



Kurzportrait 2009  
der HARTMANN GRUPPE



## Unsere Mission

Wir helfen den Menschen, für Gesundheit einfacher und besser zu sorgen.

Professionell wie privat. Partnerschaftlich, pragmatisch, passioniert.

## Unsere Sortimente



### **Wundmanagement**

Wundbehandlung  
Kompressionstherapie  
Erste Hilfe (Medical)  
Funktionelle Therapie/  
Immobilisation  
Diagnostik



### **Inkontinenzmanagement**

Inkontinenzhygiene  
Patientenpflege  
Medizinische Hautpflege

## Unsere Leistungen

Die HARTMANN GRUPPE ist ein international tätiges Unternehmen im Bereich von Medizin- und Pflegeprodukten.

Grundlagen unseres Erfolgs sind unsere langjährige medizinische Kompetenz und ein ständiger Dialog mit unseren Kunden. Den Kern unseres Portfolios unter der etablierten Marke HARTMANN bilden professionelle Systemlösungen in den Bereichen Wundbehandlung, Inkontinenzhygiene und Infektionsmanagement. Ergänzungsprodukte und unterstützende Dienstleistungen runden unser Angebot für Medizin und Pflege ab.



### **Infektionsmanagement**

- OP-Komplettssets
- OP-Abdecksysteme
- OP-Bekleidung
- OP-Verbandstoffe
- OP-Drainage- und Absaugprodukte
- Desinfektionsmittel für Haut, Instrumente und Flächen

### **Weitere Konzernaktivitäten**

- Damenhygiene
- Kosmetische Watteprodukte
- Erste Hilfe (Consumer)
- Kneipp-Sortimente
- Handelsgeschäft
- Nicht-pflegerische Dienstleistungen

# Die HARTMANN GRUPPE in Zahlen

in Mio. EUR	2008	2007
<b>Ergebnis</b>		
Umsatzerlöse <sup>1)</sup>	1.377,0	1.281,4
davon Auslandsanteil in %	66,1	65,4
Konzernergebnis	25,7	35,8
Operatives Konzernergebnis	42,0	38,8
Nettoumsatzrendite in % <sup>2)</sup>	3,0	3,0
Materialaufwand	638,9	592,4
Personalaufwand	332,7	315,1
EBIT DA	103,0	106,0
Operatives EBIT DA	114,1	109,2
EBIT DA-Rendite in % <sup>2)</sup>	8,3	8,5
Abschreibungen im Anlagevermögen	51,5	46,8
EBIT	51,6	65,8
Operatives EBIT	70,2	64,1
EBIT-Rendite in % <sup>2)</sup>	5,1	5,0
Cash-Flow	96,4	87,0
Free-Cash-Flow <sup>3)</sup>	-61,7	38,4
<b>Bilanz</b>		
Bilanzsumme	1.042,6	885,2
Langfristiges Vermögen	444,4	376,4
Investitionen im Anlagevermögen	83,6	34,4
Kurzfristiges Vermögen	555,9	506,9
Eigenkapital	458,1	445,0
Eigenkapitalquote in %	43,9	50,3
Eigenkapitalrendite in % <sup>2)</sup>	9,2	8,7
Langfristige Schulden	317,8	213,6
Kurzfristige Schulden	258,9	226,6
<b>Mitarbeiterzahl am 31.12.</b> <sup>4)</sup>	9.582	8.935

1) Die Währungsumrechnung erfolgte zu Jahresdurchschnittskursen

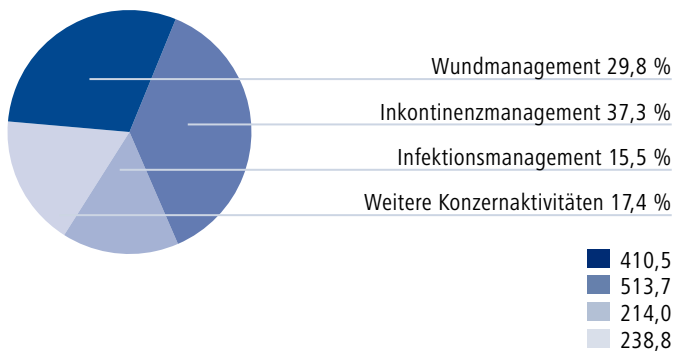
2) Rendite bezogen auf Ergebnis ohne Sondereffekte

3) Vorjahreswerte angepasst

4) Ohne Mitarbeiter in Elternzeit und Vorstandsmitglieder der PAUL HARTMANN AG

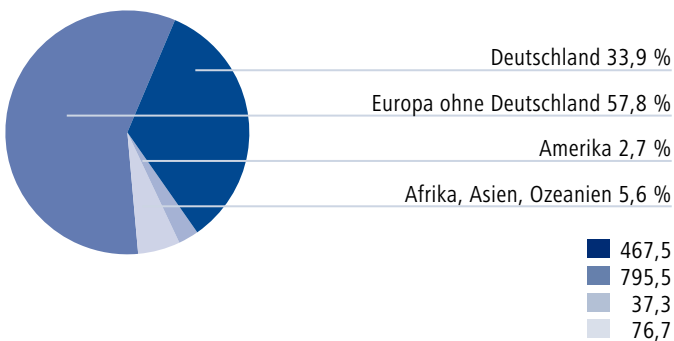
## Anteile der Geschäftssegmente am Gesamtumsatz

in Mio. EUR und Prozent



## Anteile der Regionen am Gesamtumsatz

in Mio. EUR und Prozent



# Aufsichtsrat, Vorstand, Group Management Team, Beirat

## Ehrenvorsitzender des Hauses HARTMANN

Dr. Friedrich-Wilhelm  
v. Seydlitz-Kurzbach  
Ulm

## Aufsichtsrat

Fritz-Jürgen Heckmann  
Vorsitzender des  
Aufsichtsrats

Andreas Strobel\*  
Stellvertretender  
Vorsitzender des  
Aufsichtsrats

Helmut Althammer

Dr. Werner Casper\*

Peter Donath\*

Ulrich Gärtner

Christine Geppert\*

Gerhard Hirth

Roland Lanzinger\*

Joachim E. Schielke

Eduard Schleicher

Wolfgang Schwarz\*

## Vorstand

Dr. Rinaldo Riguzzi  
Vorsitzender des  
Vorstands

Dr. Felix Fremerey  
Product Supply  
Management

Michel Kuehn  
Operations

Dr. Wolfgang  
Neumann  
Solution  
Management

## Group Management Team

Dr. Michael Banz

Werner Benz

Dieter Buschmann

Dr. Werner Casper

Dr. Ralf Fenske

Andreas Gisler

Peter Halbauer

Krzysztof-Daniel Malowaniec

Jörg Müller

Lubomír Páleník

Jürgen Rauter

Wolfgang Röhl

Dr. Hendrik Rosenboom

Dr. Klaus Ruhnau

Christian Stenske

## Beirat

Fritz-Jürgen Heckmann  
Vorsitzender des Beirats

Dr. Heinz Ahrens

Wolfgang Feil

Hans Kahlich

Max Maier



Neben kundenindividuellen OP-Sets bietet HARTMANN Logistikdienstleistungen an, die in ambulanten OP-Zentren zur Prozessoptimierung und damit zu mehr Effizienz im Praxisalltag beitragen. Desinfektionsprodukte der zum Jahresende 2008 akquirierten Bode Chemie ergänzen das HARTMANN-Portfolio perfekt und eröffnen ein zusätzliches Wachstumsfeld.

## Unser Ziel

Wir wollen bevorzugter Solution-Partner unserer Kunden aus Medizin und Pflege sein. Mit anwendergerechten Produkten und maßgeschneiderten Serviceleistungen bieten wir innovative Komplettlösungen an, die dazu beitragen, die tägliche Arbeit zum Wohl der Patienten effektiv und wirtschaftlich zu gestalten.

- Unsere Lösungen basieren auf fundiertem medizinischem Wissen, langjähriger Praxiserfahrung und einem tiefen Verständnis der Arbeitsabläufe unserer Kunden.
- Als zuverlässiger Partner bauen wir dauerhafte Beziehungen zu unseren Kunden auf.
- Mit unseren Sortimenten wollen wir eine führende Position in den europäischen Kernmärkten einnehmen.
- Triebfeder unseres Erfolgs sind engagierte, qualifizierte und kundenorientierte Mitarbeiter an jedem Arbeitsplatz.

# Wundmanagement

Das Segment Wundmanagement umfasst das breite HARTMANN-Sortiment für die Wundbehandlung, ergänzt um Angebote für die Kompressions- und Stütztherapie sowie die endverbrauchernahen Freiwahlsortimente in Apotheken.

## Zweistelliges Wachstum bei Wundauflagen

Das Geschäftsjahr 2008 hat gezeigt, dass wir mit unserem breiten und vielfältig kombinierbaren Sortiment zur Wundbehandlung gut aufgestellt sind und sich damit trotz eines unvermindert hohen Preiswettbewerbs profitables Wachstum realisieren lässt. HARTMANN konnte seine führende Stellung bei Wundauflagen mit 14,5 % Marktanteil in Europa leicht verbessern. Mit dem Gesamtsortiment zur Wundbehandlung, bestehend aus traditionellen und hydroaktiven Wundauflagen, Produkten zur Verbandfixierung, post-operativen Verbänden sowie Sets zur Behandlungspflege konnten wir ein zweistelliges Wachstum erzielen.

Mit über 20 % war das Umsatzplus bei hydroaktiven Wundauflagen besonders dynamisch. Mit einer attraktiven „Klassiker“-Kampagne hat HARTMANN darüber hinaus begonnen, auch die bewährten und im Praxisalltag unverzichtbaren Produkte für die traditionelle Wundbehandlung verstärkt ins Licht zu rücken. Damit verzeichneten wir nicht zuletzt im stagnierenden Markt der Mull- und Vliesstoffkompressen sowie Tupfer weiteres Wachstum. Zunehmende Kundenakzeptanz findet in immer mehr Absatzmärkten das therapeutisch effiziente zweilagige Strumpfsystem Saphenamed ucv für die Behandlung von Patienten mit einem Unterschenkelgeschwür (Ulcus cruris venosum).

## Produktionsverbund Medical Bandages bei KOB

Im Jahr 2008 hat die HARTMANN-Tochtergesellschaft Karl Otto Braun (KOB) intensiv an der Umsetzung ihrer strategischen Neuausrichtung gearbeitet. Als Hersteller von Produkten, die unter den Marken von Kunden geliefert werden, hat KOB den Aufbau eines internationalen Produktionsverbunds für medizinische Binden mit Betrieben in Deutschland, Indien und China weit gehend abgeschlossen. In diesem Zusammenhang hat KOB im abgelaufenen Jahr die Führung des Betriebs Qingdao/China von HARTMANN übernommen.

## Innovationen für die Freiwahl in der Apotheke

Der Erfolg des innovativen Blutdruckmessgeräts Tensoval duo control, das zwei Messtechnologien vereint, ist nach wie vor ungebrochen. Im europäischen Apothekenmarkt liegt unser Marktanteil bei Blutdruckmessgeräten bei etwa 20 %.





HARTMANN bietet ein breites Sortiment an Wundauflagen für die phasengerechte Behandlung von akuten und chronischen Wunden. Hydrofilm roll ist der neue wasserdichte Folienverband zur transparenten Fixierung von Wundauflagen, der sich durch die Applikationsfolie einfach abrollen und exakt zuschneiden lässt.

Auch bei Fieberthermometern konnte HARTMANN den Umsatz steigern. Im Januar 2008 ergänzten wir unser Sortiment um ThermoVal rapid flex, das mit einer flexiblen Messspitze ausgestattet ist, die eine einfache, schnelle und sichere Fiebertemperaturmessung ermöglicht. In Deutschland ging das HARTMANN-Thermometer ThermoVal rapid im September 2008 bei einem Test der Stiftung Warentest als Sieger hervor.

Bei Pflastern für die Erste Hilfe punktete HARTMANN in Apotheken mit Innovationen. So wurde unser breites Sortiment um ein Sprühpflaster und individuell zuschneidbare Blasenpflaster ergänzt. Sie werden international unter den Marken DermaPlast, Tiritas und Cosmos angeboten.

### Produktübersicht

#### Wundbehandlung

- Mull- und Vliesstoffkompressen
- Salbenkompressen
- Hydroaktive Wundauflagen
- Tupfer und Tamponaden
- Mull, Watte und Zellstoff
- Fixierbinden und -verbände
- Wundnahtstreifen

#### Therapeutische Verbände

- Kompressionsbinden
- Zinkleimbinden

- Synthetische Castverbände und Zubehör

- Gipsbinden und Zubehör
- Schlauchverbände
- Tape- und Sportverbände
- Kompressionsstrümpfe

#### Erste Hilfe

- Wundpflaster und -verbände

#### Diagnostik

- Fieberthermometer
- Blutdruckmessgeräte

## Inkontinenzmanagement

Absorbierende Inkontinenzprodukte bilden den dominierenden Umsatzanteil im Geschäftssegment Inkontinenzmanagement. Ergänzende Sortimente zur Patienten- und Personalhygiene sowie zur medizinischen Hautpflege sind ebenfalls diesem Segment zugeordnet.

### **Segmentumsatz überschritt 2008 die Marke von 500 Mio. EUR**

In einem von starkem Wettbewerbs- und Preisdruck geprägten Umfeld hat HARTMANN im Jahr 2008 das Geschäft im Segment Inkontinenzmanagement erfolgreich ausgebaut. Die Umsatzerlöse beliefen sich auf 513,7 Mio. EUR. Wir konnten unsere Marktposition als Nummer zwei bei absorbierenden Inkontinenzprodukten europaweit um einen halben Prozentpunkt auf 23,5 % Marktanteil verbessern. Dies sehen wir als weitere Bestätigung dafür, dass unsere Positionierung als medizinisch und pflegerisch kompetenter Partner im Markt gut aufgenommen wird.

### **Wachstum bei körpernahen Produktsystemen zur Versorgung bei Inkontinenz**

Zwei Trends sind zu beobachten: Institutionelle Pflegeeinrichtungen konzentrieren sich immer mehr auf ein einziges Produktsystem zur wirtschaftlichen Versorgung ihrer Bewohner; im wachsenden Home Care-Markt nimmt die Nachfrage nach unterwäscheähnlichen Inkontinenzhosen zu, die sicher in der Anwendung sind und dem Bedürfnis nach Diskretion entgegenkommen. Entsprechend diesen Markttrends haben sich alle von HARTMANN angebotenen ein- und zweiteiligen Produktsysteme im Jahr 2008 gut entwickelt. Insbesondere das Geschäft mit Inkontinenzhosen gestaltete sich durch weiterhin zweistelliges Wachstum bei MoliCare Mobile erfreulich. MoliCare Inkontinenzslips profitierten von der im Markt gut angenommenen Differenzierung in die drei Produktvarianten Premium, Comfort und Classic. Mit der Umsatzentwicklung bei den Inkontinenzeinlagen MoliForm sind wir ebenfalls zufrieden.

### **Ausweitung des Geschäfts in Nordamerika durch die Akquisition von Whitestone**

Mit der Übernahme der Whitestone Acquisition Corp. in Bloomington/USA haben wir im Jahr 2008 die Grundlage für die Ausweitung des Geschäfts mit absorbierenden Inkontinenzprodukten in Nordamerika gelegt. Whitestone ist ein in den USA etabliertes Unternehmen mit eigener Produktion. Der Schwerpunkt der Vertriebsaktivitäten liegt in Kliniken, Altenheimen



Inkontinenzprodukte von HARTMANN sind so konzipiert, dass sie ein Maximum an Saugstärke und einen hohen Grad der Hauttrockenheit erzielen. Ihre hohe Hautfreundlichkeit wird nun auf den Packungen deutlich kommuniziert. Im Heimbereich bietet HARTMANN mit dem Rollcontainerservice eine Logistikdienstleistung an und liefert Inkontinenzprodukte bedarfsgerecht direkt in die Wohnbereiche.

und in der ambulanten Pflege. In Verbindung mit dem Know-how der HARTMANN GRUPPE und den Aktivitäten unserer US-amerikanischen Tochtergesellschaft HARTMANN, Inc. schafft die Akquisition von White-stone wichtige Synergieeffekte für eine Ausweitung des Geschäfts im nordamerikanischen Markt.

### **Studien untermauern Hautfreundlichkeit von HARTMANN-Produkten**

In der institutionellen Pflege gewinnen die Gesundheit der Haut und das Wohlbefinden der Patienten eine immer stärkere Bedeutung. Die Entwicklung und Implementierung von Pflegestandards, die dieses Ziel unterstützen, spielt auch bei der Versorgung mit Inkontinenzprodukten eine immer größere Rolle. Die hohe Hautverträglichkeit der Inkontinenzprodukte von HARTMANN und der positive Einfluss auf die Physiologie der Haut wurden durch mehrere Studien belegt. Die Hautfreundlichkeit unserer Produkte steht nun im Mittelpunkt einer groß angelegten, internationalen Kommunikationskampagne.

#### **Produktübersicht**

##### **Inkontinenzhygiene**

- Inkontinenzeinlagen
- Fixierhöschen
- Inkontinenzslips
- Inkontinenzunterlagen

##### **Patientenpflege**

- Produkte für die Patienten- und Personalhygiene
- Pflegeprodukte

##### **Medizinische Hautpflege**

- Pflegeprodukte für beanspruchte Haut

# Infektionsmanagement

Im Geschäftssegment Infektionsmanagement sind alle Sortimente zusammengefasst, die dem Schutz von Patienten und Personal vor Infektionen dienen.

## **Am Trend zu Einwegprodukten erneut erfolgreich partizipiert**

Die sukzessive Umstellung von Kliniken in immer mehr Ländern auf Einwegprodukte für den OP führte im Jahr 2008 zu einem zweistelligen Wachstum bei Produkten für den Infektionsschutz. Das Segment war damit erneut Wachstumssieger in der HARTMANN GRUPPE. Der Marktanteil in diesem Marktsegment lag bei 16 %.

## **Dualer Sortimentsansatz erfolgreich im Markt etabliert**

HARTMANN ist es im Jahr 2008 gelungen, in allen Sortimentsgruppen für den OP-Risikoschutz zu wachsen. Inzwischen bieten wir für alle Markt- und Kundenbedürfnisse adäquate Produkte an, die gezielt das jeweilige Infektionsrisiko minimieren. So kann bei kleineren Operationen statt eines Dreischichtmaterials ein kostengünstigeres, aber dennoch keimundurchlässiges Zweischichtmaterial eingesetzt werden. Beispiele hierfür sind unsere Comfort- und Protect-Linien bei Foliodrape OP-Abdeckungen und Foliodress OP-Bekleidung. Wir können damit sowohl den Produktmix und damit die Kosten bei unseren Kunden individuell optimieren als auch generell auf die differenzierten Bedürfnisse des stationären und ambulanten Operierens eingehen.

## **Neuer OP-Mantel für urologische Eingriffe**

Das HARTMANN-OP-Bekleidungsprogramm wurde 2008 um einen speziellen Mantel für urologische Eingriffe erweitert: Foliodress gown urology. Der Falteanteil auf der Vorderseite ermöglicht eine maximale Bewegungsfreiheit der Beine auch bei Operationen, die im Sitzen durchgeführt werden. Unterhalb der Brustpassage besteht der Mantel aus flüssigkeitsdichtem Material, sodass der Operateur auch bei Eingriffen mit hohem Flüssigkeitsanfall nicht mit infektiösem Material in Berührung kommt.

## **Foliodrape CombiSets erneut Wachstumsmotor**

Auch im Geschäftsjahr 2008 setzte HARTMANN das zweistellige Wachstum bei den unter der Marke Foliodrape CombiSet angebotenen kundenindividuellen OP-Komplettsätzen fort, die sämtliche für einen Eingriff erforderlichen Einwegprodukte enthalten. Im Zuge des Trends hin zu kundenindividuellen, eingriffsspezifischen Setzusammenstellungen konnten wir unsere Beratungsleistungen über reine Produktlösungen hinaus hin zur Optimierung von Logistikprozessen ausbauen und den HARTMANN-Lieferservice für den OP international weiter etablieren.



HARTMANN hat 2008 einen OP-Mantel speziell für flüssigkeitsintensive Eingriffe auf den Markt gebracht. Die Ärmel sind zusätzlich flüssigkeitsundurchlässig verstärkt, der großzügige Zuschnitt mit Faltenwurf im Vorderteil garantiert maximale Bewegungsfreiheit bei sitzend durchgeführter OP. Die Produkte der Bode Chemie, wie das Hände-Desinfektionsmittel Sterillium, ergänzen bei der Infektionsprophylaxe im OP quasi „Hand in Hand“ die HARTMANN-Sortimente.

## Ganzheitliche Infektionsprophylaxe durch Akquisition des Hygiene-Spezialisten Bode

Zum Jahreswechsel 2008/2009 haben wir die Bode Chemie GmbH & Co. KG als 100 %ige Tochtergesellschaft von der Beiersdorf AG übernommen. Bode Chemie wurde 1924 gegründet und ist einer der führenden Spezialisten für Desinfektion, Hygiene und Hautschutz in Europa. Mit Sterillium, dem ersten marktfähigen alkoholischen Hände-Desinfektionsmittel, ist das Unternehmen Marktführer in Europa. Große Synergieeffekte ergeben sich hinsichtlich einer ganzheitlichen Infektionsvorbeugung im Operationsaal: HARTMANN-Einwegprodukte und Bode-Desinfektionsmittel für Haut, Instrumente und Flächen ergänzen sich ideal hinsichtlich einer lückenlosen Asepsis und Antisepsis. Darüber hinaus eröffnet das starke internationale Vertriebsnetz von HARTMANN in Apotheken, Arztpraxen und Pflegeeinrichtungen zusätzliche Wachstumspotenziale für Desinfektionsprodukte.

### Produktübersicht

#### OP-Bedarf

- OP-Abdecksysteme
- OP-Combisets
- OP-Bekleidung
- OP-Handschuhe
- OP-Verbandstoffe
- OP-Drainage- und Absaugprodukte

#### Patientenpflege

- Untersuchungshandschuhe

#### Desinfektionsmittel

- für Haut
- für Instrumente
- für Flächen



Voraussetzung für einzigartige Problemlösungen im Sinne unserer Kunden sind hervorragende Leistungen und Eigeninitiative der Menschen im Unternehmen.

## Mitarbeiter

Das Geschäftsmodell von HARTMANN ist auf langfristige Systempartnerschaften mit unseren Kunden in Medizin und Pflege ausgerichtet. An der Umsetzung dieser Unternehmensstrategie arbeiten unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Hochdruck. Hierbei unterstützen wir sie mit etablierten Personalsystemen sowie maßgeschneiderten Aus- und Weiterbildungsprogrammen.

### **Konzernweit leistungsorientierte Personalsysteme**

Mit dem Performance Management System (PMS) verfügt die HARTMANN GRUPPE über ein inzwischen etabliertes Instrument im Personalwesen, das es uns erlaubt, Ressourcen effizient auf die Umsetzung der Unternehmensstrategie auszurichten. PMS umfasst neben Zielvereinbarungen und damit verbundenen variablen Vergütungssystemen für die oberen Managementebenen auch ein breit angelegtes Kompetenzmanagement. Dabei handelt es sich um ein Instrument zur gezielten und zukunftsorientierten Personalentwicklung, bei dem die Beurteilungssystematik sowie entsprechende Maßnahmen zur gezielten Kompetenzverbesserung im Mittelpunkt stehen.

## „HARTMANN Global“ und „HARTMANN Move“

Auch bei HARTMANN werden Karrieren über einen gezielten Auslandseinsatz gefördert. Mit den Richtlinien „HARTMANN Global“ und „HARTMANN Move“ hat der Vorstand im Dezember 2008 neue Rahmenbedingungen für den lang- und kurzfristigen Mitarbeiterereinsatz im Ausland verabschiedet. Denn die erfolgreiche internationale Expansion eines Unternehmens erfordert zunehmend Flexibilität, Mobilität und interkulturelle Kompetenz der Beschäftigten. Entsandte Mitarbeiter sind zudem oft Mittler zwischen Kulturen. Sie helfen auch, die Unternehmenskultur und die Werte von HARTMANN in verschiedenen Ländern und Kontinenten erlebbar zu machen.

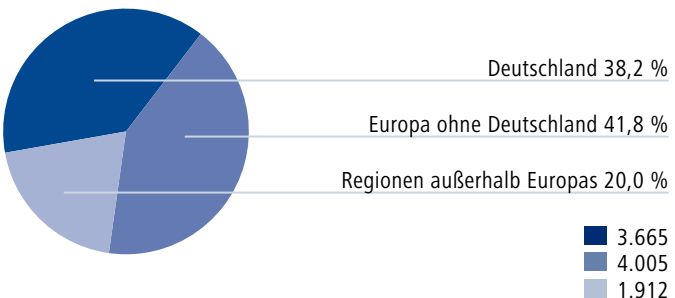
## Nachwuchsförderung genießt hohe Priorität

Nicht zuletzt aufgrund der demographischen Entwicklung sind die berufliche Ausbildung und die Anbindung akademischer Nachwuchskräfte wichtig für die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens. HARTMANN hat schon immer jungen Menschen die Möglichkeit geboten, im Unternehmen eine fundierte kaufmännische oder technische Ausbildung zu absolvieren. Im Geschäftsjahr 2008 waren dies 189 Personen, davon 162 in Deutschland.

Im Bereich des akademischen Nachwuchses haben 297 Studierende die Möglichkeit bekommen, im Rahmen von Praktika und Diplomarbeiten die HARTMANN GRUPPE kennen zu lernen. Für hoch qualifizierte Hochschulabsolventen ist das nunmehr etablierte internationale Trainee-Programm konzipiert. In unterschiedlichen Funktionsbereichen haben die Trainees die Möglichkeit, sich fit zu machen für künftige Fach- und Führungsaufgaben.

## Mitarbeiterzahl in der HARTMANN GRUPPE

Stand 31. Dezember 2008



## Prozess- und Qualitätsmanagement

Das Prozessmanagement ist ein integraler Bestandteil der Unternehmenspolitik und unverzichtbar für den Erfolg der HARTMANN GRUPPE. Die Prozessoptimierung wird unterstützt vom Qualitätsmanagement, das Geschäftsrisiken abwendet und so die langfristigen Unternehmensziele sichert. Sowohl Produkte als auch Geschäftsprozesse unterliegen dem Qualitätsmanagement.

### Erfüllung der Medizinprodukterichtlinie und internationaler Qualitätsstandards

Das Qualitätsmanagement überwacht konzernweit die Umsetzung internationaler Richtlinien und Qualitätsstandards durch interne Audits. Es stellt außerdem die externe Zertifizierung sicher. Sämtliche Produktionsstandorte sind nach den internationalen Normen ISO 9001 und ISO 13485 zertifiziert. Die HARTMANN GRUPPE erfüllt darüber hinaus die Anforderungen für die CE-Konformität von Medizinprodukten. Außerdem werden die lokalen und nationalen Gesetze und Regeln für Produktregistrierungen eingehalten.

### Effektive Prozesssteuerung innerhalb der HARTMANN GRUPPE

Die HARTMANN GRUPPE hat Maßnahmen zur Qualitätssicherung interner Unternehmensprozesse definiert und setzt diese konzernweit um. So sind Verfahrensanweisungen und Prozessbeschreibungen für die HARTMANN GRUPPE und die einzelnen Produktionsstandorte in Handbüchern festgehalten. Das Qualitätsmanagement ist darüber hinaus mit dem Managementsystem der HARTMANN GRUPPE für die Bereiche Umwelt und Sicherheit eng verzahnt.







Bei der Herstellung der Saugkörper von Inkontinenzprodukten setzt HARTMANN auf Superabsorber – einen umweltneutralen Kunststoff, der ein Vielfaches seines Eigengewichts an Flüssigkeit aufnehmen und speichern kann. Der Verbrauch von Zellulose kann so erheblich reduziert werden. Eine geringere Menge des Kunststoffs kann die gleiche Menge an Flüssigkeit aufnehmen wie eine erheblich größere Menge an Zellulose.

## Umweltschutz

Nicht nur wirtschaftlicher Erfolg und qualitativ hochwertige Produkte, sondern ebenso unser Beitrag zum Erhalt der Umwelt haben in unserem Unternehmen eine zentrale Bedeutung. Unsere Umweltleistungen tragen daher zum Erhalt und zur Steigerung des Unternehmenswerts bei.

### Nachhaltiges Wirtschaften

Ressourceneffizienz bei Rohstoffen und Energie hat in der HARTMANN GRUPPE einen hohen Stellenwert. So beträgt der Anteil nachwachsender Rohstoffe in der Produktion etwa 90 Prozent, da rund 70 Prozent Zellulose und 20 Prozent Baumwolle verwendet werden. Die Zellulose bezieht HARTMANN vorwiegend aus nachhaltig bewirtschafteten Forsten, in denen schnell wachsende Hölzer angebaut werden. Nur 10 Prozent der Rohstoffe, wie beispielsweise Kunststoffe, stammen nicht aus erneuerbaren Quellen. Einen wesentlichen Beitrag zur Schonung unserer Umweltressourcen leisten auch unsere Energiesparprogramme. Dabei werden unsere Umweltleistungen nach internationalen Industrieforderungen an Umweltmanagementsysteme nach der ISO 14001 durch Dritte zertifiziert.

## **Systematische Verankerung des Umweltmanagements im Unternehmen**

Wir stellen effiziente und wirtschaftliche Produktionsprozesse sicher, indem wir auch nachteilige Auswirkungen auf die Umwelt, auf unsere Mitarbeiter und auf unsere Umgebung vermeiden und ständig reduzieren. Um dieses Ziel zu erreichen, bewerten, verbessern und überwachen wir Umweltaspekte und -auswirkungen unserer Tätigkeiten. Unsere Produktions- und Lieferfähigkeit wird dabei durch eine rechtskonforme und effiziente Umweltorganisation und ein Umweltmanagementsystem gewährleistet. Qualifizierte Fachkräfte für Umweltschutz unterstützen an den nationalen und internationalen Standorten die Verantwortlichen vor Ort, die außer einer Beratungsfunktion zusätzlich Koordinierungs- und Überwachungsfunktionen übernehmen.

## **Innovative Einkaufs-, Recycling- und Entsorgungskonzepte**

HARTMANN übernimmt Produktverantwortung vom Einkauf bis zur Entsorgung der Produkte nach Gebrauch, und dies durchgängig bei allen Herstell- und Logistikprozessen. An den Standorten spielen daher Abfallvermeidung sowie Recycling bei Fertigung, Verpackung und Distribution eine zentrale Rolle. So werden unsere Sekundärrohstoffe entweder intern wieder in den Produktionskreislauf zurückgeführt oder extern durch Fachfirmen verwertet. Als Hersteller absorbierender Hygieneprodukte unterstützt HARTMANN auch seine Kunden bei der umweltfreundlichen Entsorgung gebrauchter Produkte. So hilft beispielsweise die Controllingsoftware HILMAS Pflegeeinrichtungen, den Einsatz von Inkontinenzprodukten kundengerecht zu planen, sodass Abfälle und Umweltbelastungen im Vorfeld durch eine sachgemäße Produktauswahl vermieden werden können.



Im Jahr 2000 errichtete HARTMANN am Standort Herbrechtingen/Deutschland eine weltweit einzigartige Separationsanlage für den Produktionsausschuss bei der Herstellung von Inkontinenzprodukten.



Hilfsmittel für den Katastrophenfall:  
Das versteht HARTMANN unter schneller,  
direkter und persönlicher Hilfe.

## Soziales Engagement

Klassisches Sponsoring in Sport, Kultur und Sozialem sowie die Unterstützung ausgewählter sozialer Projekte unter Berücksichtigung des Slogans „HARTMANN hilft heilen.“ prägen unser Engagement.

### Sponsoring stützt die Marke

Neben dem Kultur- und Sozialsponsoring trägt das Sportsponsoring seit Jahren dazu bei, die Marke HARTMANN zu stärken und international zu kommunizieren. Die unterstützten Sportler treten bei nationalen und internationalen Wettkämpfen auf und tragen so zur Bekanntheit des Unternehmens bei. So unterstützt HARTMANN als Hauptsponsor den Fußballverein 1. FC Heidenheim. Damit drückt HARTMANN auch seine Verbundenheit mit dem Standort Heidenheim, dem Sitz der Konzernzentrale, aus.

### Hilfe bei Naturkatastrophen

HARTMANN fühlt sich in besonderer Weise der Hilfe bei Naturkatastrophen verpflichtet. Im Katastrophenfall koordinieren die Mitarbeiter direkt oder indirekt die Beschaffung und Lieferung dringend benötigter Hilfsgüter. HARTMANN greift dabei auf ein effizientes Netzwerk bekannter Hilfsorganisationen zurück. So etwa startete unsere dortige Tochtergesellschaft sofort nach Bekanntwerden des Erdbebens in der chinesischen Provinz Sichuan im Mai 2008 eine groß angelegte Hilfsaktion zur Fertigung, Organisation und Lieferung von Verbandstoffen. Zudem sammelten die Mitarbeiter Geldspenden.

### HARTMANN unterstützt soziale Projekte

HARTMANN fördert zahlreiche soziale Projekte gemeinnütziger Organisationen im medizinisch-pflegerischen Bereich. Dabei achten wir darauf, dass diese zu HARTMANN passen. So unterstützt unsere Tochtergesellschaft HARTMANN-Rico in der Tschechischen Republik seit vielen Jahren körperlich behinderte Menschen. Das Unternehmen setzte sich im Jahr 2008 zusammen mit Behindertenverbänden, Tourismus- und Naturschutzvereinen für den Ausbau rollstuhlgerechter Wanderwege ein.



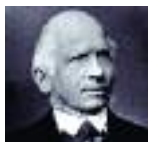
Pflasterfertigung in den 1920er-Jahren

## Geschichte

Die HARTMANN GRUPPE blickt auf eine über 190-jährige Geschichte zurück. Es ist die Geschichte von Menschen und ihren Ideen. Stets haben engagierte Partner aus der Medizin dazu beigetragen, Produktentwicklungen in Gang zu setzen und in der Praxis zu erproben.



Ludwig von Hartmann



Paul Hartmann sen.



Victor von Bruns



Joseph Lister

**1818** Nach Aufhebung der Kontinentalsperre Napoleons erleiden die textilverarbeitenden Unternehmen erhebliche Absatzeinbußen. Dennoch übernimmt Ludwig Hartmann, Gründervater des Unternehmens, einen Heidenheimer Textilbetrieb und baut ihn zur größten Baumwollspinnerei in Württemberg aus.

**1867** Paul Hartmann sen., Sohn von Ludwig Hartmann, erwirbt die „Schenkenbleiche“ und gründet seinen eigenen Betrieb, die „Paul Hartmann-Bleiche, Färberei und Appreturanstalt“.

**1870** Fasziniert von den Fortschritten der Medizin beschäftigt sich Paul Hartmann sen. mit einem noch jungen Produktionszweig: der Herstellung von Verbandstoffen.

**1873** Paul Hartmann sen. beginnt mit der industriellen Produktion von Verbandwatte und gründet damit die erste Verbandstofffabrik in Deutschland. Die Fertigung basiert auf den neuesten Erkenntnissen des Tübinger Chirurgen Prof. Dr. Victor von Bruns, der gerade ein Verfahren zur Entfettung von Baumwolle entwickelt hat.

**1874** In einem Brief an Paul Hartmann sen. beschreibt der schottische Arzt Joseph Lister detailliert das Herstellungsverfahren für den ersten keimabtötenden Wundverband und vergibt die Lizenz zur industriellen Produktion an Hartmann. Die Lister'sche Carbolgaze stellt den Durchbruch in der antiseptischen Wundbehandlung dar.

Mit dem ersten Firmenzeichen adaptierte Paul Hartmann das Symbol des Roten Kreuzes, das er 1883, mit Äskulapstäben versehen, zum Schutzzeichen eintragen ließ.



**1882** Mit der ersten ausländischen Tochtergesellschaft in Pavia/Italien beginnt die internationale Expansion des Unternehmens. Kontinuierlich baut Paul Hartmann jun. ein Filialnetz auf: Produktionsstandorte in Hohenelbe/Böhmen (1883) und Barcelona (1888), Verkaufsniederlassungen in Paris (1884), London (1887), New York (1889) und Brüssel (1891).

**1883** Auf der „Allgemeinen Deutschen Ausstellung für Hygiene und Rettungswesen“ in Berlin präsentiert sich das Unternehmen als älteste Deutsche Verbandstofffabrik und wird mit einem Staatspreis ausgezeichnet.

**1912** Walther Hartmann wandelt das expandierende Unternehmen in eine Aktiengesellschaft um.



Historisches Plakat „Engel und Krieger“ um 1900

In den 1930er-Jahren beginnt HARTMANN, sich mit dem bis heute bekannten Slogan bei seinen Kunden zu etablieren.



**1945** Mit Ende des Zweiten Weltkriegs verliert das Unternehmen alle ausländischen Werke und Verkaufsniederlassungen. HARTMANN macht einen Neuanfang und befindet sich schnell wieder auf Wachstumskurs.

**1964** Pur-Zellin, ein formstabiler perforierter Zellstofftupfer, der gebrauchsfertig aus dem praktischen Behälter entnommen werden kann, ist seit den 1960er-Jahren in fast jeder Arztpraxis zu finden.



Mit dem bariumsulfathaltigen Röntgenkontrastfaden kann die bisher übliche Zählkontrolle im Operationssaal durch eine Röntgenkontrolle ergänzt werden.

**1965** HARTMANN entwickelt den einwebbaren bariumsulfathaltigen Röntgenkontrastfaden Telatrast und stattet alle Tupfer und Kompressen für die Verwendung im Operationssaal damit aus. So kann die bisher übliche Zählkontrolle durch eine Röntgenkontrolle ergänzt werden.

**1967** Die Mullkompresse mit eingeschlagenen Schnittkanten (= ES) ohne störende Randfäden wird entwickelt. Die stark saugfähige und gleichzeitig luftdurchlässige ES-Kompresse ist heute ein Klassiker in der allgemeinen Wundbehandlung.

**1972** HARTMANN gründet in Châtenois/Frankreich die erste ausländische Tochtergesellschaft nach dem Zweiten Weltkrieg. Sie ist bis heute die umsatzstärkste des Konzerns.

**1974** Molinea Plus D, eine Einlage aus Flockenzellstoff, ist als erstes körpernahes Inkontinenzprodukt Wegbereiter für eine Erfolgsgeschichte in dieser Produktkategorie.

**1976** Mit der Entwicklung von OP-Einmalabdecktüchern unter der Marke Folioplast wird der Grundstein gelegt für einen neuen wichtigen Sortimentsbereich: OP-Einmalabdeckungen zur Infektionsverhütung.



Was in den 1970er-Jahren begann, hat sich heute zum bedeutendsten Produktionszweig entwickelt: die Herstellung von Inkontinenzprodukten.



Sterillium ist das führende Händedesinfektionsmittel in Europa. Desinfektionsprodukte von Bode Chemie ergänzen ideal das HARTMANN-Sortiment im Bereich Infektionsmanagement.

**1991** Die Öffnung des Eisernen Vorhangs nutzt HARTMANN konsequent für die Erschließung Osteuropas mit eigenen Tochtergesellschaften.

**1995** Der Konzern eröffnet eine Präsenz in Hongkong, die erste 100-prozentige Tochtergesellschaft außerhalb Europas.

**1997** HARTMANN entwickelt ein schlüssiges Therapiekonzept für die feuchte Wundbehandlung, basierend auf drei hydroaktiven Wundauflagen.



Perfekt auf den Einsatz in der jeweiligen Wundheilungsphase abgestimmte Produkte.

**1999** HARTMANN baut in Qingdao einen hochmodernen Betrieb auf, der von der Bleicherei über die Fertigung und Konfektionierung von Mullprodukten bis hin zur Verpackung alle Produktionsschritte beinhaltet.

**2006** Die hydrokolloide Wundauflage **Hydrotüll** kombiniert die positiven Eigenschaften klassischer Salbenkompressen mit denen hydroaktiver Wundauflagen. **Foliodrape Protect OP-Abdeckungen** und **Foliodress Protect OP-Mäntel** werden als spezielle, besonders wirtschaftliche Produktlösungen für ambulantes Operieren angeboten.

**2007** Das Sortiment für die feuchte Wundbehandlung wird um eine neue Darreichungsform erweitert. **Hydrosorb Gel** lässt sich mit einer Dosierspritze applizieren.

**2008/2009** In den USA übernimmt HARTMANN die Whitestone Acquisition Corp., einen Hersteller von Inkontinenzprodukten. Mit der Bode Chemie GmbH akquiriert HARTMANN einen der führenden Spezialisten für Desinfektionsprodukte in Europa.

# Wesentliche Tochtergesellschaften in den HARTMANN-Regionen



## Zentraleuropa

**DE**

### **Bode Chemie GmbH**

Melanchthonstraße 27  
22525 Hamburg  
Telefon +49 40 540060  
GF: Dr. Ulrich Möllers

### **Karl Otto Braun GmbH & Co. KG**

Lauterstraße 50  
67752 Wolfstein  
Telefon +49 6304 740  
GF: Dr. Gerhard F. Braun

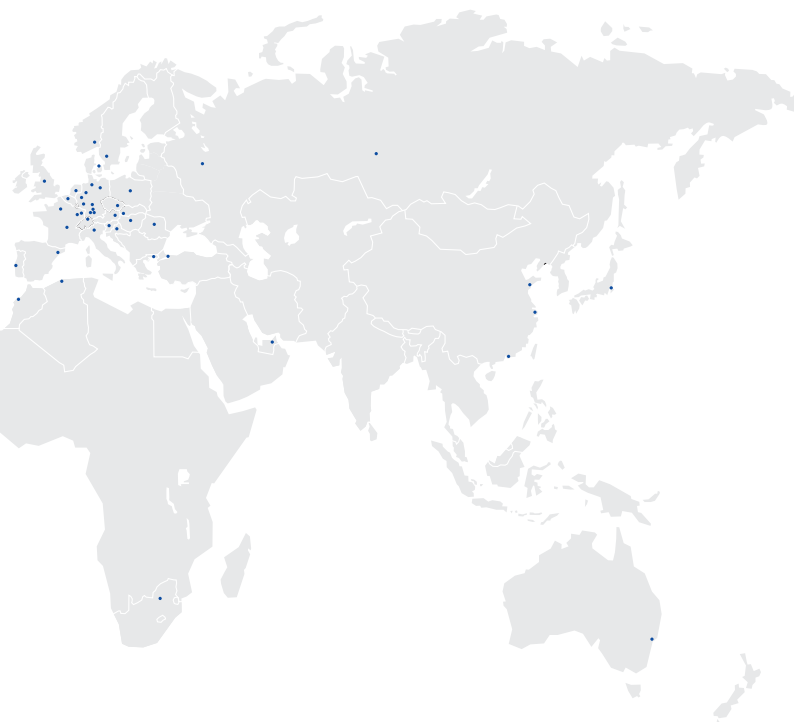
### **CMC Consumer Medical Care GmbH**

Nordstraße 125  
52353 Düren  
Telefon +49 7321 361550  
GF: Dr. Rainer Mangold

### **Kneipp-Werke Kneipp-Mittel-Zentrale GmbH & Co. KG**

Steinbachtal 43  
97082 Würzburg  
Telefon +49 931 80020  
GF: Dietmar Salein





**Sanimed GmbH**

Gildestraße 68  
49479 Ibbenbüren  
Telefon +49 5451 9230  
GF: Rainer Uhlhorn

**Vivello GmbH**

Rosengasse 5  
89073 Ulm  
Telefon +49 731 40016500  
GF: Raimund Koch

**AT**

**PAUL HARTMANN Ges.mbH**

IZ-NÖ-SÜD, Straße 3  
2355 Wiener Neudorf  
Telefon +43 2236 646300  
GF: Friedrich Thomasberger

**CH**

**IVF HARTMANN AG**

Victor-von-Bruns-Straße  
8212 Neuhausen  
Telefon +41 52 6743111  
GF: Andreas Gisler

## West-/Südeuropa

### BE

**N.V. PAUL HARTMANN S.A.**  
1, Avenue Paul Hartmann  
1480 Saintes  
Telefon +32 2 3914444  
GF: Francis Mathot

### DZ

#### Laboratoires

**PAUL HARTMANN S.A.R.L.**  
Villa N° 10,  
Lotissement communal N° 3  
Rouiba  
Telefon +213 21 855330  
GF: Mohamed Achaïbou

### ES

#### Laboratorios

#### HARTMANN S.A.

Polígono Industrial Pla d'en Boet II  
c/Carrasco i Formiguera, 48  
08302 Mataró  
Telefon +34 93 7417100  
GF: Marc Perez

### FR

#### PAUL HARTMANN S.A.

9, Route de Sélestat  
67730 Châtenois  
Telefon +33 388 824343  
GF: Michel Kuehn

### GR

#### PAUL HARTMANN Hellas A.E.

L. Vouliagmenis 140  
16674 Glyfada/Athina  
Telefon +30 210 8986630  
GF: Dr. Panos Koronakis

### IT

#### PAUL HARTMANN S.p.A.

Via della Metallurgia, 14 - ZAI 2  
37139 Verona  
Telefon +39 045 8182411  
GF: Dr. Giovanni Renna

### MA

#### PAUL HARTMANN S.A.R.L.

7, rue Ibn El Jaouzi  
20100 Casablanca  
Telefon +212 22 483923  
GF: Ilyass Alami

### NL

#### PAUL HARTMANN B.V.

Kerkenbos 11-03d  
6546 BC Nijmegen  
Telefon +31 24 3723610  
GF: Rudolf Marinus Krouwel

### PT

#### PAUL HARTMANN LDA

Av. Severiano Falcão, 22 - 2°  
2685-378 Prior Velho  
Telefon +351 21 9409920  
GF: José Manuel Toscano  
De Mendonça

## Osteuropa

### CZ

#### HARTMANN-RICO a.s.

Masarykovo nám. 77  
66471 Veverská Bítýška  
Telefon +420 549 456262  
GF: Lubomír Páleník

### HR

#### PAUL HARTMANN d.o.o.

Radoslava Cimermana 64a  
10000 Zagreb  
Telefon +385 1 4812844  
GF: Marin Matulić

### HU

#### HARTMANN-RICO Hungária Kft.

Budapark, Paul Hartmann u. 8  
2051 Biatorbág  
Telefon +36 23 530900  
GF: László Hornyák

### PL

#### PAUL HARTMANN Polska

#### Sp. z o.o.

ul. Partyzancka 133/151  
95-200 Pabianice  
Telefon +48 42 2252260  
GF: Grażyna Żeromska-Tiszler

### RO

#### S.C. PAUL HARTMANN S.R.L.

str. Kos Károly nr. 1A  
540297 Târgu Mureş  
Telefon +40 265 210928  
GF: Fritz Mader

### RU

#### PAUL HARTMANN OOO

Kozhevnikeskaya 7-1  
Moskwa 115114  
Telefon +7 495 7969961  
GF: Jury Wiktorowitsch Kalabin

### SI

#### PAUL HARTMANN Adriatic

#### d.o.o.

Letališka cesta 3c  
1000 Ljubljana  
Telefon +386 1 5484581  
GF: Marin Matulić

## SK

### **HARTMANN-RICO spol. s r.o.**

Einsteinova 24  
85101 Bratislava  
Telefon +421 268 299101  
GF: Ľubomír Páleník

## TR

### **PAUL HARTMANN Ltd. Sti.**

Köybaşı Caddesi Keresteci  
Zühtü Sokak No: 28  
34464 Yeniköy/Istanbul  
Telefon +90 212 3638129  
GF: Jens Marquard

## Nordeuropa, Amerika

## DK

### **PAUL HARTMANN A/S**

Huginsvej 1 F  
3400 Hillerød  
Telefon +45 48 220400  
GF: Bengt Gustafson

## GB

### **PAUL HARTMANN Ltd.**

Heywood Distribution Park  
Pilsworth Road  
Heywood/Lancashire OL10 2TT  
Telefon +44 1706 363200  
GF: Roger Keith Styles

## NO

### **PAUL HARTMANN AS**

Hoffsveien 48  
0377 Oslo  
Telefon +47 221 33110  
GF: Bengt Gustafson

## SE

### **HARTMANN-ScandiCare AB**

Depågatan 2  
33421 Anderstorp  
Telefon +46 371 587400  
GF: Bengt Gustafson

## US

### **HARTMANN, Inc.**

481 Lakeshore Parkway  
Rock Hill, SC 29730  
Telefon +1 803 3257600  
GF: John Gilbert

## Afrika, Asien, Ozeanien

## AE

### **PAUL HARTMANN Middle East FZE**

Al Tawar Road  
Dubai Airport Free Zone  
West Wing 3, Office 222  
Dubai  
Telefon +971 4 2996996  
GF: Alexander Burger

## AU

### **PAUL HARTMANN Pty. Ltd.**

Unit 27-28  
Homebush Business Village  
11-21 Underwood Road  
Homebush NSW 2140  
Telefon +61 2 87627000  
GF: David Clarke

## CN

### **KOB (Qingdao)**

#### **Medical Devices Co., Ltd.**

71, Zhufeng Street, Jiaonan  
Qingdao 266400  
Telefon +86 532 86185805  
GF: Yubai Gao

### **PAUL HARTMANN (Shanghai) Trade Co., Ltd.**

Rm. 702, Shenergy Int. Building  
1, Fu Xing Road (M)  
Shanghai 200021  
Telefon +86 21 33070222  
GF: Zhian Zhou

## HK

### **PAUL HARTMANN**

#### **Asia-Pacific Ltd.**

Unit 1801, 18F,  
Skyline Tower  
39 Wang Kwong Road  
Kowloon Bay, Kowloon  
Hong Kong/China  
Telefon +852 27988999  
GF: David Clarke

## ZA

### **HARTMANN-Vitamed (Pty) Ltd.**

Northlands Production Park  
Corner New Market/Epsom Avenue  
Northriding 2068  
Randburg  
Telefon +27 11 7047420  
GF: Bill Kelly



hilft heilen.

PAUL HARTMANN AG  
Paul-Hartmann-Straße 12  
89522 Heidenheim  
Postfach 14 20  
89504 Heidenheim  
Deutschland  
Telefon +49/73 21/36-0  
Telefax +49/73 21/36-36 36  
[www.hartmann.info](http://www.hartmann.info)