



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

Presse-Information

Bilanz-Pressekonferenz Mittwoch, 4. März 2026, Leverkusen

Aus den Ausführungen
des Vorstands der Bayer AG

(Es gilt das gesprochene Wort)

(2026-1501)

Bill Anderson,

Vorstandsvorsitzender der Bayer AG:

Wir freuen uns, Ihnen die Ergebnisse des vergangenen Jahres und den Ausblick 2026 vorzustellen. Zuvor möchte ich aber kurz unseren Neuzugang im Vorstand begrüßen: Wie im November angekündigt, ist seit dem 1. März Judith Hartmann als Vorstandsmitglied bei uns im Unternehmen. In den ersten Wochen wird sie das Unternehmen mit seinen Kunden, Beschäftigten und Produkten kennenlernen, bevor sie im Juni die Rolle als Finanz-Vorständin übernimmt. Herzlich willkommen bei Bayer, Judith!

Beginnen wir mit 2025. Im Juli hatten wir die währungsbereinigten Jahresprognosen für Umsatz und Ergebnis angehoben. Heute können wir mitteilen, dass wir diese Ziele erreicht haben und bei den Kennzahlen komfortabel innerhalb der angehobenen Prognose liegen. Der Umsatz lag bei 45,5 Milliarden Euro, das bereinigte Ergebnis je Aktie bei 4,91 Euro und der Free Cash Flow bei 2,1 Milliarden Euro.

Auf divisionaler Ebene ist Crop Science im ersten Jahr mit dem Programm zur Verbesserung der Ertragskraft vorangekommen. Die Fortschritte bei Pharmaceuticals werden immer deutlicher sichtbar – mit Produkteinführungen, die sich als Wachstumstreiber etablieren, und weiteren Produkten, deren Entwicklung hin zur Markteinführung vorankommt. Consumer Health litt durch schwache Märkte in den USA und China, konnte sein Margenziel aber erreichen.

Und überall im Unternehmen sehen wir Fortschritte in der Art, wie wir arbeiten. Produkteinführungen kommen schnell voran. Ressourcen werden flexibler eingesetzt. Und unsere Organisation ist deutlich flacher und schlanker aufgestellt, mit weniger Management und mehr Konzentration auf unsere Mission. Es gibt nur noch etwa halb so viele Hierarchieebenen wie vor Einführung des neuen Organisationsmodells, und wir haben zwei Drittel weniger Managementpositionen als damals. Die 88.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei Bayer schaffen mehr in weniger Zeit und mit weniger Ressourcen.

Insgesamt gibt es bei unserem umfassenden Turnaround Fortschritte. Aber wir sind noch lange nicht am Ziel. Es gibt noch viel zu tun, bei jeder einzelnen unserer strategischen Prioritäten und in allen Divisionen. Wir konzentrieren uns auf die wichtigen Aufgaben, die vor uns liegen.

Eine dieser Prioritäten ist es, die Rechtsstreitigkeiten signifikant einzudämmen. Vor zwei Wochen haben Monsanto und Klägerkanzleien eine Vereinbarung über einen US-weiten Sammelvergleich eingereicht, mit dem dafür in Frage kommende aktuelle und künftige Glyphosat-Fälle beigelegt werden sollen. Ein paar Kernpunkte möchte ich heute noch einmal betonen:

Erstens befindet sich die Vergleichsvereinbarung im Genehmigungsprozess. Wie vor zwei Wochen gesagt sind wir in Bezug auf die Inhalte der Vereinbarung zuversichtlich. Wir erwarten die Entscheidung des Richters und sind auf alle Szenarien vorbereitet.

Zweitens hat Monsanto die schriftlichen Eröffnungsplädoyers beim U.S. Supreme Court eingereicht, und es gab starke Unterstützung durch Stellungnahmen von der US-Regierung, von 15 US-Bundesstaaten, der US-Handelskammer und vielen anderen. Wir werden den Fall weiter eng begleiten und erwarten ein Urteil vermutlich in der zweiten Junihälfte. Wir sind vor allem dankbar für die Unterstützung von US-Landwirtschaftsverbänden, die am besten wissen, wie wichtig Glyphosat für ihre essenzielle Arbeit ist.

Das Weiße Haus hat die grundlegende Bedeutung von Glyphosat für die Ernährungssicherheit der USA vor kurzem mit einer Präsidialverfügung bestätigt. Wir teilen diese Ansicht und werden die Verordnung umsetzen.

Unsere mehrgleisige Strategie kommt insgesamt gut voran. Vor uns liegen einige wichtige Meilensteine. Wir konzentrieren uns weiter darauf, die richtigen Schritte für das Unternehmen zu machen und bleiben weiter für alle Ereignisse vorbereitet.

Es gab in jüngster Zeit viel Aufmerksamkeit und wir erwarten, dass die Debatte über die amerikanische Landwirtschaft in den kommenden Monaten weitergeht. Was braucht es, damit nachhaltige und gesunde Ernährung sichergestellt wird und die Regulierung auf Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse erfolgt? Wir begrüßen unterschiedliche Meinungen darüber und bringen uns in die Diskussion ein. Dabei müssen wir uns aber über die Fakten im Klaren sein.

Erstens: Die Sicherheit von Glyphosat wird von den Regulierungsbehörden eindeutig bestätigt. Und zwar in mehr als 50 Ländern, inklusive der USA, Kanada und den Ländern in Europa. Zugrunde liegen gründliche Überprüfungen, denen es nicht um Klicks geht und

die auch nicht viral gehen. Stattdessen müssen mögliche Risiken genau geprüft und Schlussfolgerungen wissenschaftlich valide sein.

Zweitens: Glyphosat ist für Landwirtschaft und Ernährung essenziell. Es hilft dabei, Kohlendioxid im Boden zu halten und sichert Ernten vor Unkräutern. Damit bleiben Lebensmitteleinkäufe in Zeiten von besorgniserregenden Preisen bezahlbar. Die Landwirte sind ein Grundpfeiler der US-Wirtschaft und für die weltweite Ernährungssicherheit entscheidend. Wir wollen, dass es so bleibt.

Drittens: Die Klageindustrie in den USA ist ein Milliardengeschäft. Die Kosten dafür liegen jährlich bei mehr als 600 Milliarden US-Dollar. Das entspricht im Schnitt mehr als 4.000 Dollar, die jeder US-Haushalt dafür aufwenden muss. Und das Geschäft wächst dank der Unterstützung durch Private-Equity-Firmen und ausländische Investoren, die von steuerfreien Renditen profitieren. Die Washington Post rief in der vergangenen Woche den Kongress zu einer Reform des Rechtssystems auf und erwähnte explizit die Glyphosat-Rechtsstreitigkeiten als ein Beispiel dafür, was im System schief läuft. Wenn also in der Debatte demnächst mal wieder gefordert wird, den großen Konzernen eins auszuwischen, sollte auch gleich gefragt werden, wer eigentlich die großen Konzerne sind und wer letztlich die Kosten trägt.

Bayer hat sich seit Jahren zu dem Thema geäußert und viele andere im Zusammenhang mit den Rechtsstreitigkeiten zu Glyphosat ebenfalls. Wir haben unser Anliegen Politikern über parteipolitische Grenzen hinweg dargelegt und auch in der breiten Öffentlichkeit. Wir werden unsere Interessen weiterhin klar und transparent kommunizieren. Und wir werden den Dialog mit Menschen unterschiedlicher Meinungen suchen, in der Hoffnung, einen gemeinsamen Nenner zu finden. Bei solch wichtigen Fragen ist es entscheidend, bei der Wahrheit anzufangen.

Auch über die Rechtsstreitigkeiten hinaus haben wir eine volle Agenda für 2026. Wir wollen viel mehr Patienten mit Nubeqa™ und Kerendia™ helfen. 2026 wird das erste komplette Vertriebsjahr für Beyontra™ und Lynkuet™ sein. Und Asundexian wollen wir so schnell wie möglich auf den Markt bringen.

Crop Science hat 2025 mit seinem Fünfjahresprogramm den Grundstein gelegt, um dieses Jahr Umsatz und Ergebnis zu verbessern. Die Produkteinführungen für 2027 und darüber hinaus sind in Vorbereitung.

Consumer Health will die „Road to Billions“-Strategie weiter voranbringen, und dabei sollen die volatilen Marktentwicklungen durch die richtigen Investitionsentscheidungen in Kategorien ausgeglichen werden, in denen wir am meisten gewinnen können.

Und in dem Jahr, im dem wir die Hauptlast der Rechtsstreitigkeiten tragen müssen, ist es wichtig, dass wir unsere Ressourcen sehr diszipliniert einsetzen. Die Cash-Generierung hat höchste Priorität, und der Schuldenabbau bleibt ein Schwerpunkt. Und wir bleiben voll darauf konzentriert, die zwei Milliarden Euro an Ergebnisbeiträgen durch das neue Organisationsmodell zu erreichen.

Was den Ausblick betrifft, erwarten wir für 2026 solide Ergebnisse, wobei Rückgänge bei Produkten von Pharmaceuticals und Crop Science durch Patentausläufe und Regulierungsentscheidungen in der EU durch die starken Ergebnisse von Produkteinführungen sowie unsere jährliche Portfolioaktualisierung kompensiert werden. Zudem wollen wir 2026 weitere Investitionen in unsere Pipeline und Neueinführungen sicherstellen, um uns für Wachstum im kommenden Jahr und darüber hinaus aufzustellen. Bei stabilen Wechselkursen erwarten wir, dass das bereinigte Ergebnis je Aktie ungefähr auf Höhe des Vorjahres liegen wird. Und wie vor zwei Wochen kommuniziert, gehen wir in diesem Jahr durch die Zahlungen für Rechtsstreitigkeiten von einem negativen Free Cash Flow aus.

Der Ausblick sagt viel über die derzeitige strategische Position des Unternehmens aus: Es gibt starke Anzeichen für Fortschritt, wir arbeiten aber noch an unserem umfassenden Turnaround. Wir kommen überall im Unternehmen deutlich voran, aber es gibt noch viel zu tun. Wir konzentrieren uns darauf, unsere Zusagen für 2026 umzusetzen und die richtigen langfristigen Entscheidungen für nachhaltiges und profitables Wachstum zu treffen. Wir wissen sehr genau, was in den unterschiedlichen Bereichen noch vor uns liegt. Auf diese Aufgaben konzentrieren wir uns – und wir werden liefern.

Heike Prinz,

Mitglied des Vorstands der Bayer AG, Chief Talent Officer, Arbeitsdirektorin:

Lassen Sie mich Ihnen einen kurzen Überblick darüber geben, wo wir mit der Umstellung von Bayer auf unser neues Organisationsmodell „Dynamic Shared Ownership“, kurz DSO, stehen.

DSO ist heute, zweieinhalb Jahre nach seiner Ankündigung, das Organisationsmodell des Bayer-Konzerns – in allen Ländern, in allen Divisionen, in allen Enabling Functions. Wir sind heute als agiles Netzwerk von Teams organisiert – und mit neugestalteten HR-Prozessen legen wir immer mehr Entscheidungen in die Hände unserer Beschäftigten.

Der Abbau von Bürokratie schlägt sich auch in unseren Kosten nieder, die wir im vergangenen Jahr um weitere 700 Millionen Euro reduzieren konnten. Bis Ende dieses Jahres werden sich die Einsparungen durch DSO, wie angekündigt, auf insgesamt 2 Milliarden Euro summieren.

Doch wir haben mit DSO nicht nur Kosten reduziert – Bayer ist insgesamt spürbar schlanker, flexibler und effektiver geworden. Ein herausragendes Beispiel dafür sind die jüngsten Produktstarts unserer Pharma-Division, die teils in Rekordzeit erfolgten. Ich war selbst lange Zeit im Pharma-Geschäft tätig und weiß, welche enorme Leistung das ist – und wie wichtig es ist, mit einem neuen Produkt schnell auf dem Markt zu sein.

Mit DSO entstehen Innovationen schneller, und sie erreichen in kürzester Zeit unsere Kunden – davon profitieren Patienten, Landwirte und Verbraucher ganz unmittelbar.

Wolfgang Nickl,

Finanzvorstand der Bayer AG:

Lassen Sie uns einen genaueren Blick auf die Konzernergebnisse für das Gesamtjahr 2025 werfen. Wir haben in diesem richtungsweisenden Jahr die angehobenen Finanzziele für alle wichtigen Konzernkennzahlen vollständig erreicht.

Der Konzernumsatz legte währungs- und portfoliobereinigt im Jahresvergleich um ein Prozent zu. Und alle Divisionen haben ihre angepassten Prognosen erreicht. Lassen Sie mich kurz auf die wichtigsten Aspekte für die Divisionen eingehen:

Bei Crop Science wurde der erwartete regulatorische Gegenwind durch den Verlust der Zulassungen von Dicamba™ und Movento™ durch starkes Wachstum bei Maissaatgut und Pflanzeigenschaften ausgeglichen. Der Zuwachs bei Mais hatte folgende Gründe: historisch große Anbauflächen in Nordamerika, eine weltweit starke Geschäftsentwicklung und schließlich einen Teil der zusätzlichen Lizenzeinnahmen aus den Vereinbarungen mit Corteva im vierten Quartal.

Auf die Vereinbarungen mit Corteva will ich etwas näher eingehen: Erstens geht es um Lizenzgebühren, die uns für die Nutzung unserer Technologie in verschiedenen Zeiträumen zustehen, unter anderem für die Jahre 2025 und 2026. Lizenzgebühren sind ein wichtiges Element unseres Geschäftsmodells und werden daher als operativer Umsatz verbucht.

Zweitens: Auf Basis der Inhalte und zeitlichen Strukturierung dieser Vereinbarungen wurden unsere Mais-Umsätze im vierten Quartal um rund 300 Millionen Euro gesteigert. Und wir erwarten für das erste Quartal 2026, wie im Geschäftsbericht erläutert, rund 450 Millionen Euro an zusätzlichen Soja-Umsätzen, was im Ausblick berücksichtigt ist. Wir waren immer überzeugt, dass wir uns durchsetzen würden, aber die Zahlungen waren höher als veranschlagt.

Drittens haben wir wegen dieses positiven Effektes einige strategische Maßnahmen vorgezogen, etwa zur Straffung des Portfolios. Zusammen mit Auswirkungen auf Bonuszahlungen verringert das den positiven Effekt aus den Lizenzeinnahmen im Jahr 2025 weitgehend. Wichtig zu betonen ist, dass die operativen Ziele auch ohne diese Effekte erreicht worden wären.

Pharmaceuticals hat die angehobene Prognose vollständig erreicht. Nubeqa™ und Kerendia™ zeigten weiterhin dynamisches Wachstum und übertrafen die angehobenen Erwartungen. Damit glichen die Produkteinführungen die prognostizierten Rückgänge bei Xarelto™ und den Gegenwind bei Eylea™ mehr als aus.

Consumer Health zeigte sich in einem herausfordernden Marktumfeld mit im Jahresvergleich stabilen Umsätzen resilient und erreichte die angepasste Prognose. Vor allem der Bereich Nahrungsergänzungsmittel wurde durch schwierige Marktbedingungen in China und den USA belastet. Zudem führte eine schwächere Saison in der Kategorie Allergie und Erkältung zu einem Rückgang.

Wie angekündigt wurde der Konzernumsatz durch deutliche Währungseffekte von rund 1,7 Milliarden Euro belastet. Das hing vor allem mit den Abwertungen des US-Dollar, des brasilianischen Real sowie von Hyperinflationswährungen zusammen.

Damit zum Ergebnis: Das bereinigte EBITDA lag auf Konzernebene bei 9,7 Milliarden Euro. Im Vergleich zum Vorjahr belasteten Währungseffekte von rund 500 Millionen Euro das Ergebnis. Zudem gab es höhere Rückstellungen für Bonuszahlungen und mehr Investitionen als im Vorjahr, die durch Umsatzwachstum und Kosteneinsparungen teilweise ausgeglichen wurden. Insgesamt war es ein wichtiges Jahr für unsere Transformation, in dem alle Divisionen und die Enabling Functions ihre Ergebnisziele erreicht haben. Nötige Investitionen in Wachstum wurden durch einen disziplinierten Einsatz von Ressourcen und Kosteneinsparungen ermöglicht.

Das bereinigte Ergebnis je Aktie lag bei 4,91 Euro. Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr erklärt sich durch das erwartungsgemäß geringere bereinigte EBITDA und negative Währungseffekte von rund 30 Cent. Das bereinigte Finanzergebnis fiel besser aus als erwartet. Im Vergleich zum Vorjahr profitierten wir hier von geringeren Zinsaufwendungen und einer Verbesserung beim Beteiligungsergebnis.

Das Ergebnis je Aktie belief sich auf minus 3,68 Euro. Die Differenz zum bereinigten Ergebnis je Aktie erklärt sich neben den regulären Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte durch die erheblichen Rückstellungen und Verbindlichkeiten für Rechtsstreitigkeiten, die als Sondereffekte ausgewiesen sind. Die Sondereffekte durch Rechtsstreitigkeiten beliefen sich insgesamt auf 7,5 Milliarden Euro und enthalten die Erhöhungen, die wir vor zwei Wochen angekündigt haben. Ich möchte klarstellen, dass

die Rückstellungen und Verbindlichkeiten für Rechtsstreitigkeiten Ergebnis einer umfassenden Prüfung sind: Der Betrag von 11,8 Milliarden Euro enthält alle Kosten für Rechtsstreitigkeiten, die wir heute kennen oder zuverlässig vorhersagen können – dazu gehören auch Glyphosat-Urteile aus der Vergangenheit, die entweder verglichen wurden oder gegen die noch Rechtsmittel anhängig sind.

Der Free Cash Flow lag mit 2,1 Milliarden Euro am oberen Ende der Prognose. Der erwartete Rückgang im Vorjahresvergleich erklärt sich durch höhere variable Vergütungen und die Zahlungen für Rechtsstreitigkeiten. Die Nettofinanzverschuldung reduzierte sich zum Jahresende auf weniger als 30 Milliarden Euro. Grund waren der Cash-Flow-Beitrag sowie positive Währungseffekte von etwa 1,4 Milliarden Euro – vor allem wegen des schwachen Dollars.

Damit zum Ausblick für 2026. Zunächst möchte ich die Hintergründe für eine Änderung beim bereinigten Ergebnis je Aktie erläutern, die wir dieses Jahr einführen. Was wir damit erreichen wollen, ist eine höhere Transparenz in Bezug auf unsere operative Performance, weil die notwendigen Kosten für die Geschäftstätigkeit abgebildet werden – und das bereinigte Ergebnis je Aktie wird näher an das Ergebnis je Aktie herangeführt.

Das bereinigte Ergebnis je Aktie umfasste bisher nur die üblichen Abschreibungen auf Sachanlagen. Ab diesem Jahr werden wir auch die Abschreibungen auf bestimmte immaterielle Vermögenswerte berücksichtigen, insbesondere auf Software. Nach dieser neuen Berechnungslogik hätte sich für 2025 ein Abschlag von etwa 35 Cent ergeben, das entspricht einer Reduzierung des bereinigten Ergebnisses je Aktie von 4,91 Euro auf 4,57 Euro.

Für 2026 erwarten wir ein stabiles Ergebnis je Aktie bei konstanten Wechselkursen auf einer vergleichbaren Basis.

Alle Divisionen erwarten weitere Fortschritte bei ihrer Transformation, setzen ihre strategische Agenda weiter um und bilden damit die Basis für künftiges Wachstum. Dies umfasst sowohl weitere Einsparungen als auch Investitionen in Innovation und Produkteinführungen. Insgesamt dürften höhere Ergebnisbeiträge von Crop Science und Consumer Health durch ein geringeres Ergebnis bei Pharmaceuticals ausgeglichen werden.

Auf Konzernebene erwarten wir aufgrund des höheren Aktienkurses im Vorjahresvergleich höhere langfristige variable Vergütungsbestandteile. Das zeigt sich auch in höheren Kosten in der Überleitung.

Wir gehen auch davon aus, dass höhere Zinszahlungen sich auf unser bereinigtes Finanzergebnis auswirken werden. Ursache ist eine erwartete Erhöhung der Nettofinanzverschuldung durch die erheblichen Zahlungen für Rechtsstreitigkeiten sowie die daraus resultierende negative Prognose für den Free Cash Flow 2026.

Schließlich zur geopolitischen Lage: Ich möchte zunächst auf den neuen Krieg im Nahen Osten eingehen. Unsere Gedanken sind bei den Menschen in der gesamten Region. Wir konzentrieren uns vor allem auf die Sicherheit unser Mitarbeiter und auf die Fortsetzung unserer Geschäftstätigkeit. Derzeit sehen wir keine größeren Beeinträchtigungen für unser Geschäft, beobachten die Situation aber weiter sehr genau. Dabei stehen wir in engem Austausch mit unseren Mitarbeitern vor Ort, die sicherstellen, dass die essenziellen Produkte weiter verfügbar sind.

Zu Zöllen und Wechselkurseffekten: Wir sind darauf vorbereitet, mit einer neuen Dimension an Volatilität in unseren Geschäftsfeldern und Regionen umzugehen. 2025 konnten wir erfolgreich mit dem dynamischen Handelsumfeld umgehen und haben den Effekt von zusätzlichen Zöllen eingegrenzt. Funktionsübergreifende Teams haben dafür mehrere Maßnahmen umgesetzt, die durch Zollaussnahmen aufgrund der Relevanz unserer Produkte ergänzt wurden. Unsere neue Arbeitsweise hat sich als sehr hilfreich erwiesen, um mit der Situation flexibel umzugehen, und darauf werden wir weiter aufbauen.

Der Ausblick für 2026 berücksichtigt die jüngsten Annahmen zu erwarteten direkten und indirekten geopolitischen Effekten. Wie bereits erwähnt gehen wir von erheblichen Auswirkungen von Wechselkursschwankungen aus. Auf Basis der Wechselkurse zum Jahresende erwarten wir negative Währungseffekte von circa 30 Cent auf unser bereinigtes Ergebnis je Aktie. Die Steuerung unseres Währungsexposures im geopolitischen Kontext bleibt 2026 wie im Vorjahr ganz oben auf unserer Agenda.

Wir beobachten die Situation insgesamt weiterhin sehr genau. Das umfasst auch die Handelsbeziehungen zwischen den USA und der EU nach dem jüngsten Gerichtsurteil zu den Zöllen.

Den Ausblick auf die Kennzahlen des Konzerns für 2026 will ich wie folgt zusammenfassen: Wir erwarten einen Konzernumsatz von 45 Milliarden bis 47 Milliarden Euro bei konstanten Wechselkursen, was währungs- und portfoliobereinigt einer Wachstumsspanne von 0 bis 3 Prozent entspricht.

Für das EBITDA vor Sondereinflüssen rechnen wir 2026 mit 9,6 Milliarden bis 10,1 Milliarden Euro bei konstanten Wechselkursen, was im Vergleich zum Vorjahr einer Entwicklung von minus 1 bis plus 4 Prozent entspricht.

Das bereinigte Ergebnis je Aktie erwarten wir zwischen 4,30 Euro und 4,80 Euro bei konstanten Wechselkursen.

Die Prognose für den Free Cash Flow von minus 1,5 Milliarden bis minus 2,5 Milliarden Euro bei konstanten Wechselkursen enthält die erheblichen Zahlungen von circa 5 Milliarden Euro für Rechtsstreitigkeiten, die wir vor zwei Wochen angekündigt hatten.

Durch den negativen Free Cash Flow erwarten wir, dass sich die Nettofinanzverschuldung bei konstanten Wechselkursen auf 32 Milliarden Euro bis 33 Milliarden Euro erhöht. Wie vor zwei Wochen ebenfalls angekündigt soll die Ausfinanzierung über Anleihen sowie Instrumente erfolgen, die Ratingagenturen eigenkapitalähnlich einstufen – und nicht über eine von der Hauptversammlung bereits genehmigte Kapitalerhöhung. Bitte beachten Sie, dass der Ausblick für die Nettofinanzverschuldung zunächst von einer direkten Fremdfinanzierung ausgeht, wobei wir die Maßnahmen derzeit noch finalisieren.

Rodrigo Santos,

Mitglied des Vorstands der Bayer AG und Leiter der Division Crop Science:

In der Division Crop Science haben wir durch DSO eine agilere Organisation aufgebaut und unsere operative Disziplin durch unser Fünfjahresprogramm gestärkt. Das wirkt sich bereits konkret aus und unterstreicht einerseits die Stärke unseres Kerngeschäfts, andererseits das differenzierte Wachstum, das wir bis zum Ende des Jahrzehnts erwarten.

Unsere Stärke zeigt sich:

- erstens in der robusten Performance, die wir 2025 geliefert haben;
- zweitens in dem klaren Schritt nach vorn, den wir 2026 erwarten;
- und drittens in den bereits erzielten Fortschritten bei der Umsetzung unseres Fünfjahresprogramms, das die Grundlage für eine auch mittelfristig weiter steigende Performance ist.

Bevor ich im Detail auf 2026 eingehe, möchte ich zunächst verorten, wo wir mit unserem Fünfjahresprogramm stehen – denn es ist die Linse, durch die wir auf unser Geschäft schauen und der Fahrplan, der jede unserer Entscheidungen leitet. Wir sind gut unterwegs, um über alle drei Zielgrößen hinweg zu liefern: Umsatzwachstum, Marge und Cash.

Wir haben das operative Fundament des Geschäfts gestärkt. Durch die Vereinfachung des Portfolios sind wir auf Kurs, die Margenverbesserung von über einer Milliarde Euro zu erreichen. Maßnahmen dafür umfassen die Veräußerung und Auslagerung mehrerer Wirkstoffe, den Ausstieg aus nahezu 200 Pflanzenschutzprodukten sowie die Optimierung unserer globalen Standortstruktur – vom Pflanzenschutz bis zur Saatgutproduktion. Zudem steigen wir aus Gemüsesorten mit niedrigerer Rendite und dem Geschäft mit Geräten zur Saatgutbehandlung aus, das nicht zum Kerngeschäft gehört. Wir kommen hier rasch voran und werden Portfoliovereinfachung und Go-to-Market-Modelle bis Jahresende weitgehend abgeschlossen haben.

Innovation bleibt unser Motor für zukünftiges Wachstum. Der Schutz unserer urheberrechtlich geschützten Pflanzeigenschaften und Fähigkeiten in Forschung und Entwicklung sind von zentraler Bedeutung. Kurz gesagt bedeutet die jüngste Einigung mit Corteva, dass wir Lizenzerlöse für die Nutzung unserer Technologie erhalten. Sie

verändert weder unsere Wachstumsprognose noch unsere Lizenzierungserwartungen. Sie sichert eine faire Vergütung für unsere Technologien – heute und auch in Zukunft – und schützt den Wert unserer Innovationskraft, die im vergangenen Jahr sechs Projekte voran- und rund 470 neue Hybride und Sorten hervorgebracht hat.

Unsere in der Branche führende Pipeline positioniert uns für differenziertes, langlebiges Wachstum. Unser erster Blockbuster, Plenexos™, ist auf dem Markt eingeführt und wird dieses Jahr nach Brasilien expandieren. Die notwendigen Einreichungen bei Behörden zur Zulassung von Icafolin sind abgeschlossen. NewGold™ Camelina ist jetzt auf dem Markt für Biokraftstoff. Und neun weitere Blockbuster sind auf dem Weg zur Markteinführung. Dazu zählt 2027 die Biotech-Variante von Preceon™ Smart Corn sowie Vyvonic™, gefolgt von unserer herbizidtoleranten Sojabohnen-Eigenschaft der fünften Generation – gemeinsam ermöglichen sie Marktanteilsgewinne im zweistelligen Prozentbereich und bringen uns entschieden auf Kurs, die Nummer-eins-Position bei Sojabohnen Eigenschaften in Nordamerika zurückzuerobieren.

Das ist die Stärke unserer Pipeline: Außergewöhnlich viele marktprägende Innovationen sind in Sicht und zeichnen einen klaren Wachstumspfad vor.

Das Jahr 2026 stellt einen weiteren Schritt bei der Umsetzung unseres Fünfjahresprogramms dar. Die Rahmenbedingungen im Agrarmarkt bleiben voraussichtlich herausfordernd, und wir gehen von einem unterdurchschnittlichen Marktwachstum aus. Unsere robuste Basis und unsere Fähigkeit, Projekte fokussiert umzusetzen, geben uns jedoch Zuversicht.

Auch wenn wir aktuell von Lizenzerlösen profitieren, werden wir die Maßnahmen unseres Fünfjahresprogramms weiterhin mit Nachdruck vorantreiben. Das gesamte Jahr 2026 steht für uns im Zeichen einer weiteren gewissenhaften Umsetzung unseres strategischen Plans, der uns für die Zukunft positioniert.

Im Kerngeschäft erwarten wir währungs- und portfoliobereinigt 1 bis 4 Prozent Wachstum. Ein wichtiger Treiber dieses Wachstums ist die kürzlich erfolgte Zulassung unserer Stryax™ Dicamba Formulierung. Diese stellt den ersten Schritt zur Wiederherstellung der Dynamik unseres nordamerikanischen Sojabohnen-Geschäfts dar – und verschafft den Landwirten die zusätzliche Flexibilität, auf die sie gewartet haben. Für 2026 erwarten wir daher Wachstum beim Stryax™-Herbizid sowie Preissteigerungen bei Soja und

Baumwolle. Gleichwohl rechnen wir noch nicht mit einer vollständigen Erholung, bereiten jedoch die Einführung von Vyconic™ im Jahr 2027 vor.

Für Mais erwarten wir weltweit ein geringes Wachstum im niedrigen einstelligen Prozentbereich, getragen von erwarteten Preis- sowie Marktanteilssteigerungen und trotz eines Rückgangs der Anbauflächen in den USA. In unserem Pflanzenschutz-Kerngeschäft rechnen wir mit verhaltenem Wachstum, das auf einen höheren Absatz dank neuer Produkte zurückzuführen ist, dabei aber den anhaltenden Preisdruck sowie die erwarteten Auswirkungen der EU-Regulierung ausgleichen muss.

Bei Glyphosat wurden jüngst die Zölle auf chinesische Einfuhren in die USA gesenkt, und die Preise für Generika aus China sind unter den historischen Medianwert gefallen. Vor diesem Hintergrund erwarten wir derzeit, dass der Glyphosat-Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 2 bis 6 Prozent zurückgehen wird. Wir beobachten die Lage weiterhin genau und passen die Preise für das separat geführte Commodity-Geschäft bei Bedarf an.

Hinsichtlich der saisonalen Verteilung wird sich der oben erwähnte Lizenzerlös Effekt bei Soja im ersten Quartal positiv auswirken. Allerdings beeinträchtigen niedrigere Zölle und sinkende Generikapreise die Glyphosat-Absatzvolumina. Wir rechnen zusätzlich jedoch mit einem verhaltenen Start der Pflanzenschutzsaison, verstärkt durch weiterhin spürbare regulatorische Effekte in Europa. Unsere Wachstumstreiber, etwa die Stryax™-Verkäufe, werden erst später im Saisonverlauf zum Tragen kommen.

Unterm Strich werden wir unsere Margen stärken – mit einer erwarteten EBITDA-Marge vor Sondereinflüssen von 20 bis 22 Prozent bei konstanten Wechselkursen, und zwar einschließlich margenverwässernder Effekte durch Glyphosat. Das reflektiert unsere kontinuierliche Kostendisziplin sowie die vorteilhafte Gestaltung unserer Preise und unseres Produktmixes durch Portfoliooptimierungen gemäß unseres Fünfjahresprogramms. Beispielsweise fokussieren wir uns bei Soja auf wertorientierte Preisgestaltung und verbesserte Nutzung – und priorisieren dies gegenüber Umsatzwachstum.

Wir werden die Währungsentwicklung genau beobachten, da die Saisonalität beim Absatz in Märkten mit weicher Währung wie Brasilien sowohl Umsatz als auch Ergebnis volatil machen kann. In Summe untermauern diese Faktoren einen realistischen, klar auf Umsetzung fokussierten Ausblick für 2026.

Dieses Momentum – kombiniert mit einem gestrafften Portfolio, schlankeren Abläufen und einem resilienteren Ertragsmodell – gibt uns großes Vertrauen, unsere mittelfristigen Ziele zu erreichen und konsistenter durch Agrarzyklen zu navigieren.

Stefan Oelrich,

Mitglied des Vorstands der Bayer AG und Leiter der Division Pharmaceuticals:

Bei Pharmaceuticals kommen wir mit unserer strategischen Agenda deutlich voran und sind in das letzte Jahr unserer – wie wir es nennen – Resilienzphase eingetreten. Wir liegen bei der Erneuerung unserer Umsatzbasis gut im Plan – und unsere Strategie, die erwarteten Rückgänge bei unseren reifen Produkten durch Wachstum mit neuen Produkten auszugleichen, bewährt sich.

Ich werde gleich weitere Details zu unseren Erwartungen für 2026 teilen. Zuvor möchte ich jedoch hervorheben, dass wir für den nächsten Wachstumsschub, der uns bis in das nächste Jahrzehnt hineinragen wird, sehr gut aufgestellt sind. Wir bauen hier auf deutliches, anhaltendes Wachstum bei Nubeqa™ und Kerendia™, eine sehr erfolgreiche Markteinführung von Beyontra™, die erste Markteinführung von Lynkuet™ in den USA sowie sehr positiven Daten zu Asundexian, die wir erst vor wenigen Wochen präsentiert haben.

Wir haben zudem große Erfolge dabei erzielt, den Wert unseres Entwicklungsportfolios zu steigern und das Fundament für künftiges Wachstum zu stärken. Angetrieben von unserem neuen Betriebsmodell haben wir 16 Programme in die nächsten klinischen Entwicklungsphasen vorangebracht und 2025 die Zulassung für fünf neue Produkte beziehungsweise neue Schlüsselindikationen erhalten.

Ich habe Asundexian bereits angesprochen und möchte die deutliche Begeisterung betonen, die wir bei den Ärztinnen und Ärzten auf dem ISC in New Orleans erlebt haben. Nicht viele hatten derart bahnbrechende Ergebnisse erwartet. Mit dieser möglichen neuen Behandlungsoption in der sekundären Schlaganfallprävention haben wir vielleicht die Möglichkeit, die Zukunft für Schlaganfallüberlebende und ihre Familien neu zu schreiben.

Darüber hinaus nutzen wir unser neues Organisationsmodell weiter, um unsere Ergebnisse zu verbessern. So konnten wir unsere Marge im mittleren Zwanziger-Prozentbereich stabil halten – trotz Patentabläufen und anhaltenden Preisdrucks – während wir weiterhin in neue Produkteinführungen und unser Entwicklungsportfolio investieren.

Für 2026 erwarten wir bei Nubeqa™ und Kerendia™ eine ungebrochene Wachstumsdynamik von jeweils rund 50 Prozent bei konstanten Wechselkursen, getragen von fortgesetzter Marktdurchdringung und Indikationserweiterungen – etwa der bevorstehenden EU-Zulassung für Kerendia™ bei Herzinsuffizienz nach der jüngsten positiven CHMP-Stellungnahme. Diese Wachstumsdynamik wird zudem durch die weiterhin schnelle Markteinführung von Beyontra™ und Lynkuet™ unterstützt.

Während wir Xarelto™ 2025 insgesamt gut verteidigen konnten, standen wir gegen Jahresende unter verstärktem Generikadruck. Daher rechnen wir 2026 im Vergleich zum Vorjahr mit einer leichten Beschleunigung der relativen Rückgänge in einer Bandbreite von 35 bis 40 Prozent.

Bei Eylea™ erfahren wir seit dem 3. Quartal 2025 mit dem Markteintritt von 2 mg Biosimilars einen beschleunigten Preisdruck, den wir möglicherweise leicht unterschätzt haben. Daher richten wir unsere Aktivitäten jetzt auf das starke klinische Profil mit unerreicht langen Behandlungsintervallen von Eylea™ 8 mg aus, um dessen Beitrag zum Eylea™-Geschäft auf rund 70 Prozent auszuweiten und um unsere führende Position bei den Mengenanteilen zu sichern. Trotz dieser Bemühungen werden wir 2026 bei konstanten Wechselkursen voraussichtlich Rückgänge des Eylea™-Geschäfts im Bereich von etwa 20 bis 25 Prozent sehen – danach dürfte sich der Preisdruck etwas einpendeln. Da 2 mg Biosimilars erst kürzlich auf den Markt gekommen sind, beobachten und evaluieren wir die Lage genau und informieren wie gewohnt, sobald mehr Klarheit besteht.

Durch die Ressourcenverlagerung auf aktuelle und zukünftige Wachstumstreiber sowie anhaltenden Preisdruck und Rückgänge im reifen Produktportfolio erwarten wir, dass unser Basisgeschäft 2026 leicht zurückgeht.

In Summe erwarten wir für dieses letzte Jahr unserer Resilienzphase ein Wachstum von 0 bis 3 Prozent bei konstanten Wechselkursen, bevor wir ab 2027 zu einem Wachstum im

mittleren einstelligen Prozentbereich zurückkehren. Da sich der Preisdruck im Verlauf der vorherigen Quartale verstärkt hat und Nubeqa™ sowie Kerendia™ im Laufe dieses Jahres weiter wachsen werden, erwarten wir, dass der Umsatz im zweiten Halbjahr 2026 stärker ausfällt als im ersten Halbjahr.

Mit Blick auf unsere Marge 2026 gehen wir davon aus, dass die Auswirkungen eines veränderten Produktmixes und zunehmender Wachstumsinvestitionen im Jahresverlauf nur teilweise durch Kosteneinsparungen aus Effizienzmaßnahmen ausgeglichen werden. Daher erwarten wir für 2026 eine EBITDA Marge vor Sondereinflüssen von 23 bis 25 Prozent bei konstanten Wechselkursen, während wir weiterhin daran arbeiten, unsere Marge ab 2028 in Richtung 30 Prozent bis 2030 auszuweiten.

Julio Triana,

Mitglied des Vorstands der Bayer AG und Leiter der Division Consumer Health:

Wir gehen heute auf unsere Ergebnisse und Prioritäten ein und ich möchte mit den Fortschritten bei unserer „Road to Billions“ Strategie beginnen. Das Marktumfeld im vergangenen Jahr war aus zwei Gründen herausfordernd: erstens die Marktentwicklungen in den USA und China und zweitens die sich fortsetzende saisonale Nachfrageschwäche in der Kategorie Allergie und Erkältung. Trotz dieser Herausforderungen haben wir an unserem strategischen Kurs festgehalten und konzentrieren uns auf die Bereiche, in denen wir den größten Wert schaffen und aktiv auf sich wandelnde Marktbedingungen reagieren können.

Auch in anderen Märkten sehen wir strukturelle Veränderungen. Verbraucher gehen vorsichtiger mit ihren Ausgaben um. Der Onlinehandel nimmt weiterhin schnell zu, während der traditionelle Einzelhandel abnimmt. Händler haben, besonders in den USA und China, zur strafferen Steuerung des Betriebskapitals ihre Lagerbestände reduziert.

Trotz dieses Rückgangs bleiben die Grundlagen für unser Geschäft weiterhin attraktiv: Eine wachsende Mittelschicht, der Trend zu Self Care und limitierte Gesundheitssysteme stützen weiterhin eine robuste Nachfrage in unseren Kategorien. Kurzfristig rechnen wir in China und den USA weiterhin mit Volatilität, die sich wahrscheinlich in unseren Ergebnissen niederschlagen wird. Wir gehen jedoch davon aus, dass beide Märkte langfristig zu einem nachhaltigen und gesunden Wachstum zurückkehren. Und auch

wenn die Kategorie Allergie und Erkältung seit zwei Jahren Schwächen zeigt, sind die Grundlagen in all unseren Kategorien sehr solide.

Unsere „Road to Billions“ Strategie ist darauf ausgerichtet, diese Grundlage in nachhaltige Wertschöpfung zu verwandeln. Kern der Strategie ist, die Haushaltsdurchdringung zu erhöhen, indem wir über Online- und Offline-Kanäle sowie durch unsere starke Präsenz in Apotheken und bei Fachkräften im Gesundheitswesen Milliarden von Konsumenten erreichen. Mittelfristig unterstützt dies einen konsistenten Abverkauf und besser planbare Auslieferungen an den Handel.

Mit Blick auf 2026 erwarten wir anhaltende makroökonomische und geopolitische Volatilität. Angesichts unseres geografischen Profils und der Segmente, in denen wir konkurrieren, erwarten wir, dass der für uns relevante Markt um rund 2 bis 3 Prozent wächst. Das ist rund einen Prozentpunkt weniger als der gesamte Consumer-Health-Markt.

Aufgrund der Entwicklung in unseren Kategorien, der geografischen Verteilung und der erhöhten Volatilität erwarten wir ein währungs- und portfoliobereinigtes Umsatzwachstum von 0 bis 4 Prozent. Auf Basis der Mengen von 2025 setzen wir auf eine fortgesetzte Erholung der Volumina.

Unsere beiden größten Märkte, die USA und China, werden eine entscheidende Rolle für unsere Gesamtperformance spielen. Verlangsamtes Wachstum und Schwankungen dort könnten unser Gesamtergebnis stark beeinflussen. Das Konsumklima bleibt weiterhin schwach. Sollten die Konsumausgaben aber wieder steigen und die saisonalen Kategorien zulegen, könnten wir das obere Ende der Wachstumsspanne erreichen; andernfalls könnte das Wachstum eher am unteren Ende liegen.

Angesichts der Volatilität und ihrer Auswirkungen auf unseren Umsatz erwarten wir eine EBITDA Marge vor Sondereinflüssen von 22 bis 24 Prozent bei konstanten Wechselkursen für 2026. Einsparungen aus unserem neuen Betriebsmodell und aktives Kostenmanagement sollten die jährlichen Kostensteigerungen ausgleichen. Teile dieser Effizienzgewinne reinvestieren wir weiterhin, um die Markenwerte auszubauen und Marktanteile zu gewinnen. Zudem werden wir die Investitionen in Onlinehandel und Künstliche Intelligenz in den Bereichen Markenaufbau, Kundenbindung und Product Supply beschleunigen.

Die Priorisierung von Self Care und die Stärkung der Gesundheitskompetenz der Menschen gewinnen weiter an Bedeutung. Durch unsere „Road to Billions“ Strategie, die auf die Entwicklung vertrauenswürdiger Marken ausgerichtet ist, sind wir gut aufgestellt, auf die Bedürfnisse von Konsumenten einzugehen und damit nachhaltig und langfristig Wert zu schaffen.

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 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.

Die Bayer AG ist eine Holdinggesellschaft mit weltweit operativen Tochterunternehmen. Wenn auf „Bayer“ oder „das Unternehmen“ referenziert wird, kann sich das – je nach Kontext – auf ein oder mehrere Tochterunternehmen beziehen.