



Hintergrund-Information

Daten & Fakten

Die Division Consumer Care

Stand: Juni 2007

Umsatz 2006:	2,5 Mrd. Euro
Mitarbeiter:	6.400
Globaler Rang:	2
Sitz:	Morristown, USA

Weltweit wächst die Zahl der Menschen, die ihre Arzneimittel zur Vorbeugung oder zur Behandlung leichterer Krankheiten selbst auswählen. Viele von ihnen schenken ihr Vertrauen den bewährten rezeptfreien oder frei verkäuflichen Medikamenten der Division Consumer Care von Bayer HealthCare. Beispiel Aspirin - der weltweite Bekanntheitsgrad der über 100-jährigen Traditionsmarke ist nahezu unerreicht.

Heute ist Consumer Care auf dem besten Weg, die Nummer eins im Markt für rezeptfreie Arzneimittel zu werden. Nach der erfolgreichen Akquisition von Roche Consumer Health, die im Januar 2005 abgeschlossen wurde, ist die Division mit einem ausgewogenen Portfolio starker Marken in nahezu allen Kategorien rezeptfreier Arzneimittel gut aufgestellt. Hierzu zählen Schmerzmittel, Dermatologieprodukte, Produkte gegen Magenbeschwerden und Nahrungsergänzungsmittel. Mit mehr als 170 Marken weltweit und acht globalen Marken mit einem jährlichen Umsatz von mehr als 100 Mio. EUR ist Consumer Care gut positioniert, um das vorausgesagte anhaltende Wachstum des Marktes für rezeptfreie Arzneimittel auszuschöpfen.

Einen großen Anteil am Geschäftserfolg von Consumer Care haben die Schmerzmittel, angeführt vom Spitzenreiter Aspirin, das auf Platz eins der umsatzstärksten Consumer Health-Produkte von Bayer HealthCare und weltweit auf Platz zwei im Markt für rezeptfreie Arzneimittel rangiert. Aleve ist eine weitere starke Marke in diesem Bereich, der insbesondere in den USA in den letzten Jahren enorm gewachsen ist. Im Bereich Dermatologieprodukte nehmen Canesten zur Behandlung von Pilzinfektionen und Bepanthen zur Wundheilung und Hautpflege den zweiten Rang in ihrem jeweiligen Markt ein. Auch im Anwendungsbereich Magen-Darm produziert und vertreibt Consumer Care Traditionsprodukte von Weltrang. Das Antazidum Rennie wird seit den späten 1920er Jahren erfolgreich gegen Sodbrennen eingesetzt. Die Marke rangiert weltweit unter den ersten zehn rezeptfreien Antazida. Bekannt sind auch Talcid und Alka-Seltzer gegen Magenbeschwerden. Überdies liegt Consumer Care mit seiner starken Präsenz auf dem Gebiet der Nahrungsergänzungsmittel weltweit auf Rang zwei und bietet eine Vielzahl von Vitamin- und Mineralstoffpräparaten an. Dazu gehören die Marken Supradyn und Berocca. In den USA sind die Multivitamine der One-a-day-Linie besonders bekannt. Flintstones ist in den USA die Nummer eins unter den Multivitaminen für Kinder.

Tradition und Innovation gehen bei Consumer Care Hand in Hand. So hat sich der Anwendungsbereich von Aspirin mit den Jahren beträchtlich erweitert. Klinische Studien haben 2006 gezeigt, dass der Wirkstoff Acetylsalicylsäure nicht nur bei Spannungskopfschmerzen, sondern auch bei Migräneattacken schnell und zuverlässig hilft. Außerdem ist Aspirin ein effektives – und preiswertes – Mittel zur Risikoreduzierung bei Herz-Kreislaufkrankungen und ist weltweit als Eckpfeiler der Therapie zur Vermeidung eines zweiten Herzinfakts oder Schlaganfalls anerkannt. Zur Primärvorsorge gegen Herz-Kreislauf-Erkrankungen ist Aspirin in 35 Ländern zugelassen. Zudem lassen mehrere unabhängige Studien den Schluss zu, dass Aspirin die Wahrscheinlichkeit senkt, an bestimmten Krebsarten zu erkranken.

Überdies entwickelt die Division kontinuierlich neue Produkte und erweitert durch neue Darreichungsformen das Anwendungsspektrum bewährter Marken. Zu den jüngsten Produkten zählen die Aleve Liquid Gels, die Menschen mit Rücken- und Gelenkschmerzen eine schnelle (liquid-fast) und unkomplizierte Anwendung erlauben, Rennie Dual Action zur Behandlung von Sodbrennen und Verdauungsstörungen sowie Canesten Oral und Cream zur Behandlung von gynäkologischen Pilzkrankungen. Zudem bietet One-A-Day Men's and Women's 50+ mit spezifischen, auf die gesundheitlichen Bedürfnisse von Frauen und Männern

zugeschnittenen Mengen von wichtigen Vitaminen und Mineralien spezialisierte Nahrungsergänzung für Menschen im Alter von über 50 Jahren.

Am Erfolg der Division sind über 6.400 Mitarbeiter in mehr als 100 Ländern beteiligt. Die Produktion für das globale Consumer-Care-Portfolio verteilt sich auf 16 Produktionsstandorte weltweit. Der Hauptsitz der Division ist Morristown, New Jersey, USA. In Europa erwirtschaftet die Division fast 50 Prozent ihres Gesamtumsatzes. Nordamerika folgt mit nahezu 30 Prozent. Der Rest verteilt sich auf die lateinamerikanischen und asiatischen Länder.

Mit ihren starken Traditionsmarken, globaler Präsenz und hohem Entwicklungspotenzial sowie der Neueinordnung von rezeptpflichtigen zu nunmehr rezeptfreien Arzneimitteln verfügt die Division Consumer Care über eine solide Basis, um auch künftig stärker zu wachsen als der Markt und ihre Spitzenstellung in der Branche auszubauen.

Bayer HealthCare

Bayer HealthCare ist eine Tochtergesellschaft der Bayer AG und gehört zu den weltweit führenden innovativen Unternehmen in der Gesundheitsversorgung mit Arzneimitteln und medizinischen Produkten. Das Unternehmen bündelt die Aktivitäten der Divisionen Animal Health, Consumer Care, Diabetes Care sowie Pharma. Die Aktivitäten des Pharmageschäfts firmieren unter dem Namen Bayer Schering Pharma und in den USA und Kanada unter Bayer HealthCare Pharmaceuticals. Ziel von Bayer HealthCare ist es, Produkte zu erforschen, zu entwickeln, zu produzieren und zu vertreiben, um die Gesundheit von Mensch und Tier weltweit zu verbessern.

Ihr Ansprechpartner:

Hartmut Alsfasser, Tel.: +49 214 30 57526

E-mail: hartmut.alsfasser@bayerhealthcare.com

Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Information enthält bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Prognosen der Unternehmensleitung des Bayer-Konzerns 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 wir in Berichten an die Frankfurter Wertpapierbörse sowie die amerikanische Wertpapieraufsichtsbehörde (inkl. Form 20-F) beschrieben haben. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.