mit Laufzeiten zwischen ein bis drei Jahren in Höhe von TEUR 97 (i. V. TEUR 95) sowie aus Mietverpflichtungen in Höhe von TEUR 1.963 (i. V. TEUR 2.262), die eine Laufzeit bis 2025 haben.

5. MITARBEITER

Im Jahresdurchschnitt wurden 40 (i. V. 38) Mitarbeiter beschäftigt (ohne Vorstand), davon 37 Mitarbeiter in Vollzeit und drei Mitarbeiter in Teilzeit.

6. ORGANE DER GESELLSCHAFT

Vorstand der LINDA AG:

Herr Volker Karg, Kriftel

(Vorstand Marketing und Vertrieb)

Herr Georg Rommerskirchen, Kerpen

(Vorstand Key Account und Mitglieder-
management)

Herr Helmut Trahmer, Worms
(Vorstand Finanzen und IT, bis 31. Dezember 2016)

Herr Dr. Christian Beyer, Potsdam
(Vorstand Finanzen und IT, seit 01. März 2017)

Auf die Angabe der Gesamtbezüge 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,
München, Präsidentin des MVDA e.V.

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

Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrates betragen im Geschäftsjahr TEUR 139.

7. VORGÄNGE VON BESONDERER BEDEUTUNG NACH DEM ABSCHLUSSSTICHTAG

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach dem Schluss des Geschäftsjahres eingetreten und weder in der Gewinn- und Verlustrechnung noch in der Bilanz berücksichtigt sind, haben sich nicht ergeben.

8. ERGEBNISVERWENDUNGS-VORSCHLAG

Der Vorstand wird der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2016/2017 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 2.715.702,67 soll auf neue Rechnung vorgetragen werden.

Köln, den 15. Dezember 2017



Dr. Christian Beyer
Vorstand



Volker Karg
Vorstand



Georg Rommerskirchen
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 2016 bis zum 30. September 2017 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, entspricht den gesetzlichen Vorschriften, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Köln, 15. Dezember 2017

BDO AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Nyssen
Wirtschaftsprüfer

gez. Bitz
Wirtschaftsprüfer

IMPRESSUM UND KONTAKT

HERAUSGEBER

LINDA AG
Emil-Hoffmann-Straße 1a
50996 Köln

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
Ländchenweg 3
65191 Wiesbaden
Telefon: 06 11 . 71 02 35 - 0
info@markenritter.de

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.

LINDA AG

Emil-Hoffmann-Straße 1a | 50996 Köln
