

Informationen für unsere Aktionäre zum 1. Halbjahr 2011

Neues aus der HARTMANN GRUPPE

US-Auftritt im HARTMANN-Look

Die im Zuge der Akquisition von Whitestone übernommene US-amerikanische Inkontinenzproduktmarke Dignity wurde im Packungsdesign überarbeitet und in das HARTMANN-Portfolio integriert. Der neue Dignity-Auftritt ist der erste Schritt bei der Entwicklung von klinisch getesteten und besonders hautfreundlichen Produkten für den Großhandel, der Altenheimelieferanten beliefert. Die optisch an MoliCare-Produkte angelehnte Verpackung unterstützt durch anschauliche Illustrationen und verständliche Anleitungen eine kundenorientierte Markenpositionierung auch im Homecare-Markt.

Wachstumsmarkt „Latexfrei“

HARTMANN folgt bei der Herstellung von Produkten und Verpackungen dem Trend, sukzessive auf den Einsatz von Naturlatex zu verzichten, das bei vielen Menschen Allergien auslösen kann. Ein von der HARTMANN-Tochtergesellschaft Karl Otto Braun (KOB) entwickeltes innovatives Fertigungsverfahren erlaubt jetzt die Beschichtung der kohäsiven Fixierbinde Peha-haft mit einem synthetischen Polymer anstelle von Latex. Zur Umsetzung dieses Produktionsverfahrens investierte KOB in Wolfstein mehrere Millionen Euro in eine neue Beschichtungsanlage. Damit kann HARTMANN die Kapazitäten für die Produktion latexfreier Binden erhöhen und weiteres Marktpotenzial erschließen. Daneben stellt HARTMANN mit Peha-soft nitrile auch Untersuchungs- und Schutzhandschuhe ohne Naturlatex her. Darüber hinaus werden latexhaltige Verpackungen, wie beispielsweise Peelbeutel, schrittweise auf latexfreie Alternativen umgestellt.

Auszeichnung für das Logistikzentrum in Belleville

Das im vergangenen Jahr eingeweihte HARTMANN-Logistikzentrum im französischen Belleville wurde von der Zeitschrift „Le Journal de la Logistique“ anlässlich der Internationalen Messe für Transport und Logistik in Paris mehrfach ausgezeichnet. Die Jury vergab Preise für die Leistungsfähigkeit in den Bereichen „Mitarbeiterführung“ und „Nachhaltiges Wirtschaften“. Zusätzlich verlieh die Jury aus Politik- und Wirtschaftsvertretern Belleville den Gesamtpreis Trophée d'Or (Goldene Trophäe) 2011 für die beste europäische Logistikplattform. Kriterien waren beispielsweise Kundenorientierung und Nachhaltigkeit sowie Arbeitsbedingungen und Weiterbildung.

Investitionen am Logistikstandort Brück

Im Mai 2011 starteten die Bauarbeiten für ein weiteres Hochregallager mit über 8.500 zusätzlichen Palettenplätzen im Logistikzentrum Brück. Außerdem entsteht eine neue Versandhalle mit weiteren 2.500 Palettenplätzen für die Kommissionierung von Produkten. Die Investition trägt unter anderem dem gestiegenen Bedarf an Logistikkapazitäten Rechnung, der aufgrund der Inbetriebnahme von schnelleren Maschinen zur Herstellung von

Inkontinenzprodukten im Betrieb Brück entstanden ist, und ermöglicht die weitere Optimierung von Warenflüssen.

KVP-Methode auch bei BODE eingeführt

Mit der Integration der Fertigung von Desinfektionsmitteln bei BODE in Hamburg in das HARTMANN-Produktionssystem werden die Prozesse nun nach den Methoden des Kontinuierlichen Verbesserungsprozesses (KVP) auf Optimierungsmöglichkeiten analysiert. Projekte zur Prozessoptimierung befassen sich momentan beispielsweise mit dem Auftragswechsel an den Fertigungslinien und den damit verbundenen Maschinenstillstandszeiten.

CMC-Strategie für weiteres Wachstum

Im Rahmen seines Besuchs bei der CMC Consumer Medical Care GmbH im neuen Domizil in Sontheim bei Heidenheim informierte sich Vorstandsvorsitzender Dr. Rinaldo Riguzzi über die langfristige Ausrichtung des Tochterunternehmens. Mehrere Strategieelemente dienen dem Ziel eines nachhaltig profitablen Wachstums der CMC: Fokussierung auf das Handelsmarkengeschäft, Innovationen (zum Beispiel bei feuchten Kosmetikpads in Zusammenarbeit mit namhaften Markenherstellern aus der Kosmetikindustrie oder bei trockenen Wattepaden mit neuer Materialkombination), Investitionen in den Betrieb Düren zur Optimierung der Produktionsabläufe sowie eine Modernisierung des Markenauftritts.

Altenpflege trifft Politik

2011 ist von der deutschen Gesundheitspolitik zum „Jahr der Pflege“ erklärt worden. Die damit verbundene Reform der Pflege wird auch Auswirkungen auf die Rahmenbedingungen der stationären Altenpflege haben. Deshalb kamen am 26. Mai 2011 auf Einladung des HARTMANN-Hauptstadtbüros unter dem Motto „Altenpflege trifft Politik“ rund 30 Top-Kunden aus stationären Pflegeeinrichtungen und die pflegepolitischen Sprecher von vier Bundestagsfraktionen in Berlin zusammen. Die Statements der Parteivertreter zeigten, dass durchaus Einigkeit hinsichtlich der Eckpfeiler einer zeitgemäßen Pflege besteht. Die größten Meinungsverschiedenheiten bestanden erwartungsgemäß bei der Finanzierung der Pflegeleistungen angesichts des demographischen Wandels.

Lebenslanges Lernen als Programm

Bei der französischen HARTMANN-Tochtergesellschaft unterstützt das Programm „Parcours d'Excellence Professionnelle“ (PEP) die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei einer maßgeschneiderten beruflichen Weiterentwicklung. Es basiert auf einer zukunftsorientierten Begleitung der Mitarbeiter, um sie auf neue berufliche Herausforderungen vorzubereiten. Nach der Definition der Anforderungen an das Berufsbild werden Stärken und Schwächen der betroffenen Mitarbeiter identifiziert und Schulungsmaßnahmen sowie praktische Trainings am Arbeitsplatz abgeleitet. Das Programm richtet sich im ersten Schritt an Vertriebsmitarbeiter im Außen- und Innendienst und wird derzeit auf weitere Berufsfelder ausgeweitet.

Geschäftsverlauf im 1. Halbjahr 2011

Wachstum in allen Geschäftssegmenten

Trotz des schwierigen Marktumfelds verzeichnete die HARTMANN GRUPPE in den ersten sechs Monaten 2011 weltweit Umsatzerlöse in Höhe von 845,3 Mio. EUR. Dies entspricht einem Plus von 6,2 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Anteile der Geschäftssegmente der HARTMANN GRUPPE am Gesamtumsatz per 30. Juni 2011

in Mio. EUR und Prozent



Das Segment Wundmanagement verzeichnete per 30. Juni 2011 eine Steigerung der Umsatzerlöse um 4,4 % auf 227,3 Mio. EUR. Zuwächse verzeichneten wir insbesondere bei Produktsystemen für die moderne Wundbehandlung und bei postoperativen Verbänden. Auch bei klassischen Verbandstoffen ist es HARTMANN gelungen, seine Marktposition zu verbessern.

Im Geschäftssegment Inkontinenzmanagement konnten wir unsere Kundenumsätze um 3,3 % auf 301,6 Mio. EUR erhöhen. Entsprechend dem Trend in der stationären Pflege, von ein- auf zweiteilige Produktsysteme umzustellen, trugen insbesondere MoliForm Inkontinenzvorlagen zum Wachstum des Geschäftssegments bei. MoliCare Mobile, die Inkontinenzhose für mobile Patienten, verzeichnete im 1. Halbjahr 2011 wiederum ein zweistelliges Wachstum. Die neue Generation der Inkontinenzeinlage MoliMed profitierte von einer erfreulichen Kundenakzeptanz im medizinischen Fachhandel.

Das zweistellige Wachstum im Segment Infektionsmanagement setzte sich im weiteren Verlauf des Geschäftsjahrs 2011 fort. Die Umsätze zogen per 30. Juni 2011 um 16,0 % auf 191,6 Mio. EUR an. Das Wachstum resultierte insbesondere aus Zuwächsen in den Produktkategorien OP-Komplettssets, Händedesinfektion und Handschuhe.

Per 30. Juni 2011 lag der Anteil der medizinischen Kernsegmente am Gesamtumsatz bei 85,2 %.

Bei den weiteren Konzernaktivitäten lagen die Umsätze der HARTMANN GRUPPE per 30. Juni 2011 bei 124,8 Mio. EUR. Dies entspricht einer Steigerung um 3,1 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Zu dieser Steigerung trug insbesondere die CMC-Gruppe bei; die Tochtergesellschaften Kneipp und NOGE verzeichneten ebenfalls positive Wachstumsraten.

Anteile der Regionen der HARTMANN GRUPPE am Gesamtumsatz per 30. Juni 2011

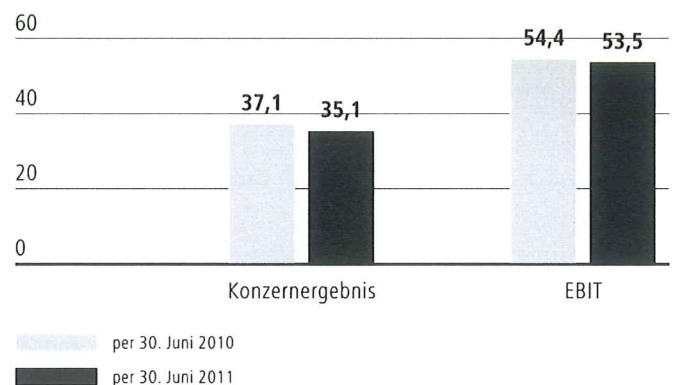
in Mio. EUR und Prozent



In Deutschland, dem größten Absatzmarkt der HARTMANN GRUPPE, lagen die Umsatzerlöse im 1. Halbjahr 2011 bei 288,1 Mio. EUR. Dies entspricht einem Plus von 7,5 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. In Europa (ohne Deutschland) stiegen die Kundenumsätze um 4,4 % auf 460,4 Mio. EUR, maßgeblich hervorgerufen durch das Wachstum in den Regionen Ost- und Zentraleuropa. In Amerika beliefen sich die Umsatzerlöse auf 33,8 Mio. EUR. Der leichte Rückgang resultiert aus dem schwachen Euro gegenüber dem US-Dollar. Die Region Afrika, Asien, Ozeanien verzeichnete im 1. Halbjahr 2011 ein erfreuliches Wachstum. Dort nahmen die Umsätze um 18,9 % auf 63,1 Mio. EUR zu, insbesondere getragen durch das Umsatzplus in Australien sowie bei der japanischen Kneipp-Tochtergesellschaft.

Entwicklung des Konzernergebnisses und EBIT der HARTMANN GRUPPE

in Mio. EUR



Ungünstige Rahmenbedingungen belasten Ergebnis

Angesichts der hoch defizitären Staatshaushalte waren die nationalen Gesundheitssysteme auch im 1. Halbjahr 2011 von massiven Budgetrestriktionen betroffen. Der damit einher gehende Preisdruck auf die Hersteller nahm weiter zu. Darüber hinaus zogen die Rohstoff- und Logistikkosten im Rahmen der gesamtwirtschaftlichen Erholung weiter spürbar an. So stieg der durchschnittliche Preis für Baumwolle in den ersten sechs Monaten 2011 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 125 % auf 4,27 USD/kg. Der Durchschnittspreis für ein Fass Rohöl kletterte im Vergleichszeitraum um 40 % auf 109 USD. Transportkosten für Container- und LKW-Fracht verharrten auf hohem Niveau. Die in unseren Absatzmärkten durchgesetzten Preiserhöhungen konnten diesen Kostenanstieg bislang nicht vollständig kompensieren.

Deshalb reduzierte sich das EBIT der HARTMANN GRUPPE per 30. Juni 2011 um 1,7 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres auf 53,5 Mio. EUR. Das Konzernergebnis ging um 5,4 % auf 35,1 Mio. EUR zurück.

Eigenkapitalquote weiter auf hohem Niveau

Die Eigenkapitalquote lag Ende des 1. Halbjahrs 2011 bei 48,7 %. Zum 30. Juni 2011 betrug die Nettoverschuldung der HARTMANN GRUPPE 221,8 Mio. EUR.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Beschäftigtenzahl leicht gestiegen

Am 30. Juni 2011 waren 10.045 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der HARTMANN GRUPPE beschäftigt. Gegenüber dem Jahresende 2010 entspricht dies einer Zunahme um 63 Personen. Diese Veränderung beruht vor allem auf dem Ausbau der Fertigungskapazitäten in der KOB-Produktionsgesellschaft in Qingdao/China sowie der Vertriebsstrukturen im Wachstumsmarkt Russland. 61,8 % der Beschäftigten waren zum Ende des 1. Halbjahrs 2011 in ausländischen Tochtergesellschaften tätig.

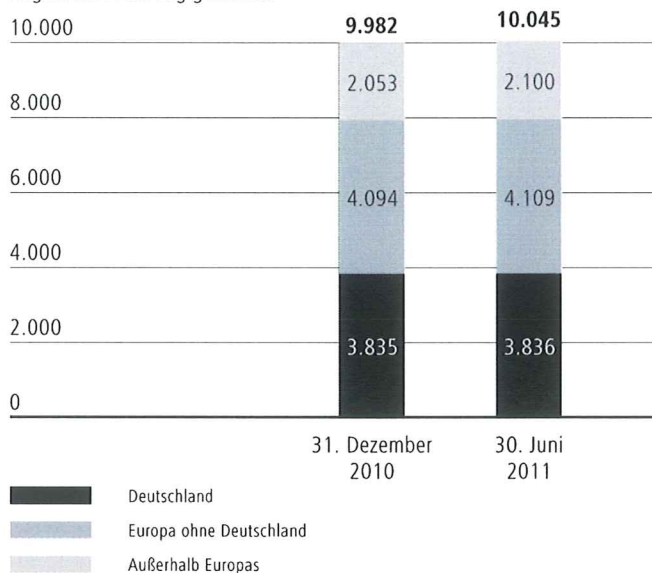
HARTMANN-Aktie

Kursentwicklung

Die HARTMANN-Aktie notierte am 30. Juni 2011 im Open Market der Frankfurter Wertpapierbörse bei 222,05 EUR je Stück und damit um 5,5 % unter dem Jahresschlusskurs 2010 (235,00 EUR je Stück). Aktuell (25. Juli 2011) liegt der Kurs bei 225,00 EUR.

Mitarbeiterzahl in der HARTMANN GRUPPE

Regionenzuordnung geändert



Ausblick

Wachstum und Profitabilität bleiben auch im Geschäftsjahr 2011 oberstes Ziel der HARTMANN GRUPPE. Mit einem am Kundennutzen orientierten Produktportfolio und Mehrwert bietenden Dienstleistungen sehen wir uns als etablierter Markenanbieter gut positioniert, international bei immer mehr Kunden der bevorzugte Partner zu sein. Damit hilft HARTMANN seinen Kunden, Prozesse in Medizin und Pflege wirksam zu unterstützen und eine bestmögliche Patientenversorgung zu ermöglichen.

Wir gehen aber auch weiterhin von einer großen Schwankungsbreite bei Rohstoff- und Logistikkosten sowie bei den Währungsparitäten aus. Die momentane Debatte über geeignete Maßnahmen zur Lösung der Schuldenkrise in einzelnen Volkswirtschaften erschwert eine konkrete Prognose der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der HARTMANN GRUPPE. Der Preisdruck auf Kundenseite wird sich weiter fortsetzen. Vor diesem Hintergrund führen wir unser Effizienzsteigerungsprogramm HARTMANN 2011 mit hoher Intensität fort, um in allen Bereichen des Unternehmens die Produktivität nachhaltig zu verbessern. Im Rahmen eines zusätzlich aufgelegten Ergebnisstabilisierungsprogramms haben wir aktuell konzernweit alle Kostenblöcke auf den Prüfstand gestellt und eine Vielzahl von Maßnahmen zur Ergebnisstabilisierung beschlossen. Diesem Ziel dienen auch weiterhin unsere Anstrengungen, Verkaufspreise im Markt anzuheben. Unter Abwägung aller Einflussfaktoren und angesichts der gestarteten Gegenmaßnahmen erwarten wir für das Jahr 2011 ein operatives Konzernergebnis auf Vorjahresniveau.