

# GESCHÄFTSBERICHT

---

2017/2018

---

**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 1.000 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 für die teilnehmenden Apotheken entwickelt – von POS- über Print- bis hin zu Digitalmaßnahmen. Die LINDA AG kooperiert strategisch mit hochkarätigen Partnern wie z. B. PHOENIX und PAYBACK, dem Wort & Bild Verlag, AXA, Generali sowie der Universität Bonn, Lehrstuhl klinische Pharmazie. Diese Kooperationen tragen u. a. dazu bei, dass mehr als 60 Prozent der Deutschen die Marke LINDA Apotheken kennen.

2014 wurde die Zukunftsstrategie 2020+ unter apothekerlicher Begleitung etabliert, in die Geschäftsprozesse implementiert und seither konsequent in der jährlichen Unternehmensstrategie verankert. Die Strategie fußt auf den für Apotheken sechs essentiellen Strategiefeldern Pharmazeutische Kompetenz, Corporate Identity, Sortimentsleistungen, Kundenbindung, Services & Dienstleistungen sowie Virtuelle Apotheke. Eine schlagkräftige und motivierte Pioniergruppe von 550 Apotheken geht voran und unterstützt die zukunfts-trächtigen Neuentwicklungen für den Erfolg der gesamten LINDA Gemeinschaft. Die Pioniere leben ein hohes Maß an Kooperationsdisziplin vor und bereichern LINDA damit vorbildlich.

Vorbildlich sind auch die Digitalisierungsbemühungen der LINDA Apotheken. Denn die Digitalisierung beeinflusst die Konsumgewohnheiten der Kunden tiefgreifend. Dass dies auch für den Apothekenmarkt eine große Herausforderung darstellt, hat LINDA erkannt und reagiert. Seit 2018 stellt die LINDA AG allen teilnehmenden Apotheken ein effektives Digitalangebot zur gezielten digitalen Kundenansprache bereit: Die LINDA Onlineservices bestehen aus der LINDA Apotheken App mit dem Fokus Rx-Rezeptvorbestellungen sowie einem für jede LINDA Apotheke individuellen Markenonlineshop. Dessen Fokus liegt auf Click & Collect von nichtverschreibungspflichtigen Arzneimitteln und Produkten – strategisch gekoppelt an Deutschlands größtes Kundenvorteilsprogramm PAYBACK.

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 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“ für die stringente und professionelle Markenführung mit der Auszeichnung „Gold“ an die Marke LINDA verliehen.

### KENNZAHLEN

|                                   | 2017/2018 | 2016/2017 | 2015/2016 | 2014/2015 | 2013/2014 |
|-----------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Umsatzerlöse in TEUR              | 17.180    | 17.979    | 18.381    | 18.572    | 18.339    |
| Jahresergebnis in TEUR            | 803       | 409       | 1.035     | 761       | 1.240     |
| Umsatzrendite in Prozent          | 4,7       | 2,3       | 5,6       | 4,1       | 6,8       |
| Eigenkapital in TEUR              | 7.276     | 6.568     | 6.254     | 5.314     | 2.644     |
| Bilanzsumme in TEUR               | 11.947    | 12.123    | 11.342    | 10.309    | 9.459     |
| Eigenkapitalquote in Prozent      | 60,9      | 54,2      | 55,1      | 51,5      | 27,9      |
| Wert je Aktie am Stichtag* in EUR | 77,22     | 80,71     | 80,34     | 81,42     | 80,00     |
| Mitarbeiter**                     | 41        | 40        | 38        | 38        | 39        |

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

# INHALTSVERZEICHNIS

---

|    |   |  |
|----|---|--|
| 02 | — | AUF EINEN BLICK  |
| 05 | — | VORSTANDSVORWORT   |
| 06 | — | BERICHT DES AUFSICHTSRATES DER LINDA AG                          |
| 09 | — | DIGITALISIERUNG: LINDA ONLINESERVICES                            |
| 11 | — | ARZNEIMITTEL THERAPIESICHERHEIT:<br>LINDA INTERAKTIONSMANAGEMENT |
| 13 | — | INNOVATION: DIGITALISIERUNG DER<br>SICHTWAHLEMPFEHLUNG           |
| 15 | — | INNOVATIVES MARKETING: GUERILLA-AKTION                           |
| 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,

die LINDA AG kann mit dem abgelaufenen Geschäftsjahr trotz eines politisch sehr unruhigen Beginns sehr zufrieden sein. Nach der Bundestagswahl am 24. September 2017 zog sich die Regierungsbildung über Monate scheinbar endlos hin und viele neue Gesundheitsminister wurden in dieser Zeit gehandelt. Und mit jedem neuen Namen verband sich eine andere Hoffnung zum Verbot des Rx-Versandhandels oder zur Rücknahme der Rx-Rabatte bei ausländischen Versendern. Die wachsende Selbstverständlichkeit der Verbraucher im Umgang mit den Smartphones und einem damit verbundenen neuen Bestellverhalten und Conveniencebedürfnis der Konsumenten lässt jedoch bei vielen Marktteilnehmern die Hoffnung schwinden, dass die Uhren im digitalen Zeitalter durch die Politik wieder zurückgedreht werden könnten.

Vielmehr war in den letzten 12 Monaten zu spüren, dass sich viele Unternehmen der Gesundheitsbranche nicht mehr auf die Politik verlassen können und wollen. Es setzte eine deutlich wahrnehmbare Dynamisierung bei digitalen Geschäftsmodellen ein, was unter anderem zu neuen Kooperationen verschiedenster Marktteilnehmer führte. So schloss z. B. ein führender Pharmagroßhändler eine Kooperation mit einem großen Medienhaus oder das größte Rechenzentrum in Deutschland ging zur Verbreitung seiner App zahlreiche Kooperationen mit Landesapothekenverbänden ein. Neue Apotheken-Apps und „Click & Collect“-Modelle schießen weiterhin wie Pilze aus dem Boden und reine B2B-Unternehmen vollziehen einen Strategiewechsel und nehmen für sich den Konsumenten ins Visier. Die infrastrukturelle Bindung des Endkunden und die Nutzung von Daten zum Konsumentenverhalten werden zu kritischen Erfolgsfaktoren für die meisten Marktteilnehmer. Entsprechend groß ist die Nervosität und der Handlungsdruck innerhalb der gesamten Branche.

Zu einer wesentlichen Erkenntnis dürften jedoch alle Marktteilnehmer mittlerweile gekommen sein: Die neuen Bedrohungen für die stationären Apotheken in Deutschland kommen nicht „von innen“, sondern „von außen“ wie von möglichen neuen Marktteilnehmern wie Amazon. Aus diesem Grund bündeln wir als LINDA AG auch weiterhin die Kräfte mit den finanzkräftigsten und strategiefähigsten Unternehmen in der Gesundheitsbranche oder bauen unsere bestehenden Partnerschaften kontinuierlich aus. Diese Strategie ist auch mit Blick auf die im neuen Geschäftsjahr höchstwahrscheinlich bevorstehende Einführung des eRezeptes von elementarer Bedeutung.

LINDA ist als Deutschlands führende Qualitätsdachmarke inhabergeführter Apotheken gut aufgestellt. Das Betriebsergebnis konnte im letzten Geschäftsjahr trotz einer Investitionsstrategie positiv gestaltet werden, und auch die Entwicklung der wichtigsten strategischen Projekte, die sich wie gewohnt in einer stimmigen Balance zwischen pharmazeutischen Kompetenz- und zukunftsorientierten Marketingthemen befinden, schritt planmäßig voran.

Wir stehen zu unserer Mission: Wir wollen unsere Mitgliedsapotheken erfolgreicher machen.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Christian Beyer  
Vorstand



Volker Karg  
Vorstand



Georg Rommerskirchen  
Vorstand

# BERICHT DES AUFSICHTSRATES DER LINDA AG

über das Geschäftsjahr vom 01.10.2017 bis zum 30.09.2018

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2017/2018 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 – 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, Fragen zum Datenschutz, 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 2017/2018 an den folgenden Tagen:  
27.11.2017, 25.01., 15.03., 12.04., 18.04., 05.07., 18.07. und 19./20.09.2018

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 LINDA 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 01.10.2017 bis zum 30.09.2018 sind von dem am 18.04.2018 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 01.10.2017 bis zum 30.09.2018 geprüft und diesem den folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

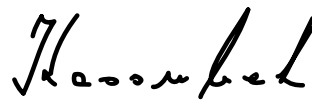
„Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass

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 24.01.2019 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 24.01.2019 gebilligt. Damit ist der Jahresabschluss der LINDA AG zum 30.09.2018 festgestellt.

Köln, 24.01.2019



Apotheker Rainer Kassubek  
Aufsichtsratsvorsitzender der LINDA AG

# LINDA APOTHEKEN

MEIN REZEPT  
EINLÖSEN



MEINE HISTORIE



MEINE  
LINDA APOTHEKE



ONLINE SHOP



EINSTELLUNGEN  
& HILFE





## DIGITALISIERUNG: LINDA ONLINESERVICES

Wie viele Branchen ist auch das Gesundheitswesen von einer digitalen Dynamisierung geprägt. In den vergangenen zwölf Monaten wurde deutlich, dass sich auch die inhabergeführten Apotheken auf branchenfremde Markteintritte einstellen müssen. Amazon ist ein ernstzunehmender Akteur. Politische Vorhaben, wie die Etablierung des eRezeptes, stellen weitere Handlungserfordernisse dar. Darüber hinaus ist auf gesellschaftliche Veränderungen zu reagieren. Das Bedürfnis nach allen Vorteilen des digitalen Konsums erstreckt sich auch auf den Bezug von Arzneimitteln.

### ONLINESHOP & APP

Anfang 2018 hat die LINDA AG die LINDA Onlineservices eingeführt: ein auf Click & Collect ausgelegtes Konzept, das für jede LINDA Apotheke die Stärken des Leistungsangebotes der stationären Apotheke mit den Einkaufsgewohnheiten der Konsumenten verbindet. Kernvorteil ist die Same-Day-Delivery: heute bestellt, heute da. Den Erwartungen des Kunden wird zeitgemäß begegnet: keine doppelten Wege, einfacher Kontakt zur Wunschapotheke, persönliche Beratung.

Die LINDA Onlineservices umfassen die LINDA Apotheken App und einen für jede LINDA Apotheke individuellen Onlineshop. Über beide Kanäle können Medikamentenvorbestellungen einfach, sicher und schnell aufgegeben werden. Die LINDA Apotheken App stellt als mobile Applikation den zentralen Einstiegspunkt in die LINDA Onlineservices dar. Rezepte oder Produkte können via Fotofunktion von überall direkt an die ausgewählte Apotheke gesendet werden. Eine integrierte Chatfunktion stellt dabei die direkte Kommunikation sicher.

Am Markt einzigartig ist die Kombination der Vorbestell-App mit dem apothekenindividuellen Onlineshop. Dieser ist sowohl über die App als auch klassisch als Website erreichbar. Den Fokus des Shops stellt die Einkaufsmöglichkeit von nichtrezeptpflichtigen Arzneimitteln dar. Als besonderer Vorteil wird den LINDA Apothekenkunden

die Option geboten, PAYBACK Punkte zu sammeln. Diese Verbindung eines bequemen digitalen Bezugs von Apothekenprodukten mit Deutschlands größtem Kundenvorteilsprogramm hebt den Verbund der LINDA Apotheken von anderen verfügbaren Angeboten ab.

Über den LINDA Apothekenfinder erfolgt die standortbasierte Suche und Auswahl der gewünschten LINDA Apotheke in der Nähe. Die LINDA Apotheken App greift automatisch auf die Finder-Technologie zu. Darüber hinaus ist der Shop im Internet erreichbar und mit allen relevanten Webauftritten verbunden, beispielsweise mit dem zentralen Endkundenportal [www.linda.de](http://www.linda.de) sowie der Plattform [www.payback.de](http://www.payback.de). Derzeit bieten 590 LINDA Apotheken die LINDA Onlineservices an.

### PHARMAZIE & MARKETING OPTIMAL VERBUNDEN

Die LINDA Onlineservices werden von einer gezielten 360-Grad-Vermarktung begleitet. Als Vor-Ort-Maßnahmen werden teilnehmende Apotheken mit einem Werbepaket ausgestattet. Gleichzeitig erfolgt die zentrale Kommunikation deutschlandweit, z. B. über [www.linda.de](http://www.linda.de), Postings auf der LINDA Facebook-Fanpage, durch die Integration in die POS-Kampagnen, via Anzeigen in relevanten Fachzielgruppenmedien sowie in Form der redaktionellen und werblichen Einbindung in die Apotheken Umschau. Für das nächste Geschäftsjahr wurde zudem die Vermarktung über den reichweitenstarken Partner PAYBACK vorbereitet.

Mit dieser Verbindung von digitalen Vorteilen und persönlichem Vor-Ort-Service hat die LINDA AG ihre Apotheken bestens aufgestellt: Die LINDA Onlineservices machen die stationäre Apotheke digital zugänglich, ohne dass die Kunden auf persönliche pharmazeutische Beratung verzichten müssen. LINDA Apotheken tragen damit zur Sicherung der wohnortnahen Versorgung bei. Darüber hinaus ist das Konzept auch für Industriepartner attraktiv, da sich neue Vertriebs- und Vermarktungsmöglichkeiten ergeben.



# ARZNEIMITTEL THERAPIESICHERHEIT: LINDA INTERAKTIONSMANAGEMENT

In enger Kooperation mit der Universität Bonn engagiert sich die LINDA AG effektiv in der Weiterentwicklung und Sichtbarmachung der Arzneimitteltherapiesicherheit (AMTS) und der patientenorientierten Pharmazie in ihren Mitgliedsapotheken. Dabei wird im Rahmen des LINDA Interaktionsmanagements (LIAM) der Umgang mit Arzneimittelinteraktionen evaluiert und optimiert. Diese Vernetzung von Apothekenpraxis und Wissenschaft ist einzigartig und bietet einen signifikanten Mehrwert für Patienten, Politik, Gesellschaft – und die LINDA Apotheken.

## AUSBAU DER PHARMAZEUTISCHEN KOMPETENZ IM APOTHEKENALLTAG

Mit der ADG und der Awinta konnten für LIAM zwei starke Kooperationspartner gewonnen werden. Nach umfangreicher datenschutz- und lizenzrechtlicher Prüfung ist LIAM im Sommer 2018 als Pilotprojekt gestartet und die Teilnahme wird sukzessive erweitert. Die Teilnahme ist exklusiv – und kostenlos – für LINDA Apotheken möglich und kann nutzerfreundlich im MVDA/LINDA Intranet, in einem eigens entwickelten Verfahren, aktiviert werden. Derzeit funktioniert LIAM mit den Warenwirtschaftssystemen der ADG (S 3000) und Awinta (Prokas, JUMP, Infopharm). LIAM arbeitet sehr niederschwellig und soll bewusst nicht aktuell laufende Medikationsmanagement-Programme im Sinne einer Konkurrenz ersetzen. Es soll vielmehr unterstützend eingesetzt werden und überzeugt mit übersichtlichen Masken und einfacher Bedienerführung, die eine Bearbeitung direkt am POS möglich machen. So lässt sich LIAM problemlos und mit wenig Zeitaufwand in das Kundengespräch integrieren.

## ÜBERZEUGEND INNOVATIV

Mit LIAM hat die LINDA AG die innovative Grundlage für ein strukturiertes, qualitätsgesichertes, evaluiertes Interaktionsmanagement geschaffen, das den Umgang

mit Interaktionen deutlich vereinfacht, verbessert und standardisiert – insbesondere auch den eventuell stattfindenden Austausch mit den verordnenden Ärzten. Das überzeugende Resultat: ein hoher Standard und ein wertvoller Beitrag zur AMTS, wissenschaftlich begleitet von der Universität Bonn unter Leitung von Prof. Dr. Ulrich Jaehde, Institut für Klinische Pharmazie. Hierbei werden Apothekenpraxis und Wissenschaft erstmals erfolgreich vernetzt. Das eröffnet den LINDA Apotheken eine hervorragende Möglichkeit zum Ausbau ihrer pharmazeutischen Kompetenz und zur Vermarktung pharmazeutischer Dienstleistungen. Darüber hinaus profitieren die LINDA Apotheken von der politischen Positionierung und setzen ein Zeichen als innovative, kompetente Gesundheitspartner. Bei Fragen stehen den LINDA Apotheken Dr. Ronja Woltersdorf, Uni Bonn, sowie Dr. Simons und Dr. Kirstgen als apothekerliche Ansprechpartner jederzeit zur Verfügung.

## ALLEINSTELLUNGSMERKMAL IM WETTBEWERB

Mit LIAM wird die pharmazeutische Kompetenz des Apothekenteams ebenso gefördert wie gefordert. Die vom Kunden wahrgenommene Beratungsleistung wird spürbar gesteigert und ein deutlicher lokaler Wettbewerbsvorteil für die Kundenakquise, auch beispielsweise von Altenheimen und Pflegediensten, erreicht. Mit dieser positiven Außenwirkung differenzieren sich die LINDA Apotheken im Markt, was auch die Verhandlungsposition bei potenziellen Partnern im Gesundheitswesen verbessert. Die positive Entwicklung geht weiter: Schon jetzt sind apothekenindividuelle sowie bundesweite Statistiken zu Interaktionshäufigkeiten, Schweregraden etc. für die einzelne Apotheke einsehbar und jederzeit abrufbar. Dieser Service wird im kommenden Geschäftsjahr weiter ausgebaut und ergänzt durch Live-Webinare und die regelmäßige Bereitstellung neuester Studien zum Thema Arzneimitteltherapiesicherheit.





## INNOVATION: DIGITALISIERUNG DER SICHTWAHLEMPFEHLUNG

Um die Bedürfnisse der Kunden zu befriedigen und den Ertrag der Apotheken zu maximieren, setzt LINDA auf ein professionelles Category Management. Mit der Sichtwahlempfehlung liegt jetzt ein wichtiges Tool in digitaler Form vor. Das hat für angeschlossene Apotheken nicht nur den Vorteil, dass Arbeitsabläufe einfacher werden. Jede manuell erstellte Sichtwahlempfehlung ist statisch, das digitale Pendant aber flexibel, in der Praxis leicht umzusetzen und sogar kurzfristig veränderbar. Die LINDA AG verbessert dadurch die Zusammenarbeit mit den Industriepartnern und setzt gesamtstrategisch ein nachdrückliches Zeichen in Bezug auf zukunftsorientiertes Handeln.

### EINE ANSPRECHENDE SICHTWAHL STEIGERT DEN ABVERKAUF

Im Mittelpunkt der Sichtwahlempfehlung stehen die Emotionen und Interessen der Kunden. Ihren Wünschen entsprechend werden Warengruppen nach den neuesten Erkenntnissen des Category Managements zusammengestellt und attraktiv präsentiert. Die Artikelauswahl hängt ab vom Abverkauf im Markt sowie von pharmakologischen und wirtschaftlichen (Stücknutzen-) Gesichtspunkten. Das Angebot umfasst dabei neben den meist marktführenden bekannten Originalpräparaten oft galenische, generische sowie homöopathische und pflanzliche Alternativen, um alle Bedürfnisse abzudecken.

Um die Sichtwahlempfehlung optimal einzusetzen, erhalten die angeschlossenen Apotheken ebenfalls einmal im Halbjahr eine praktische Begleitbroschüre, die anschaulich die jeweiligen Alleinstellungsmerkmale der ausgewählten Produkte erklärt. Diese Informationen und Anregungen lassen sich ideal einsetzen, um eine homogene, pharmazeutisch kompetente und einheitliche Empfehlungs- und Sprachregelung bei der Beratung in allen Mitgliedsapotheken zu gewährleis-

ten. Für eine noch schnellere Orientierung und mehr Effizienz in der Handhabung ist die Sichtwahlempfehlung nun digital verfügbar – und bietet damit viele neue Vorteile und einen erweiterten Leistungsumfang.

### FLEXIBLER, SCHNELLER, WIRTSCHAFTLICHER

Die digitale Sichtwahl ist auf einer übersichtlichen Plattform zusammengestellt, auf der nun jede Apotheke auf speziell für sie angepasste Empfehlungen zurückgreifen kann, die entsprechend den individuellen Gegebenheiten vor Ort erstellt werden. Dabei werden auch verschiedenste Digital-Sichtwahlsysteme berücksichtigt und die Empfehlungen auf den entsprechenden Anbieter angepasst. Je nach Größe der Apotheke und der zur Verfügung stehenden Regalmeter – oder der jeweiligen Digital-Sichtwahlsysteme – wird so passgenau die optimale Produktauswahl getroffen. Zudem können Änderungen der Apotheken-Voraussetzungen unkompliziert im System geändert werden. Auch der Wegfall oder Neuzugänge von Kooperationspartnern und -produkten können nun flexibel eingearbeitet werden sowie Empfehlungen von Neuplatzierungen kurzfristig an die Apotheken weitergegeben werden.

Damit bekommen alle angeschlossenen Apotheken eine qualitativ hochwertige Sichtwahlbelegungs- und Präsentationsempfehlung an die Hand, welche die pharmazeutische Kompetenz ins digitale Zeitalter transferiert und damit auch den Weg für Digital-Sichtwahlsysteme ebnet. Die flexibleren Umsetzungsmöglichkeiten, die individuelle Anpassung an die jeweilige Apotheke und die effizientere Handhabung steigern zudem die Wirtschaftlichkeit und sorgen für ein modernes Apothekenumfeld, in dem sich die Kunden verstanden fühlen und gerne einkaufen.

WO  
IST ■  
LINDA

## INNOVATIVES MARKETING: GUERILLA-AKTION

Guerilla-Marketing setzt auf den Überraschungsmoment. Der Begriff bezeichnet ungewöhnliche Vermarktungsaktionen, bei denen mit geringem Werbemittelsatz eine starke Wirkung bei einer großen Anzahl von Personen erzielt wird. Genau das hat LINDA im Geschäftsjahr 2017/2018 erreicht.

Die LINDA AG ist darauf spezialisiert, für die am Dachmarkenkonzept LINDA teilnehmenden Apotheken innovative und wertschöpfende Marketingtools zu entwickeln. Ein wesentliches Handlungsfeld ist die Umsetzung von zentral gesteuerten Vermarktungsmaßnahmen. In diesem Geschäftsjahr wurde erstmalig eine B2B-Guerilla-Aktion vorbereitet. Hintergrund war die strategische Entscheidung, 2018 nicht an Europas größter pharmazeutischer Fachmesse, der Expopharm, teilzunehmen. Die Kosten für die Messepräsenz sind in den vergangenen Jahren kontinuierlich angestiegen. Eine Analyse der Besuchermerkmale ergab, dass die LINDA AG mit der Messe die definierten Ziele nicht mehr ausreichend erreichen kann. Folglich wurde der frei gewordene Mittelsatz in unternehmensstrategisch relevante Projekte reinvestiert.

Die Ankündigung des Fernbleibens Deutschlands marktführender Qualitätsdachmarke und Kooperation inhabergeführter Apotheken erregte bereits im Vorfeld Aufmerksamkeit. Presseberichte der bekannten Branchenmedien apotheke adhoc und der Deutschen Apotheker Zeitung sorgten für eine erhöhte Wahrnehmung innerhalb der Fachbranche.

### WO IST LINDA?

2017 wurde LINDA mit dem German Brand Award für erfolgreiches Marketing ausgezeichnet. Mit der Guerilla-Aktion sollte erneut bewiesen werden, dass die LINDA AG im Bereich Marketing und Kommunikation im Segment der Apothekenkooperationen führend ist. Zielstellung der Maßnahme: Die Messehallen am publikumsstarken Samstag mit LINDA Tragetaschen fluten, aufmerksamkeitsstarke Presseberichte erzeugen,

die von Apothekern, Kooperationspartnern und der Pharmaindustrie wahrgenommen werden, unterschwellig die LINDA Onlineservices promoten und insgesamt ein positives Image der Marke LINDA Apotheken vermitteln.

Das Leitthema der Aktion lautete „Wo ist LINDA?“. Aufhänger der kommunikativen Botschaft war die Reaktion auf einen Pressebericht mit der Headline „LINDA schwänzt Expopharm“. Die Antwort: „Wir schwänzen nicht, wir nehmen uns frei, um für die inhabergeführten Apotheken an innovativen Leistungsangeboten zu arbeiten.“

### ERGEBNIS: ERFOLG!

Alle relevanten Wege zum Münchener Messegelände wurden mit dem Leitmotto, der entscheidenden Frage „Wo ist LINDA?“ großzügig plakatiert. Zur Messeöffnung platzierten sich 20 gebuchte Promoter strategisch günstig am Haupteingang, an den Zufahrten zum Parkplatz sowie an den U-Bahn-Stationen. Dort wurden die schon durch die Plakatierung aufmerksam gemachten Besucher mit großen LINDA Tragetaschen zum Sammeln ihres Messematerials beschenkt. Der Inhalt der Taschen: LINDA Lanyards, Müsliriegel mit einem Hinweis auf die LINDA Onlineservices sowie Gewinnspielpostkarten.

Der geplante Überraschungseffekt funktionierte:

7.500 verteilte LINDA Tragetaschen, ein exklusiver Pressebericht im reichweitenstärksten Fachmedium apotheke adhoc, über 1.000 Klicks auf die Aktions-Landingpage zur Guerilla-Aktion, zahlreiche positive Rückmeldungen seitens der Kooperations- und Industriepartner sowie der LINDA Apotheken.

Ohne eigenen Messestand war die Marke LINDA Apotheken das Gesprächsthema des Tages. Mit überschaubarem Aufwand wurde eine starke und positive Wahrnehmung der Kooperation erzielt.





# LINDA AG LAGEBERICHT

für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2017 bis zum 30. September 2018

## 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 1.000 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. Rund 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-Grad-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 2018“, herausgegeben von der ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände e. V., waren zum Jahresende 2017 in Deutschland 19.748 Apotheken aktiv. Der Rückgang um 275 Apotheken im Vergleich zum Vorjahr bedeutet damit erstmals ein Unterschreiten der 20.000er-Marke für die Apotheken in Deutschland. Von den insgesamt 19.748 Apotheken waren 15.236 Einzelapotheken bzw. Hauptapotheken mit 4.512 Filialen. Die Filialisierung nimmt weiterhin zu (+2,2 %). Im europäischen Vergleich ist die Anzahl der deutschen 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 Beschäftigten in den Apotheken in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr auf 157.284 angestiegen (Frauenanteil 89,2 %). Davon sind 51.098 Apothekerinnen und Apotheker (+975) und 7.395 Auszubildende.

Weniger Apotheken bei gleichzeitig steigenden Beschäftigtenzahlen zeigt die Notwendigkeit einer pharmazeutisch anspruchsvollen Kundenberatung und verdeutlicht auch die in der Politik oft unterschätzte Bedeutung der Apotheken im deutschen Gesundheitswesen.

Noch im Jahr 2018 könnte ein Gesetzentwurf der Bundesregierung „Terminservice- und Versorgungsgesetz – TSVG“ verabschiedet werden. Für die deutschen Apotheken sind negative wirtschaftliche Auswirkungen denkbar, da das TSGV auch eine Änderung der Arzneimittelpreisverordnung vorsieht.

## 2. Geschäftsverlauf

Die LINDA AG unterstützte im Berichtsjahr die LINDA Apotheken nachhaltig mit erfolgreichen Beratungs- und Verkaufsförderungsaktionen. Die im letzten Geschäftsjahr erarbeitete Optimierung der POS-Aktionen wurde 2018 mit Erfolg realisiert.

Des Weiteren sind die Markteinführung sowie die fortlaufenden Entwicklungsarbeiten an der Digitalisierungsstrategie „LINDA Onlineservices“, die digitale Filiale für jede LINDA Apotheke sowie das Angebot der LINDA Apotheken App für eine einfache und nutzerorientierte Rezeptvorbestellung, besonders hervorzuheben. Die Anbindung erster Apotheken erfolgte Anfang 2018. Bis Ende des Geschäftsjahres 2017/2018 waren rund 500 LINDA Apotheken live am Markt.

Gemeinsam mit der Kommission Kommunikation & Medien des MVDA e. V. hat die LINDA Geschäftsstelle die stetige Optimierung des LINDA Tragetaschen-Sortiments weiterverfolgt. 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 wurde im Geschäftsjahr 2017/2018 die neue hochwertige LINDA Premiumtragetasche eingeführt.

Kooperationen mit Geschäftspartnern eröffnen für die Zukunft weitere Chancen. Herauszustellen ist in besonderer Form die im vergangenen Geschäftsjahr

vorbereitete Kooperation mit dem Wort & Bild Verlag. Zu Beginn 2018 erfolgte die Realisierung der strategischen Zusammenarbeit. Im Januar wurde die erste Apotheken Umschau mit LINDA *SPEZIAL* Beihefter an die LINDA Apotheken und deren Kunden herausgegeben, ebenso das medizini mit integrierten LINDANI Kindermarketinginhalten und eine neue Form des LINDA Rätselheftes. Im September 2018 wurde erstmalig ein Zusatzumschlag (Flying Page) zur aufmerksamkeitsstarken Vermarktung des LINDA Digitalangebotes umgesetzt. Dies ist ein Zeichen für die vernetzte, strategische Marketingarbeit im Interesse der LINDA Apotheken. Die LINDA AG verspricht sich für die LINDA Apotheken mit der Kooperation eine deutliche Reichweitensteigerung der Wahrnehmung der Marke LINDA im Interesse der LINDA Apotheken. Für das kommende Geschäftsjahr wird die Kooperation auch im Digitalbereich für weitere sinnhafte Unterstützung sorgen, indem auf die professionelle Fachredaktion des Verlages zurückgegriffen wird, um Gesundheitsthemen unique auf der LINDA Endkundenplattform linda.de einzusetzen.

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 TESTBILD, DIE WELT oder FOCUS-MONEY.

Von großer Bedeutung für das Unternehmen sind darüber hinaus die Eigenmarken PRIMA und OVIVO. Im vergangenen Geschäftsjahr 2017/2018 wurde deshalb eine Strategie entwickelt, die diesem Thema zukünftig noch mehr Beachtung seitens der MVDA und LINDA Apotheken schenken soll. Die MVDA Apotheken, also die Apotheken, die Mitglieder im MVDA e. V. sind, aber sich nicht der LINDA Apothekenkooperation angeschlossen haben, können ebenfalls von dem Leistungsangebot der Eigenmarken PRIMA und OVIVO profitieren.

Zum Ende des Geschäftsjahres 2017/2018 beschäftigte die LINDA AG 41 Mitarbeiter (im Vorjahr 40; ohne Vorstände). Davon waren 18 (im Vorjahr 17) männlich, 23 (wie im Vorjahr) weiblich. Die Gesellschaft verfügt über keine Zweigniederlassungen.

Das Berichtsjahr war für die LINDA AG mit einem Jahresüberschuss in Höhe von Mio. EUR 0,8 (im Vorjahr Mio. EUR 0,4) zufriedenstellend. Die im Geschäftsbericht des Vorjahres genannten Eckdaten für die Prognose des Geschäftsjahres 2017/2018 wurden hinsichtlich des Umsatzes übertroffen. Auch der Jahresüberschuss liegt deutlich über dem im Lagebericht des Vorjahres genannten Korridor, was unter anderem sowohl auf Einzelsachverhalte als auch durch günstige Entwicklungen in den Projekten und in den Kooperationen mit Industriepartnern zurückzuführen ist. Außerdem war eine hohe Steuerrückzahlung zu verzeichnen, die einen mehrere Jahre zurückliegenden Sachverhalt betraf. Dementsprechend liegt auch das Eigenkapital oberhalb der prognostizierten Bandbreite. Der Vorstand beabsichtigt, auch im Berichtsjahr einen Jahresbonus an die LINDA Apotheken auszukehren.

### 3. Ertragslage

Die Umsatzerlöse beliefen sich im Berichtsjahr auf Mio. EUR 17,2 (im Vorjahr Mio. EUR 18,0). Verbessert haben sich dabei die Erlöse aus Werbekostenzuschüssen und Industriekooperationen, rückläufig waren die Umsätze im Bereich der Mitglieder und der Geschäftsbesorgung für Unternehmen des MVDA Verbundes.

Mit Mio. EUR 9,2 war der Wareneinsatz rund Mio. EUR 0,8 niedriger als im Jahr davor. Dieser Rückgang ist hauptsächlich auf den um rund Mio. EUR 1,1 geringeren Aufwand für bezogene Waren zurückzuführen.

Mit Mio. EUR 3,8 lagen die Personalaufwendungen leicht um Mio. EUR 0,2 über dem Vorjahreswert.

Deutlich rückläufig waren die sonstigen betrieblichen Aufwendungen mit Mio. EUR 3,4 nach Mio. EUR 4,2 im Vorjahr. Ursächlich hierfür waren vor allem die gegenüber dem Vorjahr um Mio. EUR 0,5 verringerten Rechts- und Beratungskosten.

Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf Mio. EUR 1,0 nach Mio. EUR 0,6 im Vorjahr. Nach Abzug der Steuern belief sich der Jahresüberschuss auf Mio. EUR 0,8 (im Vorjahr Mio. EUR 0,4).

### 4. Finanzlage

Die Zahlungsfähigkeit der Gesellschaft war unterjährig jederzeit gegeben. Die Gesellschaft finanzierte ihren Geschäftsbetrieb im Geschäftsjahr 2017/2018 aus der vorhandenen Liquidität und aus dem Cashflow der laufenden Geschäftstätigkeit.

Zum Bilanzstichtag verfügt die Gesellschaft über frei verfügbare Bankbestände in Höhe von Mio. EUR 8,7. 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 weiterhin risikoarme Anlageformen bevorzugt.

### 5. Vermögenslage

Mit Mio. EUR 11,9 ist die Bilanzsumme gegenüber dem Vorjahr um rund Mio. EUR 0,2 rückläufig. Dies ist im Wesentlichen auf um Mio. EUR 0,3 geringere Forderungen gegen verbundene Unternehmen zurückzuführen. Die Investitionen im Anlagevermögen betrafen im Wesentlichen immaterielle Vermögensgegenstände.

Der Eigenkapitalanteil an der Bilanzsumme beläuft sich auf 60,9 % (im Vorjahr 54,2 %). Auf Beschluss der Hauptversammlung am 18. April 2018 zahlte die

LINDA AG eine Dividende in Höhe von Mio. EUR 0,1, was der Vorzugsdividende der ausgegebenen Vorzugsaktien entspricht. Das Eigenkapital beläuft sich zum Bilanzstichtag auf Mio. EUR 7,3 und hat sich zum Vorjahr um Mio. EUR 0,7 erhöht. Durch das im Vergleich zu Rückstellungen und Verbindlichkeiten 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 Verpflichtungen in Höhe von Mio. EUR 3,8 (im Vorjahr Mio. EUR 3,4) gebildet. Größte zurückgestellte Einzelposten sind Aufwendungen für die Jahresbonifizierung an die LINDA Apotheken, die voraussichtlich im Dezember 2018 ausgezahlt werden.

Die Verbindlichkeiten in Höhe von Mio. EUR 0,9 sind um Mio. EUR 1,3 rückläufig und kurzfristiger Natur. Es existieren 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 Apothekendachmarke inhabergeführter Apotheken. Die Attraktivität der Marke wird durch neue Konzepte nachhaltig gestärkt. Die Jahresbonifizierung und die detaillierten Konzepte wie greenLINDA und weitere neue Projekte 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, weiter Teilnehmer für die Kooperation „LINDA Apotheken“ zu gewinnen.

Die Entwicklung eines zeitgemäßen Digitalkonzeptes im Rahmen der Unternehmensstrategie wurde im Geschäftsjahr 2017/2018 mit der Einführung am Markt vorangetrieben. Unsere Erwartungshaltung ist, dass das neue digitale Serviceangebot, bestehend aus der digitalen Filiale für jede LINDA Apotheke und der LINDA Apotheken App, uns bei der Bestandskundenpflege sowie der Neukundengewinnung zielführend unterstützen wird.

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 Apothekern 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 2017/2018 550 Apotheker, die durch ihr hohes Maß an Umsetzung die zukunftssträchtigen Neuentwicklungen für die LINDA Gemeinschaft unterstützten.

## 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. 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 immer noch nicht erklärt hat, ob beziehungsweise wie er hierauf 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 bspw. 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.

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 im Geschäftsjahr 2018/19 aus. Verhandlungen über eine Vertragsverlängerung werden derzeit geführt. In der Finanz- und Erfolgsplanung für das Geschäftsjahr 2018/2019 hat der Vorstand die finanziellen Beiträge aus dem Vertragsverhältnis nur in konservativer Höhe berücksichtigt. Bei Vertragsverhältnissen, die zum jetzigen Zeitpunkt ungekündigt sind, wird für die Finanz- und Erfolgsplanung ebenfalls unterstellt, dass

die Vertragsbeziehungen im Geschäftsjahr 2018/2019 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 2017/2018 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 Kooperationsapotheken 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 Vorstands 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.

### 3. Prognose

Folgende Eckdaten sind für das Geschäftsjahr 2018/2019 geplant:

|                            | (in Mio. EUR) |
|----------------------------|---------------|
| Umsatzerlöse               | 16,0 bis 16,5 |
| Jahresergebnis vor Steuern | -0,5 bis -0,3 |
| Eigenkapital               | 6,7 bis 6,9   |

Das geplante negative Ergebnis ist auf signifikante Aufwendungen in Zusammenhang mit wichtigen Projekten (insbesondere Digitalisierungsprojekte) 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 nur zu einem geringeren Teil um aktivierungsfähige Vorgänge.

Der frei verfügbare Finanzmittelbestand wird sich im Geschäftsjahr 2018/2019 auf ein zum Bilanzstichtag weiterhin gleichbleibend hohes Niveau belaufen.

Es wird erwartet, dass der Bestand der LINDA Apotheken im Geschäftsjahr 2018/2019 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 13. Dezember 2018



Dr. Christian Beyer

Vorstand



Volker Karg

Vorstand



Georg Rommerskirchen

Vorstand





# LINDA AG GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2017 bis zum 30. September 2018

|  | <b>2017/2018<br/>EUR</b> | <b>2016/2017<br/>EUR</b> |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 1. Umsatzerlöse  | 17.180.417,77            | 17.978.871,61            |
| 2. Sonstige betriebliche Erträge   | 389.068,21               | 688.337,16               |
| 3. Materialaufwand   |                          |                          |
| a) Aufwendungen für bezogene Waren   | 7.413.210,60             | 8.480.684,31             |
| b) Aufwendungen für bezogene Leistungen  | 1.806.054,94             | 1.562.720,17             |
| 4. Personalaufwand   |                          |                          |
| a) Löhne und Gehälter  | 3.313.453,67             | 3.170.528,67             |
| b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung<br>– davon für Altersversorgung EUR 36.319,08 (i. V. EUR 34.319,08) – | 478.886,27               | 461.070,10               |
| 5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände<br>des Anlagevermögens und Sachanlagen                                 | 141.794,59               | 148.448,50               |
| 6. Sonstige betriebliche Aufwendungen  | 3.435.032,35             | 4.198.504,53             |
| 7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge  | 61.080,00                | 1.764,56                 |
| 8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen  | 4.252,95                 | 4.974,85                 |
| 9. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag  | 481.621,40               | 230.464,99               |
| <b>10. Ergebnis nach Steuern</b>   | <b>556.259,21</b>        | <b>411.577,21</b>        |
| 11. Sonstige Steuern   | -247.074,48              | 2.194,38                 |
| <b>12. Jahresüberschuss</b>  | <b>803.333,69</b>        | <b>409.382,83</b>        |
| 13. Gewinnvortrag  | 2.715.702,67             | 2.401.779,84             |
| <b>14. Bilanzgewinn</b>  | <b>3.519.036,36</b>      | <b>2.811.162,67</b>      |

# LINDA AG BILANZ

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2017 bis zum 30. September 2018

| AKTIVA  | 30.09.2018<br>EUR    | 30.09.2017<br>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 | 312.139,00           | 150.746,00           |
| II. Sachanlagen   |                      |                      |
| Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung  | 286.173,00           | 316.875,00           |
|   | <b>598.312,00</b>    | <b>467.621,00</b>    |
| <b>B. Umlaufvermögen</b>  |                      |                      |
| I. Vorräte  |                      |                      |
| 1. Waren  | 815.513,58           | 547.013,71           |
| 2. Geleistete Anzahlungen   | 0,00                 | 19.136,00            |
|   | <b>815.513,58</b>    | <b>566.149,71</b>    |
| II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände   |                      |                      |
| 1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen   | 1.241.762,69         | 930.448,73           |
| 2. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht  | 6.183,32             | 2.178,67             |
| 3. Forderungen gegen nahestehende Unternehmen   | 23.696,18            | 365.608,75           |
| 4. Sonstige Vermögensgegenstände<br>– davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr<br>EUR 18.786,63 (i. V. EUR 21.794,58) –     | 329.361,40           | 547.486,65           |
|   | <b>1.601.003,59</b>  | <b>1.845.722,80</b>  |
| III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten  | 8.700.245,50         | 9.036.145,16         |
|   | <b>11.116.762,67</b> | <b>11.448.017,67</b> |
| <b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>  | <b>232.400,50</b>    | <b>207.008,50</b>    |
|   | <b>11.947.475,17</b> | <b>12.122.647,17</b> |

| <b>PASSIVA</b>  | <b>30.09.2018<br/>EUR</b> | <b>30.09.2017<br/>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  | 3.519.036,36              | 2.811.162,67              |
|   | <b>7.275.623,36</b>       | <b>6.567.749,67</b>       |
| <b>B. Rückstellungen</b>  |                           |                           |
| 1. Steuerrückstellungen   | 474.686,00                | 0,00                      |
| 2. Sonstige Rückstellungen  | 3.334.925,00              | 3.405.370,00              |
|   | <b>3.809.611,00</b>       | <b>3.405.370,00</b>       |
| <b>C. Verbindlichkeiten</b>   |                           |                           |
| 1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen<br>– davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr<br>EUR 743.899,22 (i. V. EUR 1.587.768,69) –                                      | 743.899,22                | 1.587.768,69              |
| 2. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen,<br>mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht<br>– davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr<br>EUR 17.378,45 (i. V. EUR 105.088,22) – | 17.378,45                 | 105.088,22                |
| 3. Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Unternehmen<br>– davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr<br>EUR 42.492,26 (i. V. EUR 24.570,26) –                                     | 42.492,26                 | 24.570,26                 |
| 4. Sonstige Verbindlichkeiten<br>– davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr<br>EUR 58.470,88 (i. V. EUR 432.100,33) –<br>– davon aus Steuern EUR 53.505,32 (i. V. EUR 432.100,33) – | 58.470,88                 | 432.100,33                |
|   | <b>862.240,81</b>         | <b>2.149.527,50</b>       |
|   | <b>11.947.475,17</b>      | <b>12.122.647,17</b>      |



# LINDA AG ANHANG

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2017 bis zum 30. September 2018

## 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 2017 bis zum 30. September 2018 wurde nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB) und des Aktiengesetzes (AktG) aufgestellt.

Die für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Bewertungsvorschriften wurden unter Berücksichtigung der Fortführung der Unternehmertätigkeit 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.

## 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 (bis 31. Dezember 2017) bzw. EUR 800,00 (ab 1. Januar 2018) 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. 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.

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:

#### ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS

|  | Anschaffungskosten |            |            | 30.09.2018   |
|--|--------------------|------------|------------|--------------|
|  | Vortrag            | Zugang     | Abgang     |              |
|  | EUR                | EUR        | EUR        | EUR          |
| <b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b><br>Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten | 924.518,66         | 226.918,59 | 224.871,71 | 926.565,54   |
| <b>II. Sachanlagen</b><br>Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung   | 1.314.910,79       | 46.222,00  | 412.481,93 | 948.650,86   |
|  | 2.239.429,45       | 273.140,59 | 637.353,64 | 1.875.216,40 |

|  | Abschreibungen |            |            | Buchwerte    |            |            |
|--|----------------|------------|------------|--------------|------------|------------|
|  | Vortrag        | Zugang     | Abgang     | 30.09.2018   | 30.09.2018 | 30.09.2017 |
|  | EUR            | EUR        | EUR        | EUR          | EUR        | EUR        |
|  | 773.772,66     | 65.525,59  | 224.871,71 | 614.426,54   | 312.139,00 | 150.746,00 |
|  | 998.035,79     | 76.269,00  | 411.826,93 | 662.477,86   | 286.173,00 | 316.875,00 |
|  | 1.771.808,45   | 141.794,59 | 636.698,64 | 1.276.904,40 | 598.312,00 | 467.621,00 |

## 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. 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 2.716 (i. V. TEUR 2.402) enthalten.

## Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen beinhalten Rückstellungen für das Bonifizierungsprogramm (TEUR 2.340), für Personalkosten (TEUR 613), für ausstehende Rechnungen (TEUR 100) sowie für übrige Verpflichtungen (TEUR 282). Die sonstigen Rückstellungen haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr. Auf eine Abzinsung der Rückstellungen wurde wegen der Kurzfristigkeit verzichtet.

## Verbindlichkeiten (Forderungen) gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht

Hier werden Verbindlichkeiten (Forderungen) gegenüber dem MVDA Marketing Verein Deutscher

Apotheker e. V., Köln, aus laufenden Verrechnungen ausgewiesen.

## Verbindlichkeiten (Forderungen) gegenüber nahestehenden Unternehmen

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

## Angaben nach § 285 Nr. 31 HGB

Im Posten „Sonstige Steuern“ ist ein Ertrag in Höhe von TEUR 249 sowie im Posten „Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge“ ein Betrag in Höhe von TEUR 61 enthalten. Die Erträge resultieren aus Umsatzsteuererstattungen für die Jahre 2009-2013 sowie darauf entfallende Zinsen.

## 4. SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Der Gesamtbetrag der sonstigen finanziellen Verpflichtungen beträgt TEUR 1.796 (i. V. TEUR 2.060). Sonstige finanzielle Verpflichtungen bestehen aus Leasingverpflichtungen mit Laufzeiten zwischen ein bis drei Jahren in Höhe von TEUR 95 (i. V. TEUR 97) sowie aus Mietverpflichtungen in Höhe von TEUR 1.701 (i. V. TEUR 1.963), die eine Laufzeit bis 2025 haben.

## 5. MITARBEITER

Im Jahresdurchschnitt wurden 41 (i. V. 40) Mitarbeiter beschäftigt (ohne Vorstand), davon 37 (i. V. 37) Mitarbeiter in Vollzeit und 4 (i. V. 3) Mitarbeiter in Teilzeit. Von den im Jahresdurchschnitt beschäftigten Mitarbeitern sind 23 (i. V. 23) weiblich und 18 (i. V. 17) männlich.



## 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 Dr. Christian Beyer**, Potsdam

(Vorstand Finanzen und IT)

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 146.

## 7. VORGÄNGE VON BESONDERER BEDEUTUNG NACH DEM ABSCHLUSS- STICHTAG

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. ERGEBNISVERWENDUNGSVORSCHLAG

Der Vorstand wird der Hauptversammlung für das  
Geschäftsjahr 2017/2018 vorschlagen, an die Vor-  
zugsaktionäre 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 3.423.576,36 soll auf neue Rechnung vorgetragen  
werden.

Köln, den 13. Dezember 2018



**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 2017 bis zum 30. September 2018 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, 13. Dezember 2018

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)  
t 022 36 . 8 48 78 - 74  
f 022 36 . 8 48 78 - 40  
bandke@linda-ag.de

René Baron (PR Manager)  
t 022 36 . 8 48 78 - 53  
f 022 36 . 8 48 78 - 953  
baron@linda-ag.de

## GESTALTUNG

MARKENRITTER GmbH  
Ländchenweg 3  
65191 Wiesbaden  
t 06 11 . 71 02 35 - 0  
info@markenritter.de

## BILDNACHWEIS

Seite 8 LINDA AG; Seite 10 freestocks.org/unsplash; Seite 12 Montage: andresr/Getty Images, nadla/Getty Images

## 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

---