



# Telefonkonferenz

## Geschäftsentwicklung 1. Halbjahr 2011 und Ausblick

Aachen | 24. August 2011 | Harald F. Stock, CEO | Stefan Genten, CFO & COO



# TELEFONKONFERENZ

Geschäftsentwicklung 1. Halbjahr 2011 und Ausblick



**Dr. Harald F. Stock**  
Chief Executive Officer



**Stefan Genten**  
Chief Financial Officer &  
Chief Operating Officer

# MEILENSTEINE 1. HALBJAHR 2011 & AUSBLICK

Grünenthal nähert sich Ziel der weltweiten Führerschaft in der Schmerztherapie

## Positive Geschäftsentwicklung

- **Wachstum** des **Kerngeschäfts** um **+9%** gegenüber Vorjahr
- **Konzern-Ergebnis** vor Steuern mit **19 Mio. €** im ersten Halbjahr unter Vorjahr, jedoch deutlich besser als erwartet

## Umsetzung von VISION 2020 auf Kurs

- **Fokussierung** durch Desinvestitionen bereits 2011 vollständig umgesetzt
- Auch in **Lateinamerika** weiter auf **Wachstumskurs** (**+10%** gegenüber 2010)
- **Innovation** als strategischer Schlüssel (2011: Grünenthal **Forschungs- und Entwicklungs-Aufwendungen von ca. 29%** vs. sinkende F&E-Ausgaben in der Branche)

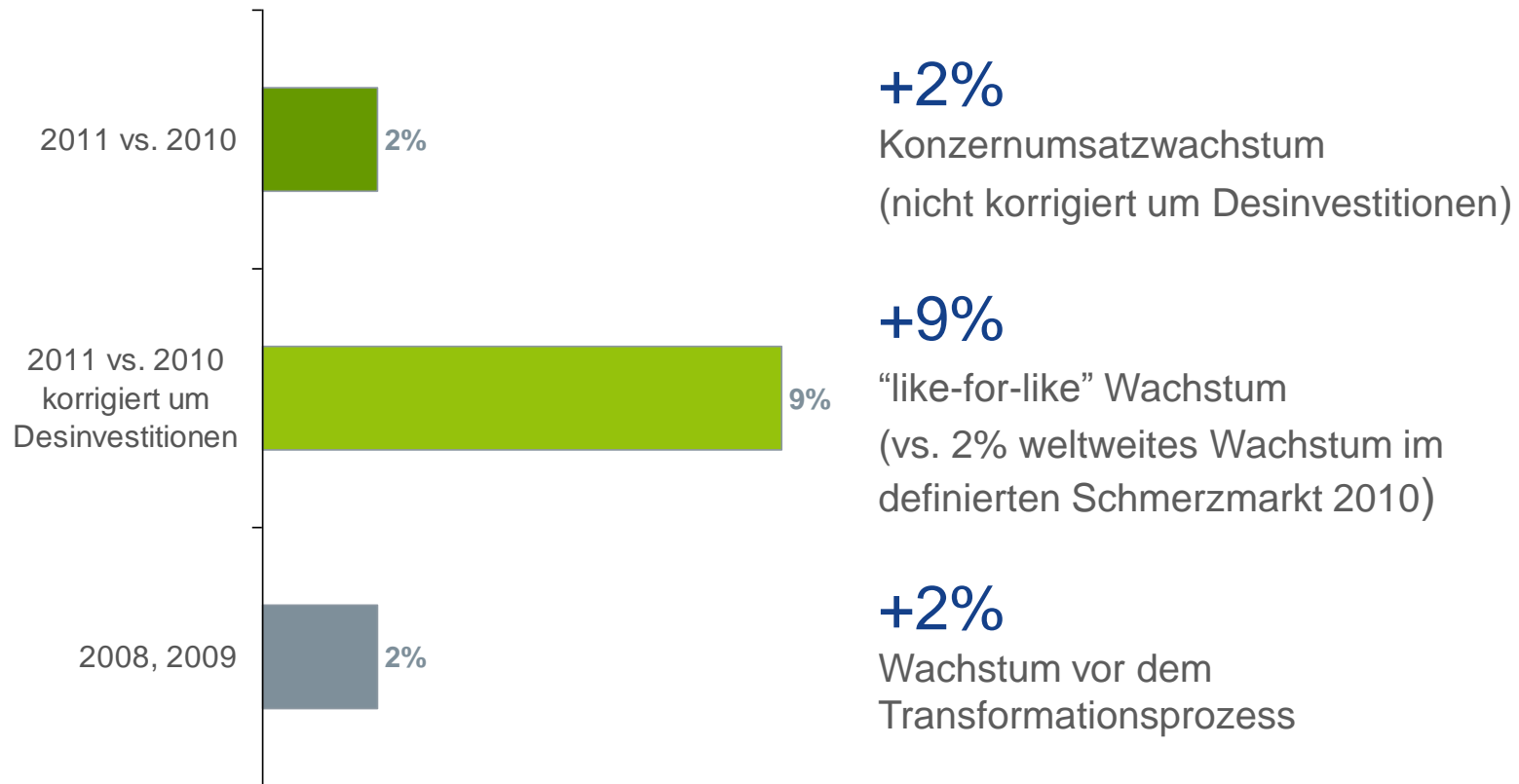
## Weitere Produktausbietungen

- Markteinführung von **Palexia®** in: Dänemark (März), UK (Mai) und Irland (Juli) - Weitere europäische Ausbietungen im 2. Halbjahr geplant
- **Versatis®** (im Handel) ausgebaut in Irland (Jan) und Frankreich (Feb)

# UMSATZENTWICKLUNG

Wachstum des Kerngeschäfts wird durch Fokussierung beschleunigt

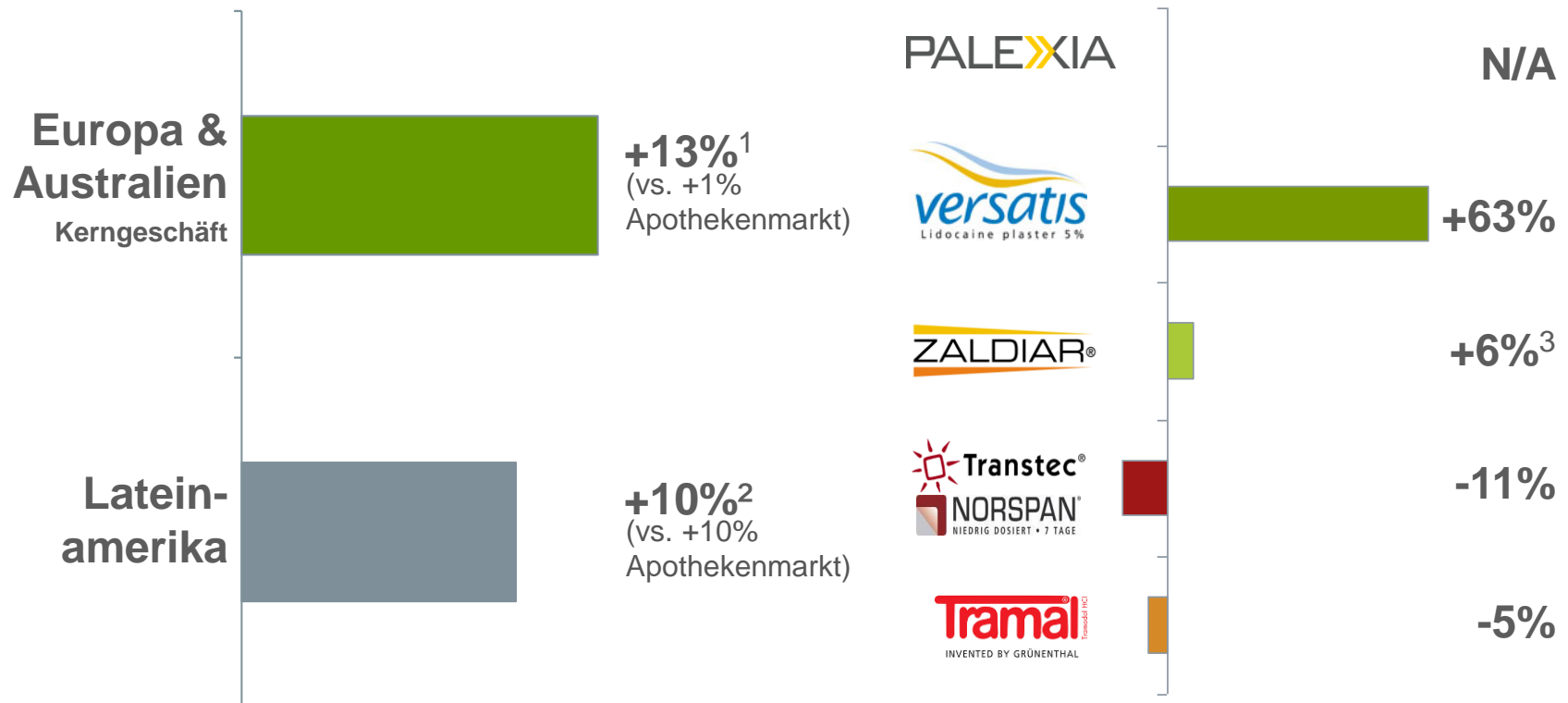
## 1. Halbjahr 2011 Entwicklung [Umsatz, €]



# WACHSTUMSTREIBER

Schmerzprodukte und Lateinamerika als Wachstumstreiber im ersten Halbjahr 2011

## 1. Halbjahr 2011 Wachstum nach Märkten und nach Top-5 Produkten [Umsatz, €]



<sup>1</sup> Wachstum Schmerzgeschäft in Europa ohne Partnergeschäft, IMS 06/2011

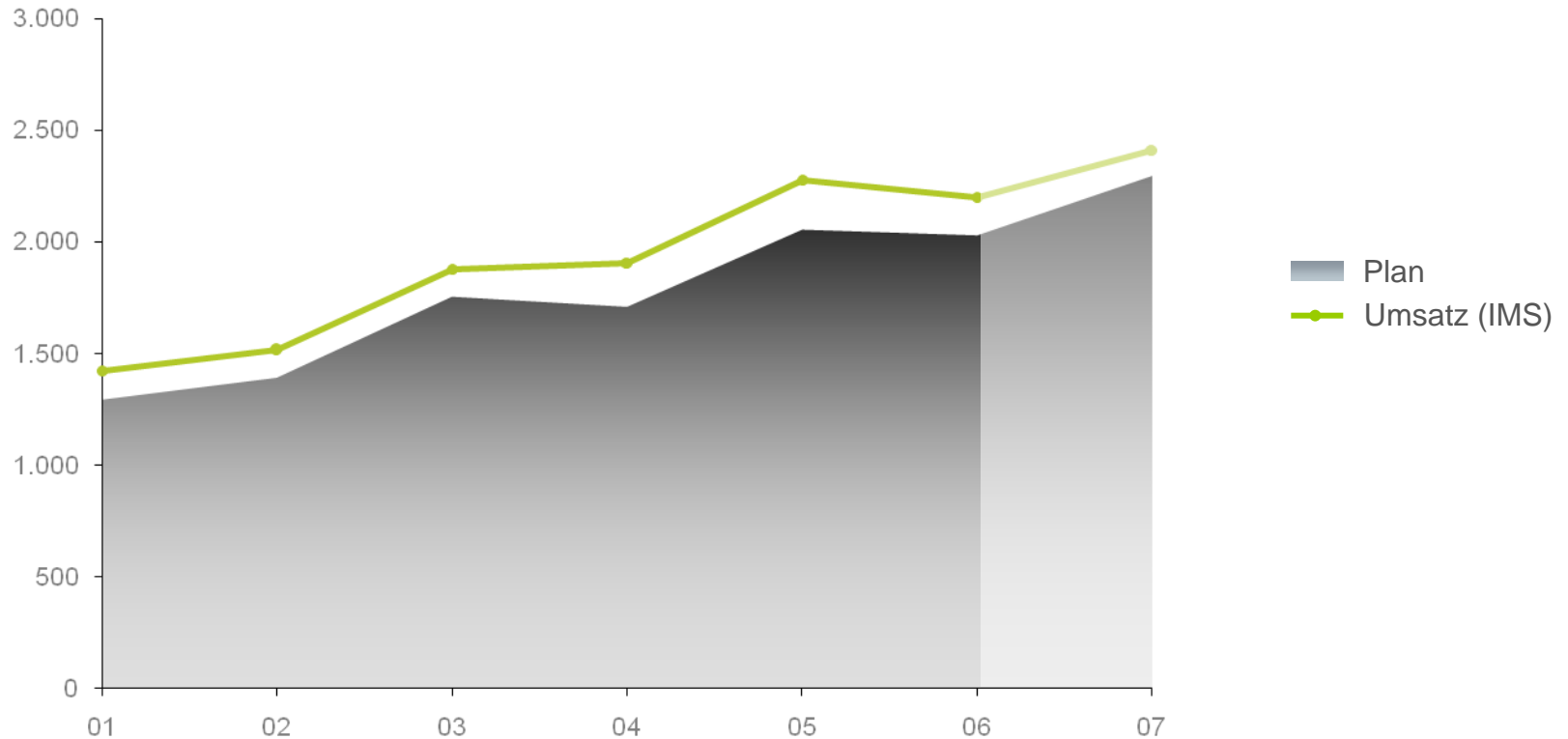
<sup>2</sup> Wachstum in Lateinamerika (Gesamtportfolio: d.h. Schmerz, Gyn, lokale Produkte) ohne Partnergeschäft, IMS 03/2011

<sup>3</sup>... inkl. Co-Marketing-Ergebnisse Ixprim® (Frankreich, Sanofi-Aventis)

# PALEXIA® IN DEUTSCHLAND

Das Ergebnis übertrifft die Erwartungen

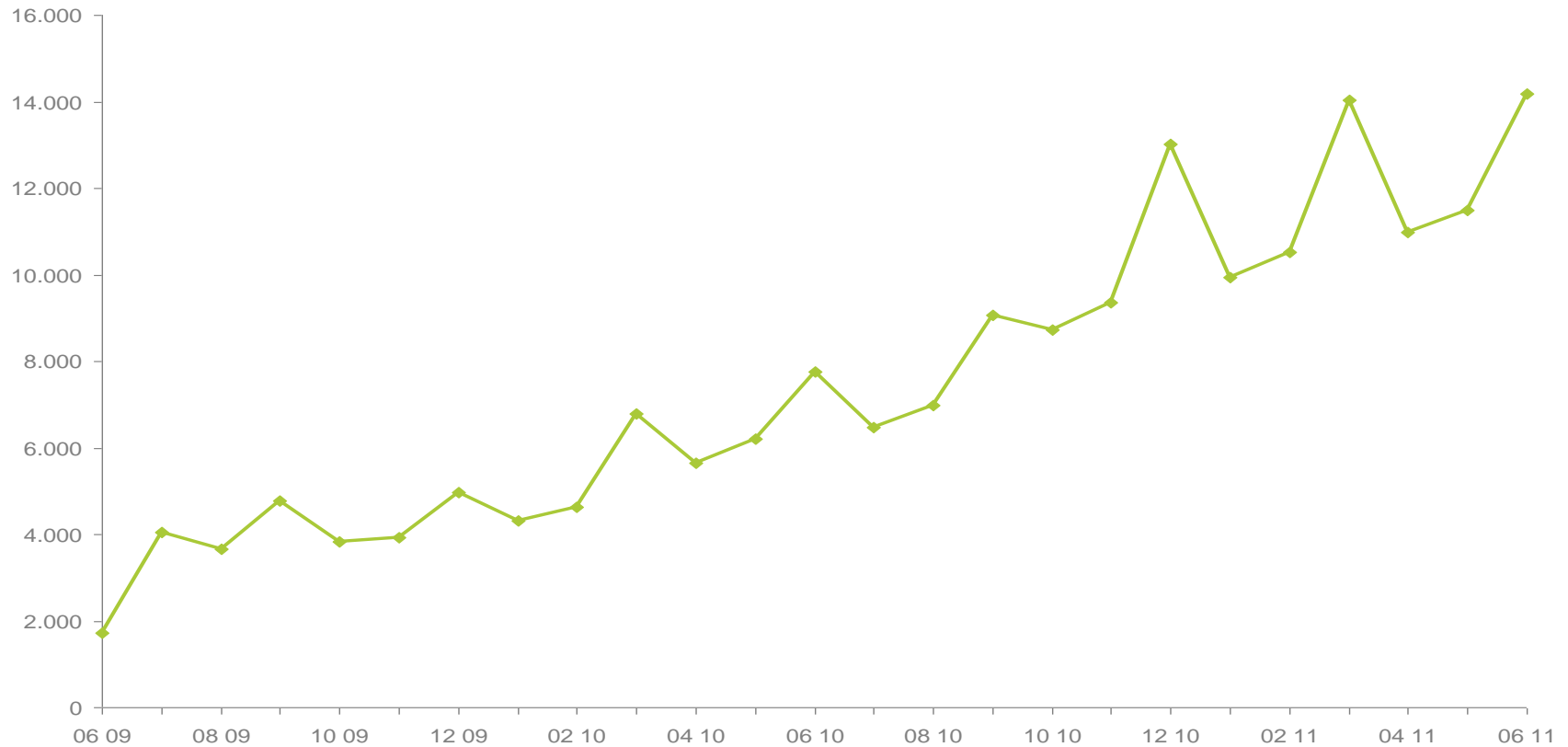
**Umsatz vs. Budget 2011 YTD [in Tsd. €]**



# NUCYNTA® IR ENTWICKLUNG IN DEN USA

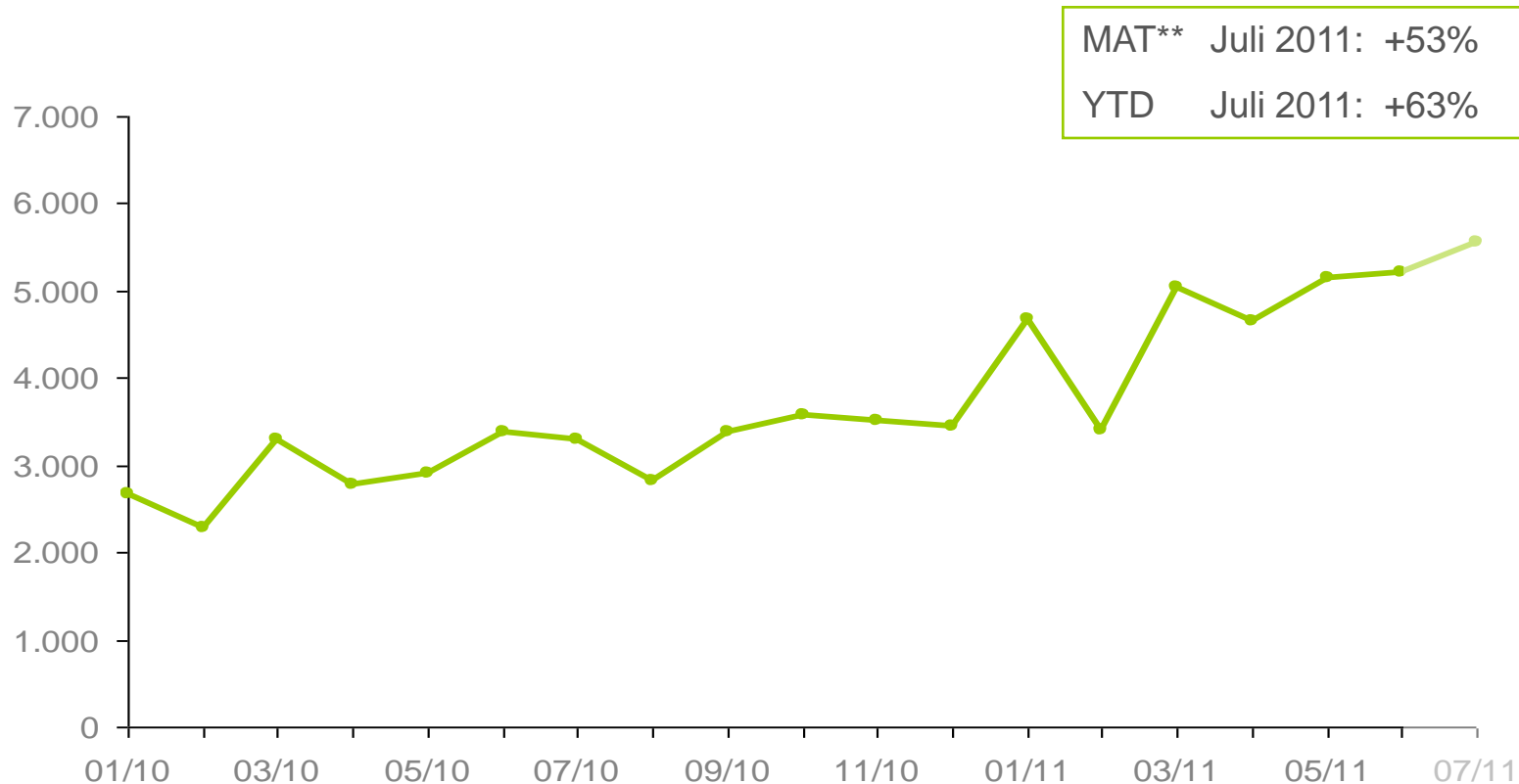
Stetiges Umsatzwachstum – aktuelle Langfrist-Prognose noch optimistischer

## Monatliche Umsatzentwicklung seit Markteinführung [in \$ + 000]



Quelle: IMS NPA Weekly

### Umsatzentwicklung pro Monat\* 2011 YTD [in Tsd. €]



\* ... Umsatz (ex-GmbH)

\*\* ... MAT: Moving Annual Total (Jun 2010 -Jul 2011 vs. Jun 2009 -Jul 2010)

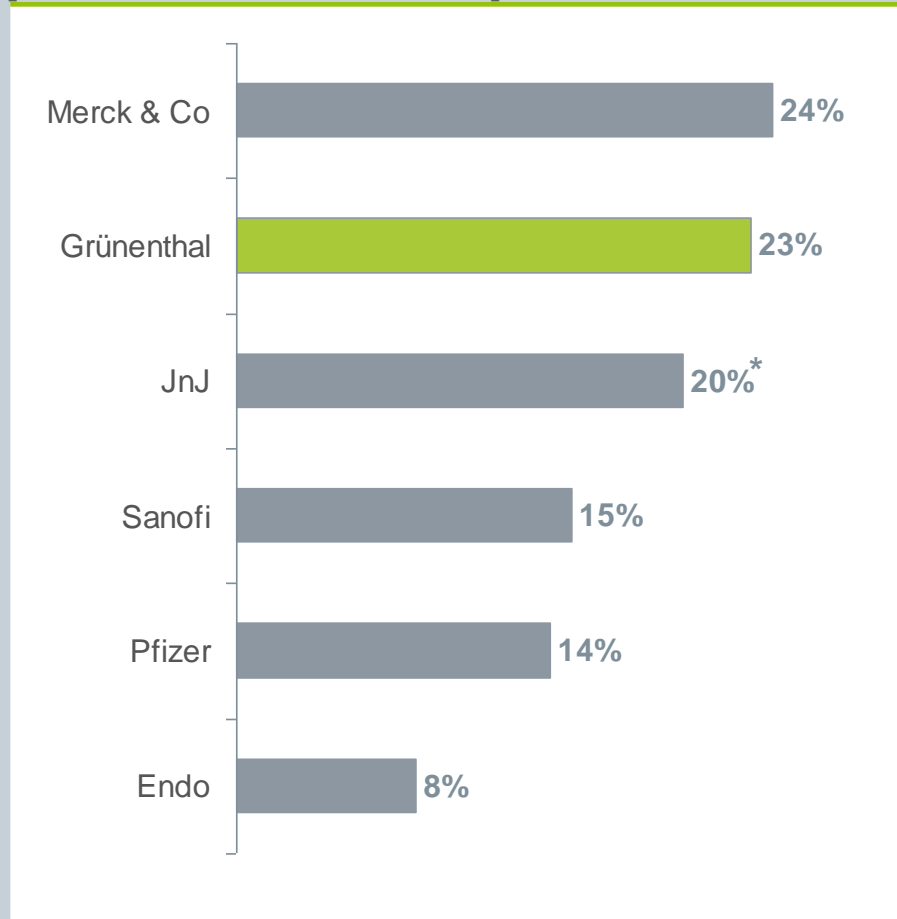


# INNOVATION ALS STRATEGISCHER SCHLÜSSEL

Grünenthals F&E-Aufwendungen liegen weit über den Branchenschnitt

## Peer Group F&E-Aufwendungen

[2010 in % des Umsatzes]



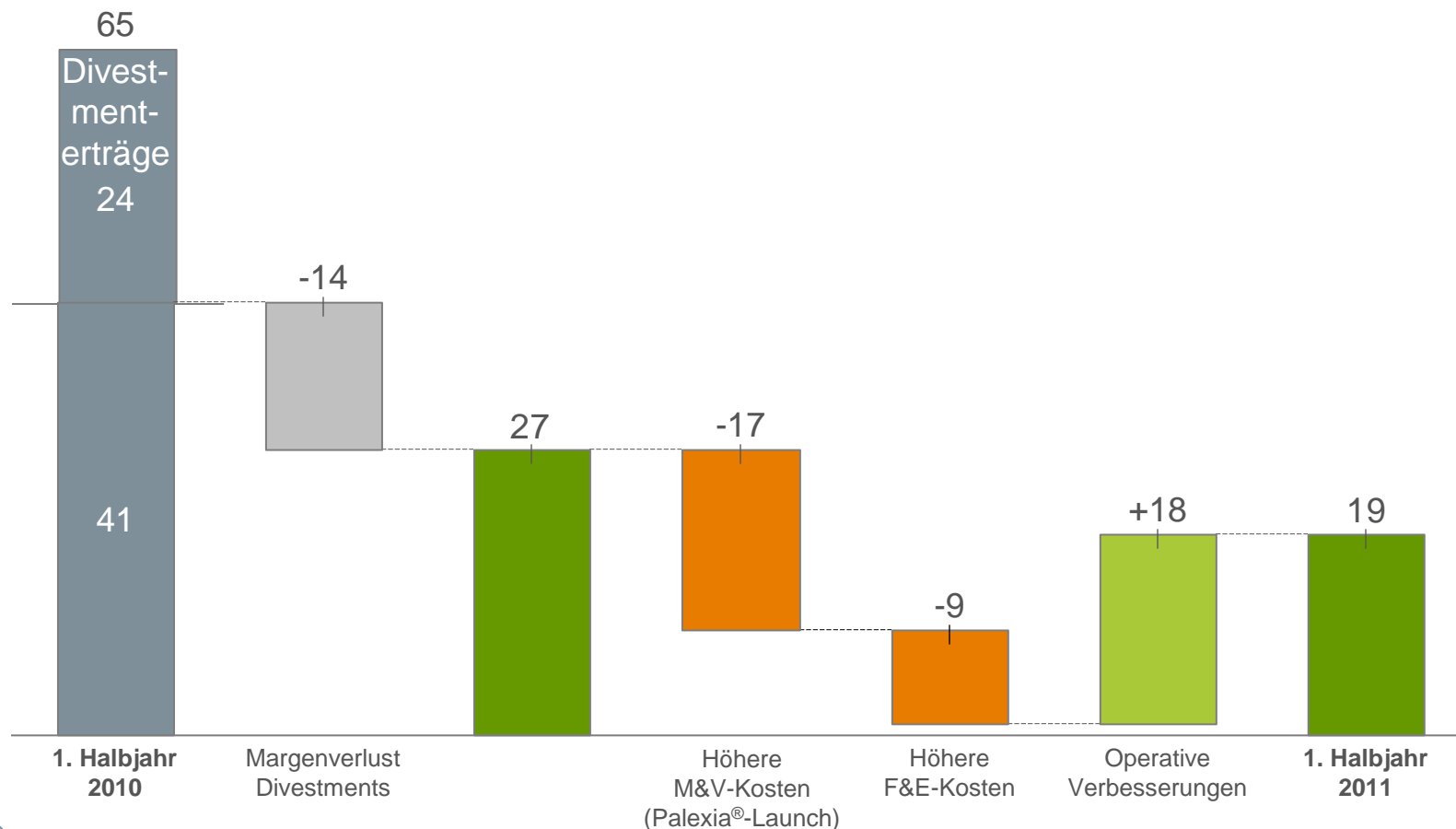
\* Bezogen auf die Pharmasparte

- Gemessen am Umsatz lagen die F&E-Aufwendungen von Grünenthal bereits 2010 deutlich über dem Branchenschnitt
- Für 2011 ist eine Erhöhung auf **ca. 29%** geplant
- Demgegenüber verkündet die Branche rückläufige Investitionen

# GRÜNTHAL KONZERN – JANUAR-JUNI 2011

Auswirkung der Strategieumsetzung auf das Konzernergebnis

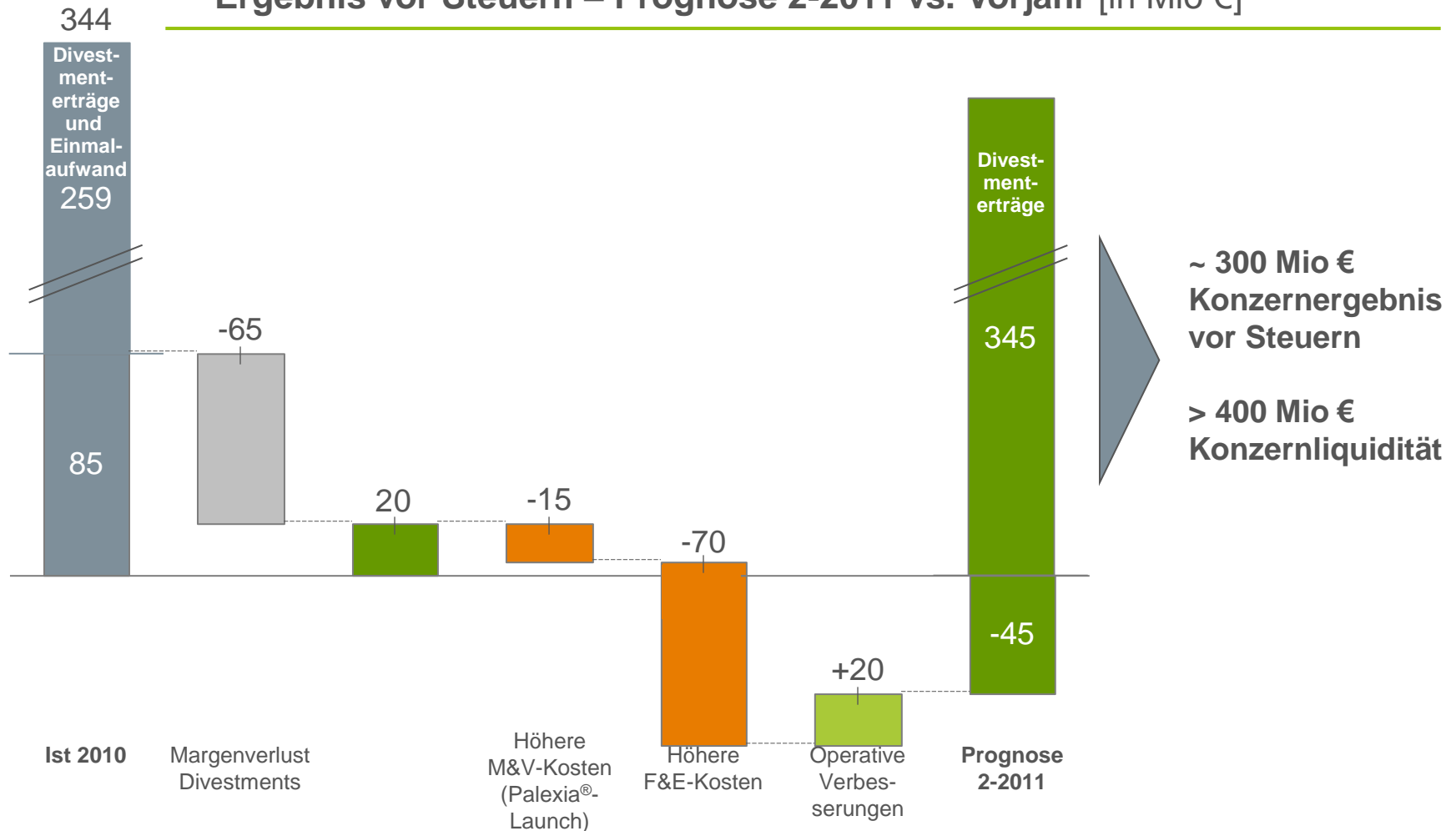
## Ergebnis vor Steuern – IST 30.06.2011 vs. Vorjahr [in Mio €]



# GRÜNENTHAL KONZERN – AUSBLICK GESAMTJAHR 2011

Deutliche Erhöhung der Liquidität für zukünftige Investitionen

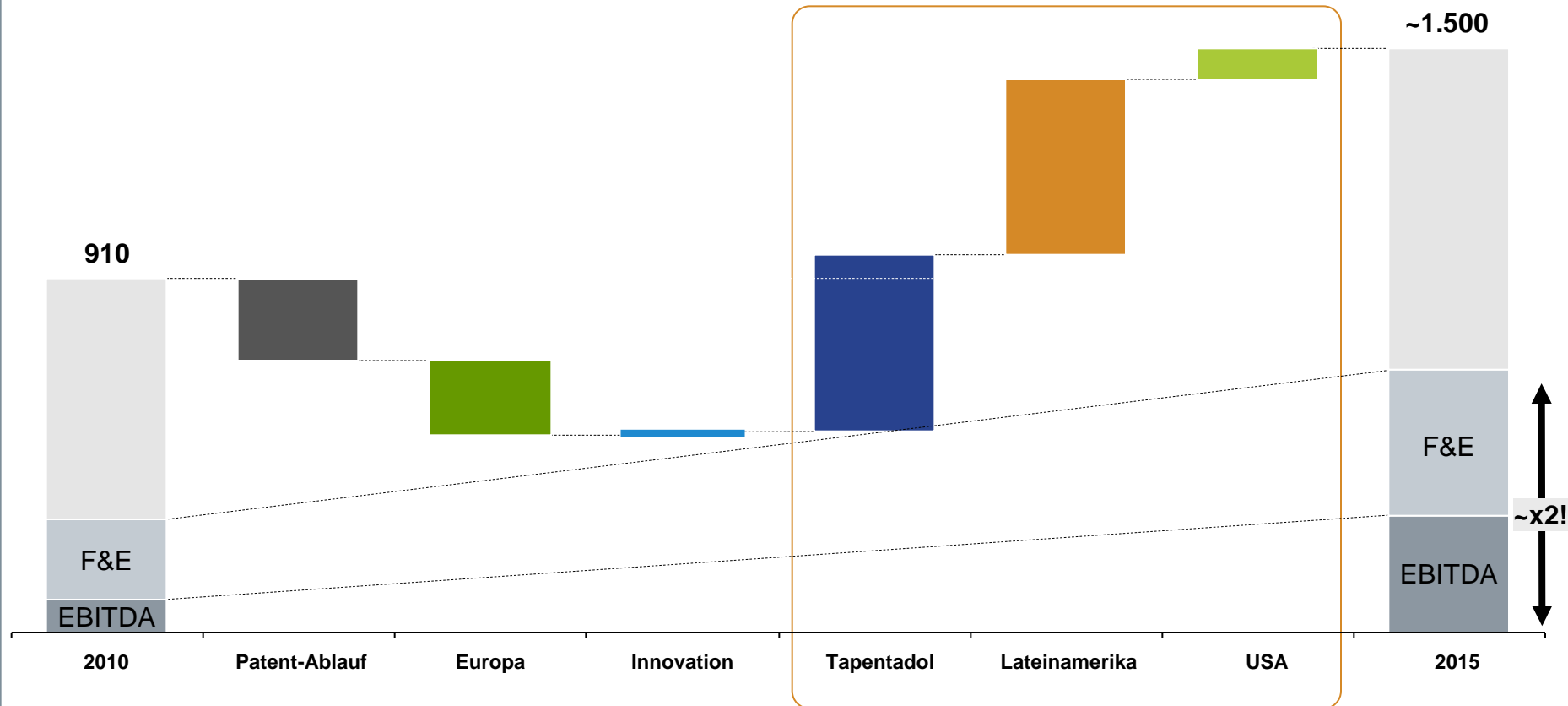
## Ergebnis vor Steuern – Prognose 2-2011 vs. Vorjahr [in Mio €]



# WACHSTUMSPFAD

Organisches Wachstum, Erfolg von Palexia® & regionales Wachstum auf dem amerikanischen Kontinent durch L,M&A\* als erfolgskritische Faktoren.

## Strategische Ambitionen bis 2015



\*Licensing, Mergers & Acquisition

# WERTTREIBER LATEINAMERIKA

## Ausbau des Lateinamerika Geschäfts

### Umsatz 2010

Lateinamerika 151 Mio €



■ Grünenthal Landesorganisationen ■ Partner Länder

### Ziele für Lateinamerika

- **Ausbau**  
Grünenthal behauptet seit vielen Jahre eine starke Position in den westlichen Ländern Lateinamerikas, die weiter gestärkt werden soll
- **Markteintritt**  
Partizipation an der **Wachstumsdynamik** des Pharma-Marktes in Brasilien
- **Risiko Hedging**  
zwischen den kostenträgergetriebenen Märkten in Europa und den patientengetriebenen Märkten in Lateinamerika
- **Attraktiver Partner**  
Strategische Bedeutung der „vollständigen“ Abdeckung des Lateinamerikanischen Marktes, um als **Partner** für mittelständische Pharmaunternehmen noch **attraktiver** zu werden



VIELEN DANK!