

PharmaSGP veröffentlicht H1-Bericht 2020 und bestätigt starke Performance sowie positiven Ausblick für das Gesamtjahr

- **Konzernumsatz wächst in H1 2020 deutlich um 7,2% auf 33,8 Mio. EUR, bereinigtes¹ EBIT erhöht sich überproportional um 17,7% und steigt auf 10,6 Mio. EUR**
- **Systematischer Ausbau des Produktportfolios und voranschreitende Internationalisierung als zentrale Wachstumstreiber**
- **Konsequente Strategieumsetzung für H2 2020: zahlreiche Produkteinführungen im In- und Ausland geplant, u.a. Launch der ersten PharmaSGP-Arzneimittel in Frankreich**
- **Vorstandsteam durch Maria-Johanna Schaecher als CBDO erweitert – Internationalisierung und externes Wachstum damit zukünftig noch stärker im Fokus**
- **Prognose 2020: Weitere Erhöhung des Umsatzwachstums und der bereinigten EBIT-Marge im Vergleich zum ersten Halbjahr 2020**

Gräfelfing, 30. September 2020 – Die PharmaSGP Holding SE hat heute ihren vollständigen Bericht für das erste Halbjahr 2020 veröffentlicht. Trotz eines durch die Corona-Pandemie stark beeinflussten Marktumfelds konnte der Erfolgskurs auch im ersten Halbjahr 2020 weiter fortgesetzt werden. PharmaSGP steigerte den Umsatz getrieben durch die Entwicklung in den Auslandsmärkten und die starke Performance der Produktkategorie „Health Brands“. Das bereinigte¹ EBIT erhöhte sich überproportional und resultiert in einer bereinigten EBIT-Marge von 31,5%.

Der Anstieg des Konzernumsatzes um 7,2% auf 33,8 Mio. EUR (H1 2019: 31,6 Mio. EUR) basierte auf der deutlich über dem Markt liegenden Wachstumsrate in Deutschland, insbesondere aber auch auf dem weiteren Ausbau der internationalen Aktivitäten.

Im Heimatmarkt Deutschland stieg der Umsatz im ersten Halbjahr 2020 um 4,9% auf 24,6 Mio. EUR; dies entspricht einem Umsatzanteil von 72,7% (H1 2019: 23,4 Mio. EUR bzw. 74,2%). Noch stärker zum Wachstum trug der erfolgreiche internationale Expansionskurs bei. In den ausländischen Märkten erhöhte sich der Umsatz um 13,8%, auf 9,2 Mio. EUR bzw. auf einen Anteil von 27,3% vom Gesamtumsatz (H1 2019: 8,1 Mio. EUR bzw. 25,8%).

Die konsequente Strategieumsetzung spiegelt sich auch im signifikant steigenden Umsatz der Produktkategorie „Health Brands“ wider, die im ersten Halbjahr um 5,1 Mio. EUR auf 28,6 Mio. EUR angestiegen ist. Im deutschsprachigen Raum wuchs die im Hauptfokus der Produktstrategie der PharmaSGP stehende Produktkategorie um 20,3%, im weiteren europäischen Ausland um 29,9%. Die Produktkategorie „Beauty Brands“ reduzierte sich erwartungsgemäß um 2,4 Mio. EUR auf einen Umsatz von 5,2 Mio. EUR (H1 2019: 7,6 Mio. EUR).

Das bereinigte¹ Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) erhöhte sich überproportional zum Umsatz um 17,7% auf 10,6 Mio. EUR (H1 2019: 9,0 Mio. EUR). Die bereinigte EBIT-Marge konnte somit auf 31,5% gesteigert werden (H1 2019: 28,7%). Das unbereinigte EBIT belief sich auf 9,5 Mio. EUR und entspricht einer unbereinigten EBIT-Marge von 28,2%.

Natalie Weigand, CEO der PharmaSGP: *„Wir sind überaus zufrieden mit unserer starken Unternehmensentwicklung im ersten Halbjahr 2020. Wir haben das Produktportfolio über Line Extensions, die Erschließung neuer Indikationsbereiche und den weiteren Ausbau der internationalen Märkte sehr erfolgreich weiterentwickelt. Mit insgesamt sieben Launches übertrafen wir sogar die ursprünglich geplante Anzahl von Neuprodukten im ersten Halbjahr. Insbesondere haben wir die im Hauptfokus unserer Produktstrategie stehenden ‚Health Brands‘ deutlich gestärkt.“*

Als reines Consumer-Health-Unternehmen mit klarem Endverbraucherfokus, einem flexiblen D2C-Vertriebsansatz und einer sehr dynamischen Portfolioentwicklung hat die PharmaSGP einen klaren Wettbewerbsvorteil. Die Stärken des Geschäftsmodells hatten sich nach Ansicht der Strategieberatung Sempora Consulting insbesondere auch während der durch die Corona-Pandemie bedingten Marktveränderungen im ersten Halbjahr 2020 gezeigt. In einem Performancevergleich zwischen knapp 50 Wettbewerbern zur Entwicklung während des ersten Halbjahrs hatte PharmaSGP mit großem Abstand Platz 1 belegt.

Angesichts der guten Marktpositionierung bieten sich für PharmaSGP zahlreiche hochattraktive Wachstumsmöglichkeiten – organisch und anorganisch. Um diese national wie auch international noch konsequenter nutzen zu können, hat PharmaSGP mit Maria-Johanna Schaecher (55) als Chief Business Development Officer (CBDO) ihre Führungskapazitäten erweitert. Seit dem 16. September 2020 treibt sie gemeinsam mit CEO Natalie Weigand und CFO Michael Rudolf die Umsetzung der Wachstumsstrategie mit voran. Zuvor bekleidete Frau Schaecher eine Vielzahl von Top Management-Positionen in der Health-Care-, Biotech- und Pharmabranche und verfügt über signifikante operative Erfahrung u.a. im Bereich M&A und internationale Expansion.

Aufgrund der Vielzahl der geplanten Produkteinführungen, insbesondere der anstehenden Launches der ersten Arzneimittel der PharmaSGP im französischen Markt, blickt der Vorstand entsprechend optimistisch auf das Gesamtjahr 2020. So rechnet der Vorstand damit, beim Umsatz die Wachstumsrate des ersten Halbjahrs 2020 erhöhen und auch die EBIT-Marge des ersten Halbjahrs steigern zu können. Diese Erwartungen stehen unter der Annahme, dass es im zweiten Halbjahr 2020 nicht erneut zu einem flächendeckenden Lockdown im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie in den Zielmärkten der PharmaSGP kommt und die Produkteinführungen wie geplant erfolgen.

Der vollständige Halbjahresbericht 2020 steht ab heute unter ir.sgp-pharma.com im Bereich „Veröffentlichungen“ zum Download zur Verfügung.

¹ Bereinigt um Einmalkosten in Höhe von 1,1 Mio. EUR, die Beratungskosten und Gebühren für die gesellschaftsrechtliche und organisatorische Strukturierung der Gruppe umfassen.

KPI-ÜBERSICHT H1 2020 IM JAHRESVERGLEICH

Konzernkennzahlen (in Mio. EUR)	H1 2019	H1 2020	CAGR
Umsatz	31,6	33,8	7,2%
Bereinigtes ¹ EBIT	9,0	10,6	17,7%
Unbereinigtes EBIT	9,0	9,5	5,3%
Bereinigte ¹ EBIT-Marge	28,7%	31,5%	
Unbereinigte EBIT-Marge	28,7%	28,2%	

Umsatz nach Regionen (in Mio. EUR)	H1 2019	H1 2020	CAGR
Deutschland	23,4	24,6	4,9%
Italien	3,4	4,1	21,1%
Sonstiges europäisches Ausland	4,7	5,1	8,5%

Umsatzanteil nach Regionen	H1 2019	H1 2020
Deutschland	74,2%	72,7%
Italien	10,8%	12,1%
Sonstiges europäisches Ausland	15,0%	15,2%

Umsatz nach Produktkategorien (in Mio. EUR)	H1 2019	H1 2020	CAGR
Health Brands	23,6	28,6	21,5%
Beauty Brands	7,6	5,2	-31,8%

¹ Bereinigt um Einmalkosten in Höhe von 1,1 Mio. EUR, die Beratungskosten und Gebühren für die gesellschaftsrechtliche und organisatorische Strukturierung der Gruppe umfassen.

KONTAKT

cometis AG
 Claudius Krause
 Telefon: 0611-20585528
 E-Mail: ir@sgp-pharma.com

ÜBER DIE PHARMASGP HOLDING SE

PharmaSGP ist ein führendes reines Consumer-Health-Unternehmen mit einem Fokus auf chemie- und rezeptfreien OTC-Arzneimitteln. Die Produkte von PharmaSGP werden ausschließlich über Apotheken verkauft. Die Arzneimittel des Unternehmens basieren auf natürlichen pharmazeutischen Wirkstoffen mit dokumentierter Wirksamkeit und weniger bekannten Nebenwirkungen als bei den meisten chemischen Arzneimitteln.

Die Kernmarken des Unternehmens decken chronische Indikationen ab, darunter rheumatische Schmerzen und Nervenschmerzen sowie andere altersbedingte Leiden. In Deutschland ist PharmaSGP mit den Markenfamilien RUBAXX® bei rheumatischen Schmerzen und Restaxil® bei neuralgischen Schmerzen (auch: Nervenschmerzen) Marktführer für systemische, chemiefreie Schmerzmittel. Darüber hinaus bietet PharmaSGP führende Produkte gegen sexuelle Schwäche und Schwindelbeschwerden an. Seit der Einführung des ersten Produkts aus dem aktuellen Produktportfolio im Jahr 2012 hat PharmaSGP ihr Geschäftsmodell erfolgreich in andere europäische Länder, darunter Österreich, Italien, Belgien und Spanien, exportiert und vor kurzem die Marktzulassung für drei ihrer meistverkauften Produkte in Frankreich erhalten.

PharmaSGP erwirtschaftete im Jahr 2019 einen Umsatz von 62,6 Millionen Euro bei einer EBIT-Marge von 35,8%.

Um ihre Wettbewerbsposition weiter auszubauen plant PharmaSGP, die Zahl der Indikationen, die durch ihr Produktangebot abgedeckt werden, zu erhöhen sowie die europäische Präsenz auszubauen und ihre Wachstumsstrategie durch die Nutzung ausgewählter M&A-Möglichkeiten zu beschleunigen.