HARTMANN

Inform

Informationen für unsere Aktionäre
zum 1. Quartal 2019

HARTMANN Deutschland-Chef Dr. Chima Abuba trifft Bundesgesundheitsminister Jens Spahn auf dem Deutschen Pflegetag 2019

Inhaltsübersicht

An unsere Aktionäre	2
Auf einen Blick	3
Geschäftsverlauf	4
HARTMANN-Aktie	6
Ausblick	6
Pünktlich zur Urlaubszeit: HARTMANN bringt Sterillium® Protect & Care-Reiseset auf den Markt	7
Neues aus der HARTMANN GRUPPE	9
Impressum	12

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit einem Umsatzanstieg um 4,0 % und einer EBIT-Marge von 5,7 % – etwa auf Höhe des Jahresdurchschnitts 2018 – ist die HARTMANN GRUPPE erwartungsgemäß ins Geschäftsjahr 2019 gestartet. Trotz der erschwerten konjunkturellen Rahmenbedingungen und weiter steigender Rohstoffpreise bestätigen wir die Erreichung unserer Ziele für das Gesamtjahr, mit einem moderaten Umsatzwachstum sowie einem EBIT von 102 – 112 Mio. EUR.

Wir werden uns in den kommenden Wochen und Monaten stark auf die nachhaltige Verbesserung der Wettbewerbsposition und Ertragskraft konzentrieren. Dabei geht es um die Ausschöpfung von Potenzialen in Produktion und Logistik oder eine verbesserte Organisationsstruktur genauso wie um forcierte Innovationen, die klaren Kundenmehrwert bringen.

Wie essenziell dies für unser profitables und nachhaltiges Wachstum ist, hat nicht zuletzt die Entwicklung im zurückliegenden Quartal gezeigt: Im Segment Wundmanagement hat HARTMANN ein klar überproportionales Wachstum erzielt, getrieben durch Innovationen wie superabsorbierende Wundauflagen und das Behandlungskonzept HydroTherapy.

Unser Ziel ist es, HARTMANN in punkto Wachstumsstärke, Ertragskraft, Kundenzufriedenheit und Technologieposition nachhaltig fortzuentwickeln.

Mit freundlichen Grüßen

PAUL HARTMANN AG

Britta Fünfstück

Stephan Schulz

Die HARTMANN GRUPPE, ein international führender Hersteller von Medizin- und Pflegeprodukten, betrachtet Gesundheit ganzheitlich und stellt den direkten praktischen Nutzen für die Patienten und das handelnde medizinische Personal in den Vordergrund. Die Nähe zu den Anwendern und Verbrauchern ist Basis für langfristig erfolgreiche und innovative Gesundheitskonzepte. Dies bringen wir mit unserem Markenversprechen „Gesundheit ist unser Antrieb" zum Ausdruck. Den Kern unseres Portfolios bilden professionelle Systemangebote für Wundbehandlung, Inkontinenzversorgung und Infektionsprophylaxe, ergänzt durch konsumentennahe medizinische Sortimente sowie Pflege- und Kosmetikprodukte.

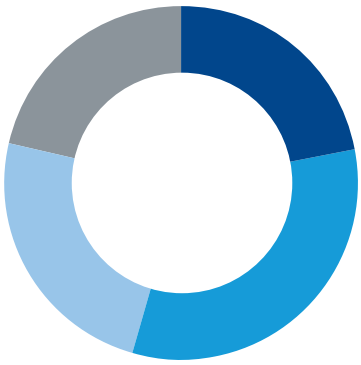
Kennzahlen per 31. März der HARTMANN GRUPPE

in Mio. EUR	**2018**	**2019**	**Veränderung zum Vorjahr** absolut	in %
Umsatzerlöse	516,0	536,4	20,4	4,0
davon Auslandsanteil in %	67,2	68,0		
EBITDA	47,8	53,8	6,0	12,6
EBITDA-Rendite in %	9,3	10,0		
EBIT	31,3	30,6	-0,7	-2,2
EBIT-Rendite in %	6,1	5,7		
Konzernergebnis	20,8	20,5	-0,3	-1,4
Nettoumsatzrendite in %	4,0	3,8		
Eigenkapitalquote in %	60,8	57,8	-3,0 %-Punkte	-4,9
Nettofinanzstatus	73,9	2,7	-71,2	-96,3

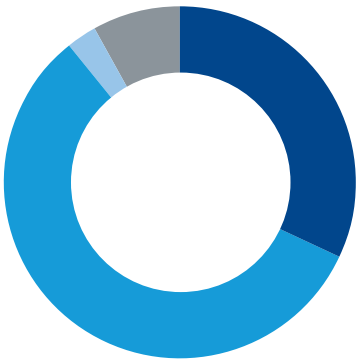
Inhalts-übersicht

Geschäftsverlauf zum 1. Quartal 2019

Anteile der Geschäftssegmente am Gesamtumsatz
in Mio. EUR und Prozent



Anteile der Regionen am Gesamtumsatz
in Mio. EUR und Prozent



HARTMANN startet mit Umsatzanstieg und stabilem Ergebnis ins Jahr 2019

Die HARTMANN GRUPPE hat im ersten Quartal 2019 einen Konzernumsatz von 536,4 Mio. EUR erzielt und den Vergleichswert 2018 (516,0 Mio. EUR) um 4,0 % übertroffen. Das organische Wachstum ohne Währungs-, Akquisitions- und Desinvestitionseffekte lag bei 4,1 %. Alle Segmente erzielten ein Umsatzplus. Dabei trugen die Segmente Wundmanagement und Weitere Konzernaktivitäten deutlich überproportional zum Wachstum bei. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) lag mit 30,6 Mio. EUR annähernd auf Vorjahreshöhe (31,3 Mio. EUR).

Alle Segmente übertreffen Vorjahresumsatz

Die Umsatzerlöse der drei medizinischen Kernsegmente nahmen im Vorjahresvergleich um insgesamt 3,0 % zu. Zusammen steuerten sie 78,8 % (Vorjahr 79,5 %) des Konzernumsatzes bei.

Das Segment Wundmanagement steigerte die Umsatzerlöse gegenüber dem ersten Quartal 2018 um 7,8 % (organisch 8,1 %) auf 118,6 Mio. EUR. Zum kräftigen Umsatzplus trugen vor allem superabsorbierende Wundauflagen und das innovative Behandlungskonzept HydroTherapy bei, die jeweils eine zweistellige Wachstumsrate erreichten. Der dem Segment zugeordnete Geschäftsbereich Personal Healthcare weist einen Umsatz in etwa auf Vorjahreshöhe (+1,1 %) aus.

Im Segment Inkontinenzmanagement lag der Umsatz mit 174,4 Mio. EUR um 0,8 % über dem Vorjahreswert. Das organische Wachstum von 1,2 % geht unter anderem auf ein überdurchschnittliches Wachstum von MoliCare® Mobile und der Hautpflegeserie MoliCare® Skin zurück.

Im Segment Infektionsmanagement nahm der Umsatz um 1,9 % auf 129,9 Mio. EUR zu. Überdurchschnittlich konnte das Desinfektionsmanagement zulegen, unter anderem dank der anhaltenden Absatzerfolge von Sterillium® Med als Kernprodukt für die Händedesinfektion. Kundenspezifische OP-Sets und OP-Handschuhe zeigen eine stabile Umsatzentwicklung.

Der Umsatz des Segments Weitere Konzernaktivitäten kletterte um 7,5 % auf 113,5 Mio. EUR. Das organische Wachstum von 7,2 % geht in erster Linie auf die Absatzerfolge der Handelsmarken der CMC-Gruppe sowie der Bade- und Körperpflegeprodukte der KNEIPP-Gruppe zurück. Die KOB-Gruppe, Weltmarktführer für spezielle medizinische Textilien, konnte den Umsatz ebenfalls steigern.

Inhalts-
übersicht

Dynamisches Wachstum im europäischen Ausland

Das Umsatzplus von 5,0 % im europäischen Ausland trug maßgeblich zum Wachstum der HARTMANN GRUPPE im ersten Quartal 2019 bei. Der überdurchschnittliche Anstieg der Erlöse in den Nachbarstaaten Zentraleuropas (6,2 %) wurde durch positive Wechselkurseffekte unterstützt, während das organische Wachstum von 5,5 % in Osteuropa zu mehr als der Hälfte durch die Währungsentwicklung aufgezehrt wurde. In West- und Südeuropa nahm der Umsatz um 3,9 % zu, während Nordeuropa ein zweistelliges Wachstum erzielen konnte. Die Absatzregionen Amerika und Afrika, Asien, Ozeanien erreichten ein Wachstum oberhalb des Konzerndurchschnitts. Aufgrund des Preisdrucks im Krankenhausgeschäft sowie Bestandsreduktionen beim Pharmagroßhandel blieb Deutschland mit einem Wachstum von 1,7 % etwas hinter der Dynamik der Auslandsmärkte zurück. Diese steigerten ihren Anteil am Umsatz der HARTMANN GRUPPE entsprechend von 67,2 % im Vorjahr auf 68,0 %.

Rohstoffpreise drücken auf EBIT-Marge

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von 30,6 Mio. EUR (Vorjahr: 31,3 Mio. EUR) entspricht einer EBIT-Rendite von 5,7 % nach 6,1 % im Vorjahreszeitraum. Im Rückgang kommt insbesondere die Verteuerung wichtiger Rohstoffe, insbesondere Zellulose, zum Ausdruck, der durch die Wechselkursentwicklung nochmals verstärkt wurde. Das Konzernergebnis lag mit 20,5 Mio. EUR nahe beim Vorjahreswert (20,8 Mio. EUR).

Weiterhin solide Finanzlage und Eigenkapitalbasis

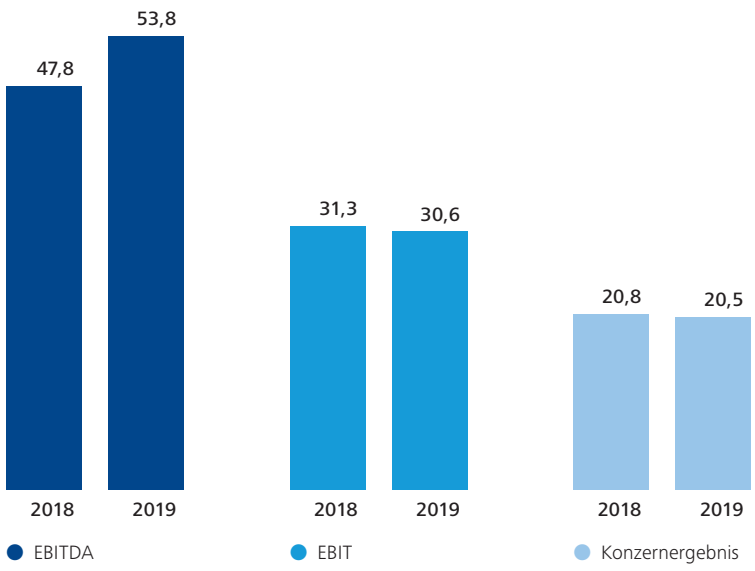
Die Nettofinanzposition der HARTMANN GRUPPE war mit 2,7 Mio. EUR in etwa ausgeglichen. Der deutliche Rückgang gegenüber dem Stand zum Jahresende 2018 (104,5 Mio. EUR) ist auf die Erstanwendung von IFRS 16 zurückzuführen. Hierdurch waren Leasingverbindlichkeiten erstmals bilanziell zu erfassen. Diesen stehen aktivierte Nutzungsrechte an den geleasten Vermögenswerten in gleicher Höhe gegenüber. Detaillierte Informationen hierzu finden sich im Konzernabschluss 2018. Durch die Bilanzverlängerung verringerte sich die Eigenkapitalquote gegenüber dem Bilanzstichtag 2018 um 3,8 Prozentpunkte auf 57,8 % zum 31. März 2019.

Nahezu stabile Beschäftigtenzahl

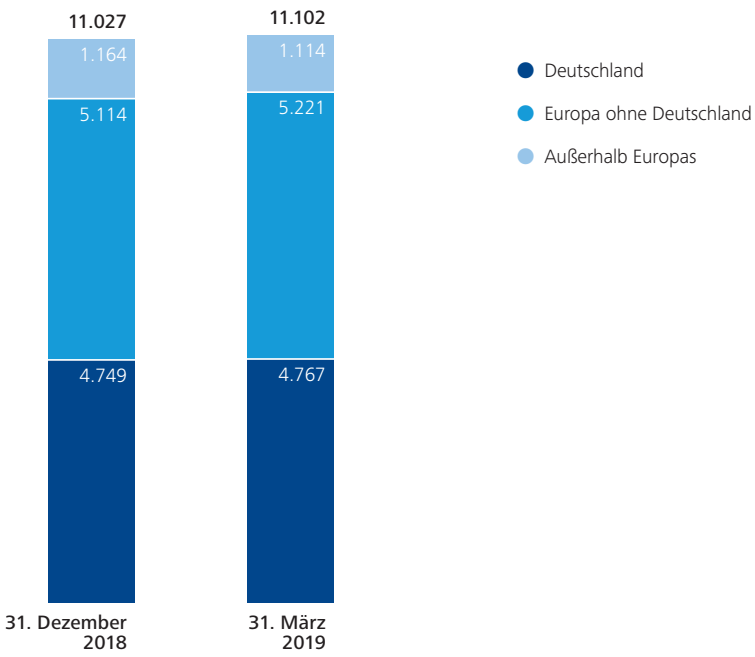
Die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der HARTMANN GRUPPE erhöhte sich über alle Standorte hinweg im Berichtsquartal nur geringfügig um 75 auf 11.102. Davon waren unverändert 43 % in Deutschland und 57 % an ausländischen Standorten tätig.

In Europa war der Anstieg in erster Linie auf den Personalaufbau bei der KOB Medical Devices GmbH in Deutschland sowie den Ausbau des Produktionspersonals in Tschechien und der Vertriebsmannschaft in Frankreich zurückzuführen. Der Rückgang außerhalb Europas geht insbesondere auf produktionsbedingte Anpassungen in Indien und Australien zurück.

Entwicklung des EBITDA, EBIT und Konzernergebnisses der HARTMANN GRUPPE jeweils per 31. März und in Mio. EUR



Mitarbeiterzahl in der HARTMANN GRUPPE

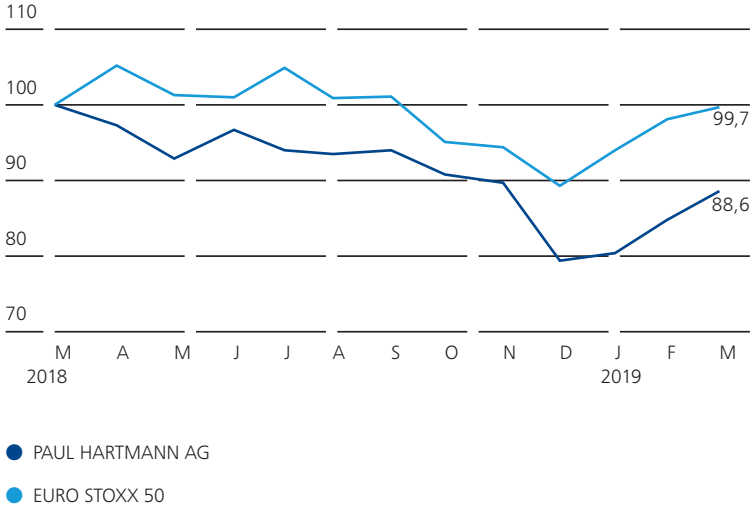


Inhalts-übersicht

HARTMANN-Aktie

Kursentwicklung der HARTMANN-Aktie im Vergleich zum EURO STOXX 50

31. März 2018 (= 100 Prozent) bis 31. März 2019 in Prozent



Entwicklung der HARTMANN-Aktie

Der Börsenkurs der HARTMANN-Aktie lag Ende März 2019 bei 326 EUR je Stück und damit um 34 EUR über dem Jahresendkurs 2018 (292 EUR).

Basisinformationen zur HARTMANN-Aktie

WKN	747404
ISIN	DE0007474041
Handelsplatz	Wertpapierbörse Frankfurt
Segment	Open Market
Aktienart	Girosammelverwahrte Namensstückaktien
Grundkapital	91,3 Mio. EUR
Anzahl Aktien	3.572.424 Stück, davon 20.682 Stück eigene Aktien

Ausblick

Ziele für das Gesamtjahr 2019 bestätigt

Der Ausblick für die globale Gesundheitswirtschaft bleibt trotz der gegenwärtig hohen konjunkturellen Risiken insgesamt positiv. Die Ausweitung der Gesundheitsausgaben in den Entwicklungsländern führen ebenso wie die wachsenden Pflegeansprüche einer alternden Bevölkerung in Verbindung mit Therapie- und Technologie-Fortschritten zu einer langfristig wachsenden Nachfrage nach Medizinprodukten. Politische Entscheidungen über die Finanzierung der Gesundheitssysteme sowie Verschärfungen der gesetzlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen in den Gesundheitssystemen bergen jedoch neben Chancen auch Risiken.

Zusätzliche Herausforderungen resultieren aus Volatilitäten in den Rohstoff- und Währungsmärkten und den hierdurch bedingten Risiken für die Ergebnissituation. Die HARTMANN GRUPPE begegnet diesen weiterhin aktiv mit Absicherungsmaßnahmen. Hinzu kommen die regulatorischen Aufwendungen für die Umsetzung der EU-Medizinprodukteverordnung (MDR).

Unter den getroffenen Annahmen sieht sich die HARTMANN GRUPPE insgesamt gut aufgestellt, um an das moderate Umsatzwachstum des Berichtsjahres 2018 anzuknüpfen. Dabei kann sie sich allerdings, wie auch die Entwicklung im ersten Quartal 2019 zeigt, dem für das Gesamtjahr erwarteten branchenweiten Preis- und Margendruck nicht vollständig entziehen. Der Schwerpunkt wird auf der nachhaltigen Verbesserung der Wettbewerbs- und Kostenposition in den einzelnen Segmenten liegen, hierzu zählen u.a. die Ausschöpfung von Potenzialen in Produktion und Logistik oder eine verbesserte Organisationsstruktur. Ebenso werden sich die Produkt-, Service- und Geschäftsmodellinnovationen des Unternehmens weiterhin am direkten Kundenmehrwert ausrichten. Das EBIT für die HARTMANN GRUPPE wird unverändert zwischen 102 Mio. EUR und 112 Mio. EUR und damit unterhalb des Vergleichswerts 2018 erwartet.

Inhalts-übersicht

Pünktlich zur Urlaubszeit: HARTMANN bringt Sterillium® Protect & Care-Reiseset auf den Markt

Professionelle Anwender im Gesundheitswesen nutzen Sterillium® als marktführendes Hände-Desinfektionsmittel bereits seit mehr als einem halben Jahrhundert. Mit der erfolgreichen Einführung der Sterillium® Protect & Care-Produkte Ende 2018 brachte HARTMANN den Desinfektionsklassiker nun zum ersten Mal in den privaten Bereich.*

Keimfreie Urlaubstage mit dem neuen Sterillium® Protect & Care-Reiseset.

Die Sterillium® Protect & Care-Produkte sind erhältlich als Hände-Desinfektionsgel, Hände-Waschlotion und Desinfektionstücher für Hände und Flächen sowie Flächen-Desinfektionssprays. Endkonsumenten können sie in Apotheken erwerben. Sterillium® Protect & Care ist ein großer Erfolg im Endkonsumenten-Geschäft. Durch das neue Sortiment ist Sterillium® laut INSIGHT Health neben der Kategorie „Einreibe-Händedesinfektion" nun auch führend bei den Flächensprays und den Flächentüchern.

Für ein sicheres und unbeschwertes Gefühl auf Reisen

Rechtzeitig zur Urlaubssaison kommt ab April das Sterillium® Protect & Care-Reiseset in die Apotheken. Besonders unterwegs im Auto, Zug oder Flugzeug ist das Set im handlichen Reiseformat hilfreich, um sich die Hände oder Oberflächen zu desinfizieren. Das Sterillium® Protect & Care-Reiseset ist ein weiterer wichtiger Schritt, mit dem HARTMANN sein Produktportfolio konsequent ausweitet.

„Im Urlaub wollen Menschen entspannen und ihre Freizeit unbeschwert genießen. Mit Sterillium® Protect & Care haben sie ein Desinfektionsmittel, welches wirkungsvoll krankmachende Keime bekämpft, sodass sie sich auf Reisen sicherer fühlen können und weniger Sorgen über Infektionskrankheiten machen müssen", sagt Dr. Henning Mallwitz, Leiter der Forschungsabteilung der Business Division Disinfection/ BODE Chemie.

Unterstützt werden die Vertriebsaktivitäten von zwei Kampagnenvideos mit dem Titel „Moments of Truth". Die Videos zeigen humoristisch jene „Momente der Wahrheit", in denen das steigende Bedürfnis einer klinisch erprobten Hände- und Oberflächendesinfektion zum Schutz vor krankmachenden Keimen deutlich wird – zum Beispiel in Aufzügen oder öffentlichen Toiletten.

* Apothekeneinkauf Deutschland 03/2019 MAT Marktanteil nach Umsatz zu HAP

Inhalts-übersicht

Die Videos wurden über die Social-Media-Kanäle von HARTMANN verbreitet und waren ein großer Erfolg: Nach nur einer Woche hatten sie gemeinsam bereits mehr als eine Million Aufrufe in den sozialen Netzwerken Facebook und Instagram sowie auf der Videoplattform Youtube. Auch wichtige deutsche Medien wie die *Süddeutsche Zeitung*, die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* oder *n-tv* haben die Videos auf ihren Webseiten aufgegriffen. Diese hohe Reichweite zahlt auch auf den Erfolg der Marke Sterillium® ein.

Sterillium® ist „Marke des Jahrhunderts" 2019

Sterillium® steht wie keine andere Marke für die Händedesinfektion und setzt regelmäßig neue Standards in der Hygiene. Aufgrund dieser Bedeutung wurde Sterillium® zum zweiten Mal in Folge zur „Marke des Jahrhunderts" gekürt. Mit dieser Auszeichnung prämiert der Verlag Tempus Corporate, ein Unternehmen des ZEIT Verlags, Marken, die in ihrer Produktgattung stellvertretend für die gesamte Kategorie stehen. Die Auszeichnung ist eine große Ehre für HARTMANN und eine Motivation, auch in Zukunft mit innovativen Produkten und Lösungen Geschichte zu schreiben. Gian Carlo Sciuchetti, Director Business Division Disinfection und Managing Director von BODE Chemie, sieht das Erfolgsrezept von Sterillium® im Zusammenspiel aus „aktiver Forschungsarbeit, hoher Qualität und dem tiefen Verständnis der Bedürfnisse der Anwender".

Desinfektionsmittel vorsichtig verwenden. Vor Gebrauch stets Etikett und Produktinformationen lesen.

Zu den Videos:
„Moment of Truth" in öffentlichen Toiletten: **dpaq.de/Bj9iE**
„Moment of Truth" im Aufzug: **dpaq.de/9MOFD**

Inhalts-übersicht

Die erfolgreiche Video-Kampagne „Moments of Truth" zeigt Alltagssituationen, in denen das steigende Bedürfnis einer klinisch erprobten Hände- und Oberflächendesinfektion deutlich wird.

Neues aus der HARTMANN GRUPPE

Ein starkes Team: v.l. Jürgen Graalmann, Geschäftsführer „Die Brückenköpfe“, Andreas Westerfellhaus, Pflegebevollmächtigter der Bundesregierung, Dr. Chima Abuba, HARTMANN-Deutschlandchef, Daniela Piossek, Leiterin Referat Gesundheitspolitik der PAUL HARTMANN AG und Jens Spahn, Bundesgesundheitsminister.

Inhalts-übersicht

Deutscher Pflegetag 2019: Gemeinsam für eine bessere Pflege

Schlechte Arbeitsbedingungen, niedriger Lohn, geringe Wertschätzung: In der Pflege herrscht ein akuter Fachkräftemangel. HARTMANN ist Partner der Pflege und der Politik – gerade in herausfordernden Zeiten. Beim Deutschen Pflegetag 2019 in Berlin machte HARTMANN seine Position und sein Engagement für die Pflege deutlich.

Zahlen des HARTMANN-Pflexit-Monitors aus dem vergangenen Jahr zeigen: Die Unzufriedenheit der Pflegekräfte ist groß. Gründe für den Ausstieg aus dem Beruf sind vor allem der hohe psychische Druck, die fehlende Zeit für Patienten und die körperliche Belastung. Die HARTMANN-#PflegeComeback-Studie wiederum zeigt: 48 Prozent der ehemaligen Pflegekräfte können sich eine Rückkehr in ihren ehemaligen Beruf vorstellen.

HARTMANN setzt auf den direkten Austausch

Rund 10.000 Besucherinnen und Besucher diskutierten auf dem diesjährigen Deutschen Pflegetag über Personaluntergrenzen, die Finanzierung der Pflegeversicherung, Ausbildungsreformen oder Digitalisierung. In Vorträgen in Podiumsdiskussionen sowie in Workshops wurden viele spannende Konzepte, Ideen und Impulse vorgestellt, die die Pflege vorantreiben. Digitalisierung in der Pflege, Bildung, Lehr- und Ausbildungsreformen sowie die Kommunikation zwischen Ärzten, Pflegefachpersonen und Patienten waren nur einige der vielen Themen.

Ein Höhepunkt war der Besuch von Bundesgesundheitsminister Jens Spahn (CDU), der gemeinsam mit seinem Staatssekretär und Pflegebeauftragten Andreas Westerfellhaus zum HARTMANN-Stand kam. Gerade bei solch sensiblen Themen wie der Pflege ist HARTMANN der direkte und persönliche Austausch mit Entscheidern aus Politik, Wirtschaft und Gesundheit wichtig. Jens Spahn bewertete HARTMANNs Engagement als wertvolle und wichtige Unterstützung, um den Pflegeberuf zu stärken. Denn eine bessere Pflege gelingt nur, wenn Politik, Gesellschaft, Pflegeverbände und Unternehmen zusammenarbeiten.

Pflegepreis 2020: HARTMANN zeichnet erfolgreiche Mitarbeiter-Konzepte aus

Pflege geht uns alle – das ist auch eine der Kernbotschaften des Deutschen Pflegepreises. Er ist die höchste nationale Auszeichnung im Bereich Pflege. Dr. Chima Abuba, Geschäftsführer von HARTMANN Deutschland,

Informationsangebot für interessierte Besucherinnen und Besucher am HARTMANN-Stand.

gab bei der Galaveranstaltung zum Deutschen Pflegetag einen Ausblick auf den Pflegepreis 2020. In der Kategorie „Praxis“ sucht HARTMANN unter dem Titel „Mitarbeiter für die Pflege gewinnen und binden – erfolgreiche Konzepte aus der Praxis“ gelungene Best-Practice-Beispiele, die dem Personalengpass in der Pflege langfristig entgegenwirken. Den Impuls für die Ausschreibung gaben die Ergebnisse der #PflegeComeback-Studie. Bis Ende Dezember 2019 können sich Einrichtungen aus dem stationären und ambulanten Bereich bewerben. Der Preis wird im Rahmen des Deutschen Pflegetags 2020 verliehen. Zudem steuerte HARTMANN während des Pflegetags auch zwei Fachvorträge zu den Themenfeldern „Arbeitgeberattraktivität in der Pflege“ und „Berufsbild Pflege“ bei. Ziel war es, den anwesenden Pflegekräften deutlich zu machen, wie der Pflegeberuf noch attraktiver gestaltet und dargestellt werden kann.

„Nur gemeinsam heilen Wunden“ ist „Spot of the Year“

Tausend Worte können die Markenmission der HARTMANN Division Wundmanagement nicht besser beschreiben als dieses bewegende Video: „Healthcare Marketing“, das Fachmagazin für Gesundheitsmarken, hat den HARTMANN Wundmanagement Imagefilm „Nur gemeinsam heilen Wunden“ als „Spot of the Year“ ausgezeichnet. Der Kurzfilm erhielt den Silver Award in der Kategorie „Spots for Professionals“.

„Emotion pur! Medizinisches Fachpersonal wird liebevoll daran erinnert, warum der Job gewählt wurde: um Menschen zu helfen und Leiden zu lindern. Diesen Helfern hilft HARTMANN mit Qualitätsprodukten“, urteilte Jurymitglied Ute Wynands, Bereichsleiterin Marketing/Vertrieb bei dem Berliner Pharmaunternehmen Dr. Kade.

HARTMANN Wundmanagement ist starker Partner für Wundheilung

Das Video ist ein zentrales Schlüsselelement der Imagekampagne von HARTMANN Wundmanagement. Sie definiert, wofür HARTMANN Wundmanagement über alle Produkte, Services und Länder hinweg steht und was HARTMANN antreibt: durch indikationsbasierte Wundkonzepte will HARTMANN medizinischen Fachkräften gleichzeitig die fachliche Unterstützung und Zuversicht geben, die sie für das Erreichen des Ziels, einem vollständigen Heilungsprozess, benötigen. Die Versorgung des Patienten hat für HARTMANN hohe Priorität. Medizinische Fachkräfte sieht HARTMANN dabei als Partner. Nur gemeinsam heilen Wunden. Das ist auch die Kernbotschaft des Videos.

Das Video steigert die Markenbekanntheit von HARTMANN im Bereich Wundmanagement und positio-

Inhaltsübersicht

Zum Video:
Deutsch: **dpaq.de/dP3r4**
Englisch: **dpaq.de/SxyAo**

Das knapp eine Minute lange Imagevideo von HARTMANN Wundmanagement zeigt Menschen mit Wunden in unterschiedlichen Lebenslagen.

niert HARTMANN als starken Partner für medizinische Fachanwender. Denn mit mehr als 100 Jahren Erfahrung in der Wundbehandlung und durch einen umfangreichen Austausch mit medizinischem Fachpersonal im LINK Programm, dem offiziellen Fortbildungsnetzwerk von HARTMANN Wundmanagement, kennt HARTMANN die Bedürfnisse von Patienten und Pflegekräften – und fühlt sich verpflichtet, stetig an noch besseren Lösungen und Produkten zu arbeiten.

„Gerade deshalb hat das LINK Programm für uns und unsere Kunden eine solch bedeutende Rolle. Es dient dem nationalen und internationalen Austausch von und mit medizinischen Fachkräften sowie der kontinuierlichen Weiterbildung und Schulung im Bereich der Wundbehandlung", sagt Claudia Brösamle, Senior Manager Global Sales Marketing HARTMANN Wundmanagement.

HARTMANN Wundmanagement hat den Spot gemeinsam mit der Filmakademie Baden-Württemberg konzipiert, umgesetzt und in insgesamt acht Sprachen veröffentlicht, unter anderem Deutsch, Englisch und Spanisch. Das knapp eine Minute lange Video zeigt Menschen mit Wunden in unterschiedlichen Lebenslagen, etwa ein Kind mit einer Schürfwunde, eine ältere Dame mit einer chronischen Wunde oder einen Unfall mit traumatischen Wunden – mit der besonderen Video-Technik „Morphing" wird emotional die Wechselwirkung von „Hilfe empfangen und Hilfe geben", dargestellt. Die Technik lässt die Protagonisten im Video altern: So wird die junge Mutter zur Seniorin oder die Ärztin zum kleinen Mädchen. In diesem Kreislauf ist HARTMANN der Partner des medizinischen Fachpersonals. Denn: Nur gemeinsam heilen Wunden.

Inhalts-übersicht

Datenschutzhinweise: Quartalsinformationen und Geschäftsbericht der PAUL HARTMANN AG

Wir übersenden Ihnen, den Aktionären der PAUL HARTMANN AG, automatisch verschiedene Informationen zu, um sie über die Entwicklung der HARTMANN GRUPPE und aktuelle Marktentwicklungen zu informieren. Zu diesen Informationen gehören insbesondere Finanzinformationen, beispielsweise die Übersendung von Quartalsinformationen (insbesondere unseres Aktionärsmagazins „Inform") und, sofern Sie um postalische Übersendung gebeten haben, des jährlichen Geschäftsberichts der HARTMANN GRUPPE.

Gleichzeitig stehen eine Online-Version der Quartalsinformationen sowie des Geschäftsberichts auf unserer Internetseite https://hartmann.info/en-corp/investor-relations unter dem Menüpunkt „Downloads" und im Aktionärsportal für Sie bereit.

Wenn Sie künftig die Quartalsinformationen und/oder den Geschäftsbericht nicht mehr erhalten wollen, wenden Sie sich bitte an PAUL HARTMANN AG, Investor Relations, Postfach 1420, 89504 Heidenheim oder per E-Mail an ir@hartmann.info. Wenn Sie die Quartalsinformationen und/oder den Geschäftsbericht künftig ausschließlich elektronisch beziehen wollen, wenden Sie sich bitte ebenfalls an die genannte Kontaktadresse.

Für die Zusendung der Quartalsinformationen sowie im Falle der Zusendung des Geschäftsberichts verarbeitet die PAUL HARTMANN AG als Verantwortliche Ihre personenbezogenen Daten (Name und Vorname, Anschrift, ggf. Aktionärsnummer) jeweils auf Grundlage berechtigter Interessen (Art. 6 (1) S. 1 lit. f) DSGVO). Soweit Sie Ihre personenbezogenen Daten nicht selbst zur Verfügung stellen, erhalten wir diese in der Regel über Ihre Depotbank.

Die von uns für die Zwecke der Zusendung der Quartalsinformationen und/oder die erbetene Zusendung des Geschäftsberichts beauftragten Dienstleister verarbeiten Ihre personenbezogenen Daten ausschließlich nach unserer Weisung und nur soweit dies für die Ausführung der beauftragten Dienstleistung erforderlich ist. Alle Mitarbeiter der PAUL HARTMANN AG und die Mitarbeiter der beauftragten Dienstleister, die Zugriff auf Ihre personenbezogenen Daten haben und/oder diese verarbeiten, sind verpflichtet, diese Daten vertraulich zu behandeln.

Wir löschen Ihre personenbezogenen Daten im Einklang mit den gesetzlichen Regelungen, insbesondere wenn die personenbezogenen Daten für den ursprünglichen Zweck der Erhebung oder Verarbeitung nicht mehr notwendig sind.

Unter den gesetzlichen Voraussetzungen haben Sie das Recht, Auskunft über Ihre verarbeiteten personenbezogenen Daten zu erhalten und die Berichtigung oder Löschung Ihrer personenbezogenen Daten oder die Einschränkung der Verarbeitung zu beantragen. Zudem steht Ihnen ein Beschwerderecht bei der Aufsichtsbehörde zu.

Unter den gesetzlichen Voraussetzungen können Sie einer Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten zum Zwecke der Zusendung der Quartalsinformationen und/oder der Zusendung des Geschäftsberichts jederzeit ohne Angabe von Gründen widersprechen.

Bitte wenden Sie sich hierzu jeweils an:
PAUL HARTMANN AG, Investor Relations, Postfach 14 20, 89504 Heidenheim oder per E-Mail an ir@hartmann.info.

Für Anmerkungen und Rückfragen zu der Verarbeitung von personenbezogenen Daten erreichen Sie unseren Datenschutzbeauftragten unter:
PAUL HARTMANN AG, Datenschutzbeauftragter,
Paul-Hartmann-Straße 12, 89522 Heidenheim,
datenschutz@hartmann.info.

Weitere Informationen zum Datenschutz erhalten Sie auf unserer Internetseite unter
https://hartmann.info/en-corp/ir-datenschutzhinweise.

PAUL HARTMANN AG, Postfach 14 20, 89504 Heidenheim, Deutschland

Impressum

Herausgeber
PAUL HARTMANN AG
Postfach 14 20, 89504 Heidenheim
Deutschland

Investor Relations
Monika Faber
Telefon +49 7321 36-1105
Telefax +49 7321 36-3606
E-Mail: ir@hartmann.info

Public Relations
Jeremy Whittaker (V.i.S.d.P.)
Telefon +49 7321 36-1313
Telefax +49 7321 36-2331
E-Mail: presse@hartmann.info

Stand: 9. Mai 2019
Dieser Bericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Tatsächliche Ergebnisse können von den prognostizierten abweichen. Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Inhalts-übersicht

Datenschutzhinweise für Aktionäre
https://hartmann.info/en-corp/ir-datenschutzhinweise

Investor Relations
https://hartmann.info/en-corp/investor-relations

Aktuelles aus der HARTMANN GRUPPE
https://hartmann.info/en-corp/news