



Science For A Better Life

## DSW Unternehmenspräsentation

Bremen, 18. November 2014

Peter Dahlhoff, Investor Relations



## Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Präsentation kann bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen enthalten, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Prognosen der Unternehmensleitung des Bayer-Konzerns bzw. seiner Teilkonzerne 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.

# Das neue Bayer - Werte schaffen als Innovations- und Life-Science Unternehmen



## HealthCare



Human Health



Animal Health

## CropScience



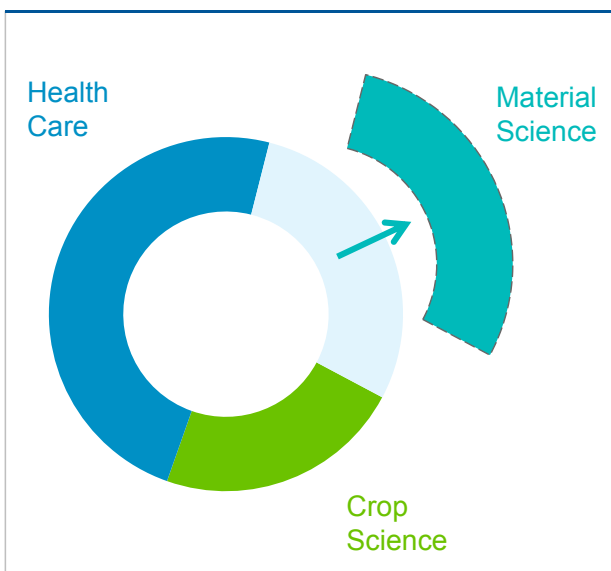
Plant Health

- Global führendes Unternehmen mit langer Erfolgsgeschichte und umfassender Erfahrung in Wissenschaft und Innovation
- Zugang zu attraktiven Märkten mit hohen Wachstumsraten und hoher Profitabilität
- Trennung vom MaterialScience-Geschäft mit High-Tech-Polymeren bis spätestens Mitte 2016

# Das neue Bayer – Ausrichtung auf Life-Science-Geschäfte



## Umsatz 2013 nach Teilkonzernen\*



## HealthCare - 18,9 Mrd. € Umsatz

Pharma 11,2 Mrd. €, verschreibungspflichtige Arzneimittel, führend in wichtigen Therapiegebieten

Consumer Health 7,7 Mrd. €, rezeptfreie Arzneimittel #2, Blutzucker-Messegeräte #3, Tiermedizin #5, Kontrastmittel #1

## CropScience – 8,8 Mrd. € Umsatz

Chemischer Pflanzenschutz & Biologika #2, Saatgut & Pflanzeigenschaften

# Performance/ Zielsetzung

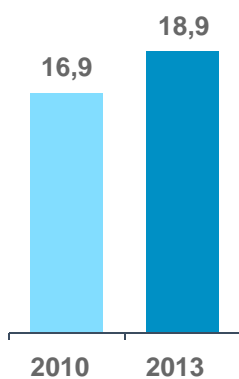
## Erfolgreiche Umsetzung unserer Wachstumsstrategie in den Life-Science-Geschäften



### HealthCare

#### Umsatz

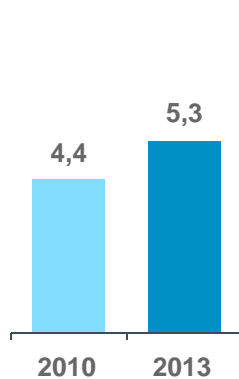
Mrd. €  
% CAGR



**+4%**

#### EBITDA

vor Sondereinflüssen  
Mrd. € % CAGR

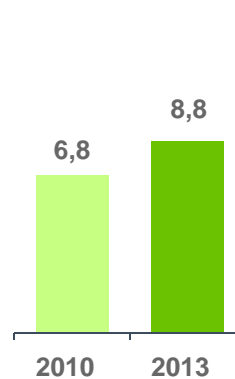


**+7%**

### CropScience

#### Umsatz

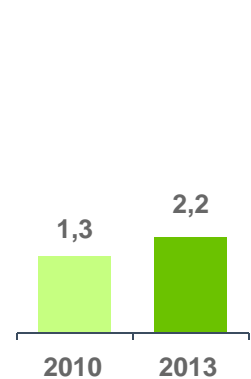
Mrd. €  
% CAGR



**+9%**

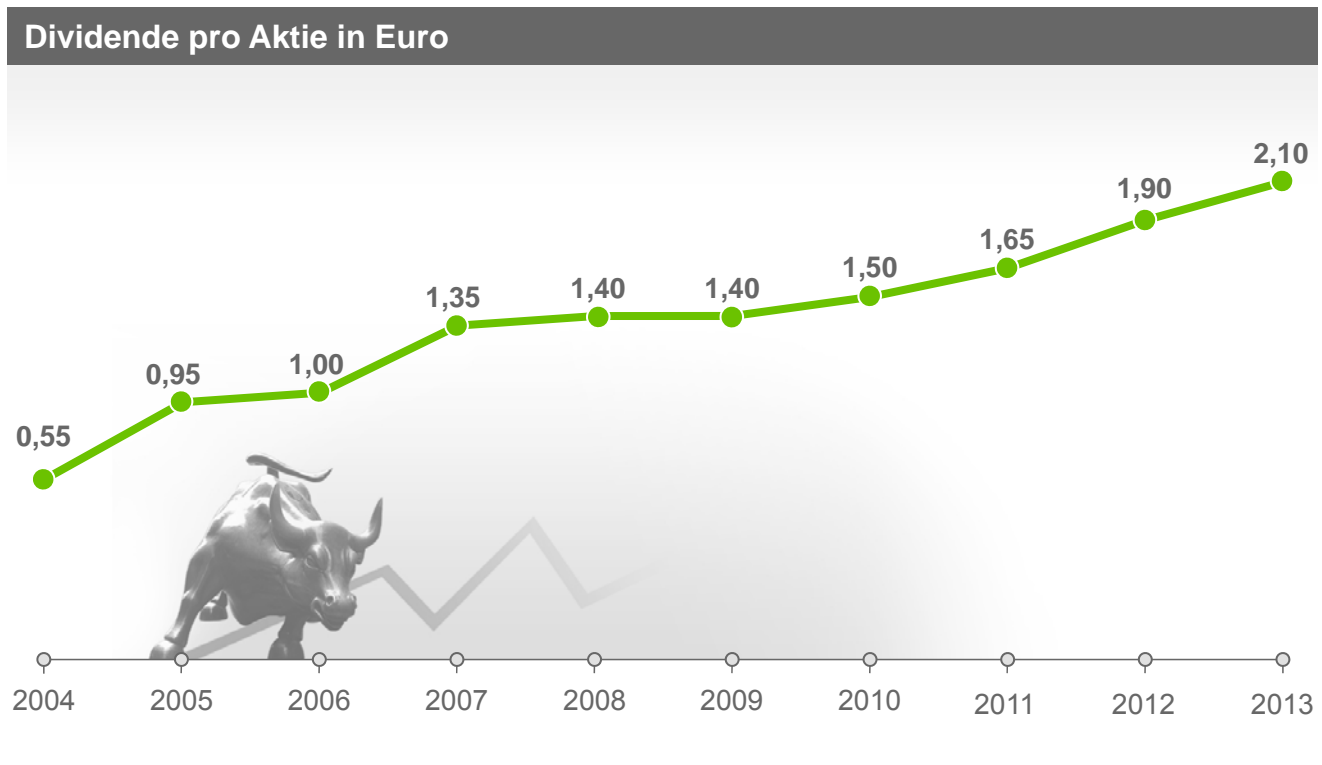
#### EBITDA

vor Sondereinflüssen  
Mrd. € % CAGR

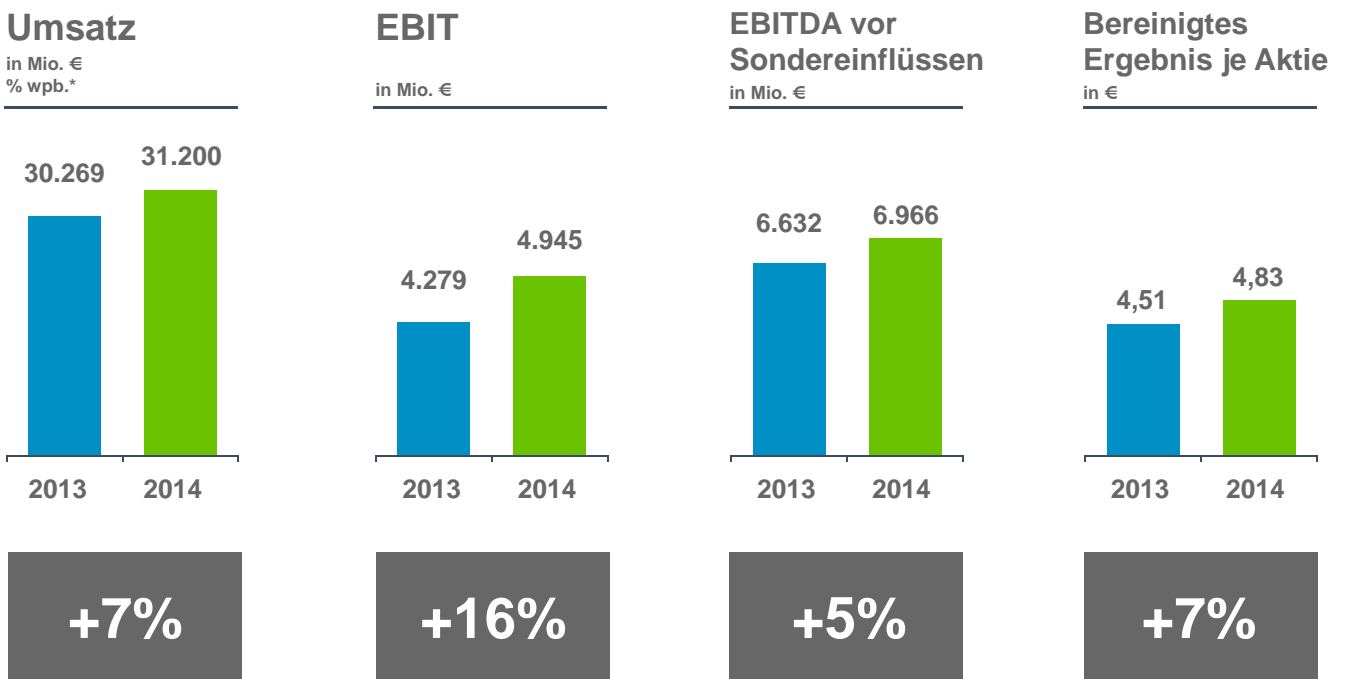


**+20%**

# Bayer - Dividendenhistorie



# Dreivierteljahr 2014 – Starkes organisches Wachstum / Hohe negative Währungseffekte



# Q3 2014 – Konzernprognose für 2014 angehoben



Umsatz  $\Delta$  wpb, EBITDA vor Sondereinflüssen

	2013		2014E von Februar 2014 (Ø Währungskurse Q4'13)	2014E* (Währungskurse vom 30. Sept. 2014 für Q4'14)
<b>Umsatz</b>	40,2 Mrd. €	▶	~5% auf ~41-42 Mrd. € (neg. Währungseffekt ca. -2%)	~6% auf ~ 42 Mrd. € (neg. Währungseffekt ca. -3%)
<b>EBITDA vor Sonder- einflüssen</b>	8,4 Mrd. €	▶	Steigerung im unteren bis mittleren einstelligen Prozentbereich (neg. Währungseffekt ca. -5%)	Steigerung im mittleren einstelligen Prozent- bereich (neg. Währungseffekt ca. -5%)
<b>Bereinigtes Ergebnis je Aktie</b>	5,61 €	▶	Zuwachs im mittleren einstelligen Prozentbereich (neg. Währungseffekt ca. -6%)	Zuwachs im mittleren bis oberen einstelligen Prozentbereich (neg. Währungseffekt ca. -7%)

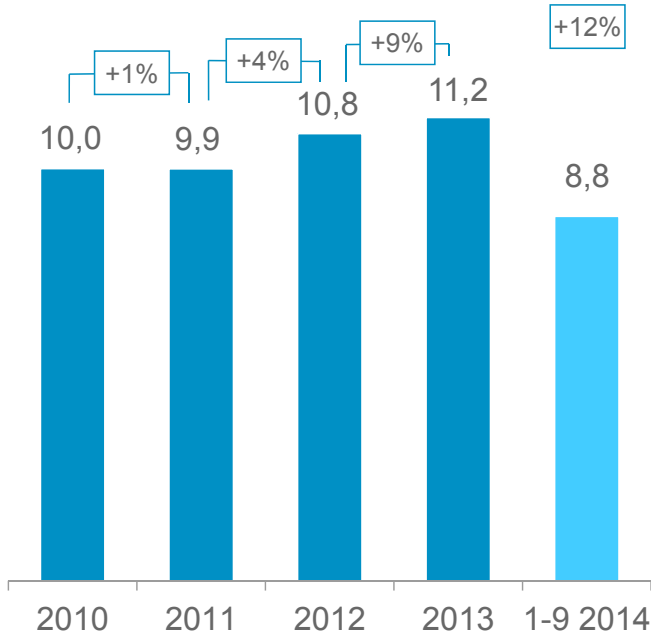
**Profitables  
Wachstum**

# Bayer zählt zu den wachstumsstärksten globalen Pharma-Unternehmen



## Pharma Umsatz

Mrd. €; Δ% wpb.



### Plan für weiteres Wachstum

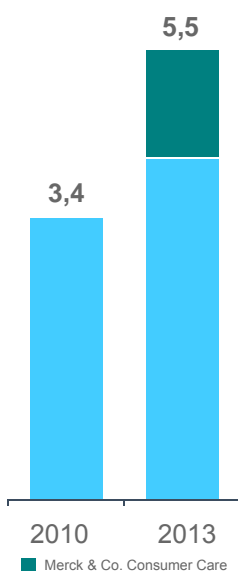
- Umsatzpotenzial der neueren Produkte ausschöpfen
- Ausbau unserer frühen und mittleren Forschungs-Pipeline
- 5 Projekte im Jahr 2015 bereit für Phase-III Entscheidung
- Möglichkeiten für Partnerschaften prüfen, einschließlich Forschung, sowie gezielte kleinere und mittlere Akquisitionen

# Consumer Care strebt die Marktführung im OTC-Bereich an



## Consumer Care Umsatz

Mrd. €, 2013 pro forma



### Erfolge

- Starke Nr. 2 Position
- Weltweit renommierte Marken
- Langjähriges Wachstum über dem Marktdurchschnitt
- Erfolgreicher langfristiger Markenaufbau
- Komplementäre Zukäufe, wie das Consumer Care Geschäft von Merck & Co.

### Plan für weiteres Wachstum

- Etablierte Marken globalisieren
- Innovationspipeline ausbauen
- Kernstrategien für Wachstumsmärkte umsetzen
- Synergiepotenzial aus Akquisitionen vollständig heben
- Strategische Zukäufe und Kooperationen anstreben

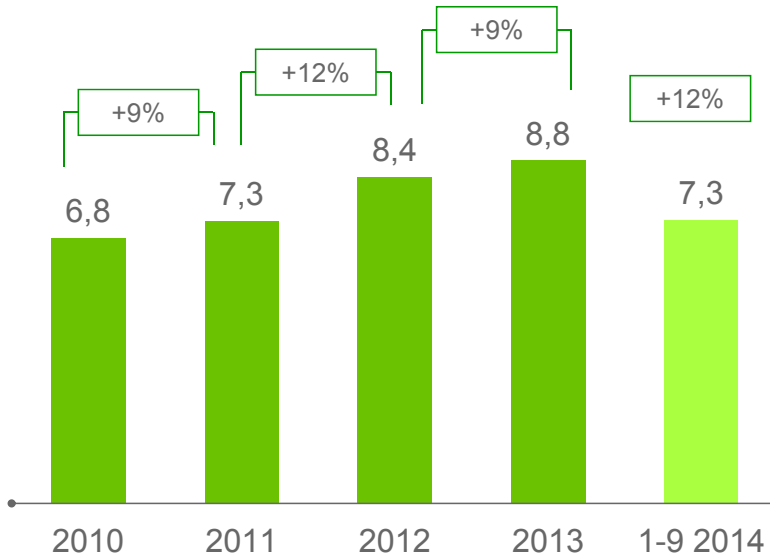


# CropScience strebt führende Position im Pflanzenschutz an




## CropScience Umsatz

Mrd. €; Δ% wpb.




### Plan für weiteres Wachstum

- Portfolio durch fokussierte und integrierte Pflanzenschutzlösungen stärken
- Umsatzpotenzial der neueren Produkte ausschöpfen
- Wachstum bei neuen Produkten vorantreiben und in Lebenszyklusmanagement investieren
- Saatgutportfolio durch Ausbau des Sojabohnen- und Weizengeschäfts erweitern



Neue Wachstums-  
möglichkeiten  
entwickeln

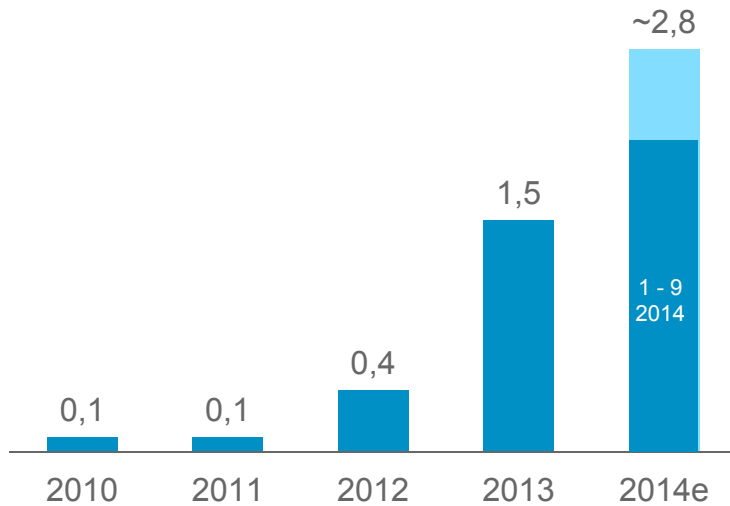


# Pharma-Ausbietungen treiben das Wachstum Gesamtumsatzpotenzial $\geq 7,5$ Mrd. €



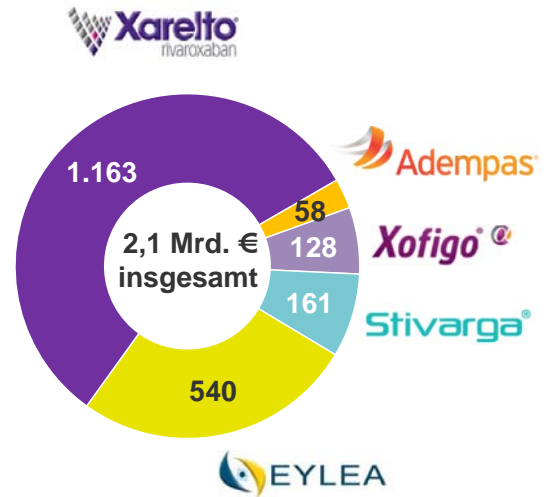
## Gesamtumsatz

Mrd. €



## Produktumsatz 1-9 2014

Mio. €

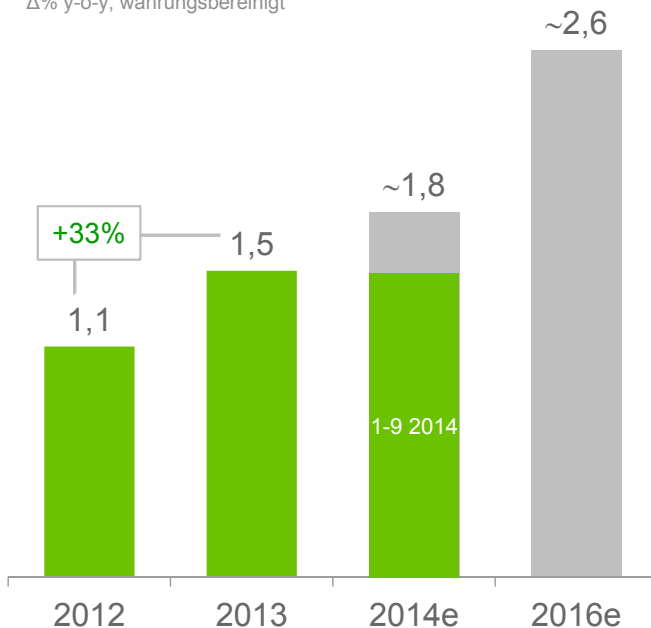


# Neue Produkte treiben das Wachstum bei CropScience

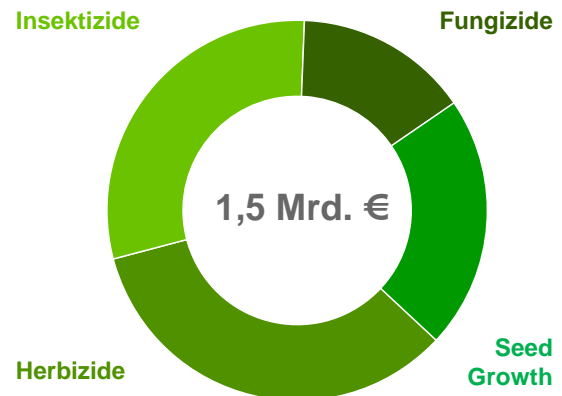


## Umsatz neuer Pflanzenschutz Produkte

Mrd. €; eingeführte neue Produkte seit 2006;  
 $\Delta\%$  y-o-y, währungsbereinigt



## ... nach Segment (2013)



Neue Produkte generieren 82% des Gesamtumsatzwachstums im Pflanzenschutz




# Der Life-Science-Ansatz birgt großes Potenzial

## Was wir erreicht haben

- Life-Science-Geschäfte von Weltrang
- F&E-Exzellenz in angestammten Bereichen
- Langjährige erfolgreiche Innovationstätigkeit zum Wohl der Patienten und Landwirte

## Was wir erreichen wollen

- F&E-Produktivität und Innovationsführerschaft in den bestehenden Bereichen aufrechterhalten und Führungspositionen in neuen Bereichen etablieren
- Neue Perspektiven gewinnen und den Life-Science-Ansatz weiter erkunden, um bahnbrechende Innovationen anzustreben, die bisher ungedeckte Anforderungen erfüllen



Transformation zum  
reinen Life-Science-  
Unternehmen

# Akquisitionen im Jahr 2014 stärken unser HealthCare Portfolio signifikant



## Algeta: Onkologie Portfolio

- Vollständige Kontrolle über Xofigo
- Umfassendes Lebenszyklusmanagement: Studien in frühen Phasen von Prostata-Krebs, Kombinationsstudien und anderen Tumoren



## Merck & Co. Consumer Care: US OTC/CC Marken

- Aufstieg zur globalen Nr. 2 in OTC
- Erreichung der Nr. 1 im US Geschäft
- Globale Marktführerschaft in Dermatologie und GI
- Einstieg in neue Segmente: Allergie, Sonnenschutz, Fußpflege



## Dihon Pharmaceutical: Chinesische OTC Marken

- Erreichen einer führenden Position neben multinationalen OTC-Unternehmen in China
- Zugang zu kleineren Großstädten



# Abspaltung von MaterialScience: Absicherung des Wettbewerbsvorteils



## Starke Grundlagen für ein erfolgreiches Geschäft...

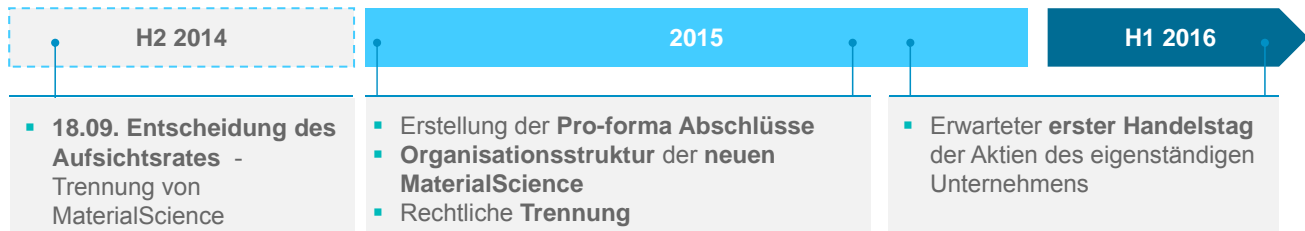
- Führende Positionen (Nr. 1 bzw. Nr. 2) in attraktiven, wachsenden Märkten
- Breiter Kundenstamm
- Globales Produktionsnetzwerk bietet Kundennähe
- Modernste Verfahrenstechnologie
- Erhebliche Investitionen in neue Anlagen in den vergangenen Jahren

## ... können als eigenständiges Unternehmen besser genutzt werden

- Fähigkeit zur Weiterentwicklung des eigenen Portfolios
- Eigenständige Finanzierungsfähigkeit
- Gelegenheit zur Entwicklung einer zum Geschäft passenden Unternehmenskultur
- Maßgeschneiderte Geschäftsprozesse und Anreizsysteme

**MaterialScience hat das Potenzial, als eigenständiges Unternehmen signifikanten Wert zu schaffen**

# Trennung von MaterialScience: Ablauf des geplanten Börsengangs



- Geplanter Zeitrahmen für den Börsengang: 12-18 Monate
- Zeitplan und mögliche Optionen des Börsengangs hängen vom zukünftigen Marktumfeld ab
- Mögliche Erlöse eines Börsengangs sollen vor allem in die Life-Science-Geschäfte investiert und zum Abbau der Finanzverschuldung genutzt werden

Während der Ausgliederung ist die uneingeschränkte Geschäftstätigkeit garantiert

Zusammenfassung

# Das neue Bayer – Ein Life-Science-Unternehmen von Weltrang



## Führung

- Eines der wachstumsstärksten globalen Pharmaunternehmen
- Auf dem Weg zur OTC-Marktführerschaft
- Führungsposition im Pflanzenschutz angestrebt

## Fähigkeiten

- Exzellenz in F&E und Vermarktung
- Wertmaximierung bei etablierten Marken
- Starke Präsenz in den Wachstumsmärkten

## Wert

- Fortschreitende Innovationspipeline
- Vorreiter in forschungsintensiven Bereichen der Gesundheit von Menschen, Tieren und Pflanzen
- Profitables Wachstum

Page 25 • DSW Unternehmenspräsentation • Peter Dahlhoff • 18. November 2014



Science For A Better Life

## DSW Unternehmenspräsentation

Bremen, 18. November 2014

Peter Dahlhoff, Investor Relations