

SCHWARZ

PHARMA

Wir haben bedeutende Schritte auf unserem Weg hin zu einem innovativen Pharmaunternehmen gemacht

Patrick Schwarz-Schütte

Vorsitzender des Vorstands
der SCHWARZ PHARMA AG
in der Hauptversammlung am 26. Mai 2004
(gekürzte Fassung)



Sehr geehrte Damen und Herren,
ich begrüße Sie zu unserer Hauptversammlung 2004. Wir freuen uns, dass Sie so zahlreich erschienen sind, und danken Ihnen für Ihr Interesse an der Entwicklung der SCHWARZ PHARMA Gruppe.

Bevor wir mit der Tagesordnung beginnen, möchte ich Ihnen über unsere Strategie und die Fortschritte bei deren Umsetzung berichten. Kernstück unserer Strategie und Zukunft der SCHWARZ PHARMA Gruppe sind unsere Entwicklungsprojekte. Hierzu wird Ihnen Frau Professor Iris Löw-Friedrich im Anschluss einen aktuellen Einblick geben.

2003 ein außergewöhnliches Jahr

Das Geschäftsjahr war in mehrerer Hinsicht ein außergewöhnliches und auch turbulentes Jahr für unser Unternehmen. Die Entwicklung des Omeprazol-Generikums in den USA war überraschend und hat zu ganz neuen Marktbedingungen geführt. Durch den Eintritt von drei Wettbewerbern

wurde die Umsatz- und Ergebnisentwicklung gebremst. Unverändert jedoch ist das Omeprazol-Generikum ein wichtiger Umsatz- und Ergebnis-träger. Der Erfolg mit diesem Produkt ist der größte in der Geschichte unseres Unternehmens.

Die Entwicklung des Omeprazol-Generikums in den USA war überraschend und hat zu ganz neuen Markt- bedingungen geführt.

Ganz wichtig war, und darüber sind wir sehr erfreut, dass unsere Entwicklungsprojekte mit guten Studienergebnissen glänzen konnten. So haben wir die Tests zum Parkinsonpflaster Rotigotin CDS erfolgreich abgeschlossen und werden die Zulassungsunterlagen im nächsten Quartal bei den Behörden einreichen. Daneben haben wir drei Projekte in die Phase III, der letzten klinischen Entwicklungsphase gebracht: Zur Be-

handlung der Harninkontinenz mit dem Wirkstoff Fesoterodin, sowie zur Behandlung des diabetischen neuropathischen Schmerzes und der Epilepsie mit dem Wirkstoff Harkosride. Damit haben wir bedeutende Schritte auf unserem Weg hin zu einem innovativen Pharmaunternehmen gemacht.

Das Omeprazol-Generikum hat maßgeblich zum erreichten Umsatzvolumen von knapp 1,5 Milliarden Euro, und dem Jahresüberschuss von 132,5 Millionen Euro beigetragen. Der Omeprazol-Umsatz allein betrug 784,3 Millionen Euro.

Wir schlagen Ihnen heute eine ordentliche Dividende von 0,60 € je Aktie zur Ausschüttung vor. Dies trägt zum einen der guten Ertragsentwicklung Rechnung. Zum anderen wollen wir im Rahmen unserer innovativen Ausrichtung die erwirtschafteten Mittel gezielt investieren und so für die nachhaltige Sicherung und den Ausbau des Ertragspotentials unseres Unternehmens einsetzen. Hierin spiegelt sich unsere feste Absicht wider,

den eingeschlagenen strategischen Weg – der auch durch hohe Investitionen in den nächsten Jahren gekennzeichnet ist – mit Nachdruck weiterzugehen.

Wir schlagen eine ordentliche Dividende von 0,60 € je Aktie zur Ausschüttung vor.

Die zugeflossenen Mittel haben die finanzielle Situation der SCHWARZ PHARMA Gruppe deutlich gestärkt. So verfügt die Gruppe heute über eine Netto-Liquidität von 130 Mio. € und weist eine Eigenkapitalquote von fast 56% auf. Damit blicken wir gut gerüstet in die Zukunft.

Wir werden auch in Zukunft nicht nachlassen, die Entwicklungsprojekte voranzutreiben und die zukünftigen Erträge der SCHWARZ PHARMA Gruppe zu sichern. Die vor uns liegenden Jahre werden daher von weiterhin hohen Investitionen in Forschung und Entwicklung geprägt sein. Für 2004 erwarten wir daher nur einen marginalen Gewinn.

Die Umsetzung unserer Strategie ist auf richtigem Kurs

Meinen Damen und Herren, wir haben 1999 unsere Strategie neu ausgerichtet. Wir haben damals mit Blick auf die sich ändernden Bedingungen auf den pharmazeutischen Märkten die innovative Arzneimittelentwicklung als unseren Weg in die Zukunft gewählt. Denn heute wissen wir, dass die Zeiten vorbei sind, in denen nicht-innovative Arzneimittel hohe Preise und bedeutende Marktanteile erzielen können. Staatliche Kontrollen in Europa und zunehmender Wettbewerbsdruck in den USA sind ein Beweis dafür. Innovative, patentgeschützte Arzneimittel werden das zukünftige Wachstum des weltweiten Pharmamarktes tragen.

Unser Ziel war und ist es daher, innovative Arzneimittel in den Indikationsgebieten Neurologie und Urologie

zu entwickeln. Innovative Arzneimittel und neu entwickelte Therapien zum Nutzen der Patienten, zur Verbesserung der Arbeit der Ärzte und zum effizienteren Einsatz der finanziellen Mittel der Leistungsanbieter. Damals haben wir Sie um Geduld gebeten, dauert es doch im Schnitt 10 Jahre, ein neues Medikament durch die klinische Entwicklung und auf den Markt zu bringen. Damals hörte ich oft: „Dass ihr Arzneimittel vermarkten könnt, wissen wir, aber könnt ihr auch Medikamente entwickeln?“

Wir sind unseren Weg gegangen und haben seit 1999 das Forschungs- und Entwicklungsbudget von 77 Millionen Euro auf 144 Millionen Euro in 2003 verdoppelt. Diese Mittel wurden mit dem laufenden Arzneimittel-

Wir können heute eine große Anzahl weit fortgeschrittener Entwicklungsprojekte präsentieren, die viel versprechende Marktchancen haben.

geschäft auf den Märkten in Europa und USA verdient. Sie haben ermöglicht, dass wir Ihnen heute, nur sechs Jahre später, eine große Anzahl weit fortgeschrittener Entwicklungsprojekte präsentieren können, die viel versprechende Marktchancen haben. Für das erste Medikament – das Parkinsonpflaster Rotigotine CDS – beantragen wir nächstes Quartal die Zulassung. Wir hoffen, das Parkinsonpflaster Anfang 2006 auf den Markt bringen zu können.

Die zufließenden Mittel aus der Vermarktung des Omeprazol-Generikums stärken unsere Finanzen und tragen zur Umsetzung unserer Strategie bei.

In Gesprächen mit Investoren bekomme ich heute ab und zu eine andere Frage gestellt: „Das mit der Arzneimittelentwicklung könnt ihr ja, aber könnt ihr die Produkte auch vermarkten?“ Nun, wir haben unsere alte

Stärke nicht verloren und gehören in vielen Märkten zu den führenden Anbietern. In Deutschland zum Beispiel ist SCHWARZ PHARMA einer unabhängigen Umfrage zufolge das Pharmaunternehmen mit der höchsten Kundenbindung bei Hausärzten, Kardiologen und Gastroenterologen. Diese führende Stellung haben wir seit etwa vier Jahren inne und auch davor waren wir unter den Top fünf zu finden.

Unsere Vertriebsstärke in Deutschland und Europa ist Ihnen bekannt. Auch in den USA sind wir wettbewerbsstark, und wollen dort unsere Vertriebsbasis weiter ausbauen.

USA weiterhin im Fokus, Europa wird nicht vernachlässigt

Denn auf dem größten Pharmamarkt der Welt erfolgreich zu sein, ist entscheidend für unseren Gesamterfolg. Innerhalb der gesamten Pharmaindustrie repräsentieren die USA etwa 54% des weltweiten Umsatzes und sogar 80% der Erträge. Wir stärken unser US-Geschäft.

Wir entwickeln für den Markt in den USA viel versprechende Arzneimittel, die auf einem etablierten Wirkstoff basieren, doch durch ihre besondere Formulierung oder Darreichung den Patienten einen Zusatznutzen bieten.

Hierzu haben wir in den USA kurzfristige Wachstumschancen erschlossen. Wir entwickeln für diesen Markt viel versprechende Arzneimittel, die auf einem etablierten Wirkstoff basieren, doch durch ihre besondere Formulierung oder Darreichung den Patienten einen Zusatznutzen bieten. Von neun Arzneimitteln in den Bereichen Allgemeinmedizin, Gastroenterologie und Neurologie sind bereits zwei zugelassen worden, ein

weiteres hat eine bedingte Zulassung erhalten. Die Markteinführung des ersten Produkts TriLyte®, das die Produktfamilie des Magen-Darm-Medikaments Colyte® erweitert, ist bereits eingeführt und hat schon einen Marktanteil von über 10% erreicht. Eine weitere Produkteinführung ist in Abhängigkeit von der erwarteten Zu-

lassung im zweiten Halbjahr geplant. Hier handelt es sich um Parcopa™, ein Parkinson-Medikament, das als Schmelztablette formuliert sich im Mund auflöst.

Auf diese Weise bauen wir Zug um Zug die auch für die Vermarktung der neuen Entwicklungsprodukte erforderlichen Außendienst-Teams auf und

nutzen die Möglichkeit, uns im Bereich der Neurologie als kompetenter Partner zu positionieren.

(Anmerkung: Es folgen Lagebericht und Tagesordnung, nachzulesen unter www.schwarzpharma.com „Investor Relations“ in deutscher Sprache.)

