



Bayer AG
Communications
51368 Leverkusen
Deutschland
Tel. +49 214 30-1
www.bayer.com/de/medien

Presse-Information

Telefon-Pressekonferenz zum 3. Quartal 2022 Dienstag, 8. November 2022, Leverkusen

Aus den Ausführungen von

Werner Baumann,

Vorsitzender des Vorstands der Bayer AG,

und

Wolfgang Nickl,

Finanzvorstand der Bayer AG

(Es gilt das gesprochene Wort)

(2022-1504)

Werner Baumann:

Auch ich begrüße Sie sehr herzlich zu unserer heutigen Telefonkonferenz zum dritten Quartal 2022. Lassen Sie mich zunächst zusammen mit Wolfgang Nickl die wichtigsten Entwicklungen des Quartals zusammenfassen.

Wir verzeichneten im dritten Quartal weiterhin eine starke Geschäftsentwicklung, und zwar in allen drei Divisionen. Trotz der steigenden Inflation und der globalen Lieferkettenprobleme konnten wir Umsatz und Ergebnis im dritten Quartal erneut steigern. Und wir sind auf dem besten Weg, unsere im August angehobenen Finanzziele für das Gesamtjahr zu erreichen.

Insbesondere bei Crop Science setzte sich die Wachstumsdynamik fort. Dies lag vor allem an höheren Preisen für Herbizide und einem erfolgreichen Start in die neue Saison in Lateinamerika.

Auch bei Pharmaceuticals und Consumer Health lag der Umsatz über dem Vorjahresquartal. Im Pharma-Geschäft konnten wir den Umsatz mit unserem Augenmedikament Eylea™ weiter steigern. Besonders erfreulich war außerdem, dass unser neues Krebsmedikament Nubeqa™ erheblich zum Wachstum beitrug.

Bei den frei verkäuflichen Gesundheitsprodukten war vor allem die Kategorie Allergie und Erkältung erfolgreich. Auch das Dermatologie-Geschäft verzeichnete hohe Zuwächse.

Darüber hinaus haben wir auch unsere Innovationsaktivitäten in allen Bereichen weiter vorangetrieben. Bei Crop Science wurde kürzlich die mehrjährige strategische Partnerschaft mit Ginkgo Bioworks abgeschlossen, die wir im April angekündigt hatten. Durch die Partnerschaft wollen wir die Forschung und Entwicklung biologischer Produkte für die Landwirtschaft beschleunigen. Im Bereich biologischer Pflanzenschutzmittel sind wir übrigens bereits heute Marktführer.

Bei Consumer Health haben wir unser steroidfreies Antihistamin-Nasenspray Astepro™ auf dem US-amerikanischen OTC-Markt erfolgreich eingeführt.

Wichtige Fortschritte in Sachen Innovation erzielten wir auch im Pharma-Bereich. So haben wir unser klinisches Phase-III-Programm zur Schlaganfallprävention mit dem

Wirkstoff Asundexian auf den Weg gebracht. Es ist eines unserer bisher größten Phase-III-Projekte und soll noch in diesem Jahr starten.

Gute Neuigkeiten gab es zudem bei unserem Entwicklungskandidaten Aflibercept 8 mg. Er wurde in zwei zulassungsrelevanten Studien mit Eylea™ verglichen, das 2 mg Aflibercept enthält. Dabei konnte gezeigt werden, dass das Dosierungsintervall mit Aflibercept 8 mg bei zwei verschiedenen Indikationen auf 16 Wochen ausgeweitet werden kann, verglichen mit acht Wochen bei Eylea™ – und das bei vergleichbarem Sicherheitsprofil.

Bei einem unserer Projekte der frühen Entwicklung erhielten wir im August in Frankreich die Genehmigung zum Start einer klinischen Studie. Es geht um die Erprobung einer Gentherapie zur Behandlung der Huntington-Krankheit – einer schweren, erblich bedingten Erkrankung, die sich auf Nervenzellen im Gehirn auswirkt und für die es derzeit keine zugelassene Therapie gibt.

Auch mit Nubeqa™ erreichten wir im dritten Quartal wichtige Meilensteine. Im August erhielten wir bei einer bestimmten Form von Prostatakrebs die Zulassung für eine zusätzliche Indikation in den USA. Wir haben diese Zulassungserweiterung auch in der EU, Japan und China beantragt.

Fortschritte gab es ebenfalls bei unseren etablierten Produkten. Im August erhielt beispielsweise unser Langzeitkontrazeptivum Mirena™ in den USA die Zulassung für eine verlängerte Anwendungsdauer von bis zu acht Jahren. Auch in Europa wurde das Zulassungsverfahren erfolgreich abgeschlossen. Erste nationale Zulassungen erwarten wir hier im vierten Quartal 2022. Mirena™ bietet damit nun die längste Anwendungsdauer aller hormonellen Intrauterinsysteme.

Auch im Bereich Nachhaltigkeit haben wir weitere wichtige Schritte unternommen. Dass unser Engagement in diesem Bereich anerkannt wird, zeigt eine weitere Verbesserung bei einem wichtigen Rating: MSCI hat sein ESG-Rating für den Konzern von BB auf A hochgestuft. Dies bedeutet einen wichtigen Meilenstein zur Stärkung unseres ESG-Profiles. Erreicht wurde diese Verbesserung unter anderem durch die Neubewertung des vermeintlichen Umweltrisikos von gentechnisch veränderten Pflanzen sowie die zusätzliche Offenlegung von Daten im Dialog mit Investoren und Rating-Agenturen.

Im Bereich Portfolio-Optimierung haben wir ebenfalls einen wichtigen Meilenstein erreicht: Anfang Oktober konnten wir die Veräußerung des Geschäftsbereichs Environmental Science für professionelle Kunden an die Beteiligungsgesellschaft Cinven abschließen. Der Basiskaufpreis beträgt umgerechnet 2,6 Milliarden Euro.

Damit möchte ich nun an Wolfgang Nickl übergeben. Er wird Ihnen die Geschäftszahlen etwas detaillierter erläutern und auch auf unseren Ausblick auf das Gesamtjahr eingehen.

Wolfgang Nickl:

Vielen Dank, Werner! Auch von meiner Seite ein herzliches Willkommen.

Ich möchte zunächst auf die Zahlen für den Gesamtkonzern eingehen. Anschließend komme ich dann zur Geschäftsentwicklung in unseren drei Divisionen. Bitte beachten Sie, dass ich beim Umsatz stets von währungs- und portfoliobereinigten Veränderungen spreche – außer wenn ich ausdrücklich darauf hinweise, dass es nicht so ist.

Lassen Sie mich eingangs kurz die wesentlichen Einflussfaktoren für Umsatz und Ergebnis zusammenfassen. Das Umsatzwachstum wurde vor allem von höheren Preisen bei Glyphosat getrieben. Hier haben wir im dritten Quartal allerdings schon einen Rückgang im Vergleich zum ersten Halbjahr 2022 gesehen. Im vierten Quartal erwarten wir eine weitere Normalisierung.

Zugleich haben alle unsere Geschäftsbereiche mit erheblichen Kostensteigerungen bei Inputmaterialien, Energie, Fracht und Lagerhaltung zu kämpfen. Auch die Personalkosten sind gestiegen.

Ein weiterer wichtiger Einflussfaktor waren außerdem die Wechselkurse – sie haben sich beim Umsatz positiv, beim Ergebnis im Quartal aber negativ ausgewirkt. Letzteres ist zum einen auf saisonal niedrige Umsätze in den USA mit einer hohen Kostenbasis und zum anderen auf Anpassungsbuchungen für die Hyperinflationsländer Argentinien und Türkei zurückzuführen.

Kommen wir nun zu den Zahlen. Der Konzernumsatz stieg im dritten Quartal um 5,7 Prozent auf 11,3 Milliarden Euro. Dabei wirkten sich positive Währungseffekte mit 940 Millionen Euro aus.

Unsere zentrale Steuerungsgröße beim Ergebnis, das bereinigte EBITDA, erhöhte sich um gut 17 Prozent auf 2,5 Milliarden Euro. Die bereinigte EBITDA-Marge des Konzerns stieg von 21,4 Prozent im Vorjahresquartal auf 21,7 Prozent.

Das bereinigte Ergebnis je Aktie erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 7,6 Prozent auf 1,13 Euro. Ausschlaggebend für den Anstieg war vor allem die gute Geschäftsentwicklung.

Der Free Cash Flow lag im dritten Quartal bei 1,7 Milliarden Euro, ein Rückgang gegenüber dem Vorjahr um 11,1 Prozent. Der Rückgang resultiert unter anderem aus inflationsbedingt höheren Kosten in den Vorräten.

Damit komme ich nun zu unseren Divisionen. Beginnen möchte ich mit unserem Agrargeschäft.

Die Division Crop Science erreichte im dritten Quartal einen starken Umsatzanstieg von 8,4 Prozent auf 4,7 Milliarden Euro. In Lateinamerika und der Region Europa/Nahost/Afrika war das prozentuale Umsatzwachstum sogar zweistellig. In Nordamerika verzeichneten wir dagegen einen deutlichen Umsatzrückgang – vor allem aufgrund höherer Retouren von Saatgut.

Am kräftigsten legte der Umsatz bei den Herbiziden zu – plus 45 Prozent. Dies lag vor allem an der anhaltend günstigen Marktdynamik und den dadurch bedingten höheren Preisen.

Beim Geschäft mit Maissaatgut und Pflanzeneigenschaften war der Umsatz im Quartal aufgrund geringerer Lizenzeinnahmen und höherer Retouren infolge der geringeren Anbauflächen um 15,8 Prozent rückläufig, hat seit Jahresbeginn aber insgesamt zugelegt.

Auch bei Sojabohnensaatgut und Pflanzeneigenschaften ging der Umsatz zurück. Grund waren auch hier höhere Retouren in Nordamerika. In Lateinamerika konnten wir das Geschäft in dieser Geschäftseinheit jedoch ausweiten.

Das bereinigte EBITDA von Crop Science lag im dritten Quartal bei 629 Millionen Euro, nach 471 Millionen Euro im Vorjahr. Dies ist im Wesentlichen auf die gute Geschäftsentwicklung zurückzuführen. Auch die laufenden Effizienzprogramme leisteten ihren Beitrag. Belastet wurde das Ergebnis vor allem durch inflationsbedingt höhere Kosten.

Damit kommen wir zu unserem Pharmageschäft. Hier stieg der Umsatz im dritten Quartal um 2,9 Prozent auf knapp 5 Milliarden Euro. Dabei konnten wir die erfolgreiche Markteinführung unserer neuen Produkte fortsetzen. Insbesondere Nubeqa™ und Kerendia™ waren wichtige Wachstumstreiber bei Pharma. Den Umsatz mit Nubeqa™ konnten wir fast verdoppeln.

Auch unser Augenmedikament Eylea™ trug mit Zuwächsen in allen Regionen erneut zum Wachstum bei. Außerdem erhielten wir Meilensteinzahlungen aus unseren Plattformen für Zell- und Gentherapie sowie Chemoproteomik.

Bei unserem Gerinnungshemmer Xarelto™ verzeichneten wir dagegen wie erwartet einen deutlichen Umsatzrückgang. Dies war vor allem auf Tendersverfahren in China und den Patentablauf in Brasilien zurückzuführen.

Das bereinigte EBITDA von Pharma stieg im dritten Quartal deutlich – um 15,2 Prozent auf 1,6 Milliarden Euro. Neben höheren Umsatzerlösen trugen auch Erträge aus dem Verkauf von Randgeschäften zum Ergebnis bei. Anhaltend hohe Investitionen in die Markteinführung neuer Produkte sowie in Forschung und Entwicklung konnten so mehr als ausgeglichen werden.

Kommen wir zu Consumer Health. Unser Geschäft mit frei verkäuflichen Gesundheitsprodukten erzielte im dritten Quartal einen Umsatz von gut 1,5 Milliarden Euro, eine Steigerung von 4,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Die stärksten Zuwächse gab es in der Kategorie Allergie und Erkältung. Innerhalb dieser Kategorie legten Erkältungsprodukte um 19,2 Prozent zu und Allergieprodukte um 14,3 Prozent. Neben hohen Erkältungszahlen trug dazu vor allem die Markteinführung von Astepro™ in den USA bei. Auch im Dermatologie-Geschäft erzielten wir eine kräftige Umsatzsteigerung von 14,3 Prozent, vor allem getrieben durch unser neues Produkt Bepanthen™ Derma.

In der Kategorie Nahrungsergänzung ging der Umsatz dagegen zurück – blieb aber nach den starken Zuwächsen der vergangenen beiden Jahre auf hohem Niveau.

Getrieben durch das starke Umsatzwachstum stieg das bereinigte EBITDA von Consumer Health um 9,1 Prozent auf 336 Millionen Euro. Belastet wurde das Ergebnis vor allem durch Investitionen in die Markteinführung neuer Produkte – insbesondere Astepro™ – sowie durch inflationsbedingte Kostensteigerungen.

Kommen wir nun zu unserem Ausblick für das Gesamtjahr 2022. Wir hatten unsere Prognose im August angehoben und können diese nun – nach der starken Geschäftsentwicklung im dritten Quartal – bestätigen.

Leicht angepasst haben wir lediglich die Werte für den Free Cash Flow und die Nettofinanzverschuldung. Den Free Cash Flow prognostizieren wir nun mit währungsbereinigt 3 Milliarden Euro etwas höher, weil die Vergleichszahlungen für Rechtsfälle niedriger ausfallen als erwartet.

Entsprechend erwarten wir für die Nettofinanzverschuldung nun zum Jahresende einen etwas niedrigeren Wert von währungsbereinigt etwa 31 Milliarden Euro. Darin ist der höhere Cash Flow sowie der Verkauf des Environmental-Science-Geschäfts für professionelle Kunden berücksichtigt.

Damit gebe ich zurück an Werner Baumann.

Werner Baumann:

Vielen Dank, Wolfgang!

Wie Sie sehen, sind wir weiterhin auf einem sehr guten Weg, nach dem bereits starken Vorjahr ein sehr gutes Geschäftsjahr 2022 zu erreichen. Und das in schwierigen Zeiten. Denn natürlich müssen auch wir uns den aktuell widrigen Rahmenbedingungen entgegenstellen. Die Kostensteigerungen infolge der hohen Inflation haben wir schon mehrfach erwähnt. Es ist zu erwarten, dass sich dies auch im kommenden Jahr fortsetzen wird.

Dabei haben wir auch die Risiken im Zusammenhang mit der Energieversorgung im Blick. In Deutschland wollen wir bis Ende dieses Jahres unabhängig von russischem Gas sein. Aber es bleiben Unsicherheiten.

Die globalen Lieferketten sind zum Beispiel weiterhin sehr angespannt. Deswegen haben das Beschaffungsmanagement und die Stabilität unserer Lieferketten für uns höchste Priorität. Dazu stocken wir weiterhin unsere Lagerbestände auf, um Lieferengpässe abfedern zu können. Und wir arbeiten intensiv mit unseren Lieferanten und Vertragsherstellern zusammen, um unsere Lieferketten weiter zu stabilisieren.

Aber, und das möchte ich noch einmal ausdrücklich betonen: Gerade vor dem Hintergrund der aktuellen makroökonomischen und geopolitischen Situation hat das dritte Quartal – einmal mehr – gezeigt, wie robust unsere Geschäfte sind, und wie gut wir mit der klaren Ausrichtung unseres Portfolios auf Gesundheit und Ernährung aufgestellt sind.

Wir können mit unserer Expertise auf diesen Gebieten auch entscheidend zur Lösung einiger der größten Herausforderungen unserer Zeit beitragen, und dazu brauchen wir Innovationen.

Um die Produktivität in der Landwirtschaft zu steigern und immer mehr Menschen zu ernähren. Um die Wirtschaft nachhaltiger zu machen und den Klimawandel zu stoppen. Und um Krankheiten wie Krebs, Hämophilie oder Parkinson besser therapieren und eines Tages vielleicht sogar heilen zu können.

An diesen Dingen arbeiten wir. Deshalb bauen wir unser Forschungsnetzwerk kontinuierlich aus – auch über unsere Impact-Investment-Einheit Leaps by Bayer. Und deshalb investieren wir kontinuierlich in Forschung und Entwicklung – mehr als 5 Milliarden Euro jedes Jahr.

Diese beträchtliche Summe steht für unsere Zuversicht, dass wir mit unserer Kompetenz in Wissenschaft und Forschung wirklich etwas bewirken können. Und das ist auch die Grundlage für unseren zukünftigen Geschäftserfolg.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. Und jetzt antworten wir gerne auf Ihre Fragen.

Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Presse-Information kann bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen enthalten, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Prognosen der Unternehmensleitung von Bayer beruhen. Verschiedene bekannte wie auch unbekannt Risiken, Ungewissheiten und andere Faktoren können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Finanzlage, die Entwicklung oder die Performance der Gesellschaft wesentlich von den hier gegebenen Einschätzungen abweichen. Diese Faktoren schließen diejenigen ein, die Bayer in veröffentlichten Berichten beschrieben hat. Diese Berichte stehen auf der Bayer-Webseite www.bayer.com/de zur Verfügung. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.