



Bayer AG  
Communications  
51368 Leverkusen  
Deutschland  
Tel. +49 214 30-1  
[media.bayer.de](http://media.bayer.de)

## Presse-Information

---

„Capital Markets Day“ 2021:

### **Bayer erwartet dynamisches Wachstum bei höherer Rentabilität in den kommenden Jahren und beschleunigt Transformation**

- Crop Science klarer Innovationsführer in der Branche – Umsatz- und Ergebniswachstum über dem Markt erwartet
- Pharmaceuticals: Weiteres Wachstum bis 2023 geplant, neue Produkte sollen Patentabläufe weitgehend ausgleichen – Ausbau der Position im Bereich der Zell- und Gentherapien
- Consumer Health: Vom „Underperformer“ zum „Outperformer“ in der Branche – weitere Verbesserung bei Umsatz und Ergebnis geplant
- Bereinigtes Ergebnis je Aktie soll bis 2024 auf 7,00 bis 7,50 Euro steigen
- Weitere operative Verbesserungen sollen Free Cashflow auf 5 Milliarden Euro im Jahr 2024 steigern
- Bayer hervorragend positioniert, um von der Biorevolution in Gesundheit und Ernährung zu profitieren

---

**Leverkusen, 10. März 2021** – Bayer stellt mit einem klaren Aktionsplan die Weichen für die Zukunft. Die Maßnahmen des Unternehmens zielen auf die Stärkung von Umsatzwachstum, Rentabilität und des Free Cashflow. Der Vorstandsvorsitzende Werner Baumann hob beim virtuellen „Capital Markets Day“ am Mittwoch die langfristigen Wachstumsperspektiven von Bayer hervor: „Als führendes Life-Science-Unternehmen ist Bayer wie kein anderes Unternehmen in den Bereichen Gesundheit und Ernährung positioniert – mit attraktiven Aussichten für Wachstum, Ertrag und Cashflow.“ Wie Baumann weiter erläuterte, sollen alle drei Divisionen zum Erfolg des Unternehmens in den kommenden Jahren beitragen. „Bei Crop Science wollen wir ab 2022 über dem Markt wachsen. Bei Consumer Health ist ebenfalls ein Wachstum über dem Markt geplant. Und bei Pharmaceuticals sind wir mit unserer späten Pipeline erfolgreich sowie mit unseren

Zukunftsinvestitionen sehr gut aufgestellt. Wir planen trotz der Patentabläufe bei Pharma weiter zu wachsen und erwarten lediglich 2024 einen begrenzten Umsatzrückgang.“

Baumann nannte drei Treiber für das Wachstum und die Steigerung des Unternehmenswertes. Erstens sind Innovationen in den Life Sciences gefragter denn je – durch langfristige Megatrends wie die zunehmende und alternde Weltbevölkerung sowie die wachsende Notwendigkeit einer nachhaltigeren Wirtschaftsweise. Zweitens treibt die Biorevolution Innovationen in allen Bayer-Divisionen voran – mit großen Fortschritten in der Zellbiologie, der Genomeditierung sowie in den Datenwissenschaften. Und drittens beschleunigt das Unternehmen seine Transformation und erhöht weiter die Effizienz.

Die gesellschaftlichen Megatrends und die sich beschleunigende Biorevolution erhöhen die Dynamik der Märkte, in denen Bayer aktiv ist. „Im Pharma-Bereich könnten uns neue Technologien in Zukunft helfen, Krankheiten nicht nur zu behandeln, sondern wahrscheinlich zu heilen oder sogar zu verhindern“, sagte Baumann. Auch in der Landwirtschaft ergeben sich neue Chancen. „Neue Pflanzensorten werden weniger Dünger, Pflanzenschutz oder Wasser benötigen und so die Umweltauswirkungen der Landwirtschaft verringern – und gleichzeitig die Erträge steigern.“ Außerdem werden neue Geschäftsmodelle eingeführt, zum Beispiel indem Landwirte nicht für einzelne Produkte bezahlen, sondern für erzielte Ergebnisse, oder indem sie für nachhaltige Praktiken belohnt werden – etwa dafür, dass sie Kohlendioxid im Boden binden. „Wir sind hervorragend positioniert, um die mit dieser Dynamik verbundenen Chancen zu nutzen – zum Vorteil der Menschen, die unsere Produkte nutzen, und mit nachhaltigem Wachstum auch zum Vorteil unserer Aktionäre“, so Baumann.

Der Vorstandsvorsitzende hob hervor, dass Nachhaltigkeit ein integraler Bestandteil der Geschäftsstrategie, Wachstumspläne und Anreizsysteme von Bayer ist. Als Beispiel nannte er die Entscheidung, bis 2030 ein klimaneutrales Unternehmen zu werden.

Auch in der COVID-19-Krise zeigt Bayer Verantwortungsbewusstsein und leistet mit seinem Wissen und seinen Ressourcen einen Beitrag zur Bekämpfung des Virus – passend zur Vision des Unternehmens „Health for all, Hunger for none“. Dazu gehört auch die Kooperation mit CureVac, um das Unternehmen bei der Weiterentwicklung, Produktion und Lieferung seines Impfstoffs gegen COVID-19 zu unterstützen.

## **Beschleunigtes Umsatzwachstum**

Das Umsatzwachstum von Bayer soll im Jahr 2021 wieder an Dynamik gewinnen und sich in den Folgejahren weiter beschleunigen. Bis zum Jahr 2024 soll der Umsatz des Unternehmens auf 43 bis 45 Milliarden Euro steigen. Dabei soll die Division Crop Science von 2022 bis 2024 mit währungs- und portfoliobereinigt (wpb.) 3 bis 5 Prozent jährlich stärker wachsen als der Markt. „Wir haben große Fortschritte in der digitalen Landwirtschaft und bei den jüngsten Zulassungen für Mais, Soja und Baumwolle gemacht. Beides trägt zum stärkeren Wachstum bei“, sagte Baumann.

Diese neuen Marktzulassungen verbessern die Sojatechnologie auf dem amerikanischen Kontinent. Dazu gehören die Markteinführungen von XtendFlex™-Soja zusammen mit dem Pflanzenschutzmittel XtendiMax™ in Nordamerika sowie von Intacta2Xtend™-Soja in Lateinamerika. Zudem erwartet Bayer starkes Wachstum im Pflanzenschutzportfolio, mit acht neuen Formulierungen pro Jahr. Nach 2021 sind zahlreiche Produkteinführungen geplant, darunter jährlich mehrere hundert neue Sorten bei Mais, Soja und Gemüse. Die Crop-Science-Pipeline enthält bahnbrechende Innovationen wie den kurzwüchsigen Mais, Sojabohnen mit einer Toleranz gegenüber fünf verschiedenen Herbiziden und den industrieweit ersten Kandidaten für ein neues Nachauflauf-Totalherbizid seit 30 Jahren. Zudem hat Crop Science mit seiner Digital-Farming-Plattform FieldView™ eine führende Position erreicht: Ihre Marktdurchdringung liegt mittlerweile bei 60 Millionen Hektar, und sie wächst weiter stark. „Crop Science ist klarer Innovationsführer in der Branche. Wie kein anderes Unternehmen treiben wir die digitale Transformation und Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft voran“, so Baumann.

Bei Pharmaceuticals erwartet das Unternehmen bis 2023 ein robustes Umsatzwachstum von jährlich ebenfalls wpb. 3 bis 5 Prozent. Im Jahr 2024 rechnet Bayer wegen der Patentabläufe der etablierten Blockbuster-Produkte Xarelto™ und Eylea™ mit einem Umsatzrückgang im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich, ehe die Division im Jahr 2025 wieder zu nachhaltigem Wachstum zurückkehren soll.

Neben der weiteren Stärkung des US-Geschäftes und dem Ausbau der führenden Position in China steht die Stärkung der Innovationskraft und die Weiterentwicklung der Forschungspipeline im Mittelpunkt. „Wir sind mit der Markteinführung unserer vielversprechenden Produkte aus der fortgeschrittenen Pharma-Pipeline auf einem guten Weg“, sagte Baumann. Dabei handelt es sich insbesondere um das Krebsmedikament

Nubeqa™, um Vericiguat (in den USA unter dem Markennamen Verquvo™ vermarktet) und Finerenon im Herz-Kreislaufbereich sowie Elinzanetant zur nicht-hormonellen Behandlung häufiger Symptome der Wechseljahre.

Darüber hinaus macht die Stärkung der Innovationskraft mit dem Aufbau einer führenden Position im Bereich der Zell- und Gentherapie sowie ergänzenden Übernahmen, Partnerschaften und Lizenzvereinbarungen sehr große Fortschritte. Allein im vergangenen Jahr wurden bei Pharmaceuticals mehr als 25 Kooperations- und Lizenzvereinbarungen und Akquisitionen abgeschlossen, darunter auch der Erwerb von Asklepios BioPharmaceutical (AskBio), eines führenden Unternehmens im Bereich der Gentherapie.

Beim Tochterunternehmen BlueRock Therapeutics konnte Bayer kürzlich ein erstes erfolversprechendes Zwischenergebnis verkünden: „Wir haben mit der klinischen Erprobung eines neuen Behandlungsansatzes gegen die Nervenkrankheit Parkinson begonnen, der Hoffnung auf entscheidende Fortschritte im Kampf gegen diese schreckliche Krankheit macht – ein großer Schritt für das gesamte Gebiet der Stammzellentherapie“, sagte Baumann.

Die Division Consumer Health soll mit einem Umsatzplus von jährlich ebenfalls wpb. 3 bis 5 Prozent weiter Marktanteile erobern. „Bei Consumer Health geht es nun vor allem darum, die starke Wachstums- und Margenentwicklung der vergangenen 18 Monate zu verstetigen. Wir wollen nachhaltig stärker wachsen als der Markt und an der Spitze der Branche stehen“, so Baumann. Getrieben wird dies durch führende Innovation und starke Marken, die weitere Digitalisierung des Geschäfts sowie auch durch mögliche ergänzende Zukäufe.

### **Attraktive Ertragsperspektiven – klare Prioritäten bei der Kapitalallokation**

Die Divisionen weisen attraktive mittelfristige Ertragsperspektiven auf. So ist geplant, dass Crop Science bis 2024 aufgrund weiterer Effizienzfortschritte eine EBITDA-Marge vor Sondereinflüssen zwischen 27 und 29 Prozent erreicht. Bei Pharmaceuticals soll im Zuge höherer F&E-Investitionen bis 2023 eine EBITDA-Marge vor Sondereinflüssen von 32 bis 34 Prozent erzielt werden – auch im Jahr 2024 soll sie trotz der Auswirkungen der Patentabläufe über 30 Prozent bleiben. Für Consumer Health erwartet Bayer eine weitere

Steigerung der EBITDA-Marge vor Sondereinflüssen in Richtung des mittleren Zwanzig-Prozent-Bereichs.

Neben dem geplanten Wachstum trägt auch das im September 2020 angekündigte Effizienzprogramm zur Stärkung der Ertragskraft bei. „Wir wollen ein noch einfacheres, schlankeres und flexibleres Unternehmen werden“, sagte Finanzvorstand Wolfgang Nickl. „Wir setzen damit weitere Ressourcen für Investitionen in Innovation und Wachstum frei und können die Profitabilität weiter stärken.“ Die jährlichen Einsparungen des Programms sollen von 2024 an mehr als 1,5 Milliarden Euro betragen.

Das bereinigte Ergebnis je Aktie des Bayer-Konzerns soll im Jahr 2024 auf Basis konstanter Wechselkurse zwischen 7,00 und 7,50 Euro betragen. Der Free Cash Flow soll sich bis 2024 auf rund 5 Milliarden Euro verbessern. Darin sind Auszahlungen für Sonderausgaben in Höhe von rund einer Milliarde Euro enthalten.

Wie Nickl erläuterte, hat Bayer klare Prioritäten bei der Kapitalallokation. „Erstens wollen wir nach den erwarteten Auszahlungen für Rechtsvergleiche den Abbau der Schulden vorantreiben. Zweitens ist ein signifikanter Anteil der zur Verfügung stehenden Mittel für Dividenden vorgesehen. Wir werden unsere Dividendenpolitik beibehalten und planen, 30 bis 40 Prozent des bereinigten Ergebnisses je Aktie auszuschütten. Weitere Mittel werden in ergänzende Akquisitionen investiert, insbesondere bei Pharmaceuticals und Consumer Health.“ Die Nettofinanzverschuldung soll bis Ende 2024 auf 28 Milliarden bis 30 Milliarden Euro sinken. Mögliche Erträge aus Verkäufen sind darin nicht enthalten.

## **Über Bayer**

Bayer ist ein weltweit tätiges Unternehmen mit Kernkompetenzen auf den Life-Science-Gebieten Gesundheit und Ernährung. Mit seinen Produkten und Dienstleistungen will das Unternehmen Menschen nützen und die Umwelt schonen, indem es zur Lösung grundlegender Herausforderungen einer stetig wachsenden und alternden Weltbevölkerung beiträgt. Bayer verpflichtet sich dazu, mit seinen Geschäften einen wesentlichen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung zu leisten. Gleichzeitig will der Konzern seine Ertragskraft steigern sowie Werte durch Innovation und Wachstum schaffen. Die Marke Bayer steht weltweit für Vertrauen, Zuverlässigkeit und Qualität. Im Geschäftsjahr 2020 erzielte der Konzern mit rund 100.000 Beschäftigten einen Umsatz von 41,4 Milliarden Euro. Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung beliefen sich

bereinigt um Sondereinflüsse auf 4,9 Milliarden Euro. Weitere Informationen sind im Internet zu finden unter [www.bayer.de](http://www.bayer.de).

Hinweis:

Weitere Informationen sind im Internet verfügbar unter [www.bayer.de/live-ic](http://www.bayer.de/live-ic):

- die Präsentationsunterlagen für beide Veranstaltungstage
- am 10. und 11. März 2021 jeweils von ca. 14.00 bis 17.00 Uhr MEZ: Live-Audio-Übertragung der Präsentationen und Diskussionen
- ab dem 12. März 2021: Video-Aufzeichnungen und Transkripts der Präsentationen und Diskussionsrunden

Ansprechpartner für Medien:

**Christian Hartel, Tel. +49 214 30-47686**

E-Mail: [christian.hartel@bayer.com](mailto:christian.hartel@bayer.com)

**Dr. Rolf Ackermann, Tel. +49 214 30-41782**

E-Mail: [rolf.ackermann@bayer.com](mailto:rolf.ackermann@bayer.com)

**Tino Andresen, Tel. +49 214 30-66048**

E-Mail: [tino.andresen@bayer.com](mailto:tino.andresen@bayer.com)

Ansprechpartner für Investoren:

**Bayer Investor Relations Team, Tel. +49 214 30-72704**

E-Mail: [ir@bayer.com](mailto:ir@bayer.com)

[www.bayer.com/de/investoren/ir-team](http://www.bayer.com/de/investoren/ir-team)

Folgen Sie uns auf Twitter: [twitter.com/BayerPresse\\_DE](https://twitter.com/BayerPresse_DE)

rac (2020-0046)

**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-Webseite [www.bayer.de](http://www.bayer.de) zur Verfügung. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.