



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

Presse-Information

Bayer Q3 Media Update Dienstag, 12. November 2024, Leverkusen

Aus den Ausführungen
des Vorstands der Bayer AG

(Es gilt das gesprochene Wort)

(2024-1505)

Bill Anderson,

Vorstandsvorsitzender der Bayer AG:

Was Sie heute von uns hören werden, ist die Begeisterung für die Möglichkeiten, die vor uns liegen. Aber auch unsere Herausforderungen werden wir klar benennen. Das ist die Art der Kommunikation, die wir im März etablieren wollten. Und das entspricht auch der Art, wie wir unsere Geschäfte führen. Wir sehen in einigen Bereichen große Fortschritte. Bei Pharma sind wir in unserer Entwicklung vorangekommen und sehen eine gute Dynamik bei unseren Neueinführungen. Das neue Organisationsmodell zeigt hervorragende erste Ergebnisse.

Obwohl wir große Fortschritte in einigen Bereichen verzeichnen, verlangen andere nach mehr Aufmerksamkeit. Regulatorische Herausforderungen und Preisdruck durch Generika im Bereich Pflanzenschutz sind dafür zwei Beispiele. Auch wenn diese Themen nicht vollständig in unserer Hand liegen, müssen wir diese mit unseren Möglichkeiten angehen und Entscheidungen treffen. Es gehört zum Geschäft, mit Hindernissen umzugehen und Anpassungen vorzunehmen. Solange wir auf dem richtigen Weg sind, ist das völlig in Ordnung. Wir sind überzeugt, dass wir für das Unternehmen den richtigen Kurs eingeschlagen haben, und den wollen wir beibehalten.

Ich möchte zunächst auf die Ergebnisse der vergangenen neun Monate und den Ausblick für das Gesamtjahr eingehen. Auf Konzernebene werden wir fast alle Kennzahlen erreichen, die wir für 2024 zugesagt haben. Allerdings erwarten wir, dass der Agrarmarkt in diesem Jahr um rund zwei Prozent schrumpfen wird. Deshalb ist es keine einfache Aufgabe, die Zahlen zu erreichen. Pharma hat seit Jahresbeginn zugelegt und liegt damit auf dem Niveau der Prognose, die wir im letzten Quartal angehoben hatten. Wir sind sogar zuversichtlich, am oberen Ende der Guidance für Umsatz und Ergebnis zu liegen. Consumer Health wächst, aber nicht so schnell, wie wir es erwartet hatten, weil Märkte wie die USA und China sich langsamer entwickeln. Dennoch gleichen die Ergebnisse bei Pharma und Consumer Health den Rückgang bei Crop Science teilweise aus. Das bereinigte EBITDA wird durch die erwähnten Herausforderungen zwar geringer ausfallen. Auf Konzernebene sind wir aber entschlossen, unsere Jahresziele beim Umsatzwachstum, dem bereinigten Ergebnis je Aktie und dem Free Cashflow zu erreichen.

Jetzt zur Geschäftsentwicklung der einzelnen Divisionen:

Crop Science wird die Ziele für 2024 nicht erreichen. Lateinamerika ist ein wichtiger Markt für uns, und wir hatten in der zweiten Jahreshälfte ähnlich bedeutende Beiträge aus der Region erwartet wie im vergangenen Jahr. Wetterkapriolen und Krankheitsbefall haben in Argentinien und Brasilien dazu geführt, dass die Anbauflächen für Mais zurückgegangen sind. Schwache Marktpreisentwicklungen und der Preisdruck durch Generika bei Pflanzenschutzmitteln haben zusätzlich dazu geführt, dass wir die Ziele für 2024 reduzieren müssen. Eine ähnliche Entwicklung ist in der gesamten Branche zu beobachten. Rodrigo und sein Team haben gezeigt, dass sie dem Marktdruck durch Innovationen standhalten können, aber ganz entziehen können wir uns dieser Entwicklung nicht. Dennoch müssen wir die Verantwortung für die Zielerreichung in diesem Jahr übernehmen, und es gibt Bereiche, die wir verbessern können.

Für 2025 sind wir in Bezug auf das Marktumfeld vorsichtig. Darüber hinaus erwarten wir, dass unser Pflanzenschutzmittel-Portfolio durch verlängerte Genehmigungsprozesse und geänderte Regulierungen beeinflusst wird. Das erfordert sehr viel Detailarbeit im operativen Geschäft. Rodrigo und sein Team werden die uns zur Verfügung stehenden Ressourcen weiter optimieren, um mit den Herausforderungen umzugehen. Gleichzeitig stärken wir unsere mittelfristigen Geschäftsperspektiven. So planen wir ab 2027 neue, führende Produkte auf den Markt zu bringen, deren Potenzial wir voll nutzen wollen.

Bei **Pharmaceuticals** haben wir die Prognose im vergangenen Quartal angehoben. In diesem Jahr verbleiben zwei Monate – und wir sind zuversichtlich, unsere Ziele am oberen Ende der Spanne zu erreichen. Mit der Entwicklung unserer Markteinführungen sind wir zufrieden. Nubeqa™ kommt schneller voran und Kerendia™ zeigt ebenfalls exzellentes Wachstum. Das ist wichtig, weil wir davon ausgehen können, dass sich die negative Entwicklung durch den Patentablauf bei Xarelto™ beschleunigen wird. Dies wird die Marge beeinträchtigen. Wir konzentrieren uns aber auf das, was wir kontrollieren können: die Stärkung unseres Entwicklungsportfolios und erfolgreiche Markteinführungen. Mit Acoramidis und Elinzanetant erwarten wir die nächsten beiden im kommenden Jahr. Zudem sehen wir eine gute Wachstumsdynamik beim Umsatz, verstärken die Pipeline und bilden damit der Basis für stetiges und profitables Wachstum in der Zukunft.

Bei **Consumer Health** haben wir uns in den vergangenen fünf Jahren an kontinuierliches Wachstum gewöhnt. Julio und das Team haben fest vor, das fortzusetzen und dabei den

Schwerpunkt auf das Wachstum der Absatzmengen zu legen. Daher richten wir die Investitionen in unsere Marken neu aus. So sollen mehr Mittel in die richtigen Marken und Märkte investiert und gleichzeitig Kosten reduziert sowie der Cashflow verbessert werden. Vor allem aufgrund dieses Ansatzes wachsen die Kategorien Dermatologie und Magen-Darm-Gesundheit beständig. Jetzt setzen wir diesen Ansatz auch im übrigen Portfolio um, was das Wachstum im kommenden Jahr beschleunigen sollte.

Nun zum Fortschritt bei den strategischen Prioritäten, zunächst zu **Innovationen**.

Ich hatte in den vergangenen Quartalen erläutert, wo wir mit PRECEON™ Smart Corn stehen. Die Biotech-Version wird 2027 eingeführt und die Züchtungsvariante ist bereits in drei Ländern auf dem Markt. Im September habe ich mir das auf einem Feld von Jerry selbst angeschaut. Er ist Landwirt im Nordosten von Iowa in den USA und betreibt seine Farm in der vierten Generation. Er konnte PRECEON™ viel dichter pflanzen als den hohen Mais, und die Pflanzen überstanden im Juli auch heftige Winde von über 100 km/h. Während seine Nachbarn mit beschädigten Pflanzen und deutlich geringeren Erträgen zu kämpfen hatten, hielt der von ihm gesäte kürzere Mais stand.

Insgesamt haben seine Pflanzen den besten Ertrag geliefert, den er je auf seinem Feld hatte: mehr als 16 Tonnen pro Hektar. Ich hatte vorhin einige Herausforderungen in der Landwirtschaft genannt. Diese machen solche Innovationen umso wichtiger für Landwirte, die von uns erwarten, dass wir ihnen einen klaren Mehrwert bieten.

Zu Pharma: Nubeqa™ hat im September die Schwelle zum Blockbuster-Status überschritten und in den gegenwärtigen Indikationen führende Positionen erreicht. Unser neues Organisationsmodell hat dazu beigetragen, das Wachstum zu beschleunigen. Wie die Vertriebsgebiete abgedeckt und Ressourcen verteilt werden, entscheiden die Verantwortlichen jetzt selbst, ohne große Abstimmung in der Hierarchie. Das bedeutet mehr Zeit für Ärzte und Patienten, schnelleres und konzentrierteres Arbeiten, etwa bei der Einreichung von Dossiers und Zulassungsanträgen, sowie beschleunigtes Wachstum.

Bei Consumer Health berichten die Teams, dass sie die Zeit bis zur Markteinführung fast halbiert haben, speziell im Bereich Nahrungsergänzungsmittel. Wir werden immer schneller darin, die Erkenntnisse aus Marktanalysen konkret umzusetzen.

Litigation

Jetzt zu den **Rechtsstreitigkeiten**: Wie angekündigt, wollen wir das Thema in den nächsten zwei Jahren eindämmen, und das ist weiterhin unser Ziel. Es wird kontinuierlich Meldungen zu Prozessen geben, zu unserem Engagement für mehr Rechtssicherheit und Spekulationen zu möglichen weiteren Maßnahmen. Wie bereits gesagt, prüfen wir alle möglichen Wege, um die Rechtsstreitigkeiten einzudämmen. Wir werden unsere Pläne aber nur kommentieren, wenn das im Interesse des Unternehmens ist.

Bei den Rechtsstreitigkeiten zu Glyphosat werden wir jetzt entscheiden, für welchen Fall wir eine Prüfung durch den US Supreme Court beantragen. Wenn das Gericht den Fall annimmt, hoffen wir auf eine Entscheidung in der Sitzungsperiode 2025-2026. Außerhalb der Gerichtssäle gibt es Bewegung bei Politikern, Landwirten und anderen Interessengruppen, die sich für mehr Rechtssicherheit für amerikanische Landwirte einsetzen. Außerdem wehren sich Unternehmen wie wir gegen die nebulöse Finanzierung der US-Klageindustrie. Gemeinsam mit mehr als 100 großen Unternehmen unterschiedlichster Branchen haben wir eine Petition unterzeichnet, die die Offenlegung der Prozess-Finanzierung durch Dritte vor Gericht fordert.

Bei PCB erwarten wir in den nächsten Monaten ebenfalls eine wichtige Gerichtsentscheidung, hier durch den Supreme Court des US-Bundesstaates Washington im Fall Erickson.

Insgesamt gibt es an der Litigation-Front noch viel zu tun. Das ist ein langer Prozess, und es gibt keine schnelle Lösung. Wir konzentrieren uns auf das größere Bild und verfolgen mehrere Wege. Im kommenden Jahr werden wir vom Supreme Court hören und weiter daran arbeiten, die Risiken deutlich einzudämmen.

Cash & Deleveraging

Auf den Cashflow wird Wolfgang eingehen. Wie bereits gesagt, sind wir für dieses Jahr voll auf Kurs.

Dynamic Shared Ownership

Schließlich komme ich zu Dynamic Shared Ownership. Vor einem Jahr hatte ich das neue Organisationsmodell erstmals vorgestellt. Damals hatten wir gerade begonnen und das neue Modell für 2.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingeführt. Inzwischen haben wir den allergrößten Teil des Unternehmens damit erreicht und sehen dadurch große Veränderungen. Im Vergleich zum Jahresanfang gibt es 5.500 weniger Stellen im Unternehmen, und die allermeisten sind Management-Positionen.

Am wichtigsten sind jedoch die Verbesserungen in der Art, wie wir unsere Geschäfte führen. Ich war kürzlich in Garbagnate, einem Produktions-standort unserer Pharma-Division außerhalb von Mailand. Dort haben die Kolleginnen und Kollegen ein bereichsübergreifendes Team zusammengestellt, um die Zeit für die Freigabe von Chargen um zehn Prozent zu kürzen, die bislang etwa zwei bis drei Wochen in Anspruch genommen hat. Sie haben in drei 90-Tage-Zyklen gearbeitet und konnten Entscheidungen direkt vor Ort treffen, unter Einbeziehung derjenigen, die in der Produktionshalle den Job letztendlich auch machen. So haben sie die Freigabezeit inzwischen fast um die Hälfte gesenkt, was geringere Lagerbestände, weniger Abfall sowie einen verbesserten Cashflow bedeutet. Uns ist es wichtig, dass unsere Beschäftigten im Sinne unserer Mission etwas bewegen können, Patienten schneller von Innovationen profitieren und sich für unsere Investoren der Cashflow verbessert.

Zweifellos liegt noch viel Arbeit vor uns, um das Modell im großen Stil zu etablieren. Wir sind jetzt in einer kritischen Phase der Implementierung. Das Management-Team muss am Ball bleiben, um sicherzustellen, dass wir nicht den Weg von traditionellen Umstrukturierungen gehen, die häufig ineffektiv sind. Als ich zu Beginn nach Erfolgsgeschichten gefragt hatte, bekam ich immer die gleichen zwei, drei Beispiele zu hören. Später gab es monatlich neue. Inzwischen höre ich fast täglich Geschichten wie diese. Ich bin überzeugt, dass sich das in besseren Ergebnissen für unsere Investoren und einer erfolgreichen Zukunft für uns und unsere Kunden niederschlagen wird.

Bevor ich an Wolfgang übergebe, würde ich gerne noch mitteilen, dass ich sehr froh bin, dass er seinen Vertrag verlängert hat. Er wollte eigentlich nach Ablauf seines Vertrags im

kommenden Jahr aufhören, aber er wird nun ein weiteres Jahr an Bord bleiben, um die drei Jahre unserer Erneuerungsphase abzuschließen. Wolfgang, Du bist ein toller Partner, und ich freue mich sehr darüber!

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit. Damit übergebe ich an Wolfgang.

Wolfgang Nickl,

Finanzvorstand der Bayer AG:

Vielen Dank, Bill. Ich werde zunächst kurz auf die Ergebnisse des dritten Quartals eingehen, bevor ich zum Ausblick für das Gesamtjahr komme und dann die Vektoren für das Jahr 2025 beschreibe.

Wie immer sind unsere Angaben zu Umsatzveränderungen währungs- und portfoliobereinigt.

Im dritten Quartal ist der Umsatz leicht um 1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Das Wachstum bei Pharmaceuticals und Consumer Health glich den Rückgang bei Crop Science aus.

Das bereinigte EBITDA lag bei 1,3 Milliarden Euro und damit 26 Prozent bzw. rund 430 Millionen Euro unter dem Vorjahresquartal. Die Differenz erklärt sich vor allem durch schlechtere Ergebnisse bei Pharma und in der Überleitung.

Währungseffekte bleiben in diesem Jahr eine große Belastung. Im dritten Quartal verzeichneten wir negative Währungseffekte von fast 440 Millionen Euro auf unseren Umsatz, seit Jahresbeginn belaufen sie sich auf 1,2 Milliarden Euro. Im Ergebnis führten Wechselkurseffekte im dritten Quartal und seit Jahresbeginn zu einem negativen Einfluss von 40 Basispunkten auf die Konzernmarge. Die Auswirkungen auf die Margen der Divisionen sind dabei sehr unterschiedlich, je nach regionaler Aufteilung der Umsätze und Kostentreiber.

Entsprechend der jeweiligen Geschäftsentwicklungen und dem Ausblick sehen wir geringere Rückstellungen für variable Vergütungsleistungen bei Crop Science und Consumer Health, während bei Pharmaceuticals das Gegenteil der Fall ist.

Das bereinigte Ergebnis je Aktie lag im dritten Quartal bei 24 Cent und damit 14 Cent unter Vorjahr. Das geringere bereinigte EBITDA wurde dabei zum Teil durch ein besseres bereinigtes Finanzergebnis kompensiert.

Das Ergebnis je Aktie lag bei minus 4 Euro und 26 Cent. Die Differenz zum bereinigten Ergebnis je Aktie ist größtenteils auf nicht zahlungswirksame Wertminderungen von etwa 3,8 Milliarden Euro für Crop Science zurückzuführen. Die Gründe hierfür sind vor allem reduzierte Geschäftsaussichten, speziell im Bereich Pflanzenschutz, Währungseffekte sowie regulatorische Unsicherheiten bei Dicamba. Dagegen haben sich die gewichteten durchschnittlichen Kapitalkosten positiv ausgewirkt.

Der Free Cashflow belief sich auf 1,1 Milliarden Euro, verglichen mit 1,6 Milliarden Euro im Vorjahresquartal. Dieser Rückgang liegt hauptsächlich an Quartalsverschiebungen beim Forderungsabbau bei Crop Science. Seit Jahresbeginn liegt unser Free Cashflow bei minus 200 Millionen Euro. Zum Vergleich: Im Vorjahr lagen wir nach neun Monaten bei minus 2,9 Milliarden Euro. Der Unterschied erklärt sich vor allem durch geringere Auszahlungen für variable Gehaltsbestandteile und Vergleichskosten für Rechtsstreitigkeiten. Im vierten Quartal erwarten wir starke Cash-Beiträge, mit denen wir unsere Ziele für das Gesamtjahr erreichen wollen.

Die Nettofinanzverschuldung reduzierte sich zum Ende des dritten Quartals auf 35 Milliarden Euro aufgrund des positiven Cash-Beitrags im Quartal und positiven Wechselkurseffekten von rund 600 Millionen Euro.

Nun zu den Prognosen der Divisionen für 2024.

Für Crop Science erwarten wir jetzt einen währungs- und portfoliobereinigten Umsatzrückgang von einem bis drei Prozent. Das liegt sowohl an der Anpassung unseres Ausblicks für unser Kerngeschäft, das durch die Herausforderungen in Lateinamerika belastet wird, als auch am intensiveren Preisdruck bei Pflanzenschutzmitteln durch Generika. Auch der Ausblick für die Marge ist betroffen: Die EBITDA-Marge vor

Sondereinflüssen wird bei konstanten Wechselkursen nun voraussichtlich zwischen 18 und 20 Prozent liegen.

Für Pharmaceuticals bestätigen wir den nach dem zweiten Quartal angehobenen Ausblick für das Gesamtjahr bei konstanten Wechselkursen. Wir erwarten zudem, bei Umsatz und Marge am oberen Ende der Guidance zu liegen.

Bei Consumer Health erwarten wir ein moderat niedrigeres Marktwachstum für den Rest des Jahres 2024. Dies ist vor allem auf die sich abschwächende Konjunktur in bestimmten Märkten zurückzuführen. In den USA zeigen die Konsumenten mehr Preissensibilität, und es gibt erste Anzeichen für eine schwächere Erkältungssaison. In China erwarten wir ein insgesamt verlangsamtes Wachstum.

Für das vierte Quartal gehen wir davon aus, dass die Einzelhändler ihr Working Capital weiter optimieren werden, da sich die Lieferkettensituation und Produktverfügbarkeit verbessert haben. Das wird im Gesamtjahr unsere Umsätze beeinflussen.

Unter Berücksichtigung dieser Faktoren erwarten wir für das Gesamtjahr ein währungs- und portfoliobereinigtes Umsatzwachstum zwischen einem und drei Prozent. Mit einem klaren Fokus auf unsere Programme zur Effizienzsteigerung und auf gezieltes Preismanagement erwarten wir weiterhin, dass unsere EBITDA-Marge innerhalb der Guidance liegen wird.

Auf Konzernebene stehen wir weiter zu unseren Jahreszielen für Umsatzwachstum, bereinigtes Ergebnis je Aktie, Free Cashflow und Nettofinanzverschuldung – jeweils zu konstanten Wechselkursen. Basierend auf dem aktualisierten Ausblick der Divisionen reduzieren wir die Prognose für das bereinigte EBITDA auf minus 11 bis minus 8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Wir erwarten zudem ein um 300 Millionen Euro verbessertes bereinigtes Finanzergebnis von etwa minus 2 Milliarden Euro. Das entspricht den Ergebnissen seit Jahresbeginn.

Wir haben auch unsere Wechselkurserwartungen aktualisiert, die jetzt auf den Kursen von Ende September basieren. Wir gehen nun von verstärkten negativen Währungseffekten auf den Umsatz von etwa 3 bis 4 Prozentpunkten aus. Für die Nettofinanzverschuldung sehen wir einen gegenteiligen Effekt und erwarten nun keine

wesentlichen Auswirkungen mehr, nachdem wir zuvor von einer Erhöhung um 500 Millionen Euro ausgegangen waren.

Ich möchte jetzt noch kurz auf einige Geschäftsvektoren für das kommende Jahr eingehen.

Bei Pharmaceuticals erwarten wir eine weiterhin starke Wachstumsdynamik der neuen Produkte. Gleichzeitig rechnen wir mit mehr Druck durch Generika auf Xarelto™, was die Marge im Vergleich zu 2024 zusätzlich belastet.

Für Crop Science sind wir beim Marktausblick vorsichtig und antizipieren gedämpftes Wachstum. Darüber hinaus erwarten wir im Pflanzenschutzgeschäft regulatorische Herausforderungen, die die Profitabilität zusätzlich unter Druck setzen.

Für Consumer Health erwarten wir ein Marktwachstum auf einem ähnlichen Niveau wie dieses Jahr. Im Markt wollen wir robust wachsen und setzen vor allem auf höhere Volumina.

Unter den aktuellen Annahmen werden sich die Wechselkurse wohl weiterhin deutlich negativ auswirken.

Insgesamt haben wir für kommendes Jahr eher gedämpfte Erwartungen in Bezug auf Umsatz und Ergebnis, und Letzteres wird voraussichtlich zurückgehen. Dies wollen wir durch beschleunigte Kosten- und Effizienzmaßnahmen teilweise ausgleichen. Und wir behalten den Cashflow fest im Blick.

Mit diesen Angaben möchten wir ein gewisses Maß an Transparenz über die Haupttreiber im kommenden Jahr bieten, die konkreten Planungen laufen allerdings noch. Die genauen Prognosen für 2025 werden wir mit dem Jahresergebnis kommunizieren.

Bill Anderson:

Danke, Wolfgang. Ich hoffe, Sie haben damit einen hilfreichen Einblick bekommen, wo wir mit unseren Geschäften stehen und wie wir im Moment auf das Jahr 2025 schauen. Lassen Sie mich zusammenfassen, bevor wir zu Ihren Fragen kommen: Wir sind auf dem Weg, die Ziele für 2024 bei Umsatzwachstum, bereinigtem Ergebnis je Aktie, Cashflow und Nettofinanzverschuldung zu erreichen. Bei der Umsetzung unserer Strategie haben wir Fortschritte gemacht. Wir haben die Umstellung auf das neue Organisationsmodell beschleunigt. Und die Pharma-Pipeline haben wir deutlich vorangebracht.

Aber wir haben noch mehr zu tun. Wir müssen die Unsicherheit durch die Rechtsstreitigkeiten eindämmen, und daran arbeiten wir rund um die Uhr. Mit unserer operativen Performance wollen wir noch wettbewerbsfähiger werden. Rodrigo und sein Team arbeiten daran bei Crop Science. Bei Pharma bereiten wir zwei wichtige Produkt-einführungen für das kommende Jahr vor. Consumer Health setzt die Ressourcen gezielter für unsere Marken ein. Alle drei Divisionen werden schlanker, dynamischer und stärken den unternehmerischen Geist. Wir sind überzeugt von der Strategie, die wir im März vorgestellt haben. Das sind die richtigen Schwerpunkte für unsere Kunden, unser Unternehmen und unsere Investoren.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Erläuterungen können bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen enthalten, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Prognosen der Unternehmensleitung von Bayer beruhen. Verschiedene bekannte wie auch unbekannte 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-Website www.bayer.com/de zur Verfügung. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.