

STADA



Unternehmenspräsentation
Investor Relations, November 2015

Allgemeine Hinweise

Der Leser dieses Dokuments erklärt sein ausdrückliches Einverständnis mit Folgendem:

Die Nutzung des Dokuments erfolgt auf eigenes Risiko.

Die STADA Arzneimittel AG, Bad Vilbel, (im Folgenden "STADA") stellt in diesem Dokument nach bestem Wissen nur zutreffende und aktuelle Informationen zur Verfügung. STADA übernimmt keine Verantwortung oder Gewähr für Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit der Informationen. Die STADA übernimmt keine Verpflichtung, diese Informationen zu aktualisieren, zu vervollständigen oder zu berichtigen.

Die antizipierbaren Chancen und Risiken für die Geschäftstätigkeit von STADA sind im Lagebericht des Vorstands im Rahmen der Geschäftsberichte ausführlich dargestellt. Aktuelle etwaige Chancen und Risiken sind in den jeweiligen Zwischenberichten aufgeführt.

Leistungsindikatoren von STADA werden teilweise durch einmalige Sondereffekte und/oder nicht operativ bedingte Effekte beeinflusst. Die Angabe von um solche Effekte bereinigten Kennzahlen (sog. "Pro-forma"-Kennzahlen) durch STADA dient allein der Ergänzung der ausgewiesenen IFRS-Kennzahlen zum Zweck eines transparenten Vergleichs mit einer relevanten Vorperiode.

Texte, Bilder, Marken und andere in diesem Dokument enthaltene Informationen sind urheberrechtlich geschützt. Produkte können dem Markenschutz unterliegen, auch wenn sie nicht als solche bezeichnet sind. Die Vervielfältigung oder Wiedergabe dieses Dokuments oder von Teilen dieses Dokuments ist ohne die schriftliche Zustimmung von STADA nicht gestattet.

Rechtsstreitigkeiten in Verbindung mit dem Inhalt dieses Dokuments, die gegen STADA gerichtet sind, unterliegen – vorbehaltlich zwingender ausländischer Bestimmungen – deutschem Recht. Gerichtsstand ist, soweit rechtlich möglich, Frankfurt am Main.

Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Präsentation der STADA Arzneimittel AG (im Folgenden „STADA“) enthält bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf den gegenwärtigen Erwartungen, Einschätzungen und Prognosen der Unternehmensleitung der STADA und anderen derzeit verfügbaren Informationen beruhen. Sie beinhalten verschiedene bekannte wie auch unbekannt Risiken und Unsicherheiten, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage, die Entwicklung oder die Leistungen wesentlich von den in diesen zukunftsgerichteten Aussagen zum Ausdruck gebrachten oder implizierten Einschätzungen abweichen. Mit der Verwendung von Worten wie „erwarten“, „beabsichtigen“, „planen“, „vorhersehen“, „glauben“, „schätzen“ und ähnlichen Begriffen werden zukunftsgerichtete Aussagen gekennzeichnet. STADA ist zwar der Auffassung, dass die in den zukunftsgerichteten Aussagen wiedergegebenen Erwartungen angemessen sind, kann jedoch nicht gewährleisten, dass diese Erwartungen tatsächlich erfüllt werden. Zu den Risikofaktoren gehören insbesondere: der Einfluss der Regulierung der pharmazeutischen Industrie, die Schwierigkeit einer Voraussage über Genehmigungen der Zulassungsbehörden und anderer Aufsichtsbehörden, das Genehmigungsumfeld und Änderungen in der Gesundheitspolitik und im Gesundheitswesen verschiedener Länder, Akzeptanz von und Nachfrage nach neuen Arzneimitteln und neuen Therapien, die Ergebnisse klinischer Studien, der Einfluss von Wettbewerbsprodukten und -preisen, die Verfügbarkeit und die Kosten der bei der Herstellung pharmazeutischer Produkte verwendeten Wirkstoffe, Unsicherheit über die Marktakzeptanz innovativer Produkte, die neu eingeführt, gegenwärtig verkauft oder entwickelt werden, die Auswirkung von Änderungen der Kundenstruktur, die Abhängigkeit von strategischen Allianzen, Schwankungen der Wechselkurse und der Zinsen, operative Ergebnisse sowie weitere Faktoren, die in den Geschäftsberichten sowie in anderen Erklärungen der Gesellschaft erläutert werden. STADA übernimmt keine Verpflichtung zur Aktualisierung zukunftsgerichteter Aussagen.

Der Vorstand der STADA Arzneimittel AG:

H. Retzlaff (Vorsitzender), H. Kraft, Dr. M. Wiedenfels

Historie

- 1895** Gründung in Dresden als Apothekergenossenschaft
- 1970** Aktiengesellschaft mit vinkulierten Namensstammaktien exkl. für Apotheker
- 1975** Einstieg in den beginnenden Generika-Markt
- 1986** Beginn der Internationalisierung
- 1998** Handelsstart an der Börse
- 2001** MDAX-Aufnahme zum 23. Juli 2001
- 2004-2008** Start und Ausbau in Osteuropa: Akquisition Nizhpharm und Makiz-Pharma, Russland und Hemofarm-Gruppe Serbien
- Ab 2011** Beschleunigte Veränderung des Geschäfts-Mixes hin zu Markenprodukten, u.a. Akquisition des Grünenthalportfolios in Zentral- und Osteuropa, sowie im nahen Osten, des OTC-Herstellers Thornton & Ross in UK sowie des Aqualor® Produktportfolios in Russland
- Heute** Unternehmenswert (30.09.2015): 3,3 Mrd. €
Mitarbeiter zum 31.12.2014: ca. 10.360
In über 30 Ländern vertreten
Aktionärsstruktur: ca. 11% Apotheker & Ärzte
Free Float: 100%



Strategie & Ausblick

Strategie für kontinuierliches Wachstum und stetige Wertschöpfung

Ausrichtung auf Konsumenten: Ausbau der Markenprodukte

- Höherer Anteil der Markenprodukte am bereinigten operativen Ergebnis der Kernsegmente (2014: 52%) auf Basis von sowohl organischem Wachstum als auch Zukäufen angestrebt

Ausbreitung des Generika- portfolios über Marktregionen

- Fokus auf Märkte mit hohem Selbstzahleranteil (z.B. CIS, Asien, MENA)
- Ausbau des Biosimiliar-Portfolios mit risikoavermem Ansatz

Volle Pipeline

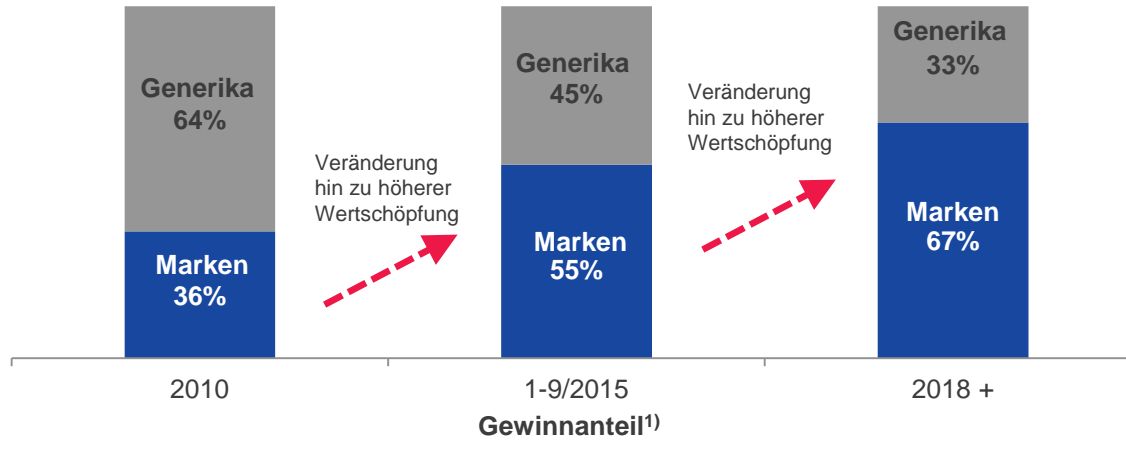
- Generika: über 1.300 laufende Zulassungsverfahren zum 31.12.2014
- Entwicklungs-Partnerschaften
- Markenprodukte: Center of OTC Excellence

Disziplinierte Kapitalallokation

- Wertsteigernde Akquisitionen mit Konzentration auf hochmarginige OTC-Produktportfolios und/oder Wachstumsmärkte

Risikoaverse Geschäftsstrategie: Kein Klumpen- und Haftungsrisiko

Strategischer und finanzieller Fahrplan: Schwerpunkt auf Marken mit bestehendem Generika-Geschäft



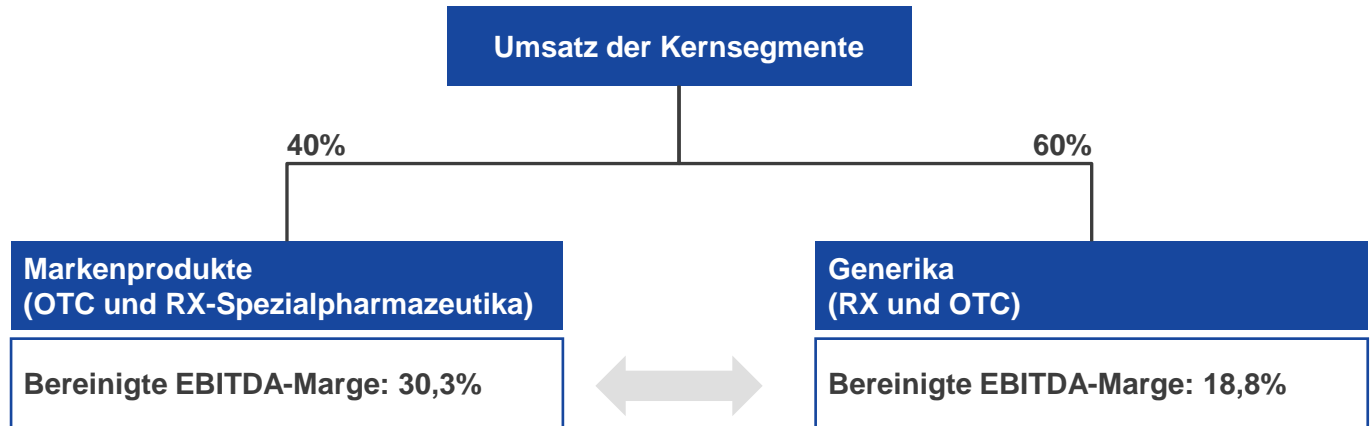
- Veränderungen bei der Zusammensetzung des Geschäftsportfolios
 - Marken-Umsatzwachstum über Marktdurchschnitt (kWk)²⁾³⁾
 - Generika-Umsatzwachstum im unteren einstelligen Prozent-Bereich (kWk)²⁾
 - Beschleunigt durch intelligente Akquisitionen mit Schwerpunkt auf Marken

1) Anteil des bereinigten operativen Ergebnisses der beiden Kernsegmente

2) Konstante Wechselkurse

3) Globaler OTC-Markt: 6,9% p.a. bis 2019, IMS September 2014

Umsatzverteilung 2014



Produkt-Pipeline (Markenprodukte)


Center of OTC-Excellence für Markenprodukte

- Denkfabrik für den gesamten STADA-Konzern
- Interdisziplinäres Team: Marktforschung, Consumer-Marketing, OTC-Branding, F&E, Produktion und Unternehmensentwicklung
- Ziel: langfristige Pipeline- und Portfolioentwicklung im Bereich OTC, Dermatologie und Knochengesundheit
- Fortlaufende Entwicklung des Konzern-Markenproduktportfolios
- Unterstützung der Markenprodukt-Expansions-Strategie
- Angesiedelt bei der STADA Arzneimittel AG, unterstützt durch die britische Tochtergesellschaft Thornton & Ross



Produkt-Pipeline (Biosimilars)

Ausbau des Portfolios

- Umfassende Erfahrung mit dem Zulassungsprozess der EMA durch die Entwicklung von Epo
 - Wahrnehmung von Chancen unter angemessener Risiko-Nutzen-Abwägung
 - Entscheidung für einen Ansatz mit Einlizensierung, unter anderem auf Grund der Erfahrungen mit der europäischen Vermarktung von Epo
 - Vermeidung von hohen F&E-Kosten – zeitlich spätgelagerte und erfolgsabhängige Meilenstein-Zahlungen
 - Auswahl eines erfahrenen Partners
- 
- Epoetin zeta (Silapo®) – seit 2008
 - Filgrastim (Grastofil®) – seit 2014 (Apotex)
 - Rituximab (Gedeon Richter)
 - Teriparatid (Richter-Helm)
 - Adalimumab (LOI, mAbxience)
 - Pegfilgrastim (Gedeon Richter)

Produkt-Pipeline (klassische Generika)

Volle Pipeline

- Einführung von weltweit 626 einzelnen Produkten in 2014 (706 in 2013)
- 405 neue Produkte in 1-9/2015 (459 in 1-9/2014)
- Über 1.300 laufende Zulassungsverfahren für mehr als 150 Wirkstoffe in weltweit über 55 Länder
- Entwicklungspartnerschaften erhöhen Pipelinesicherheit
- Planungshorizont über 2024 hinaus
- Mehr als 800 pharmazeutische Wirkstoffe, mehr als 16.000 durch den Konzern vermarktete Produktaufmachungen

Ausblick 2015

Konzern:

- Leichtes Wachstum beim um Währungs- und Portfolioeffekte bereinigten Umsatz
- Deutlicher Rückgang des bereinigten EBITDA und bereinigten Konzerngewinns¹⁾
- Verhältnis Nettoverschuldung exklusive weiterer Akquisitionen zum bereinigten EBITDA von nahezu 3

Bereinigung um Sondereffekte im Zusammenhang mit ergebniswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Kurseffekten resultierend aus der Veränderung des russischen Rubel sowie weiterer wesentlicher Währungen der Marktregion CIS/Osteuropa

Bereinigung um zusätzliche Abschreibungen und andere Bewertungseffekte bedingt durch Kaufpreisaufteilungen sowie wesentliche Produktakquisitionen ausgehend von einem Basisniveau des Geschäftsjahres 2013

1) Unter Einbeziehung der Währungsrelationen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des vorläufigen Ausblicks vom 19.02.2015

Annahmen Marktregionen für 2015

Operative Einflussfaktoren

Deutschland

- Umsatz unverändert (bereinigt um Umgliederungseffekt), operative Profitabilität unter Konzerndurchschnitt
- Positive Entwicklung bei Generika in Deutschland, Marken in etwa stabil, Exportgeschäft rückläufig (Umgliederung)

Zentraleuropa

- Umsatzzuwachs, operative Profitabilität im Konzerndurchschnitt
- Positive Entwicklung in den Top-Märkten UK, Italien und Spanien mit relativ hoher Profitabilität; Belgien rückläufig
- UK: starke Dynamik bei Thornton & Ross und Britannia (APO-go®)

CIS/Osteuropa

- Umsatzwachstum in Lokalwährungen, um negative Währungseffekte bereinigte operative Profitabilität über Konzerndurchschnitt
- Unsicherheiten über zukünftigen Geschäftsverlauf, aber keine Eskalation der CIS-Krise; Währungsschwäche und Kaufzurückhaltung belasten; Russland in Lokalwährung mit Umsatzwachstum

Asien/Pazifik & MENA

- Umsatzwachstum, operative Profitabilität über Konzerndurchschnitt
- Deutliches Umsatzwachstum in Vietnam, China und MENA

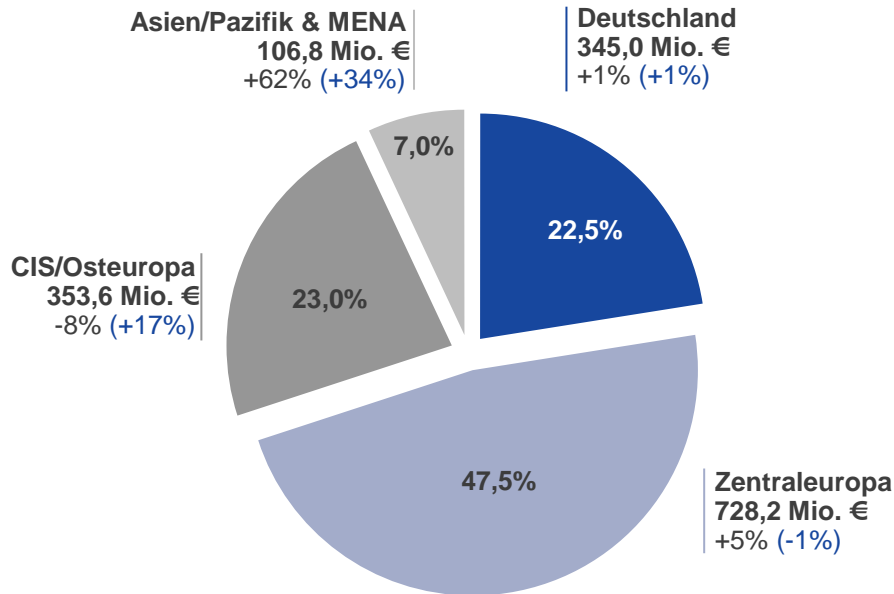
Die Marktregionen

Umsatz 1-9/2015

Nach Marktregionen

Konzern gesamt 1.533,5 Mio. €

+3% (+6%)



(x) = Bereinigt um Veränderungen im Konzern-Portfolio und Währungseffekte.

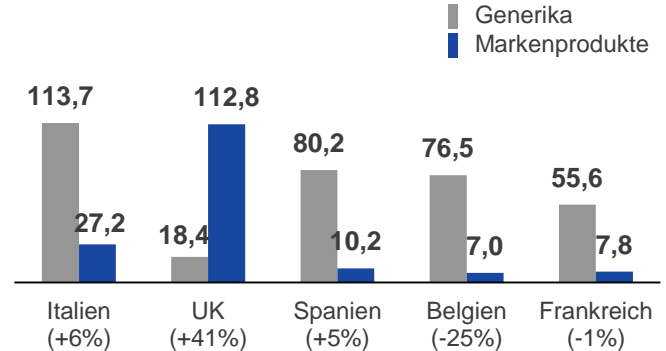
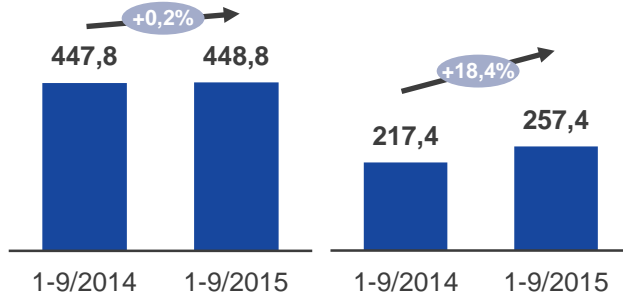
Marktregion Zentraleuropa

Generikaumsatz
(in Mio. €)

Markenproduktumsatz
(in Mio. €)

Die wichtigsten Länder
(Umsatz in Mio. €)

Gesamtumsatz 1-9/2015: 728,2 Mio. € (+5%, bereinigt¹⁾ -1%)



1-9/2015

Ausblick 2015

- UK, Spanien und Italien mit positiver Entwicklung
- Belgien mit Lagereffekt und regulatorischem Gegenwind
- Frankreich insbesondere aufgrund Portfoliokonsolidierung (Markenprodukte) leicht rückläufig

- Umsatzsteigerung
- Operative Profitabilität im Konzerndurchschnitt
- IMS Health erwartet für 2014-2019 für Europa bei Generika +5,2% und bei OTC-Produkten +0,6% Umsatzwachstum

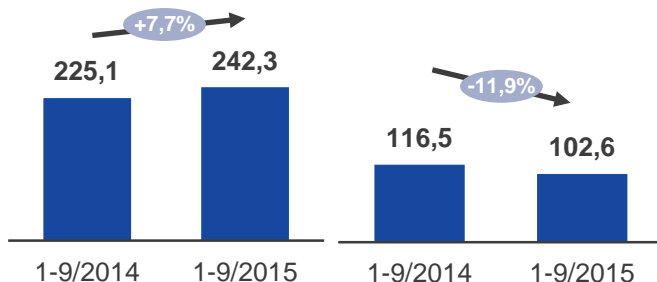
1) Bereinigt um Währungs- und Portfolioeffekte.

Marktreregion Deutschland

Generikaumsatz
(in Mio. €)

Markenproduktumsatz
(in Mio. €)

Gesamtumsatz 1-9/2015: 345,0 Mio. € (+1%)



1-9/2015

- Generika +7,7%, Markenprodukte -11,9%, Exportverkäufe aufgrund einer Umgliederung um 46% rückläufig
- Lokale Entwicklung in Deutschland (ohne Export): Generika +13,9%, Markenprodukte -3,1%

Neuordnung des Deutschlandvertriebs



- STADAvita (Präventiver Arm)
- STADA GmbH (Kurativer Arm)
- Rückzug der STADApHarm vom Rabattvertragsmarkt

Ausblick 2015

- Umsatz unverändert (bereinigt um Umgliederungseffekt)
- Operative Profitabilität unterhalb des Konzerndurchschnitts

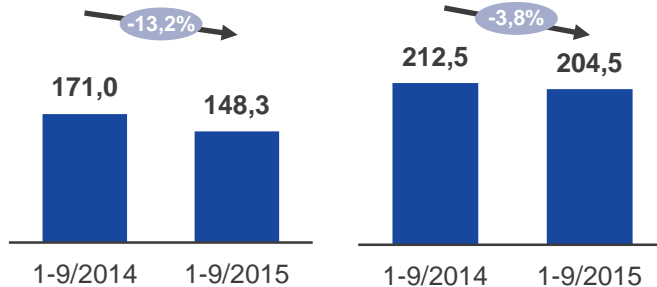
Marktregion CIS/Osteuropa

Generikaumsatz (in Mio. €)

Markenproduktumsatz (in Mio. €)

Die wichtigsten Länder (Umsatz in Mio. €)

Gesamtumsatz 1-9/2015: 353,6 Mio. € (-8%, bereinigt¹⁾ +17%)

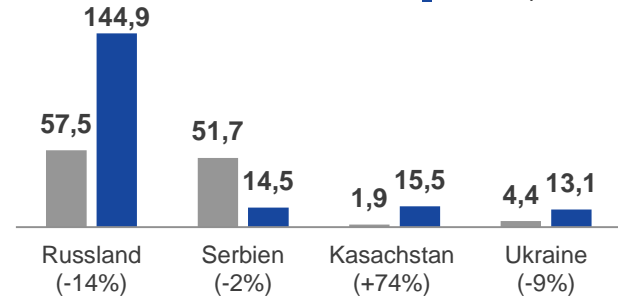


1-9/2015

- Umsatz durch CIS-Krise gedämpft, Währungs-Schwäche belastet
- Regulatorische Eingriffe belasten Generika-Segment in Serbien; Markenprodukte mit starkem Wachstum
- Starke Performance in Russland, insbesondere bei Markenprodukten durch Vorzieheffekt in Q3

1) Bereinigt um Währungs- und Portfolioeffekte.

■ Generika
■ Markenprodukte



Ausblick 2015

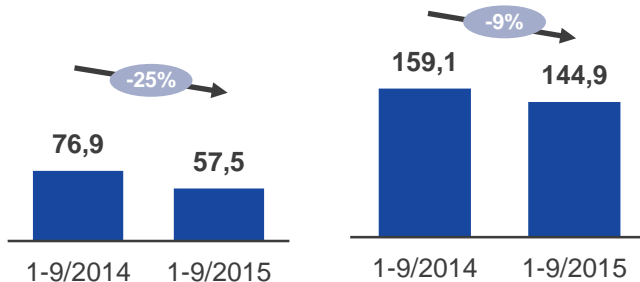
- Umsatzsteigerung in Lokalwährungen
- Um Währungseffekte bereinigte operative Profitabilität oberhalb Konzerndurchschnitt

Entwicklung Russland

Generikaumsatz
(in Mio. €)

Markenproduktumsatz
(in Mio. €)

Gesamtumsatz 1-9/2015: 202,4 Mio. € (-14%, bereinigt¹⁾ +20%)



Markt

- STADA: Nr. 2 der regionalen Hersteller/Produzenten
- 87% des Markts sind Out-of-Pocket (STADA: 93%)
- Hohe Loyalität gegenüber den Marken Nizhpharm und Hemofarm
- Begrenzte staatliche Regulierung

Maßnahmen im aktuell schwierigen Marktumfeld

- Ausbalanciertes Portfolio mit der Möglichkeit eines Volumenwachstums
- Keine Verzögerung bei der Einführung neuer Produkte ab 2015
- Ausgewählte Preiserhöhungen
- Unterstützung erfolgreicher Regionen, Umverteilung von Ressourcen im Vertrieb
- Temporärer Einstellungsstopp

Ausblick 2015

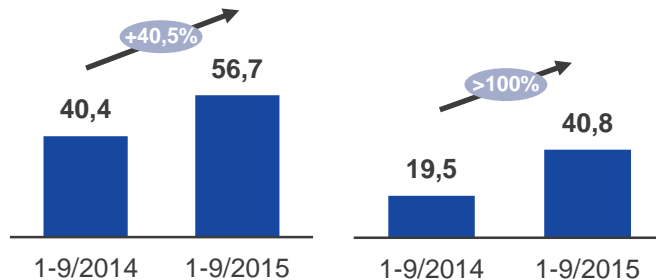
- Umsatz- und Ergebnisbeiträge maßgeblich von der Entwicklung der Währungsrelation beeinflusst

¹⁾ Bereinigt um Währungs- und Portfolioeffekte.

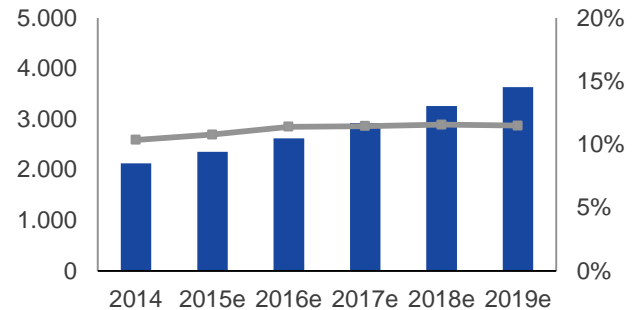
Marktregion Asien/Pazifik & MENA

Generikaumsatz (in Mio. €)

Gesamtumsatz 1-9/2015: 106,8 Mio. € (+62%, bereinigt¹⁾ +34%)



Entwicklung Vietnam (in Mrd. USD bei kWk²⁾)



1-9/2015

- Starkes Wachstum in Vietnam
- Erstkonsolidierung STADA Egypt und STADA MENA
- Eingliederung der MENA-Region in die erweiterte Marktregion Asien/Pazifik & MENA

Ausblick 2015

- Deutliche Umsatzsteigerung
- Operative Profitabilität über Konzerndurchschnitt
- IMS-Prognose Marktwachstum 2014-2019: 11,3% (konstante Wechselkurse)

1) Bereinigt um Währungs- und Portfolioeffekte. 2) Konstante Wechselkurse.

Markenprodukte

STADA Markenprodukte



Cetraben®
As close to your skin as you are



Umfangreiche Produktpalette

Erkältungs-krankheiten	Behandlung der Haut & Kosmetika	Vitamine, Mineralien & Nahrungsergänzung	Schmerzmittel	Weitere
аквалор (Aqualor®)	Ladival	Fultium®-D₃	Mobilat®	APO-go
Grippostad C	Cetraben® As close to your skin as you are	Magnetrans®	versatis® 5% lidokain medicinski flaster ZALIJEPI TE GDJE BOLI!	ЛЕВОМЕКОЛЬ® (Levomecol®)
SNUP®	Zeroderma®	EUNOVA®	Tramal®	Витапрост® 15 ЭКСПЕРТ В ЛЕЧЕНИИ ПРОСТАТЫ лет (Vitaprost®)
COVONIA	Flexitol.	Curazink®	ZALDIAR®	Hedrin®
	CLAIRE FISHER NATUR CLASSIC	RYDEX 375 IMMUN-POWER	Transtec® Transdermalni buprenorfin Za kontrolu kronične boli	HIRUDOID®
	SWYZZSUN		PALEXIA®	Hoggar®

Strategischer Fokus auf OTC

2010¹⁾

	OTC Unternehmen	Umsätze in Mio. €
1	Novartis	1.364
2	Bayer	1.186
3	Sanofi	1.081
4	Johnson & Johnson	1.010
5	GlaxoSmithKline	605
6	Teva	546
7	Reckitt Benckiser	537
8	Boehringer Ingelheim	408
9	Abbott	396
10	Roche	382
11	Bristol-Myers Squibb	370
12	Pierre Fabre	343
13	STADA	342
14	Meda	336
	Gesamtmarkt	20.093

2014¹⁾

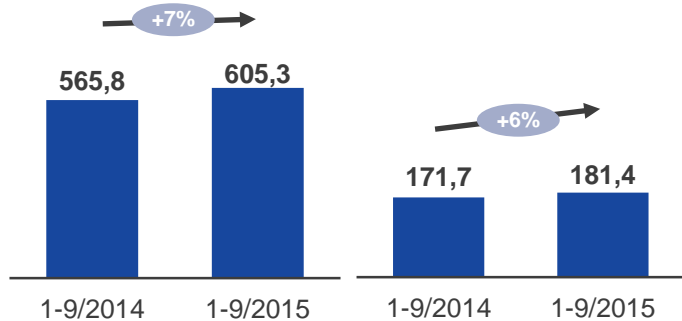
	OTC Unternehmen	Umsätze in Mio. €
1	Novartis	1.550
2	Bayer	1.183
3	Sanofi	1.176
4	Johnson & Johnson	957
5	Teva	597
6	Reckitt Benckiser	541
7	Boehringer Ingelheim	446
8	GlaxoSmithKline	411
9	STADA	391
10	Abbott	373
11	Roche	365
12	Meda	316
13	Menarini	314
14	Braun-Melsungen	313
	Gesamtmarkt	21.156

1) Gesamtmarkt Definition: EU28+RU+CH+NO+RS – Panel: Retail + Hospital – MAT/12/2014, ohne Kosmetika und Rx-Markenprodukte;
Quelle: IMS Health MIDAS

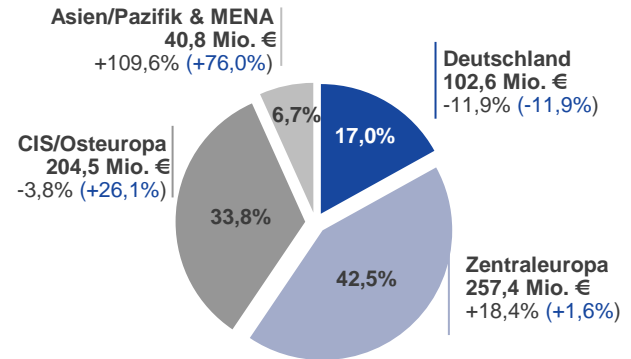
Markenprodukte 1-9/2015

Umsatz
(in Mio. €)

Bereinigtes EBITDA
(in Mio. €)



Regionale Umsatzentwicklung



1-9/2015

- CIS durch Währungsschwäche belastet
- Thornton & Ross mit starker Dynamik
- APO-go® auf Expansionskurs
- Asien/Pazifik & MENA mit exzellenter Performance

Strategie

- Internationalisierung führender Marken
- Expansion mit Fokus auf Wachstums-Nischen
- Unterstützung durch Werbung und starke Stellung in der Apotheke

(x) = Bereinigt um Veränderungen im Konzern-Portfolio und Währungseffekte.

Top 10 Marken in 1-9/2015

Nr.	Marke	Wachstum in %	Umsatz in Mio. €	Indikation
1.	APO-go® (RX)	+29	46,1	Parkinson
2.	Aqualor® (OTC)	+12	28,1	Erkältung
3.	Grippostad® (OTC)	+10	26,2	Erkältung
4.	Ladival® (OTC)	-22	19,9	Sonnenschutz
5.	Snup® (OTC)	-9	19,9	Schnupfen
6.	Care® ¹⁾ (OTC)	+10	14,1	Dachmarke
7.	Levomecol® (OTC)	+18	13,5	Infektion
8.	Vitaprost® (OTC)	+3	13,2	Prostatavergrößerung
9.	Hedrin® (OTC)	+13	13,0	Pedikulose
10.	Fultium® (OTC, RX)	Neueinführung	12,4	Vitamin D Mangel
	Alle Markenprodukte	+7 (ber. +11)²⁾	605,3	



- 1) Dachmarke für verschiedene Indikationen, u.a. Hautpflege, Erkältungsmittel, Magen-Darm-Erkrankungen, Schmerzmittel.
 2) Bereinigt um Veränderungen im Konzern-Portfolio und Währungseffekte

Starkes Umsatzwachstum im Markenproduktbereich¹⁾ 2014



1) Jeweils bezogen auf die Marktregionen.







Markenakquisitionen geben starke Impulse

Akquisitionen 2014/2015

- Claire Fisher (Kosmetik)
- Aqualor® (Erkältung)
- Flexitol® (Dermatologische Hand- und Fußpflege)
- Fultium® (Vitamin-D3-Mangel)
- AndroDoz® und NeroDoz® (Männergesundheit)
- Rydex® Immun-Power (Nahrungsergänzungsmittel)
- DAOSIN® (enzymatische Nahrungsmittelunverträglichkeiten)
- Combigesic® (Schmerzmittelkombination / Vertrieb ab Q4/2015)
- Binosto® (Biphosphonat / Osteoporose / Vertrieb ab Q4/2015)



Generika

Belgien: #1	Eurogenerics	
Serbien: #1	Hemofarm	
Russland: #2 ¹⁾	Nizhpharm, MAKIZ	
Deutschland: #3	ALIUD, STADApHarm	
Spanien: #2	Laboratorio STADA	
Italien: #5	EuroGenerici	

Beweglichkeit, Flexibilität und langjährige Erfahrung bei der Betreuung heterogener Märkte und komplexer Portfolios ist unser Plus – zusammen mit einer wettbewerbsfähigen Kostenbasis und höchster Qualität

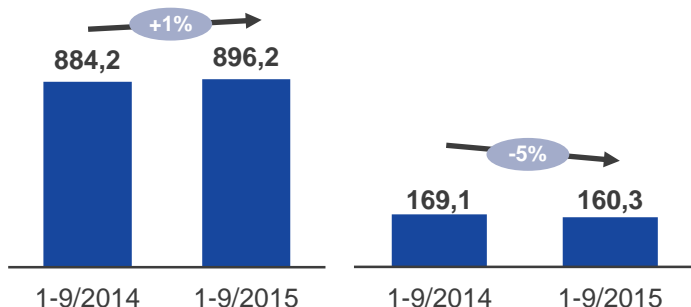


1) Lokale Hersteller/Produzenten.

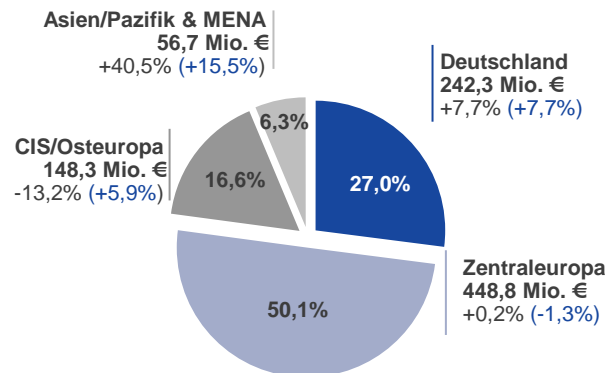
Generika 1-9/2015

Umsatz
(in Mio. €)

Bereinigtes EBITDA
(in Mio. €)



Regionale Umsatzentwicklung



2015

Strategie

- CIS Währungsschwäche belastet
- Zentraleuropa profitiert von steigender Penetration
- Deutschland lokal steigend, Kosten im Blick
- Asien/Pazifik & MENA mit positiver Entwicklung

- Fokus auf Wachstumsmärkte mit hohem Anteil an Selbstzahlern, z.B. CIS, Asien und MENA
- Ausbau des Biosimilar-Portfolios mit risikoavermem Einlizensierungs-Ansatz
- Produktionsschwerpunkt Serbien
- Entwicklungspartnerschaften

(x) = Bereinigt um Veränderungen im Konzern-Portfolio und Währungseffekte.

Umfeld-Analyse

Wachstumsmärkte Gesundheit & Pharma

- Globales Bevölkerungswachstum
- Alternde Gesellschaft in Industrieländern
- Medizinischer Fortschritt
- Prognose internationaler Pharmamarkt bis 2019: 5 bis 7% p.a.¹⁾

Wachstumschancen Generika

- Fortschreitende Generika-Penetration
- Kontinuierliche Patentabläufe, insbesondere bei Biologika mit hohem Umsatzpotenzial
- Prognose globaler Generika-Markt bis 2019: bis zu 7,4% p.a.¹⁾

Wachstumschancen

Spezifische Herausforderungen und zusätzliche Risiken, u.a.

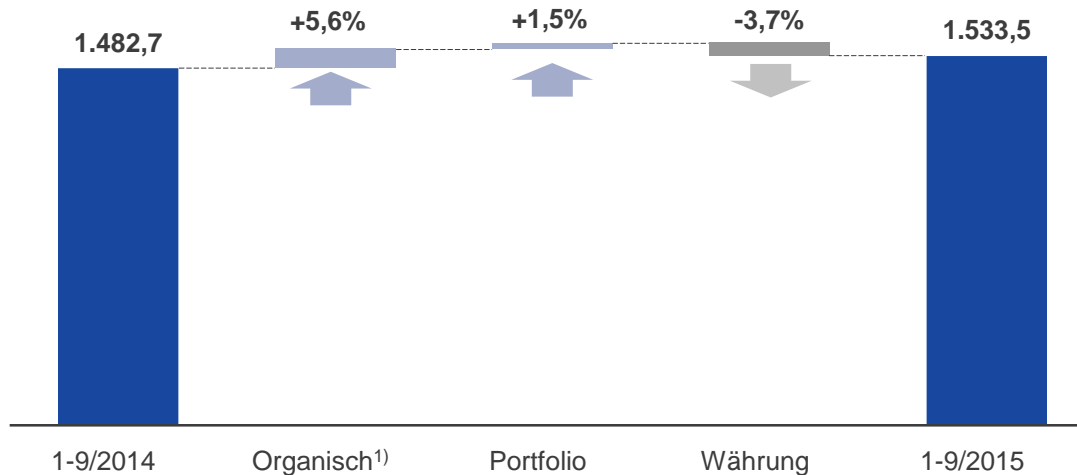
- Regulatorische Eingriffe
- Währungsvolatilitäten
- Ausfallrisiken

1) IMS Market Prognosis, September 2014; IMS Market Prognosis Global, September 2014; IMS Syndicated Analytics Service (September 2014; prepared for STADA February 2015. Die Marktangaben zu Generika schwanken wegen differenter Marktdefinitionen von Quelle zu Quelle teilweise erheblich.

Finanzen

Wachstumskomponenten 1-9/2015

Konzernumsatz: 1.533,5 Mio. € (+3,4%)



1) Bereinigt um Veränderungen im Konzern-Portfolio und Währungseffekte.

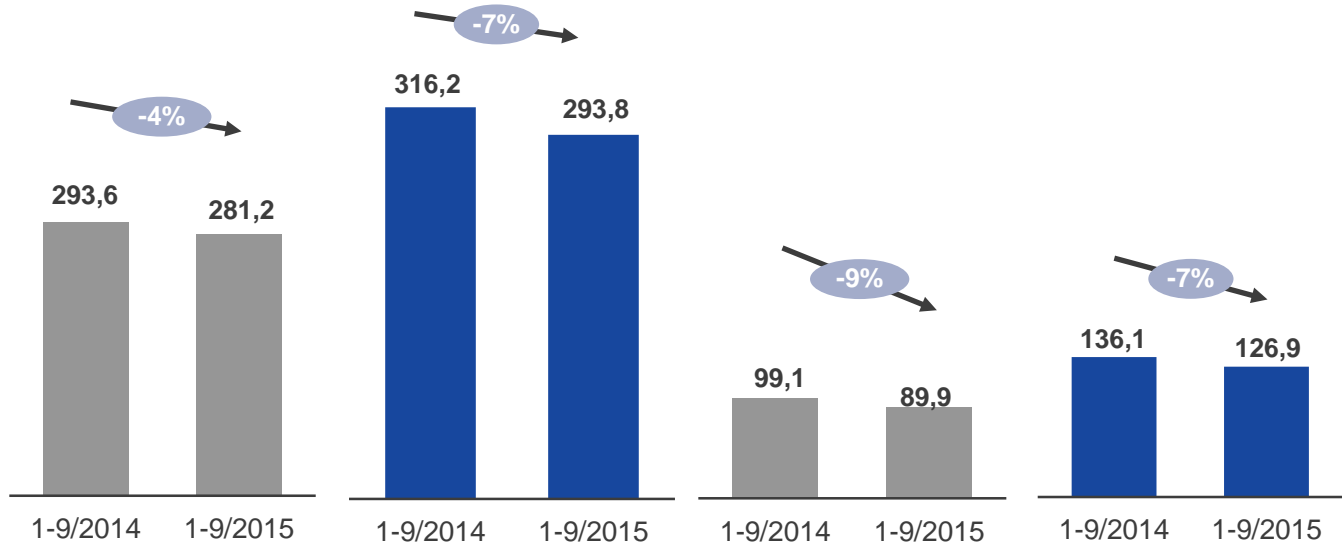
Schlüsselkennzahlen 1-9/2015

EBITDA (in Mio. €) 1-9/2015 vs. 1-9/2014
Ausgewiesen

Bereinigt¹⁾

Konzerngewinn (in Mio. €) 1-9/2015 vs. 1-9/2014
Ausgewiesen

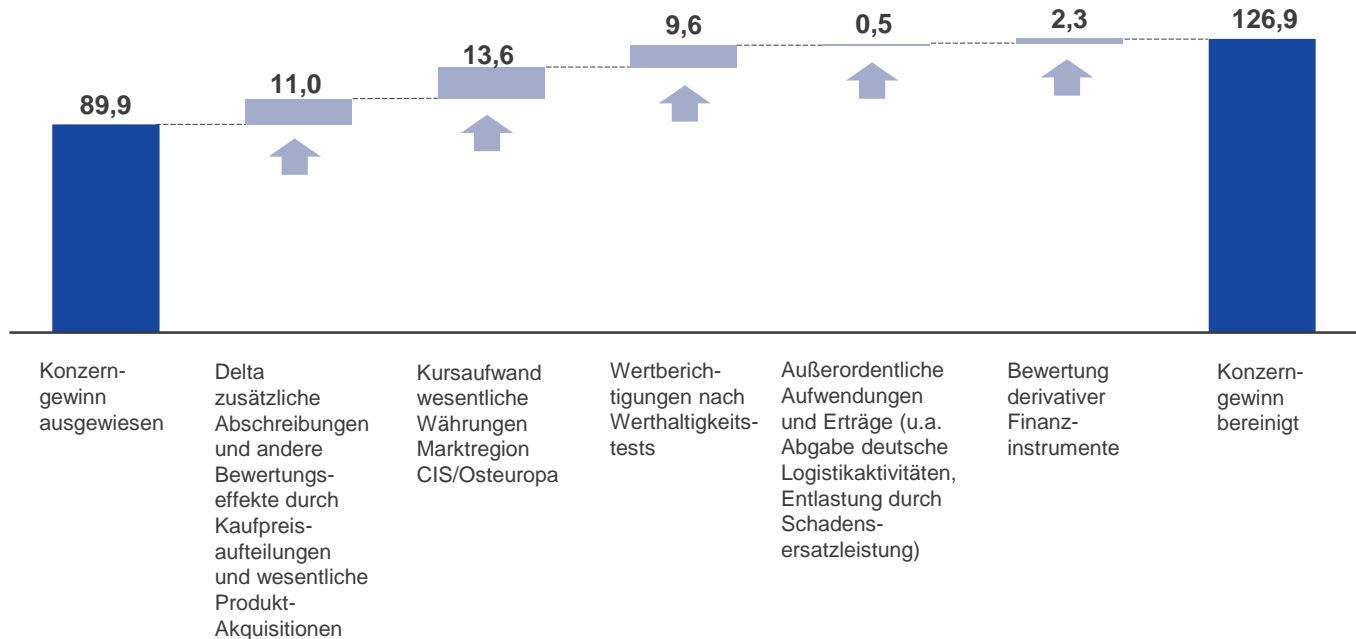
Bereinigt¹⁾



1) Bereinigt um einmalige Sondereffekte.

Bereinigungen Konzerngewinn in 1-9/2015¹⁾

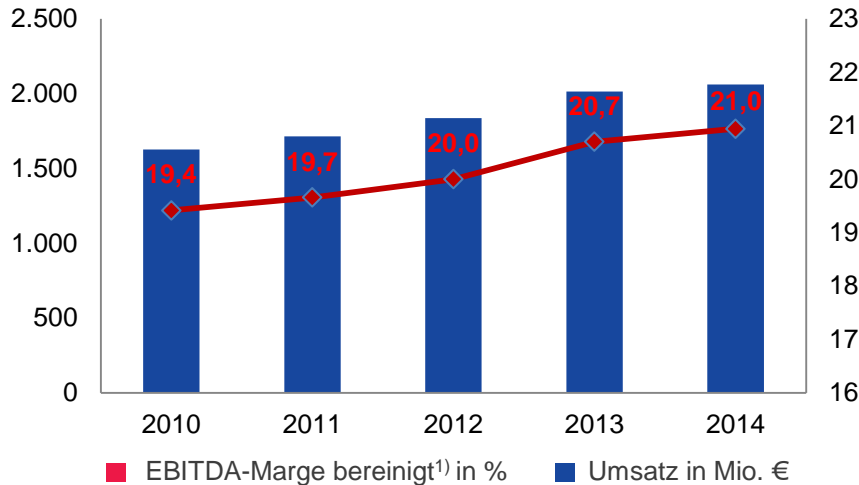
in Mio. €



1) Für eine detaillierte Definition siehe STADA Zwischenbericht 1-9/2015.

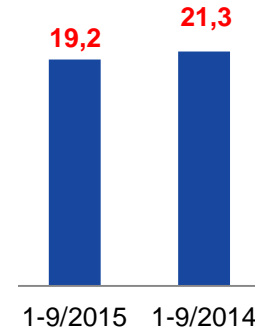
Umsatz- und Margenentwicklung

2010-2014



- Ausbau des Selbstzahler-Portfolios
- Verschiebung zu hochmarginigem Produkt-/Länder-Mix
- Skaleneffekte (Volumengewinne)

1-9/2015 vs. 1-9/2014

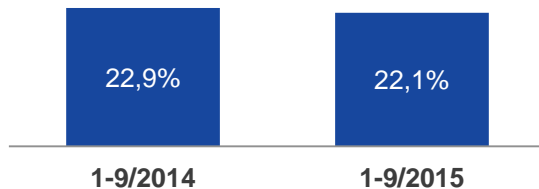


- 1-9/2015 durch CIS-Krise belastet

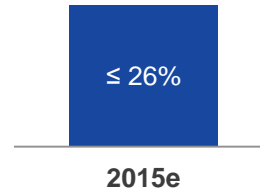
1) Bereinigt um einmalige Sondereffekte (2009-2015) und nicht operativ bedingte Effekte aus Währungseinflüssen (2009/2010).

Steuereffizienz

Entwicklung der bereinigten Steuerquote



Ausblick bereinigte Steuerquote



Steuerquote in 1-9/2015 im Rahmen der Erwartungen für 2015:

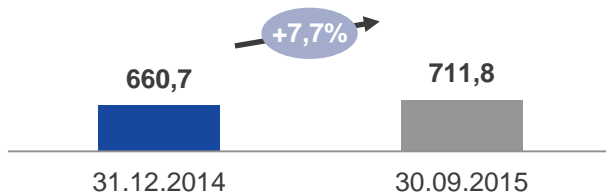
- Die Verbesserung der Steuerquote resultiert im Wesentlichen aus einer geänderten Ergebnisallokation: seit Ende 2013 übernimmt die STADA Arzneimittel AG – nach Abschluss des „build the future-Programms“ – die zentralen Dienstleistungsfunktionen, verbunden mit einer Anpassung des entsprechenden Verrechnungspreismodells
- Im Geschäftsjahr 2014 sowie in 1-9/2015 entstand der STADA Arzneimittel AG kein zusätzlicher Nachteil durch die Regelungen bezüglich der Zinsschranke in Deutschland

Bilanzstruktur

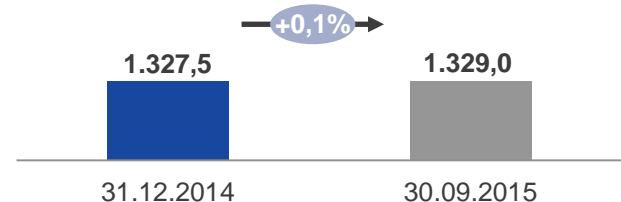
Aktiva in Mio. €	30.09.2015	31.12.2014
A. Langfristige Vermögenswerte	2.042,4	2.013,8
B. Kurzfristige Vermögenswerte	1.274,3	1.321,7
Bilanzsumme	3.316,7	3.335,5

Passiva in Mio. €	30.09.2015	31.12.2014
A. Eigenkapital	1.017,7	903,4
B. Langfristiges Fremdkapital	1.467,8	1.246,7
C. Kurzfristiges Fremdkapital	831,2	1.185,4
Bilanzsumme	3.316,7	3.335,5

Netto-Umlaufvermögen in Mio. €

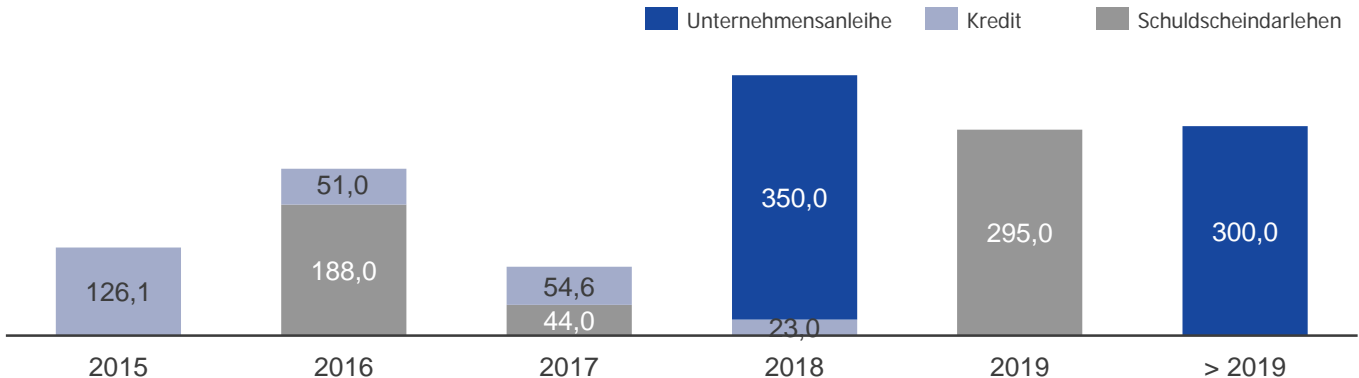


Nettoverschuldung in Mio. €



Ausgewogene Finanzierungsstruktur

Restlaufzeiten der Finanzverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten zum 30.09.2015 in Mio. €



- Im 1. Quartal 2015 konnte STADA erfolgreich eine Unternehmensanleihe in Höhe von insgesamt 300 Mio. € aufnehmen, deren Laufzeit sieben Jahre beträgt.
- Verhältnis Nettoverschuldung zum bereinigten EBITDA¹⁾: 3,4²⁾ (1-9/2014: 3,4²⁾)
- Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente: 102,7 Mio. € (31.12.2014: 164,2 Mio. €)
- Seit Jahren stehen STADA von den Bankpartnern fest zugesagte Kreditlinien zur Verfügung

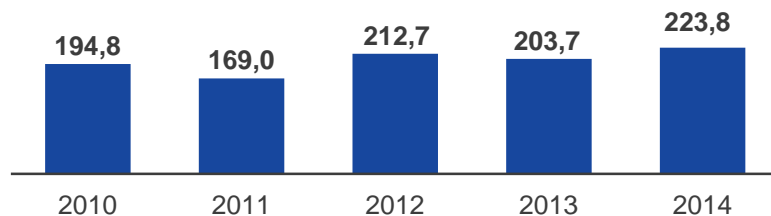
1) Bereinigt um einmalige Sondereffekte.

2) Verhältnis von Nettoverschuldung zum (unterjährig linear auf Jahresbasis hochgerechneten) bereinigten EBITDA des Berichtszeitraums

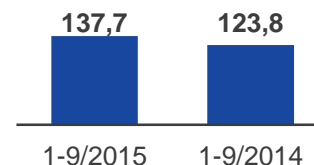
Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit und Bereinigter Free Cashflow

Cashflow aus der lfd. Geschäftstätigkeit (in Mio. €)

2010-2014

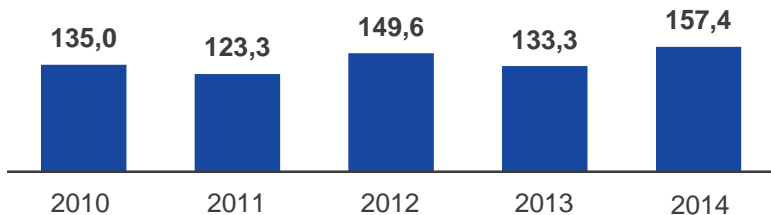


1-9/2015 vs. 1-9/2014

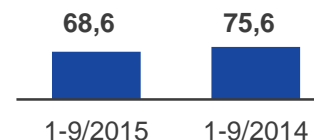


Bereinigter Free Cashflow¹⁾ (in Mio. €)

2010-2014



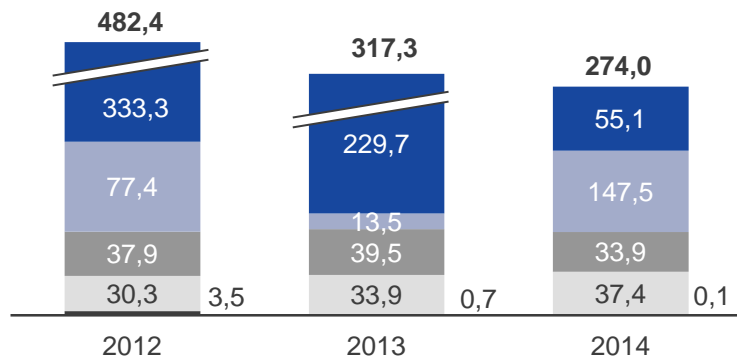
1-9/2015 vs. 1-9/2014



1) Free Cashflow umfasst Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit und Cashflow aus der Investitionstätigkeit, bereinigt um Auszahlungen für wesentliche Investitionen bzw. Akquisitionen und Einzahlungen aus wesentlichen Desinvestitionen.

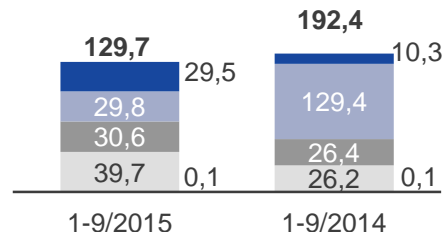
Auszahlungen für Investitionen

Auszahlungen gesamt 2012-2014 in Mio. €



- Anteile konsolidierter Unternehmen und Unternehmenszusammenschlüsse
- Wesentliche Investitionen in immaterielle Vermögenswerte für kurzfristigen Ausbau des Produktportfolios
- Investitionen in sonstige immaterielle Vermögenswerte (Unterstützung organisches Wachstum)
- Investitionen in Sachanlagen
- Investitionen in Finanzanlagen

1-9/2015 vs. 1-9/2014 in Mio. €

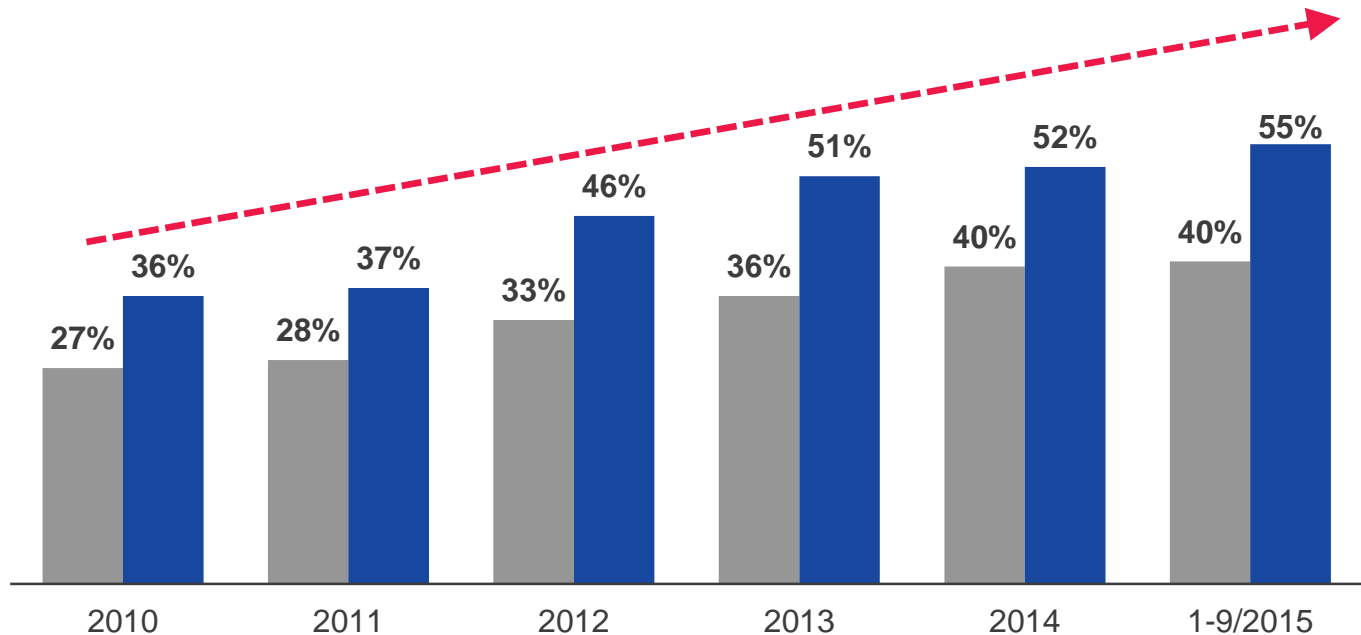


Einzahlungen

- 1-9/2015: 2,6 Mio. €
- 2014: 12,0 Mio. €
- 2013: 5,4 Mio. €
- 2012: 14,0 Mio. €

Anhang

Expansion des Markenproduktsegments



■ Anteil der Markenprodukte am Umsatz¹⁾

■ Anteil der Markenprodukte am bereinigten operativen Ergebnis¹⁾

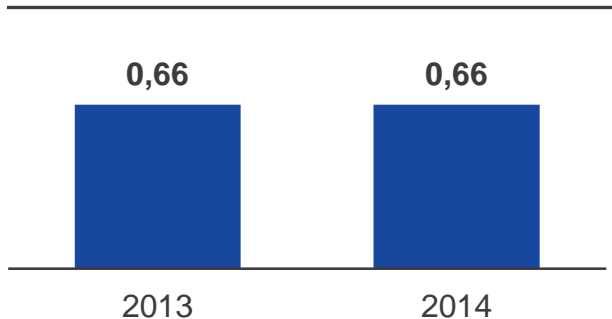
1) Der beiden Kernsegmente Generika und Markenprodukte.

G&V-Details 1-9/2015

in Mio. €	1-9/2015 in Mio. €	1-9/2015 in % vom Umsatz	1-9/2014 in Mio. €	1-9/2014 in % vom Umsatz	
Bruttoergebnis	739,4	48,2	702,9	47,4	Verbesserte Bruttomarge trotz Belastungen aus CIS-Krise
Vertriebskosten	343,7	22,4	322,1	21,7	Höhere Werbeausgaben
Allgemeine Verwaltungskosten	130,8	8,5	112,1	7,6	Im VJ Ertrag aus Planänderung des Versorgungsplans des VS-Vorsitzenden
F&E-Kosten	47,9	3,1	44,4	3,0	Stabile Entwicklung
Finanzergebnis	-50,2		-48,2		Rückläufig aufgrund der Bewertung von derivativen Finanzinstrumenten

Dividende

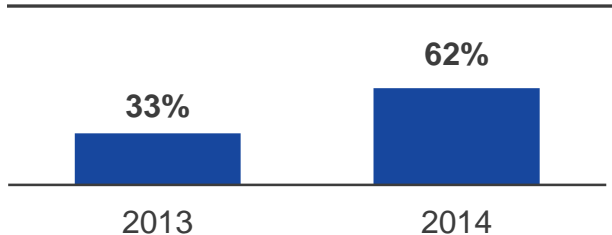
Dividende je STADA-Stammaktie in €



**Ausschüttungs-
summe** 2014: 40,0 Mio. €
(2013: 39,8 Mio. €)

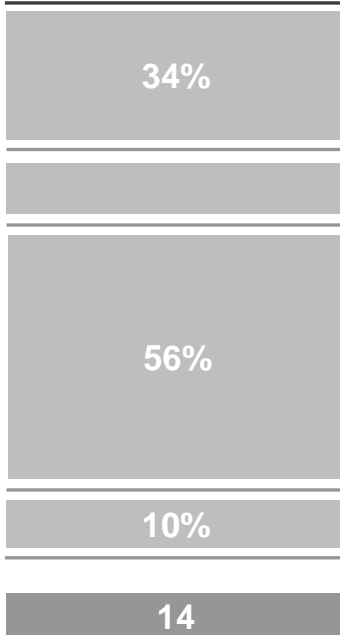
**Ausschüttungs-
politik** Angemessene Beteiligung der
Aktionäre am ausgewiesenen
Konzerngewinn

Ausschüttungsquote



Konzentration der Produktionsprozesse

Anteil am Produktionsvolumen 2009



Eigene Produktionsstandorte

Marktregion Deutschland

- Bad Vilbel (Deutschland)
- Pfaffenhofen (Deutschland)

Marktregion Zentraleuropa

- Huddersfield¹⁾ (UK)

Marktregion CIS/Osteuropa

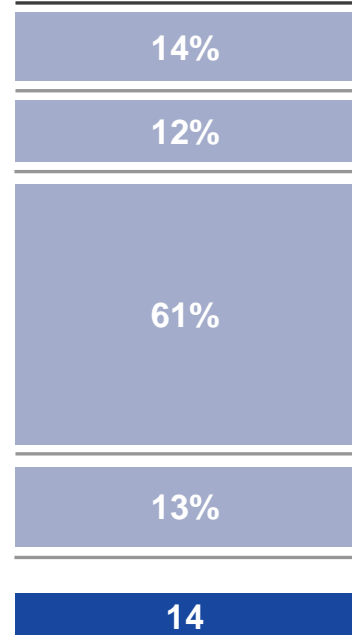
- Vrsac (Serbien)
- Sabac (Serbien)
- Dubovac (Serbien)
- Banja Luka (Bosnien-Herzegowina)
- Podgorica (Montenegro)
- Nizhny Novgorod (Russland)
- Obninsk (Russland)

Marktregion Asien/Pazifik & MENA

- Ho-Chi-Minh-Stadt (zwei Standorte in Vietnam)
- Tuy-Hoa-Stadt (Vietnam)
- Peking (China)

Anzahl Produktionsstandorte¹⁾

Anteil am Produktionsvolumen 2014



● Standorte bzw. Teile der Standorte sind EU-GMP-zertifiziert.

1) Erwerb August 2013 im Zuge der Akquisition von Thornton & Ross.

Kapital- und Aktionärsstruktur

30. September 2015

STADA-Aktien ¹⁾²⁾	62.342.440
Anzahl eigener Aktien	88.038

Aktionärsstruktur zum 31. Dezember 2014

- 100% Free Float
- Ca. 58% institutionelle Investoren
- Aktuelle Meldungen zur Überschreitung der gesetzlichen Meldeschwelle von > 3% Anteilsbesitz auf STADA-Website publiziert (www.stada.de)
- Ca. 11% Apotheker und Ärzte

1) Eigentümer der vinkulierten Namensstammaktien müssen im Aktionärsverzeichnis eingetragen sein, um ihre Aktionärsrechte wahrnehmen zu können. Die Eintragung in das Aktionärsverzeichnis ist nur mit Genehmigung des Vorstands möglich.

2) Zusätzliches genehmigtes Kapital von 29,4 Mio. Aktien.

Verantwortung und Nachhaltigkeit

Verhaltenskodex

Markt und Produkte

- STADA Leitbild: Die Fürsorge um die Gesundheit und das Wohlbefinden der Menschen
- Generika dienen einer effizienten und bezahlbaren Gesundheitsversorgung der Gesellschaft
- Risikoaverses Geschäftsmodell, keine Forschung, sehr wenig klinische Studien und Tierversuche, dadurch keine Risikokonzentration
- Fokus auf Marketing und Vertrieb im freiverkäuflichen Arzneimittelmarkt

Umwelt

- Höchste Priorität auf Qualität und Produktsicherheit
- GMP-zertifizierte Produktionsstätten
- Geschäftsmodell ohne signifikantes Emissionsrisiko da keine Wirkstoff-Herstellung
- Regelmäßig gruppenweit überprüfte Qualitätskontrollen – in eigenen Produktionsstätten sowie bei Zulieferern

Soziales

- Stärkung des Wohlbefindens der Mitarbeiter durch Fitness und Gesundheitsvorsorge
- Hoher Anteil an Frauen in Führungspositionen (2014: 51%)
- Weiterbildungsmaßnahmen, Sprachkurse, Talententwicklungsprogramme
- Zusätzliche Vergütungsleistungen, wie bspw. Zuschuss zur Kinderbetreuung
- Sponsoring-Aktivitäten, Förderung von Kultur und Sport

Unternehmensführung

- Jährliche Entsprechenserklärung gemäß des Corporate Governance Kodex: Bestimmung der Aktionärsrechte, der Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat, sowie Vergütung, Reporting und Transparenzpflichten
- Gruppenweites Compliance Management System nach Best Practice

Ihr Kontakt

STADA Arzneimittel AG

Investor Relations

61118 Bad Vilbel, Deutschland

Telefon: +49 (0) 6101 603-113

Telefax: +49 (0) 6101 603-506

E-Mail: ir@stada.de

www.stada.de

Vice President Investor Relations

Dr. Markus Metzger

markus.metzger@stada.de