



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

Presse-Information

Bilanz-Pressekonferenz Mittwoch, 5. März 2025, Leverkusen

Aus den Ausführungen
des Vorstands der Bayer AG

(Es gilt das gesprochene Wort)

(2025-1500)

Bill Anderson,

Vorstandsvorsitzender der Bayer AG:

Herzlich willkommen, und vielen Dank, dass Sie heute dabei sind.

Ich gehe zunächst auf unsere Ergebnisse für das Jahr 2024 ein. Beim Ausblick werde ich Ihnen erläutern, was Sie 2025 von uns erwarten können – ein Jahr, in dem wir die intensive Arbeit an unserem Turnaround weiter fortsetzen.

Beginnen wir mit 2024. Im November hatten wir unsere Jahresprognose für das EBITDA vor Sondereinflüssen korrigiert. Konzernweit haben wir den angepassten Ausblick erreicht. Wir hätten sogar fast unser ursprünglich prognostiziertes EBITDA-Ziel erreicht, da das Ergebnis der Division Pharmaceuticals besser war als erwartet, sodass andere Bereiche ein Stück weit ausgeglichen werden konnten. Beim Cash Flow haben wir den Ausblick etwas übertroffen, und wir konnten den Schuldenstand auf 32,6 Milliarden Euro reduzieren.

Es liegt aber noch Arbeit vor uns. Wir haben drei großartige Geschäfte mit langfristig attraktiven Entwicklungsperspektiven, und wir erwarten, dass sie im Wettbewerb ihrer jeweiligen Branchen ganz vorne mit dabei sind. Ist das nicht der Fall, ergreifen wir Maßnahmen.

Damit komme ich zu 2025, dem zweiten Jahr unseres Turnarounds. Wie im November bereits angedeutet, wird es im Hinblick auf die Geschäftszahlen wohl das schwierigste Jahr. Wir erwarten einen Umsatz auf Vorjahresniveau, werden aber wohl bei Ergebnis und Cashflow hinter den Vorjahreszahlen zurückbleiben.

Sehen wir uns die Geschäfte im Einzelnen an. Für Pharmaceuticals rechnen wir mit einem Umsatz leicht unter dem Vorjahr. Die Marge wird ebenfalls etwas zurückgehen, da sich die Auswirkungen des Patentablaufs von Xarelto™ verstärken dürften. Bei Consumer Health streben wir ein Wachstum auf Marktniveau an sowie eine EBITDA-Marge vor Sondereinflüssen im selben Korridor wie im Jahr 2024.

Für Crop Science erwarten wir eine langsame Markterholung, wobei das Ergebnis durch regulatorische Herausforderungen belastet wird und die Pflanzenschutzmittelpreise die Margen auf dem aktuellen Niveau halten dürften. 2024 haben die Herausforderungen für

Crop Science zugenommen. Das sehen wir in unseren Ergebnissen – und für 2025 erwarten wir weitere Auswirkungen. Daher haben wir die Profitabilität von Crop Science als fünften Schwerpunkt unserer Agenda hinzugefügt. Das zeigt unsere Entschlossenheit, besser zu werden.

Wir haben 2024 eine umfassende Transformation begonnen, die mehrere Jahre dauern wird. Damit wollen wir die größten Herausforderungen für Bayer angehen und das Unternehmen für eine bessere Zukunft aufstellen. Ab 2026 erwarten wir eine verbesserte Entwicklung, und wir werden gleich erläutern, warum wir optimistisch bleiben.

Aber um die Potenziale zu heben, müssen wir erst einmal durch ein schwieriges Jahr 2025 navigieren, das zentral für unseren Turnaround sein wird. Der Umgang mit den Rechtsstreitigkeiten, die Cash-Generierung, die Reduktion der Schuldenlast und das Managen unserer Geschäfte sind große Themen, an denen wir arbeiten. Wir krempeln die Ärmel hoch und bringen die richtigen Maßnahmen voran, von denen unsere Kunden, das Unternehmen und seine Eigentümer in Zukunft profitieren.

Konkret können Sie Folgendes erwarten:

Zunächst zum Wachstum und der Pipeline von Pharmaceuticals. Mit den beiden wichtigen Produkteinführungen Nubeqa™ und Kerendia™ haben wir im vergangenen Jahr zwei Milliarden Euro Erlöst. 2025 wollen wir den Umsatz dieser beiden Medikamente zusammen auf mehr als 2,5 Milliarden Euro steigern. Zudem planen wir zwei weitere Produkteinführungen in diesem Jahr: Im April wird Beyonttra™ in Europa starten und in der zweiten Jahreshälfte Elinzanetant in den USA.

Wir erneuern auch unsere Pipeline. 2024 konnten wir neun Phase-III-Studien erfolgreich abschließen. Und wir haben in den vergangenen 18 Monaten mehr als 20 klinische Studien vorangebracht.

Wir sind überzeugt, dass unser Pharma-Geschäft ab 2027 wieder Wachstum erreicht und die Marge ab 2028 steigt.

Zu den Rechtsstreitigkeiten: 2024 waren wir aktiv vor Gericht, mit Gesetzgebern und in der Kommunikation mit der Öffentlichkeit. Diese mehrgleisige Strategie setzen wir 2025 fort – auch mit der neuen US-Regierung, dem Kongress und Gesetzgebern in mehreren

US-Staaten. Es geht um regulatorische Klarheit für die Zukunft der Landwirtschaft und von Pflanzenschutzmitteln. Diesem Thema habe ich dieses und vergangenes Jahr viel Zeit gewidmet. Und 2025 wollen wir große Schritte in Richtung Eindämmung machen. Wir wollen auf die wichtigen Fortschritte bei Berufungsgerichten aufbauen, die wir im vergangenen Jahr erreicht haben. So erwarten wir ein wichtiges Urteil des Washington Supreme Court zu PCB und hoffen auch, beim US Supreme Court mit dem Thema Labeling und Preemption voranzukommen. Das werden wichtige Meilensteine auf dem Weg sein, die Rechtsstreitigkeiten bis Ende 2026 signifikant einzudämmen. Dieses Ziel bestätigten wir heute noch einmal.

Zu Cash Flow und Schuldenabbau: Vor einem Jahr haben wir zugesagt, dem Schuldenabbau Priorität einzuräumen. Das zeigt sich in den Zahlen für 2024, und das gilt auch für dieses Jahr. Wolfgang wird gleich genauer darauf eingehen.

Jetzt zu unserem zusätzlichen Schwerpunkt: die Profitabilität von Crop Science. Wir haben in diesem Bereich große Stärken: ein herausragendes globales Portfolio, darunter ein hochprofitables Saatgutgeschäft, eine branchenführende Produktpipeline und ein exzellentes Team. Wir sind jedoch einem Kostendruck ausgesetzt, der einerseits spezifisch für unser Geschäft ist und andererseits für die gesamte Branche gilt. Der größte Faktor ist der Preisdruck durch Generika im Bereich Pflanzenschutzmittel, in dem wir führend sind. Dieser hat das Ergebnis so belastet, wie es für ein führendes Unternehmen inakzeptabel ist.

Das Crop-Science-Team hat deshalb einen umfassenden Plan für die kommenden fünf Jahre auf den Weg gebracht, um dieses Problem anzugehen. Ich möchte aber betonen, dass dieser Plan Maßnahmen umfasst, die wir selbst in der Hand haben, um mehr Wachstum zu erreichen und unsere Marge deutlich zu verbessern. Der gesamte Vorstand steht hinter diesen Maßnahmen. Bis 2029 streben wir an, stärker als der Markt zu wachsen. Dazu gehören mehr als 3,5 Milliarden Euro an zusätzlichen Umsätzen durch Innovationen und eine EBITDA-Marge im mittleren 20-Prozent-Bereich. Rodrigo wird gleich genauer auf die Maßnahmen eingehen.

Das Programm bei Crop Science setzt auf unser Organisationsmodell Dynamic Shared Ownership auf, mit dem wir schnell vorankommen. Wo wir damit stehen, erläutert jetzt Heike.

Heike Prinz,

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

Lassen Sie mich Ihnen einen kurzen Überblick geben, wo wir bei der Einführung unseres neuen Organisationsmodells „Dynamic Shared Ownership“ (DSO) stehen.

Wir haben im vergangenen Jahr erhebliche Fortschritte bei der Transformation von Bayer gemacht. Wir haben die Organisation in unseren Divisionen und Enabling Functions nahezu vollständig auf das neue Betriebsmodell umgestellt. In diesem Zuge haben wir weltweit rund 7.000 Stellen – überwiegend Führungspositionen – abgebaut und die Zahl der Führungsebenen im Konzern in etwa halbiert. Das hilft uns, lähmende Hierarchien abzubauen und mit unseren Mitarbeitern deutlich näher bei unseren Kunden zu sein – genau das, was wir mit DSO erreichen wollen.

Gleichzeitig haben sich in allen Bereichen des Unternehmens tausende Kunden- und Produktteams formiert, die selbstorganisiert sind, unternehmerisch agieren und die Bedürfnisse unserer Patienten, Landwirte und Verbraucher in den Mittelpunkt ihres Handelns stellen. Ihre Arbeit hat vielerorts schon im ersten Jahr sichtbare Erfolge gebracht, die unmittelbar auf unseren Umsatz einzahlen. Gleichzeitig haben wir im vergangenen Jahr rund 500 Millionen Euro eingespart; für dieses Jahr erwarten wir weitere Einsparungen in Höhe von 800 Millionen Euro.

In Kürze wird unsere gesamte Organisation nach den Prinzipien von DSO arbeiten und damit innovativer, schneller und effektiver sein – und unsere Mitarbeiter produktiver und erfüllter. Dies wird sich nach unserer Überzeugung in einem höheren Wachstum und einer hervorragenden finanziellen Performance widerspiegeln. Die durch DSO erzielten Einsparungen sollen sich bis Ende 2026 auf die beim Capital Markets Day angekündigten 2 Milliarden Euro jährlich belaufen.

Meine Damen und Herren,

wir stellen heute nicht nur unseren Geschäftsbericht vor, sondern auch unsere Nachhaltigkeitserklärung. Deshalb möchte ich kurz auf einige wichtige Punkte eingehen. Bayer ist mit seinen drei 100-Millionen-Zielen in den Bereichen Kleinbauern, moderne Verhütung und dem Zugang zu Self-Care-Produkten weitreichende Verpflichtungen

eingegangen – und wir sind auf einem guten Weg, diese Nachhaltigkeitsziele bis 2030 auch zu erreichen.

Mit der in unserem „Climate Transition and Transformation-Plan“ festgelegten Klimastrategie haben wir im vergangenen Jahr außerdem die Weichen für die Dekarbonisierung unseres Unternehmens über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg bis 2050 gestellt. Auch in diesem Bereich halten wir unsere Versprechen: Wir haben 2024 unsere direkten und indirekten Treibhausgas-Emissionen weiter gesenkt und durch Verträge mit verschiedenen Energielieferanten sichergestellt, dass der Anteil an Strom aus erneuerbaren Energien weiter steigt.

Unsere Fortschritte bei den drei 100-Millionen-Zielen, die neue Klimastrategie und die schon in diesem Jahr freiwillig vollzogene Umstellung der Nachhaltigkeitsberichterstattung auf die ambitionierten European Sustainability Reporting Standards zeigen, wie wichtig uns der verantwortungsvolle Umgang mit Mensch und Natur ist. Wir als Vorstand haben dies durch die Bestätigung der Nachhaltigkeitsstrategie Ende vorigen Jahres erneut unterstrichen.

Wolfgang Nickl,

Finanzvorstand der Bayer AG:

Ich möchte zunächst auf die Ergebnisse des Geschäftsjahrs 2024 eingehen, bevor ich zum Ausblick für 2025 komme.

2024 ist der Umsatz währungs- und portfoliobereinigt um 1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gestiegen und entspricht damit unserer Prognose vom Capital Markets Day im März vergangenen Jahres. Das Wachstum bei Pharmaceuticals und Consumer Health glich den Rückgang bei Crop Science aus.

Das bereinigte EBITDA lag bei 10,1 Milliarden Euro und damit 14 Prozent bzw. rund 1,6 Milliarden Euro unter dem Vorjahr, entspricht aber unserem im November angepassten Ausblick. Die Differenz zum Vorjahr erklärt sich vor allem durch schlechtere Ergebnisse bei Crop Science und in der Überleitung sowie durch negative Währungseffekte.

Zu den Währungseffekten: Wie erwartet waren die Wechselkurse im Jahr 2024 eine große Belastung für Umsatz und Ergebnis. Der Konzernumsatz wurde um mehr als 1,3 Milliarden Euro gemindert und das bereinigte EBITDA um fast 600 Millionen Euro. Unsere bereinigte EBITDA-Marge verschlechterte sich auf Konzernebene dadurch um 60 Basispunkte. Aufgrund der regionalen Aufteilung unserer Umsätze und der Kostenbasis wurde die Pharmamarge mit 190 Basispunkten erheblich belastet, während die Margen von Crop Science und Consumer Health begünstigt wurden.

Bei den Rückstellungen für kurzfristige variable Vergütungsleistungen (STI) verzeichneten wir im Vergleich zum Vorjahr einen Anstieg von rund 600 Millionen Euro, der hauptsächlich durch die Ergebnisse bei Pharmaceuticals getrieben war.

Auf Konzernebene wurden diese Effekte 2024 durch Einsparungen von rund 500 Millionen Euro durch das neue Organisationsmodell Dynamic Shared Ownership teilweise ausgeglichen.

Das bereinigte Ergebnis je Aktie lag mit 5,05 Euro unter dem Vorjahr als Folge des Rückgangs beim EBITDA vor Sondereinflüssen. Die negativen Währungseffekte schlugen hier mit etwa 40 Cent zu Buche.

Das Ergebnis je Aktie belief sich auf minus 2,60 Euro. Die Differenz zum bereinigten Ergebnis je Aktie ist größtenteils auf planmäßige Abschreibungen sowie nicht zahlungswirksame Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte von etwa 4,2 Milliarden Euro zurückzuführen. Hauptgrund waren die im 3. Quartal verbuchte Wertminderung bei Crop Science und Wertminderungen durch höhere Entwicklungskosten und regulatorische Unsicherheiten bei Pharmaceuticals im 4. Quartal. Hinzu kamen Sondereffekte im EBITDA in Höhe von 1,4 Milliarden Euro, vor allem Restrukturierungskosten.

Der Free Cashflow lag über unserer Prognose und belief sich auf 3,1 Milliarden Euro, verglichen mit 1,3 Milliarden Euro im Vorjahr. Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr ist vor allem auf geringere Zahlungen für Vergleiche und variable Vergütungsbestandteile zurückzuführen. Darüber hinaus machten wir Fortschritte beim Management unseres Working Capitals, insbesondere durch die Optimierung der Lagerbestände bei Crop Science und Pharmaceuticals.

Aufgrund des positiven Cash-Beitrags reduzierte sich die Nettofinanzverschuldung zum Ende des Jahres 2024 wie geplant auf 32,6 Milliarden Euro.

Kommen wir jetzt zum Ausblick für 2025. Ich beginne mit den wichtigsten Effekten auf das bereinigte Ergebnis je Aktie im Jahresvergleich.

Wie im November angekündigt, dürften der beschleunigte Rückgang des margenstarken Xarelto™-Umsatzes sowie der Verlust des Dicamba™-Labels und der Movento™-Registrierung bei Crop Science das Ergebnis im Jahresvergleich stark beeinträchtigen. Außerdem berücksichtigt unser Ausblick Gehaltsanpassungen und Inflation.

Demgegenüber erwarten wir Wachstumsbeiträge durch höhere Absatzmengen im Bereich Mais und Pflanzenschutz sowie die Produkteinführungen bei Pharma. Wir gehen auch davon aus, dass Consumer Health wieder Mengenwachstum erzielt. Wir rechnen außerdem mit zusätzlichen Einsparungen von 800 Millionen Euro, so dass wir uns dem Ziel von insgesamt etwa 2 Milliarden Euro jährlich bis Ende 2026 nähern. Insgesamt erwarten wir ein bereinigtes Ergebnis je Aktie zwischen 4,50 Euro und 5 Euro bei konstanten Wechselkursen.

Nun zum Ausblick der wichtigsten Kennzahlen auf Konzernebene für 2025: Wir erwarten einen Konzernumsatz von 45 bis 47 Milliarden Euro, was währungs- und portfoliobereinigt einer Wachstumsspanne von minus 3 bis plus 1 Prozent entspricht.

Für das bereinigte EBITDA rechnen wir 2025 mit 9,5 Milliarden bis 10 Milliarden Euro, was einem Rückgang von 1 bis 6 Prozent bei konstanten Wechselkursen entspricht. Hauptgründe sind die negativen Produktmix-Effekte durch den beschleunigten Umsatzrückgang von Xarelto™ sowie der Verlust von Movento™ und Dicamba™ bei Crop Science.

Wie bereits erwähnt, wird das bereinigte Ergebnis je Aktie bei konstanten Wechselkursen voraussichtlich zwischen 4,50 Euro und 5 Euro liegen.

Die Prognose für den Free Cashflow von 1,5 bis 2,5 Milliarden Euro bei konstanten Wechselkursen berücksichtigt den erwarteten Gewinnrückgang sowie höhere Abfindungszahlungen und die kurzfristigen variablen Vergütungsbestandteile für das Jahr

2024. Diese Effekte wollen wir durch zusätzliche Reduktion des Working Capitals teilweise ausgleichen.

Wir erwarten, dass die Nettofinanzverschuldung bei konstanten Wechselkursen auf 31 bis 32 Milliarden Euro zurückgehen wird. Unsere Pläne beinhalten die vorgeschlagene Ausschüttung einer Mindestdividende sowie niedrigere Aufwendungen für M&A-Meilensteinzahlungen, Pensionsrückstellungen und andere Positionen, die sich negativ auf den Free Cash Flow auswirken.

Lassen Sie mich an dieser Stelle auch die Gelegenheit nutzen, um einige wichtige Einflussfaktoren für das laufende Jahr zusammenzufassen. Meine Kollegen werden darauf noch näher eingehen. Die Risiken und Chancen in unserer Prognose für Pharmaceuticals hängen vor allem mit der Frage zusammen, wie schnell Xarelto™ durch Generika ersetzt wird. Bei Crop Science hängt unser Ausblick im Wesentlichen von der Entwicklung der Lagerbestände ab, dem Preisdruck im Pflanzenschutz und dem Grad der Agrarmarkterholung in diesem Jahr. Bei Consumer Health haben wir in unserer Prognose weiteren Druck durch eine reduzierte Lagerhaltung im Einzelhandel einkalkuliert.

In unserem aktuellen Ausblick sind keine geopolitischen Unsicherheiten berücksichtigt, insbesondere mögliche Zölle und Wechselkursschwankungen.

In Bezug auf unsere strategischen Prioritäten möchte ich erneut betonen, dass der Schuldenabbau ganz oben steht, um uns mehr strategische Flexibilität zu ermöglichen und in Richtung eines Single-A-Ratings zu kommen.

Im vergangenen Jahr konnten Sie beobachten, wie wir uns auf die Cash-Generierung und eine gezielte Strategie zur Kapitalallokation konzentriert haben. 2025 erwarten wir zwar einen niedrigeren Gewinn, wollen aber die Cash Conversion weiter verbessern und Investitionsausgaben hinterfragen.

Rodrigo Santos,

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

2024 war ein herausforderndes Jahr für die Landwirtschaft und die Landwirte. Und unser Geschäft war dagegen nicht immun. Ein schwieriger Markt, regulatorische Hürden und Wettbewerbsdruck haben sich auf unsere Performance ausgewirkt und unsere Resilienz auf die Probe gestellt.

Heute möchte ich Ihnen ein klares Bild davon geben, wo wir stehen, welche strategischen Schritte wir unternehmen und warum ich weiterhin zuversichtlich für dieses Geschäft bin.

Durch die Herausforderungen im vergangenen Jahr ging der Umsatz 2024 dem Markt entsprechend um 2 Prozent zurück. 2023 hatte sich unser Kerngeschäft noch stark entwickelt.

Unsere EBITDA-Marge lag bei 19,4 Prozent. Dies ist auf niedrigere Pflanzenschutzpreise und Kostensteigerungen durch Inflation zurückzuführen und konnte teilweise durch Verbesserungen im Rahmen von DSO und durch niedrigere Herstellungskosten ausgeglichen werden. Lassen Sie mich in diesem Zusammenhang zwei Fakten zum Glyphosat-Geschäft hervorheben: Dieses ist überwiegend für die Preiserückgänge verantwortlich, von denen wir in diesem Jahr in der Division betroffen waren, und es verwässert damit stark unsere Gesamtmenge, die es um mehr als 200 Basispunkte belastet hat.

Dabei ist es auch wichtig zu verstehen, dass sich die Ergebnisse in unseren Geschäftsbereichen unterscheiden. Lassen sie mich unser Portfolio aufschlüsseln:

- Der Umsatz von Saatgut & Pflanzeneigenschaften blieb in einem schwachen Markt in etwa auf Vorjahresniveau. Der Maisabsatz ging um 3 Prozent zurück, was durch eine Reduktion der Anbauflächen aufgrund von Dürren und Krankheitsbefall in Lateinamerika sowie leicht geringere Absatzmengen in Nordamerika verursacht war. Dieser Effekt wurde durch das Wachstum bei Sojabohnen und anderen Saatgut- und Pflanzeneigenschaften-Segmenten wie Gemüse, Ölsaaten und Baumwolle ausgeglichen.

- Das Pflanzenschutz-Kerngeschäft ging dem Markt entsprechend um 4 Prozent zurück, was auf den Preisdruck durch Nachahmerprodukte, den anhaltenden Abbau von Lagerbeständen und geringere Herbizid-Absatzmengen durch weniger Anbauflächen zurückzuführen ist.
- Der Glyphosatumsatz ging um 6 Prozent zurück, was den hohen Preisdruck im Markt widerspiegelt, weil sich die Absatzmengen erholt hatten.

Im Jahr 2025 rechnen wir mit einer langsamen Markterholung. Wir werden diese Gelegenheit nutzen, um unser Fundament zu stärken, so dass wir danach wieder wachsen können. Trotz erheblicher Herausforderungen, insbesondere auf regulatorischer Seite, erwarten wir für das Gesamtjahr 2025 eine Umsatzentwicklung von minus 2 bis plus 2 Prozent. Zudem rechnen wir mit einer EBITDA-Marge auf dem Niveau des Vorjahres von 18 bis 20 Prozent. Dafür werden wir einige Maßnahmen ergreifen.

Für Saatgut & Pflanzeigenschaften erwarten wir in den USA einen leichten Rückgang aufgrund des regulatorischen Drucks durch den Verlust der Dicamba™-Zulassung. In Lateinamerika rechnen wir dagegen mit einer Erholung und in den Regionen Europa/Nahost/Afrika sowie im asiatisch-pazifischen Raum mit zweistelligem Wachstum.

Für unser Pflanzenschutz-Kerngeschäft erwarten wir ein leichtes Wachstum, das auf einer verstärkten Anwendung unserer Produkte und größeren Anbauflächen beruht. Dies wird teilweise durch den anhaltenden Preisdruck und die regulatorischen Auswirkungen der auslaufenden Movento™-Registrierung ausgeglichen. Die erwarteten regulatorischen Auswirkungen von etwa 200 bis 300 Basispunkten auf Umsatz und Ergebnis hatten wir bereits im November in unsere Guidance aufgenommen.

Für unser Glyphosat-Geschäft erwarten wir im Gesamtjahr eine weiterhin starke Nachfrage, wobei der Preisdruck zumindest in der ersten Jahreshälfte anhalten wird. Im Zusammenhang mit den belastenden Effekten dieses Geschäfts auf die Gesamtmarge, die ich bereits erwähnt hatte, passen wir unser Modell entsprechend an und werden Glyphosat als separat gemanagtes Geschäft führen.

Lassen Sie mich kurz auf das erste Quartal 2025 eingehen. Ein erheblicher Teil der bereits genannten regulatorischen Belastungen wird sich in diesem Quartal auswirken. Zudem wird die strategische Entscheidung, unsere regionalen Marken in den USA zu

konsolidieren, die Realisierung von Umsätzen vom ersten in das zweite Quartal verschieben, also näher zu den eigentlichen Verkäufen an unsere Kunden. Wir erwarten daher für das erste Quartal einen Umsatz- und Margenrückgang im mittleren einstelligen Prozentbereich gegenüber dem ersten Quartal des Vorjahrs. Für das Gesamtjahr erwarten wir jedoch eine starke Nachfrage. Und da wir mit einer Erholung bei den Maisanbauflächen rechnen, sind wir zuversichtlich, unsere Prognose für das Gesamtjahr zu erreichen.

Ich möchte nun darüber sprechen, wie wir Crop Science stärken werden, um den langfristigen Erfolg von Bayer und unseren Kunden zu sichern.

Wir haben einen umfassenden fünfjährigen Rahmenplan erstellt, um unsere Resilienz zu stärken und unser volles Gewinn- und Umsatzpotenzial auszuschöpfen. Im zweiten Quartal werden wir weitere Details präsentieren und zeigen, wie wir unsere Marktführerschaft langfristig aufrechterhalten wollen. Heute möchte ich einige der Kernelemente dieses Plans vorstellen, der auf den Fortschritten mit dem neuen Betriebsmodell aufbaut.

Im vergangenen Jahr haben wir alles auf unsere Kunden ausgerichtet. Wir haben funktionsübergreifende Teams geschaffen, die die volle Verantwortung für ihr Geschäft tragen. Unser fünfjähriger Rahmenplan baut darauf auf und ist in drei Phasen gegliedert: erstens Stärkung des Fundaments; zweitens Kapitalisierung des Pipeline-Werts im Kerngeschäft; und drittens Expansion über das Kerngeschäft hinaus.

Durch die Umsetzung der ersten beiden Phasen rechnen wir bis zum Ende des Jahrzehnts mit einer Margenverbesserung von mehr als einer Milliarde Euro, einem zusätzlichen kumulierten Cashflow durch die Verbesserung des Working Capitals von über 1,5 Milliarden Euro und Umsatzsteigerungen von über 3,5 Milliarden Euro durch Innovationen.

Wir haben bereits mit der Umsetzung unseres Rahmenplans begonnen und erste Schritte bei vier wichtigen Initiativen zur Margenverbesserung und einer zum Cash unternommen. Die Stärkung des Fundaments wird zu Margenverbesserungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette führen und das Ergebnis um über 1 Milliarde Euro steigern. Dabei konzentrieren wir uns auf das Produktportfolio sowie Forschung & Entwicklung, Produktion, Vertrieb, digitale Technologien und globale Funktionen.

Wir ergreifen außerdem Maßnahmen zur Verbesserung der Cash-Produktivität, mit denen wir bis 2029 kumuliert mehr als 1,5 Milliarden an zusätzlichem Cash erzielen wollen. Dies soll hauptsächlich durch Verbesserungen beim Working Capital erreicht werden. So werden wir beispielsweise unsere Lagerbestände durch eine durchgängige End-to-end-Verantwortlichkeit in Produktion, Lieferkette und kommerziellen Funktionen weiter optimieren.

Darüber hinaus richten wir unsere branchenführende Innovationspipeline neu aus. Unser Fokus liegt auf einer klaren mittelfristigen Strategie für unsere drei wichtigsten Plattformen. Wir sind zuversichtlich, dass diese bis 2029 zusätzlich 3,5 Milliarden Euro Umsatz bringen, womit wir den Markt und unsere wichtigsten Wettbewerber übertreffen:

- **Mais:** Die Landwirte vertrauen weiterhin auf unsere Mais-Plattform und unser innovatives Keimplasma. Wir werden unsere Spitzenposition stärken, und zwar durch die Skalierung unseres Preceon™ Smart Corn Systems, neueste Biotech-Eigenschaften und die weitere Expansion in bislang noch nicht ausgereizten Märkten wie Silomais in der EU und Pflanzeigenschaften für Subsahara-Afrika.
- **Sojabohnen:** Wir haben einen klaren Pfad zur Stärkung unserer globalen Position, beginnend mit führenden Insektenbekämpfungstechnologien in Lateinamerika. Wir erwarten zudem, Marktanteile in den USA zurückzugewinnen, und zwar mithilfe unseres starken Keimplasmas, gezielten Vertriebsaktivitäten und der für 2027 geplanten Markteinführung von Vyconic™, unserer neuen HT4-Pflanzeigenschaft für Herbizidtoleranz.
- **Pflanzenschutz:** Wir schärfen unseren Fokus und richten sowohl die Teams in Forschung & Entwicklung als auch in den kommerziellen Funktionen auf wertschöpfende Maßnahmen in ertragreichen Kulturen und Märkten aus. Unsere Pipeline ist darauf ausgelegt, Blockbuster-Produkte wie das Fungizid Iblon™, das Insektizid Plenexos™ und das Herbizid Icafolin™ auf den Markt zu bringen.

Neben diesen Kernplattformen nutzen wir künftige Wachstumschancen, die weiteren Mehrwert für eine regenerative Landwirtschaft schaffen werden. Dazu gehören sowohl neuartige Kulturpflanzen für Biokraftstoffe als auch Biologika – mit signifikantem Wert im nächsten Jahrzehnt.

Wie bereits erwähnt, sind wir zuversichtlich, dass unser Rahmenplan unser heutiges Geschäft optimiert und gleichzeitig den Grundstein für die Marktführerschaft bei Wachstum, Profitabilität und robuster Steuerung des Geschäfts legt.

Erstens streben wir ein Umsatzwachstum an, das über dem Markt liegt. Dieses Wachstum wird durch zusätzliche 3,5 Milliarden Euro Umsatz vorangetrieben, die wir sowohl durch Basisinnovationen wie unserem Keimplasma und dem Life-Cycle-Management im Pflanzenschutz, als auch durch die Einführung neuer Blockbuster erzielen wollen.

Zweitens streben wir bis zum Ende des Jahrzehnts eine EBITDA-Marge im mittleren Zwanzig-Prozent-Bereich an. Dies wird durch eine jährliche EBITDA-Margensteigerung von durchschnittlich 100 bis 150 Basispunkten erreicht. In der ersten Hälfte dieses Zeitraums streben wir eine Margensteigerung durch Verbesserungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette an. In der zweiten Hälfte des Zeitraums erwarten wir, dass unsere Margensteigerung stärker vom Umsatz getrieben sein wird, da unsere wichtigsten Blockbuster mit höheren Margen ab 2027 auf den Markt kommen. Es ist wichtig anzumerken, dass dieses Ziel auch unser Glyphosat-Geschäft im Wert von rund 2,6 Milliarden Euro umfasst, das voraussichtlich weiterhin verwässernd auf unsere EBITDA-Marge wirken wird.

Wir werden das Geschäft mit Blick auf Wachstum, Marge und Cash steuern, wobei unser neues Betriebsmodell im Mittelpunkt steht. So stellen wir sicher, dass wir uns weiterhin auf die richtigen Prioritäten konzentrieren. Mit mehr Flexibilität und Resilienz wollen wir auch in der Lage sein, makroökonomische und geopolitische Unsicherheiten zu managen, die nicht in unserer Hand liegen.

Zusammengefasst: Wir handeln entschlossen, um Wachstum zu generieren, unsere Marge zu steigern und unsere Marktführerschaft auszubauen.

Julio Triana,

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

Das Jahr 2024 war durch Höhen und Tiefen mit erheblichen Marktveränderungen geprägt, einschließlich wirtschaftlicher Unsicherheiten und verändertem Händlerverhalten. Wir haben auf diese Unwägbarkeiten bei der Veröffentlichung unserer Ergebnisse zum dritten Quartal hingewiesen, und sie sind wie erwartet eingetreten. Unsere Teams waren in der Lage, sie zu schultern, und wir haben unseren angepassten Ausblick erreicht und gleichzeitig die Grundlage für künftiges Wachstum gelegt.

Im November hatten wir unsere Ambitionen für einen gesünderen Mix aus Volumen- und Preiswachstum erläutert. Wir unternehmen Schritte, um dies zu verbessern. Die Tatsache, dass der Konsum bzw. die Performance unserer Produkte am Verkaufsort im vergangenen Jahr mit den Markttrends übereinstimmte, macht mich zuversichtlich. Dies ist ein starkes Zeichen für unsere robuste Marktposition und das Vertrauen der Verbraucher in unsere Marken.

Schauen wir uns die Zahlen genauer an: Der weltweite Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 1,9 Prozent. Wir konnten in fast allen Kategorien zulegen und so den 12-prozentigen Rückgang in der Kategorie Allergie und Erkältung aufgrund der schwachen saisonalen Nachfrage ausgleichen. Der Bereich Dermatologie wuchs um 10 Prozent, angetrieben von der starken Nachfrage nach Bepanthen™ und Canesten™ sowie Innovationen wie KangWang™ in China. Der Bereich Magen-Darm-Gesundheit legte um 8 Prozent zu, was auf ein verbessertes Angebot und die Einführung von Iberogast™ in den USA zurückzuführen ist. Der Bereich Schmerz und Kardio wuchs um 7 Prozent und der Bereich Nahrungsergänzung um 3 Prozent.

Unsere EBITDA-Marge vor Sondereinflüssen lag weiterhin bei soliden 23,3 Prozent, was der Entwicklung im vergangenen Jahr entsprach. Das bereinigte EBITDA lag mit 1,4 Milliarden Euro 3 Prozent niedriger als im Vorjahr, was vor allem auf Währungseffekte zurückzuführen ist. Dennoch konnten wir die Marge durch Effizienzmaßnahmen stabil halten.

Für die Zukunft konzentrieren wir uns auf unsere neu ausgerichtete Strategie, die wir „Road to Billions“ nennen. Im Rahmen dieser Strategie streben wir eine Ausweitung des

volumenbasierten Wachstums an, insbesondere in den Bereichen, in denen sich unsere Top-Marken und attraktive Märkte überschneiden.

Dabei konzentrieren wir uns insbesondere auf drei wichtige Hebel:

1. Die Umsetzung unseres Markenwachstumsmodells: Dabei geht es um die Grundlagen des Markenaufbaus – unverwechselbare Kommunikation, nahtlose Verfügbarkeit über physische und digitale Kanäle, strategische Preissetzungsinitiativen und wissenschaftsbasierte Innovation.
2. Die Anpassung unseres Portfolios: Wir werden uns auf die wichtigsten Wachstumstreiber konzentrieren und gleichzeitig unser Portfolio vereinfachen. Wir konzentrieren uns auf die wichtigsten Marken- und Länderkombinationen und setzen so Ressourcen frei, um in die Kombinationen mit dem größten Potenzial zu investieren und gleichzeitig Komplexität zu reduzieren.
3. Agilität und Entscheidungsfreiheit im Unternehmen fördern: Unser neues Betriebsmodell ermöglicht es uns, durch schnelle Innovationen und Reaktionen auf Kundenwünsche zu wachsen sowie durch mehr Entscheidungsfreiheit effizienter zu werden.

Was bedeutet das für unseren finanziellen Ausblick? Für 2025 erwarten wir eine Normalisierung des Marktes mit nachlassenden Preiseffekten und stabilen, attraktiven Wachstumsaussichten. Wir streben ein Umsatzwachstum zwischen 2 und 5 Prozent an, das regional breit aufgestellt ist. Mit der Grundlagenarbeit aus 2024 wollen wir eine bessere Volumen-Preis-Dynamik in unseren Ergebnissen erreichen. Und unser neues Betriebsmodell wird die Geschwindigkeit und Effizienz steigern und uns helfen, die anhaltenden Inflationseffekte auszugleichen. Wir erwarten, dass unsere bereinigte EBITDA-Marge zwischen 23 und 24 Prozent liegen wird, wobei wir Kosteneffizienz, wirtschaftlichen Gegenwind und Investitionen in unsere Marken berücksichtigen werden.

Über 2025 hinaus haben wir eine klare mittelfristige Ambition: Wir wollen nachhaltig über dem Markt wachsen, eine in unserer Branche wettbewerbsfähige Rentabilität erzielen und einen beständigen und robusten Cash Flow generieren.

Zusammenfassend bin ich in Bezug auf unsere Geschäftsgrundlage zuversichtlich. Wir haben eine ambitionierte Vision, ein entschlossenes Team und ein starkes Portfolio. Gemeinsam werden wir Milliarden von Menschen mit den zuverlässigen Lösungen erreichen, die sie brauchen.

Stefan Oelrich,

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

In der Division Pharmaceuticals haben wir unsere Ziele übererfüllt und 2024 mit einem währungs- und portfoliobereinigtem Umsatzplus von 3,3 Prozent abgeschlossen. Zudem lag die EBITDA-Marge bei 26 Prozent, also im oberen Bereich der Prognose für Pharma.

Das starke Wachstum der Neueinführungen Nubeqa™ und Kerendia™ mit 78 bzw. 74 Prozent hat die signifikanten und angekündigten Rückgänge bei Xarelto™ mehr als ausgeglichen, die auf Patentabläufe und Risiko-Markteinführungen von Generika zurückzuführen sind. Sowohl Eylea™ als auch unser Basisgeschäft haben sich erneut robust entwickelt. Bei Eylea™ wurde das währungs- und portfoliobereinigte Wachstum von 5 Prozent unterstützt durch die erfolgreiche Markteinführung von Eylea™ 8mg nach der Genehmigung und Einführung der Fertigspritze im vergangenen Jahr.

Regional betrachtet erzielten wir 2024 rund 30 Prozent des Umsatzes unserer Division in Nordamerika, getrieben durch ein prozentual zweistelliges Wachstum im vierten Quartal. Zudem haben sich die Umsätze in China erfreulicherweise stabilisiert, nachdem es in den vergangenen Jahren dort zahlreiche Herausforderungen für die Branche gab.

Sowohl Umsatz als auch Ergebnis der Division wurden 2024 erheblich von Währungseffekten beeinträchtigt, was das EBITDA vor Sondereinflüssen im Vergleich zum Vorjahr um rund eine halbe Milliarde Euro reduzierte. Zudem hatten wir hauptsächlich durch den Umsatzrückgang von Xarelto™ eine ungünstige Verschiebung im Produktmix. Die Umsätze mit Nubeqa™ und Eylea™ sind zwar gestiegen, aber von höheren Lizenzgebühren belastet. Die Kosten für Forschung und Entwicklung sind im Jahresvergleich zurückgegangen, weil wir die Studie OCEANIC-AF zu Asundexian im vierten Quartal 2023 abgebrochen hatten. Zudem konnten wir die höheren Investitionen in Markteinführungen durch Anpassungen der Vertriebskosten für unsere etablierten Produkte mehr als ausgleichen. Dagegen haben sich die Rückstellungen für die

kurzfristige variable Vergütung 2024 wieder normalisiert, und wir haben im Vergleich zum Vorjahr weniger durch den Verkauf von Randgeschäften umgesetzt.

2025 erwarten wir weiteres Wachstum der Neueinführungen Nubeqa™ und Kerendia™, wobei die Umsätze zusammen die Marke von 2,5 Milliarden Euro übertreffen sollten. Wir gehen außerdem davon aus, dass sich unser Basisgeschäft und Eylea™ weiterhin robust zeigen.

Auf der anderen Seite wird sich der Umsatzrückgang von Xarelto™ wahrscheinlich beschleunigen, da es nicht nur weitere Patentabläufe geben wird, sondern auch zusätzliche Risiken durch EU-Patententscheidungen und Risiko-Markteinführungen von Generika. Angesichts regionaler Unterschiede und der Tatsache, dass wir uns noch am Anfang des Jahres befinden, bewegen sich unsere Prognosen für Xarelto™ noch in einem eher breiten Korridor: Wir rechnen für 2025 mit einem Umsatzrückgang zwischen 1 Milliarde und 1,5 Milliarden Euro. Mehr Informationen dazu und einen eventuell engeren Korridor werden wir im Laufe des Jahres nennen können. Für den Ausblick der Division führt das aktuell insgesamt zu einem währungs- und portfoliobereinigten Umsatzrückgang zwischen 1 und 4 Prozent.

Die Veränderung im Produktmix wird auch unsere Marge belasten, was wir jedoch durch straffes Kostenmanagement und Einsparungen durch die Effizienzprogramme überwiegend ausgleichen wollen. Wir erwarten daher für 2025 eine EBITDA-Marge zwischen 23 und 26 Prozent bei konstanten Wechselkursen. Für Umsatz und Ergebnis erwarten wir in der ersten Jahreshälfte eine bessere Entwicklung als in der zweiten.

Mittelfristig werden wir unsere Strategie weiter umsetzen, um neue Umsätze und mehr Wertschöpfung aus unserer Pipeline zu generieren und dafür unser neues Organisationsmodell nutzen.

Zu Erinnerung: Wir erwarten im Vergleich zu 2023 ungefähr stabile Umsätze für die Jahre 2024 bis 2026, was die Auswirkungen des Patentablaufs von Xarelto™ effektiv minimiert. Durch die erwähnte Dynamik bei den Generika zu Xarelto™ erwarten wir entweder 2025 oder 2026 den Umsatz-Tiefpunkt und spätestens 2027 eine neue Wachstumswelle, insbesondere durch Nubeqa™ und Kerendia™ sowie unsere Neueinführungen Beyontra™ und Elinzanetant. Die erwartete Studienveröffentlichung zur

Sekundärprävention von Schlaganfällen durch Asundexian in der zweiten Jahreshälfte könnte weitere Wachstumschancen bieten.

Bei der Umsetzung des neuen Organisationsmodells haben wir Ressourcen auf die wichtigsten Assets und Regionen verlagert. Managementebenen und Funktionen haben wir radikal abgebaut und Prozesse und Aktivitäten abgeschafft, die nicht auf die Mission einzahlen. Im Ergebnis sehen wir schon heute eine gesteigerte Produktivität und Effizienz in unserer Organisation. Unterstützt durch stringentes Kostenmanagement wollen wir die Marge spätestens 2028 steigern.

Schließlich kommt unser neuer Innovationsansatz, der stärker auf Wertschöpfung und Breakthrough-Innovationen setzt, gut voran, wie Bill bereits erläutert hat. Wir sind fest entschlossen, bis 2028 eine hochwertige Pipeline aufzubauen, die sich im Markt unterscheidet.

Ich freue mich darauf, Sie dazu auf dem Laufenden zu halten.

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.