



Dr. Fritz Oesterle,
Vorstandsvorsitzender
der Celesio AG

Der 20. Mai 2003 markierte für den europäischen Marktführer in der Pharmadistribution den Beginn einer neuen Ära. An diesem Tag legte das Traditionsunternehmen Gehe AG seinen alten Namen ab und gab sich den neuen Namen Celesio AG.

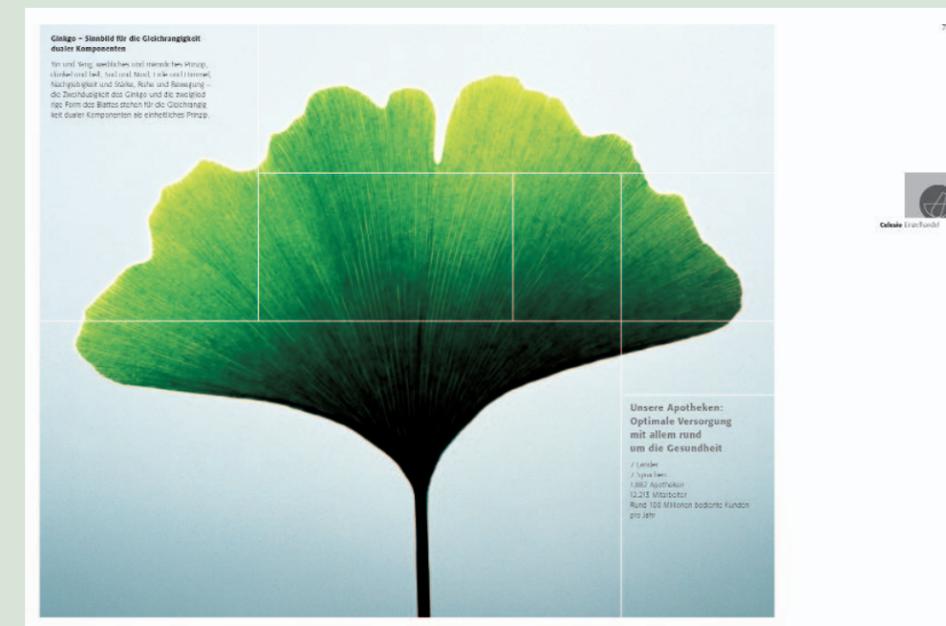
Der Geschäftsbericht 2003 der Celesio AG steht ganz im Zeichen dieses Ereignisses. Dass diese Namensänderung ein folgerichtiger Schritt zur Kommunikation der internationalen Ausrichtung und Bandbreite des Geschäfts auf dem Fundament einer nahezu 170-jährigen Tradition ist, symbolisieren zwei Ginkgo-Bäume. Stellvertretend für die beiden Geschäftsbereiche des Unternehmens, das pharmazeutischen Groß- und Einzelhandel in elf europäischen



Ländern betreibt, wurden sie anlässlich der Enthüllung des neuen Logos vor dem Firmensitz in Stuttgart gepflanzt. Dieser symbolische Akt ist schon auf dem Umschlag nachvollziehbar, auf dem ein Ginkgo-Zweig abgebildet ist: Fährt man mit der Hand über den mattlackierten, verstärkten Umschlag, entsteht die haptische Empfindung, ein junges, weiches Blatt zu berühren. Haptik und Optik ergänzen sich so zu einem stimmigen Gesamteindruck. Auf seinen ersten Seiten dokumentiert der Bericht die Feier anhand einer lebendigen Fotostrecke für den Leser. Ergänzt wird diese Einleitung durch eine Zeitleiste, die bedeutende Akquisitionen listet und damit nachvollziehbar macht, wie es dem Konzern gelungen ist, seine europäische Marktführerschaft auszubauen und zu festigen. Eine überzeugende Einstimmung auf einen Bericht über ein erfolgreiches Geschäftsjahr.

Der Ginkgo als Symbol und das Ginkgo-Blatt werden inhaltlich und gestalterisch miteinander in Beziehung gesetzt, um die Story zu erzählen: Die Symbolgeschichte des Ginkgo und seiner Bedeutung für Celesio. Die Farben des Blattes spielen für die Stringenz des Aufbaus und die Dynamik der Story eine wichtige Rolle. Ein silberfarbenes Ginkgo-Blatt leitet das Kapitel zur Aktie ein, in schwarz-weiß eröffnet es das Kapitel zum Konzern unter der

Das Ginkgo Blatt als lebendiges Sinnbild für die Gleichrangigkeit dualer Komponenten leitet das Kapitel zu den Geschäftsbereichen Einzel- und Großhandel ein



Überschrift Wachstumsmarkt Gesundheit. In seiner satten hellgrünen Farbe markiert es die Kapitel über die beiden Geschäftsbereiche Groß- und Einzelhandel.

Das silberfarbene Ginkgo-Blatt ist Sinnbild für Beständigkeit: Seit 17 Jahren verzeichnet das Unternehmen steigende Umsatzgewinne mit langfristig steigenden Aktienkursen und Dividenden. Als ein von Konjunkturschwankungen unabhängiges Investment entwickelte sich die Aktie in den letzten 15 Jahren deutlich besser als der Dax. Das in schwarz-weiß abgebildete Ginkgo-Blatt steht als Symbol für Gesundheit und langes Leben. Dass hiermit auch die Gesundheit des Konzerns gemeint ist, macht der

Text deutlich. Ein Rekordumsatz von 18,5 Mrd. EUR hat zum weiteren Ausbau der Marktführerschaft beigetragen. Die wohl stärkste Bedeutung des Ginkgo wird durch das hellgrüne Blatt demonstriert: die Gleichrangigkeit dualer Komponenten. Verbindet man mit der Zweihäusigkeit des Baums und der zweigliedrigen Form des Blatts allgemein die fernöstliche Dialektik des Yin und Yang, so wird hier auf die geschäftspolitisch gleichrangige Gewichtung der Bereiche Groß- und Einzelhandel und auf organisches Wachstum hingewiesen.

Die Gestaltung des Seitenlayouts hat Wiedererkennungswert. Wie im Bericht des Vorjahres werden Bildzeichen als Referenzpunkte für die

Lebendige Fotocollagen begleiten die Texte, in denen die Geschäftsbereiche der Celesio AG erläutert sowie die jeweiligen Kennzahlen tabellarisch aufbereitet sind

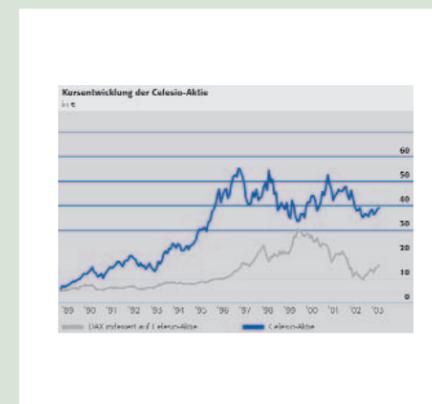
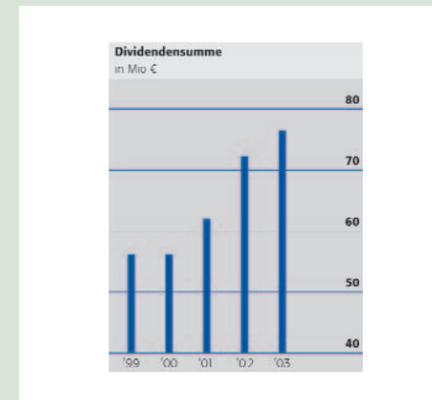
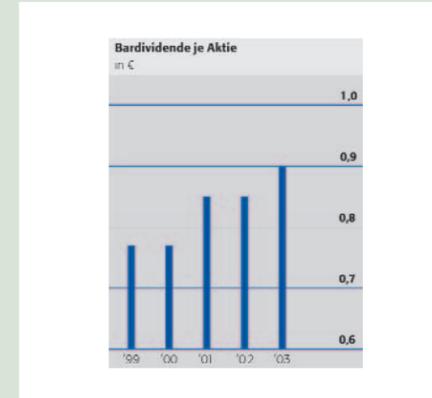


Kapitel eingesetzt. Mit einer durchgängig den oberen Seitenrand begrenzenden Lineatur entsteht eine Seitenaufteilung, die annähernd dem goldenen Schnitt entspricht. Da der einspaltig linksbündig gesetzte Text nur gut ein Drittel der Seitenbreite einnimmt, verbleibt ein breiter Außenrand, in dem Kreis- und Balkendiagramme zu finden sind.

Außer der Farbe Blau für Titel und Diagrammfelder kommen auf den Textseiten keine Farben zum Einsatz, auch nicht in den Kapiteln zum Groß- und Einzelhandel, die mit einer kleinformatigen Bildstrecke aus Blau-Weiß-Fotografien versehen sind. Durch die sparsame Verwendung farbiger Abbildungen verstärkt

sich deren Wirkung dort, wo sie zu finden sind, nämlich in der einleitenden Fotodokumentation und immer dann, wenn es um die beiden Geschäftsfelder geht: am Beginn und Ende der Kapitel über die beiden Bereiche der Pharmadistribution. Im Kapitel Großhandel vermittelt eine Bildseite mit acht in Blau gehaltenen Fotografien illustrativ das Großhandelsgeschäft, im Kapitel Einzelhandel sind ebenfalls blau dominierte Äquivalente zu finden. Die dort abgebildeten Menschen werden, unterstützt durch weiße Einrahmungen, in den Mittelpunkt des Geschehens gerückt. Das nüchterne Layout des Lageberichts mit entsprechender Lineatur findet seine Fortset-

Die einzelnen Diagramme geben Aufschluss über die Entwicklung der Celesio-Aktie



zung im Konzernabschluss nach HGB, der sich durch grau eingefärbtes Papier gestalterisch vom ersten Teil unterscheidet. Die auf weißem Hintergrund platzierten Zahlen für das Jahr 2003 heben sich von dem ansonsten dunkelgrau unterlegten Tabellenmaterial deutlich ab. Wichtige weiterführende Informationen mit Internetadressen, mit den für die Aktie verwendeten Kürzeln sowie einem Investorenkalender bilden den Abschluss des Geschäftsberichts.

Innovation ist unsere Tradition – heißt es im Brief des Vorstandsvorsitzenden Dr. Fritz Oesterle an die Aktionäre. Im Geschäftsbericht 2003 kommt dieses dialektische Verhältnis durch die Synthese der Symbolgeschichte des Ginkgo mit der Finanzkommunikation der Celesio AG ansprechend und überzeugend zum Ausdruck.

FINANZKENNZAHLEN:

Stand: 31.12.2003
Angaben in EUR
in Klammern: Veränderung zum Vorjahr in %
in lokaler Währung

Umsatz
18.539,6 Mio. (+3,8)

Ergebnis vor Steuern
373,8 Mio. (+13,7)

Jahresüberschuss je Aktie
2,99 (+6,11)

Dividende
0,90 (+5,9)

Eigenkapital
1.609,0 Mio.

Mitarbeiter
24.975

Der nächste Geschäftsbericht erscheint im März 2005

INFORMATION:

Adresse
Celesio AG
Neckartalstraße 155
70376 Stuttgart

Ansprechpartner
Dr. Ruth Kappel
Direktorin Corporate Communications
Fon 07 11 / 50 01 - 11 92
Fax 07 11 / 50 01 - 12 60
service@celesio.com

Internet
www.celesio.com