

**– Es gilt das gesprochene Wort –**

Vielen Dank, Herr Goldschmidt.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen,

auch ich begrüße Sie sehr herzlich zur Hauptversammlung von SCHOTT Pharma. Wie Sie sich vorstellen können, ist die erste Hauptversammlung als börsennotiertes Unternehmen ein besonderer Moment. Unser heutiges Zusammentreffen ist für uns das Forum für den Austausch mit Ihnen. Daher wollen wir heute nicht nur Bilanz ziehen, sondern auch gemeinsam mit Ihnen in einen Dialog treten.

2023 war für SCHOTT Pharma ein ganz besonderes Jahr.

Ich erinnere mich noch gut daran, wie wir im September unseren erfolgreichen Start auf dem Börsenparkett in Frankfurt gefeiert haben. Den symbolischen Startschuss an der Börse, das Läuten der Glocke und der vielen kleinen Glöckchen, das gespannte Warten auf den ersten Kurs... Erfolgreich in den Kapitalmarkt einzusteigen, war ein sehr glückliches Gefühl für uns alle – schließlich haben wir ein Jahr lang Arbeit in die Vorbereitung investiert.

Was mich damals wie heute ganz besonders freut: Dass wir den Moment mit so vielen engagierten Kolleginnen und Kollegen teilen konnten. Ohne den unermüdlichen Einsatz, die hohe Motivation und das Wissen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wären wir nicht da, wo wir heute stehen. Dafür gilt ihnen mein besonderer Dank.

Und auch bei Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, möchte ich mich für Ihr Vertrauen in unser Unternehmen bedanken.

Unsere Kapitalmarktreise ist eine Geschichte des Erfolgs. Im August 2022 haben wir mit der Ausgliederung von SCHOTT Pharma aus der SCHOTT AG das Fundament gelegt.

Unser Börsengang im vergangenen Jahr war der größte in Deutschland. Im europäischen Vergleich war es sogar der größte Börsengang im Gesundheitssektor in den vergangenen fünf Jahren. Nach etwas mehr als zwei Monaten erreichten wir mit dem Einstieg in den SDAX unseren nächsten Meilenstein. Er zeigt uns, dass unsere Investoren Vertrauen in unser Geschäftsmodell haben und das Potenzial sehen. Einen besonderen Dank möchte ich auch der SCHOTT AG für ihre Unterstützung auf unserem Weg an die Börse aussprechen. Die erfolgreiche Zusammenarbeit mit unserem Mutterkonzern war eine wichtige Bedingung.

Unser Erfolg basiert auf einer Strategie, bestehend aus drei Säulen: Vertrauen und Partnerschaft, Innovation und Expansion. Das Wichtigste im Pharmageschäft ist Vertrauen. Denn am Ende des Tages steht immer der einzelne Mensch und seine Gesundheit im Fokus. Damit ihm Medikamente sicher und einfach verabreicht werden können, sind Qualität und damit Vertrauen notwendig. Ein Medikament muss nicht nur die richtigen Inhaltsstoffe aufweisen, sondern auch richtig aufbewahrt und letztlich injiziert werden. Deshalb sind eine enge Zusammenarbeit und ein intensiver Austausch mit unseren Kunden und Partnern in der Pharmaindustrie entscheidend. Und dieser Austausch basiert auf Vertrauen.

Im gemeinsamen Gespräch versuchen wir die großen Trends der Branche zu verstehen und in unser Geschäft zu übersetzen. Wir fragen uns immer wieder, wo wir mit unseren Produkten Mehrwert liefern können, wo unser bestehendes Portfolio bereits Lösungen bereithält. Oder wo wir mit unserer Innovationskraft neue Produkte entwickeln können, die wiederum neue Wachstumschancen eröffnen. Deswegen ist unsere zweite wichtige Säule Innovation. Ich werde Ihnen später einige Beispiele geben.

Die dritte Säule ist die Expansion, also die Bereitstellung der notwendigen Kapazitäten. Für Pharmazeuten ist wichtig, dass sie sich auf getroffene Zusagen verlassen können. Stellen Sie sich vor, Sie sind ein globaler Pharmakonzern und müssten wichtige Medikamente abfüllen, bekommen aber die dafür benötigten Spritzen oder Karpulen nicht.

Auch im vergangenen Geschäftsjahr konnten wir basierend auf dieser strategischen Vorgehensweise ein sehr gutes Geschäftsergebnis erzielen.

Doch bevor ich dazu mehr ins Detail gehe, möchte ich noch kurz auf das aktuelle Weltgeschehen eingehen: Wir leben in einer Welt, die von starkem Wandel geprägt ist – China/USA, Taiwan oder der Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine. Wir stehen vor einigen Herausforderungen. Doch wir sehen auch Chancen für Fortschritt und Wachstum – nicht nur in der Wirtschaft, sondern auch in der Wissenschaft und für die Gesellschaft.

Gerade im Pharmabereich erleben wir aktuell eine sehr spannende Zeit: Es gibt so viele interessante neue Forschung: neue Therapien und Technologien, die unsere Branche verändern. Nehmen wir das Beispiel mRNA. Wir kennen es alle aus der COVID-Pandemie, doch das Potenzial ist so viel größer: Wir erwarten aktuell mRNA-Impfungen gegen die Grippe oder RSV, eine Atemwegserkrankung. Auch wenn wir an personalisierte Medizin denken, z.B. zur gezielten Bekämpfung von Krebs, wird mRNA eine große Rolle spielen.

Daneben gibt es viele weitere Trends, zum Beispiel GLP-1 Medikamente oder Homecare Solutions, auf die ich später noch im Detail eingehen werde. Sie werden die Gesundheitsversorgung der Menschen voranbringen – und gleichzeitig einen positiven Einfluss auf unser Geschäft haben.

Abgesehen von wissenschaftlichen Durchbrüchen beobachten wir auch Fortschritte im Bereich der Nachhaltigkeit. Wir bei SCHOTT Pharma nehmen unsere gesellschaftliche Verantwortung sehr ernst.

In den nächsten Minuten möchte ich mit Ihnen gemeinsam noch einmal auf das Geschäftsjahr 23 zurückblicken. Anschließend werde ich Ihnen eine Übersicht zu unserer strategischen Ausrichtung geben und dabei auch auf die Chancen und Herausforderungen eingehen, die wir zurzeit im Markt sehen. Zum Schluss werde ich



darüber sprechen, wie wir Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung in unserem Unternehmen verankern.

Werfen wir zunächst einen Blick zurück auf das Geschäftsjahr 23: Ein Jahr voller herausragender Ereignisse und Errungenschaften. Diese Erfolge haben SCHOTT Pharma als Unternehmen geprägt und vorangebracht.

Unseren Börsengang habe ich bereits angesprochen. Er ist ein einzigartiger Meilenstein in unserer Unternehmensgeschichte. Durch den Börsengang und den damit verbundenen Zugang zum Kapitalmarkt haben wir unsere strategischen Optionen erweitert. Das war unser Ziel.

Genauso wichtig: Sie haben uns Ihr Vertrauen geschenkt und wir haben unser Versprechen gehalten. Wir haben unsere operativen und finanziellen Ziele für das Geschäftsjahr 23 erreicht und unser profitables Wachstum fortgesetzt.

Die Grundlage für die starke Leistung war unser strategischer Fokus auf Innovation und Expansion. Wir haben die großen Pharmatrends verstanden, für unser Geschäft übersetzt, und aktiv mitgestaltet. Der Markt honoriert das mit einer hohen und weiter steigenden Nachfrage nach unseren besonderen Lösungen, die wir High-Value-Solutions oder kurz HVS nennen. Mehr dazu später.

Unsere Innovationskraft hat sich im vergangenen Jahr an verschiedenen Beispielen gezeigt. Lassen Sie mich nachfolgend zwei davon hervorheben:

Mit unseren Polymerspritzen SCHOTT TOPPAC freeze haben wir ein Produkt entwickelt, das einzigartig am Markt ist. Der Name deutet es bereits an: SCHOTT TOPPAC freeze-Spritzen wurden für Minusgrade entwickelt. Unsere Innovation ist das erste und bisher einzige Spritzensystem, in dem Medikamente bei Temperaturen von bis zu minus 100°C sicher gelagert werden können.

Diese Spritze wird heute in größerem Umfang verwendet, um beispielsweise mRNA-Impfstoffe zu lagern und zu verabreichen. Der Markt nimmt diese Innovation sehr gut an. Und unser Produkt wurde 2023 mit dem Pharma Innovation Award ausgezeichnet.

Eine weitere Innovation, auf die wir im vergangenen Jahr besonders stolz waren, sind unsere sterilen Karpulen namens cartriQ. Wir bieten sie in klein- und großvolumigen Formaten an. Die Kleinvolumigen werden zur Abfüllung von GLP-1-Medikamenten benutzt. Die Großvolumigen adressieren insbesondere den Markt hochwertiger Biologika.

Mit cartriQ haben wir eine Lösung für die kommerzielle Abfüllung von Medikamenten auf den Markt gebracht: Sie sind gewaschen und sterilisiert und können von Pharmaherstellern direkt befüllt werden.

Die zwei genannten Beispiele zeigen, wie wir Pharmatrends für uns übersetzen und damit entsprechende Umsätze und Ergebnisse für SCHOTT Pharma erzielen. Es sind auch gute Beispiele für unsere Innovationsführerschaft, denn in beiden Fällen sind wir unserer Konkurrenz weit voraus und unterstreichen damit unsere führende Rolle.

Den dritten Baustein unserer Strategie, die Expansion, haben wir ebenso konsequent weiterverfolgt. Um die Grundlage für zukünftiges Wachstum zu legen, haben wir stark in den Ausbau unserer Produktionskapazitäten investiert. Beispiele im letzten Jahr waren Kapazitätserweiterungen für unsere High-Value-Lösungen an unseren Standorten Müllheim in Deutschland, Ungarn, der Schweiz und den USA. Das Besondere dabei ist, dass wir aufgrund unseres starken Finanzprofils sämtliche Investitionen aus unserem eigenen Cashflow finanzieren konnten.

All das spiegelt sich in unserem Ergebnis wider, das wir Ihnen für 2023 vor knapp zwei Monaten präsentiert haben. Mit unserem soliden Geschäftsmodell und unserer erfolgreichen Strategie befinden wir uns seit Jahren auf einem starken Wachstumskurs.

Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir unseren Umsatz um 9 % auf 899 Millionen Euro gesteigert. Das EBITDA ist ebenfalls um 9 % auf 239 Millionen Euro gewachsen. Daraus resultiert, dass wir unsere starke Marge von 26,6 % im Vergleich zum Vorjahr konstant halten konnten. Den Gewinn je Aktie haben wir um 21 % auf 1,01 Euro steigern können. Um unsere Wachstumsstrategie weiter umzusetzen, haben wir eine Rekordsumme von 176 Millionen Euro investiert, was in etwa 20 % unserer Einnahmen entspricht. Diese Zahlen zeigen unsere Fähigkeit, Wert für Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre zu schaffen.

In diesem Sinne möchten wir Sie mit einer Dividende direkt am Unternehmenserfolg beteiligen. Daher schlagen wir für das abgelaufene Geschäftsjahr eine Dividende von 15 Eurocent je Aktie vor. Das entspricht einer Ausschüttungsquote von 15 % des Gewinns. Sie werden im späteren Verlauf der Hauptversammlung die Möglichkeit haben, über diesen Vorschlag abzustimmen.

Im Geschäftsjahr 23 sind wir dynamisch gewachsen. Das wollen wir im Geschäftsjahr 24 fortsetzen. Das zeigt auch der Blick auf die Zahlen: Im ersten Quartal 24 ist unser Umsatz währungsbereinigt um 8 % auf 232 Millionen Euro gestiegen. Damit erreichten wir eine währungsbereinigte EBITDA-Marge von 27,9%. Das berichtete EBITDA liegt bei über 30%, profitierte aber von positiven Währungseffekten und belief sich auf 73 Millionen Euro. Unser Gewinn pro Aktie ist um 16 % gegenüber dem Vorjahresquartal gestiegen.

Wir setzen unser Investitionsprogramm in 2024 fort. Von den 28 Millionen Euro, die wir im ersten Quartal investiert haben, fließt der weit überwiegende Teil gemäß unserer Strategie in Wachstumsinvestitionen für unsere High-Value-Solutions.

Lassen Sie mich nun näher auf unsere strategische Ausrichtung eingehen – sowohl im Kontext des aktuellen Marktumfelds als auch mit Blick auf unsere Vorhaben im aktuellen Geschäftsjahr.

Zuallererst möchte Ihnen einen kurzen Überblick geben, wer SCHOTT Pharma ist und wie wir in unserem Markt positioniert sind:

Weltweit werden jede Minute mehr als 25.000 Injektionen durch ein Produkt von SCHOTT Pharma verabreicht. In Summe liefern wir jährlich 13 Milliarden Lösungen an die Pharmaindustrie, also deutlich mehr als die Weltbevölkerung. Diese beeindruckende Zahl verdeutlicht unsere zentrale Rolle bei der globalen Gesundheitsversorgung.

Wir wollen mit unseren Produkten die medizinische Versorgung von Patienten auf der ganzen Welt sicherstellen – gemäß unserem Leitsatz „because human health matters“.

SCHOTT Pharma genießt einen exzellenten Ruf: Das liegt vor allem an der ausgezeichneten Qualität unsere Produkte – aber auch daran, dass unser Produktportfolio das umfangreichste im Markt ist. Wir sind bekannt dafür, mit unseren Produkten und Lösungen immer wieder neue Maßstäbe zu setzen.

Wir haben unser Geschäft in zwei Segmente unterteilt: Drug Containment Solutions auf der linken Seite der Folie sind Produkte, in denen Medikamente aufbewahrt werden. Drug Delivery Systems auf der rechten Seite sind Spritzensysteme, die zur Lagerung und zur Injektion verwendet werden.

Unsere Drug Containment Solutions, kurz DCS, umfassen Ampullen, Fläschchen und Karpulen. SCHOTT Pharma ist global die klare Nummer eins. Das Portfolio besteht vorrangig aus sogenannten Core-Produkten, die heute noch ca. 50 % unseres Gesamtumsatzes repräsentieren. Wir bieten aber auch Fläschchen und Karpulen als High-Value-Produkte an, die beispielsweise sterilisiert oder speziell beschichtet sind.

Mit unserem HVS-Angebot lösen wir konkrete Probleme unserer Kunden, in dem wir ihnen einen Mehrwert bieten. Wir erzielen mit diesen Produkten deutlich höhere Preise pro Stück, und das Margenniveau ist höher. Das ist der Grund, warum High-Value-Solutions in unserer Strategie eine so zentrale Rolle spielen: deutlich höherer Preis und bessere Marge.

Unser Drug Delivery Systems-Geschäft, kurz DDS, umfasst ausschließlich High-Value-Produkte. Dazu gehören sowohl Glas- als auch Polymerspritzen. Diese Polymer Spritzen sind nicht zu verwechseln mit den Einwegspritzen, die Sie häufig aus Arztpraxen oder dem Krankenhaus kennen. Es handelt sich bei unseren Spritzen um Produkte, in denen Medikamente über Monate oder Jahre hinweg sicher gelagert werden können. Mit unseren Spritzen, Polymer oder Glas, bedienen wir hauptsächlich Impfstoffe oder Biologika. Dazu gehören auch die genannten Megatrends wie GLP-1 und mRNA. Mit vielen Kunden haben wir langfristige Lieferverträge abschließen können. Das gibt uns eine gute Sichtbarkeit auf die Zukunft, und vor allem Sicherheit für unsere Investitionen.

Kommen wir nun zum Markt. Als Pure Play-Anbieter konzentrieren wir uns auf genau einen Markt: injizierbare Medikamente.

Der Markt ist hoch attraktiv, unter anderem wegen des schnellen Wachstums und der hohen Eintrittsbarrieren. Der Markt wächst jedes Jahr mit 8 %. Und es ist auch nicht absehbar, dass sich dieser positive Trend ändern wird: über 50 % der von der FDA, also der US-amerikanischen Arzneimittelbehörde, zugelassenen Medikamente sind injizierbare Medikamente. Damit ist dieser Bereich einer der am schnellsten wachsenden Bereiche innerhalb des ohnehin sehr attraktiven Pharmamarktes. Wir profitieren von dieser Dynamik.

In unserem Markt für Aufbewahrungs- und Verabreichungssysteme sieht es sogar noch etwas besser aus: Dieser wächst mit 9 % und dieses Wachstum erwarten wir auch in Zukunft.

Wie Sie auf der Folie sehen können: Wir unterscheiden zwischen Core, unserem Kerngeschäft, und High-Value-Solutions. Das Kerngeschäft wächst stabil mit 3-4 % pro Jahr. Das liegt daran, dass der Bedarf an Medikamenten weiter steigt – durch das Bevölkerungswachstum, die bessere Gesundheitsversorgung, das Älterwerden der Gesellschaft.

Richtig spannend wird es jedoch, wenn wir uns das Wachstum des Marktsegments für High-Value-Solutions anschauen. Hier wird ein Wachstum von 12 % pro Jahr prognostiziert. Grund dafür sind die vielen Trends im Pharmamarkt, die hochwertige Lösungen benötigen. Zuallererst zählen dazu GLP-1-Medikamente oder mRNA-basierte Therapien. Aber auch Therapien für kleinere Patientengruppen, etwa personalisierte Medikamente gegen Krebs oder seltene Krankheiten, oder Homecare-Anwendungen. Sie alle benötigen spezielle Lösungen. Das treibt das überdurchschnittliche Wachstum von High-Value-Solutions und macht das Marktumfeld so attraktiv. Das ist der logische Grund, warum wir uns so stark auf HVS-Produkte konzentrieren: Ein sehr stark wachsender Markt, ein vielfacher Preis und eine deutlich bessere Marge.

Schon seit Jahren ist unsere gesamte Strategie darauf ausgerichtet, den Umsatzanteil von HVS zu steigern. Wir streben an, bis 2026 über 60 % unseres Umsatzes mit High-Value-Solutions zu generieren. Wenn Sie sich die Folie anschauen können Sie sehen, wie konsequent und erfolgreich wir den HVS-Anteil von Jahr zu Jahr gesteigert haben. Im letzten Jahr haben wir einen Rekord-Umsatzanteil von 48 % erreicht und auch die 53 % im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres zeigen, dass wir erfolgreich unsere Strategie umsetzen.

Die erste Säule für die Umsetzung der Strategie war Vertrauen unserer Kunden. Ich gehe jetzt auf die zweite Säule anhand einiger Beispiele ein: Innovation.

Innovationskraft liegt in der DNA unseres Unternehmens und treibt uns an. SCHOTT Pharma war schon immer ein Vorreiter. 1923 haben wir erstmals Ampullen aus Borosilikatglas hergestellt – damals eine bahnbrechende Entwicklung und bis heute immer noch ein Produkt, dass milliardenfach Verwendung findet.

Wie schon erwähnt versuchen wir immer, die Trends in der Pharmaindustrie zu verstehen und sie dann in unser Geschäft zu übersetzen. So finden wir heraus, wo Innovationen oder neue Produkte notwendig sind.

Für uns als Innovationsführer hat Forschung und Entwicklung eine hohe Bedeutung: Wir haben im vergangenen Geschäftsjahr 26,8 Millionen Euro ausgegeben, was etwa 3 % unseres Umsatzes entspricht. Das ist in unserer Industrie ein sehr hoher Wert.

SCHOTT TOPPAC freeze und cartriQ hatte ich Ihnen als Beispiele schon erläutert. Andere Produkte, die wir zurzeit kommerzialisieren, ist beispielsweise EVERIC care. Fläschchen mit einer hydrophoben Innenbeschichtung. Basierend auf unserer patentierten PICVD-Technik. Die Beschichtung wirkt wie eine Barriere und isoliert empfindliche Medikamente vor auslaugbaren Substanzen aus dem Glas. EVERIC care findet Verwendung für Medikamente mit einem sehr hohem pH-Wert, was zum Beispiel für Immuntherapien zentral ist.

Oder großvolumige Spritzen. Ein superspannender Markt, der zurzeit in der Entstehung ist. Konkret geht es um Spritzen mit Volumina größer als 5 ml. Es gibt neue Technologien, wie man diese Volumina unter die Haut appliziert. Das dient beispielsweise zur Selbstbehandlung von Autoimmunkrankheiten zu Hause.

Jetzt haben wir viel über die Entwicklung von Produkten gesprochen. Der darauffolgende Schritt ist natürlich, sie in den Markt zu bringen und entsprechende Umsätze und Margen zu erzielen. Dafür benötigt man die entsprechenden Produktionskapazitäten. Deshalb unsere dritte Säule, die Expansion.

Wir investierten letztes Jahr ca. 20 % unseres Umsatzes. Das ist ein gewaltiger Betrag. Der weitaus größte Anteil dieser Investitionen wird dafür verwendet, Kapazitäten für unsere HVS-Produkte zu schaffen. Ungefähr 85 % unseres Investitionsvolumens fließt in Expansion. Ich möchte an dieser Stelle nochmal erwähnen, dass wir in der Lage sind, diese Summe dank unserer guten Margen vollständig aus unserem eigenen Cashflow zu finanzieren.

Lassen Sie mich die wesentlichen Investitionen kurz erläutern: In Deutschland an unserem Standort in Müllheim erweitern wir unsere Produktionskapazität für Polymerspritzen – und das aufgrund unseres großen Geschäftserfolgs deutlich schneller als ursprünglich geplant.



In Ungarn werden wir die Kapazität für vorfüllbare Glasspritzen mehr als verdoppeln – und wir reden hier von Kapazitäten, die bereits heute weitestgehend durch Kundenverträge abgesichert sind.

In der Schweiz liegt der Fokus auf dem Ausbau der Fertigung für sterile Karpulen, in den USA erhöhen wir signifikant die Kapazität für sterile Fläschchen, und in Indien schaffen wir neue Kapazitäten für Glasspritzen.

Etwas anders ist unser Ansatz in Serbien. Hier investieren wir einen zweistelligen Millionenbetrag in eine Best-Cost-Produktionsstätte. Das heißt, dass wir vor Ort Ampullen, also Core-Produkte, produzieren werden. So stärken wir die Wettbewerbsfähigkeit in unserem Kerngeschäft in Europa.

Unsere Strategie beruht wie bereits erwähnt auf den Säulen Innovation und Expansion. Jede dieser Säulen ist entscheidend für unseren Erfolg und trägt dazu bei, dass wir unsere führende Position im Markt ausbauen.

Unser Markt ist von einer starken Wachstumsdynamik geprägt. Der Fokus der pharmazeutischen Forschung auf injizierbare Medikamente stimmt uns sehr zuversichtlich, dass sich dieses positive Momentum fortsetzt. Vor diesem Hintergrund sehen wir deutlich mehr Chancen als Herausforderungen für SCHOTT Pharma. Wir schauen uns selbstverständlich beides an.

Große, strukturelle Trends prägen die globale Pharmaindustrie und bieten Wachstumspotenzial für uns als Unternehmen.

Mit unseren Produkten profitieren wir davon und arbeiten daran, dass das auch in Zukunft so bleibt. Es gibt innerhalb der Pharmaindustrie keinen Megatrend, der unsern Markt beeinflusst, und an dem wir nicht beteiligt sind. Lassen Sie mich dies an einigen Beispielen verdeutlichen:

Seit ein paar Monaten ist GLP-1 in aller Munde. Verkürzt ist oft die Rede von „Abnehmspritzen“ – sie haben sicher schon davon gehört. Die Medikamente dienen zur Behandlung von Diabetes und Fettleibigkeit. Zurzeit bauen große Pharmaunternehmen ihr GLP-1-Produktangebot stark aus. Wir sind in diesem Markt sehr aktiv – mit unseren vorfüllbaren Glasspritzen und sterilen Karpulen.

Auch im Bereich mRNA sind wir sehr erfolgreich unterwegs. Unsere Polymerspritzen werden schon heute in großem Umfang für COVID-Impfstoffe verwendet. Viele weitere Impfstoffe sind kurz vor der Zulassung, wie schon erwähnt RSV-, Gripeschutz- oder Kombi-Impfungen. Auch befinden sich erste mRNA-Krebsmedikamente bereits in der zweiten klinischen Phase. Erste kommerzielle Produkte werden 2025 oder 2026 erwartet.

Ein weiterer wichtiger Trend ist die Verwendung von Antikörper-Wirkstoff-Konjugaten, kurz ADCs, also Antibody Drug Conjugates. ADCs werden die Krebstherapien stark beeinflussen. Sie wirken direkt auf den Tumor und ziehen den restlichen Körper nicht in Mitleidenschaft, wie zum Beispiel eine Chemo-Therapie. Eine Herausforderung stellt jedoch die Stabilität der Mittel dar. Hier kommen unsere erwähnten Spezialfläschchen mit einer hydrophoben Innenbeschichtung ins Spiel, die sich ideal eignen, um diese Medikamente abzufüllen und zu lagern.

Ein weiteres starkes Wachstumsfeld ist die subkutane Verabreichung von Medikamenten – also die Injektion des Medikaments unter die Haut. Anstelle einer intravenösen Injektion, für die ein Zugang von medizinischem Fachpersonal gelegt werden muss, damit das Medikament in die Vene gelangt, ist man heute in der Lage, auch größere Mengen von Medikamenten unter die Haut zu spritzen. So können sich Patienten Medikamente auch selbst zu Hause verabreichen und sich den Weg zum Arzt oder ins Krankenhaus sparen. Hier kommt der Trend für Homecare-Lösungen ins Spiel. Die Selbstverabreichung von Medikamenten zu Hause ist zum einen deutlich angenehmer für die Patienten, zum anderen entlasten sie das Gesundheitssystem. Gelagert werden diese Medikamente häufig in Spritzen oder Karpulen, die in einen Autoinjektor eingesetzt sind.

Dieses Gesamtsystem entwickeln wir zum Beispiel mit unserem Partner Ypsomed in der Schweiz. Der Medizingerätehersteller stellt unter anderem großvolumige tragbare Injektoren her. Unser Beitrag sind die vorhin erwähnten großvolumigen Spritzen oder Karpulen. Gemeinsam mit unseren Partnern sind wir in einer führenden Position.

Darüber hinaus zeichnet sich ein grundlegender Trend in der Branche ab: Pharmazeutika werden zunehmend individualisiert oder auf kleinere Patientengruppen zugeschnitten. Diese Personalisierung bedeutet ein deutlich anderes Fertigungskonzept in der Pharmaindustrie. Kleine flexible Füllanlagen werden benötigt. Das bedeutet das Teile der Wertschöpfungskette an uns verlagert werden, nämlich das Waschen und Sterilisieren der Produkte. Hier setzt unser steriles „Ready-to-Use“-Portfolio an, mit dem wir gewaschene und sterilisierte Fläschchen an die Pharmazeuten liefern.

Die Basis unseres Erfolgs ist nicht nur unsere Innovationsstärke und die Qualität unserer Produkte, sondern vor allem das Vertrauensverhältnis zu unseren Kunden. Wir sind dafür bekannt, dass wir einhalten, was wir zusagen.

Wir sprechen also nicht nur von einer Kunden-Lieferanten-Beziehung, sondern von einer wirklichen Partnerschaft. Unsere Kunden bauen auf unsere Produkte für ihren eigenen Erfolg – eine Win-Win-Situation. Über die letzten Jahrzehnte haben wir enge Beziehungen zu allen wichtigen Playern in der Branche aufgebaut. Wir arbeiten zusammen mit Big Pharma, wir unterstützen die führenden Lohnabfüller und wir kooperieren mit Biotech-Unternehmen und schnell wachsenden Startups.

Derzeit bedienen wir mehr als 1.800 Unternehmen, natürlich auch jedes der 30 größten Pharmaunternehmen der Welt. Unsere Kunden wissen, wie wichtig unsere Produkte und Lösungen sind: Wir unterstützen sie während des gesamten Lebenszyklus eines Medikaments, von der Entwicklung über die klinischen Phasen bis hin zur kommerziellen Produktion. Wir wachsen an der Seite unserer Kunden und pflegen langfristige Beziehungen.

Wir haben einen starken Wachstumskurs und unser Geschäft ist von Chancen geprägt. Aber auch für uns gibt es Herausforderungen, mit denen wir uns aktiv beschäftigen. Ich werde Ihnen vier Punkte etwas mehr im Detail erläutern.

Ein starker Wachstumskurs bedeutet eine Vielzahl an Projekten. Das oberste Ziel ist, diese Projekte im Zeit- und Budgetplan umzusetzen. Das ist eine enorme Anstrengung für die gesamte Organisation. In erster Linie geht es dabei um Menschen, unsere Mitarbeitenden, die richtigen Projektleiter, die Ingenieure, die Fachkräfte, die später die Anlagen betreiben. Die Mitarbeitenden sind unsere höchste Priorität, und Basis für weiteren Erfolg.

Die zweite große aktuelle Herausforderung ist das Thema Destocking. In den vergangenen Quartalen wurden unser Umsatz und das Ergebnis unseres DCS-Geschäftsbereichs vom sogenannten Destocking-Effekt negativ beeinflusst. Das betrifft die Produktgruppe Fläschchen – ein Verpackungsmittel, das im Zusammenhang mit COVID-19 stark nachgefragt wurde. Destocking beschreibt den Abbau von Lagerbeständen unserer Kunden, die im Zuge der Pandemie aus Angst vor Lieferengpässen über das übliche Maß hinaus ihre Läger aufgestockt haben. Die Lieferzeit stand damals bei mehr als einem Jahr, obwohl sonst ein bis vier Monate üblich sind. Diese Läger werden jetzt abgebaut, was bei uns zu geringerer Nachfrage nach Fläschchen führt. Deswegen haben wir eine Reihe an Maßnahmen eingeleitet, die die Auswirkungen auf unser Finanzergebnis begrenzen.

Wir haben vorhin sehr positiv über die Trends gesprochen. Ich würde Ihnen gerne am Beispiel von GLP-1 erläutern, warum wir trotzdem mit dem Thema sehr sachlich umgehen sollten, und uns nicht zu sehr von den euphorischen Wachstumserwartungen blenden lassen. Zum Beispiel stellt sich die Frage, wie GLP-1-Medikamente später verabreicht werden: In einem Pen mit einer Karpule, in einem Autoinjektor mit einer Spritze? Ginge vielleicht auch eine orale Verabreichung durch eine Tablette anstelle einer Injektion? Wer trägt die Kosten – das Gesundheitswesen oder die Patienten selbst? Das sind alles Fragen, die heute nicht klar sind und die die Marktgröße massiv beeinflussen. Hier müssen wir Entscheidungen treffen, was unsere

Investitionen angeht. Der Markt ist insgesamt sehr positiv für uns. Unsere Aufgabe ist es bei aller Euphorie realistisch zu bleiben.

Und auch beim Klimawandel haben wir noch lange nicht alle Lösungen gefunden. Das ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Ich möchte Ihnen trotzdem an ein paar Beispielen unserer Nachhaltigkeitsinitiativen zeigen, wie wir das Thema adressieren.

Nachhaltigkeit und Unternehmenserfolg sind für uns eng miteinander verbunden. Als Pioniere in der Pharmabranche war es schon immer unsere Motivation, die Lebensqualität der Menschen weiter zu verbessern. Dazu zählen auch soziales und ökologisches Engagement.

Indem wir unsere Kräfte bündeln, können wir einen größeren Beitrag zum Wohl unseres Planeten leisten und Verantwortung übernehmen. Wir bauen unsere Bemühungen deshalb auf die Nachhaltigkeitsstrategie sowie die bereits seit vielen Jahren etablierten Prozesse der SCHOTT AG auf. Wir nutzen bewusst Synergien innerhalb der Organisation, beispielsweise für regulatorische Themen, Zertifizierungsprozesse oder die Umsetzung von EU-Richtlinien.

In diesem Zusammenhang haben wir auch die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen geprüft. Wir haben vier dieser Ziele identifiziert und sind überzeugt, dass wir dort den besten Beitrag leisten können. Mit unserer täglichen Arbeit möchten wir also positiv zur weltweiten Gesundheit und zum Wohlergehen beitragen, Geschlechtergerechtigkeit fördern, verantwortungsvolle Wege für Konsum und Produktion unterstützen und Maßnahmen zum Klimaschutz treffen.

Nachhaltigkeit ist für uns jedoch nicht nur eine ethische Verpflichtung, sondern auch einer unserer Treiber für langfristigen Geschäftserfolg.

Dabei bauen wir auf einem soliden Fundament auf. Zu Beginn des Jahres haben wir unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Natürlich lassen wir uns auch unabhängig testen: Wir wurden durch EcoVadis mit der Goldmedaille ausgezeichnet.

Außerdem haben wir uns der Science Based Targets initiative, kurz SBTi, angeschlossen. Deren unabhängige Prüfung hat bestätigt, dass unsere Ziele dem aktuellen Stand der Klimawissenschaft entsprechen.

Wir arbeiten auch an verschiedenen konkreten Initiativen. Bis 2030 wollen wir klimaneutral in unserer Produktion werden. Dafür haben wir als Teil der SCHOTT Gruppe bereits wichtige Schritte unternommen. Wir haben unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen gegenüber 2019 um 60 % reduziert, im Wesentlichen durch die 100 %-ige Nutzung von grünem Strom.

In unserer Branche sind wir Vorreiter im Bereich der Kreislaufwirtschaft. Wir haben drei große Kunden für Projekte in diesem Bereich gewinnen können. Dabei geht es um nachhaltige Sekundärverpackungen oder die sortenreine Rückführung von Werkstoffen, die eine Wiederverwendung für den gleichen Zweck möglich machen, sogenanntes Closed Loop Recycling.

Außerdem arbeiten wir an unseren ersten nachhaltigen, hochwertigen Produkten aus FIOLAX Pro Glas. Dieses Glas, das von unserer Muttergesellschaft SCHOTT hergestellt wird, wird mit grüner Energie produziert werden und den Carbon Footprint deutlich reduzieren. Schließlich entsteht ein Großteil der CO<sub>2</sub>-Emissionen bei der Herstellung des Glasrohrs. Auf diese Weise reduzieren wir unseren Carbon Footprint in der Lieferkette um etwa 50 %. Dieses Glas soll ab 2026 industriell gefertigt werden.

Um die Sichtbarkeit für Nachhaltigkeit in der Industrie zu stärken, arbeiten wir auch eng mit anderen Partnern zusammen. 2021 haben wir die „Alliance to Zero“ mitgegründet. Diese Initiative fördert Nachhaltigkeit entlang der gesamten pharmazeutischen Wertschöpfungskette. Wir wollen nicht nur unser Unternehmen nachhaltiger gestalten, sondern auch gemeinsam mit anderen an Themen in unserer Branche arbeiten.

Wir sind zuversichtlich, in absehbarer Zeit weitere Fortschritte erzielen zu können, die wir mit Ihnen teilen werden.

Darüber hinaus ist die soziale Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitenden eine wichtige Säule für uns. Die von der Carl-Zeiss-Stiftung, dem Eigentümer von SCHOTT, kurz nach ihrer Gründung im Jahr 1889 etablierten sozialen Standards sind der Ausgangspunkt einer Unternehmenskultur, die Vielfalt, Chancengleichheit und ein gutes Arbeitsklima bis heute in den Mittelpunkt stellt.

Unsere Mitarbeitenden sind das Herz von SCHOTT Pharma. Für uns sind Menschen unterschiedlicher Herkunft und mit vielfältigen Erfahrungen wichtig. Das beweisen bei uns jeden Tag Mitarbeitende aus über 60 Nationen.

Uns ist außerdem wichtig, ein guter Arbeitgeber zu sein. Wir wollen, dass unsere Mitarbeitenden motiviert an unserer gemeinsamen Mission arbeiten. Das geht jedoch nur, wenn sie zufrieden sind. Dazu befragen wir unsere Mitarbeitenden regelmäßig. Wir sind stolz darauf, dass sich 95 % unserer Belegschaft an der letzten Befragung Mitte 2023 beteiligt haben. Wir haben als Employee Commitment Index einen Wert von 85 erreicht. Das ist ungewöhnlich gut, insbesondere wenn man sich vor Augen führt, dass viele unserer Mitarbeitenden im Schichtbetrieb tätig sind.

Geschlechtergerechtigkeit hat ebenfalls Priorität. Denn wir glauben, dass Geschlechtervielfalt in der Unternehmensführung zu besseren Entscheidungen und Ergebnissen führt. Insgesamt haben wir einen Frauenanteil von 40 %. Im Management haben wir bisher eine Quote von 24 %, das wollen wir bis 2030 auf 30 % steigern. In Vorstand und Aufsichtsrat sind wir bereits 50/50 und damit ausgeglichen aufgestellt. Wir denken, dass wir auf einem guten Weg zu einem ausgewogeneren Geschlechterverhältnis in unseren Führungsetagen sind.

Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung sind für uns integraler Bestandteil unserer Strategie und unseres Erfolgs. Wir sind überzeugt, dass nur ein nachhaltiges Unternehmen ein erfolgreiches Unternehmen sein kann.

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

ich möchte meine Ausführungen mit einer kurzen Zusammenfassung und einem herzlichen Dankeschön abschließen. Wir haben heute über ein gutes Jahr von SCHOTT Pharma gesprochen, über unsere strategische Ausrichtung, die Chancen und Herausforderungen in unserem Markt und unsere Verpflichtung zu Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung.

In Summe adressieren wir mit unseren Lösungen die wichtigsten Pharmatrends und sind hervorragend positioniert, um vom Wachstum der Branche zu profitieren. Wir bauen auf vertrauensvolle und langfristige Partnerschaften mit unseren Kunden. Unsere Innovationspipeline ist gut gefüllt, um auch die nächste Generation von Medikamenten sicher aufzubewahren. Gleichzeitig arbeiten wir erfolgreich an der Umsetzung unsere Expansionsprojekte, um die steigende Nachfrage des Markts zu bedienen.

All diese Erfolge und Fortschritte basieren auf dem großen Engagement unseres Teams, wofür ich mich an dieser Stelle noch einmal ganz herzlich bedanken möchte. Das ist eine großartige Leistung und nicht selbstverständlich. Und ich möchte mich natürlich auch bei Ihnen, unseren Aktionärinnen und Aktionären, für Ihr Vertrauen bedanken. Ich hoffe, dass Sie es auch in Zukunft beibehalten werden.

In diesem Sinne übergebe ich wieder an Herrn Goldschmidt.