

Rede zur Hauptversammlung

Merck KGaA | Frankfurt, 28. April 2017



Stefan Oschmann

Vorsitzender der
Geschäftsleitung und
CEO der Merck KGaA



„Wir haben das Geschäftsjahr 2016 mit einem Rekordergebnis abgeschlossen und sind weiter profitabel gewachsen.“

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

sehr geehrte Damen und Herren,

Merck liefert. Wir haben unsere führende Position bei Displaymaterialien in einem harten Wettbewerbsumfeld verteidigt. Die Integration von Sigma-Aldrich übertrifft alle unsere Erwartungen. Und wir haben die erste Zulassung für unser neues Medikament Bavencio erhalten. Sie sehen: Unsere Strategie funktioniert. Unser Unternehmen ist auf einem guten Kurs.

Damit begrüße ich Sie sehr herzlich zur 22. Hauptversammlung von Merck. Ich freue mich, Ihnen heute über ein sehr gutes Geschäftsjahr 2016 zu berichten.

Merck ist ein Wissenschafts- und Technologieunternehmen voller Forscherdrang und Entdeckerfreude. Wissenschaftliche Neugier treibt uns an. Wir sind überzeugt: Technologie kann das Leben von Patienten verbessern und hohen Nutzen für unsere Kunden schaffen. Und wir wissen: Wir stehen gerade erst am Anfang einer rasanten Entwicklung, zu der wir vieles beitragen können.

Doch sprechen wir zunächst – wie es sich für eine Hauptversammlung gehört – über Zahlen. Das Wichtigste vorab: Wir haben das Geschäftsjahr 2016 mit einem Rekordergebnis abgeschlossen und sind weiter profitabel gewachsen. Wir haben alle unsere selbst gesteckten Finanzziele erreicht.

Unser Umsatz stieg um 17 Prozent auf 15 Milliarden Euro. Verantwortlich für diesen außergewöhnlichen Zuwachs war die Akquisition von Sigma-Aldrich. Organisch, also ohne den Effekt dieses Zukaufs, wuchs unser Umsatz um 3,2 Prozent, getragen von allen Regionen. Gegenwind bekamen wir durch negative Währungseffekte. Sie schmälerten unsere Umsätze um 2,6 Prozent.

Das EBITDA vor Sondereinflüssen, unsere wichtigste Ertragskennzahl, stieg um fast 24 Prozent auf 4,5 Milliarden Euro. Der Business Free Cash Flow legte um 20 Prozent auf 3,3 Milliarden Euro zu. Das Konzernergebnis stieg um 46 Prozent auf 1,6 Milliarden Euro.

Dank dieser guten Geschäftsentwicklung konnten wir unsere Verschuldung um mehr als eine Milliarde Euro auf 11,5 Milliarden Euro reduzieren. Diesen Kurs der Entschuldung ver-

folgen wir weiter. Denn er stärkt unseren guten Ruf an den Finanzmärkten. Und er eröffnet uns unternehmerischen Handlungsspielraum.

Für Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, war die Merck-Aktie 2016 einmal mehr eine lohnende Anlage. Ihr Kurs stieg um fast 11 Prozent. Das sind fast vier Prozentpunkte mehr als der DAX und fast sieben Prozentpunkte mehr als der relevante Vergleichsindex für die chemische Industrie. Noch besser fällt der Vergleich mit dem entsprechenden Pharmaindex aus, der letztes Jahr rund 12 Prozent verlor.

Als Aktionärinnen und Aktionäre sollen Sie auch direkt an unserem guten Geschäftsergebnis teilhaben. Wir schlagen Ihnen heute daher eine Erhöhung der Dividende um 15 Cent auf 1,20 Euro vor – die fünfte Anhebung unserer Dividendenzahlung seit 2011.

Sie sehen: Merck steht hervorragend da. Ihrem Unternehmen geht es gut. Das ist vor allem das Verdienst von über 50.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Mit hoher Kompetenz, großer Einsatzfreude und herausragender wissenschaftlicher Neugier entwickeln, produzieren und vertreiben sie Technologien, die einen Unterschied im Leben vieler Menschen machen können. Ihnen allen möchte ich im Namen der Geschäftsleitung sehr herzlich danken.

2016 war ein erfolgreiches Jahr. Das gilt für Merck insgesamt. Es gilt aber auch für jeden unserer drei Unternehmensbereiche. Healthcare, Life Science und Performance Materials haben wichtige Fortschritte gemacht.

Healthcare umfasst insbesondere unser Geschäft mit verschreibungspflichtigen Medikamenten sowie mit rezeptfreien Produkten und Präparaten zur Behandlung von Allergien.

Das Geschäft von Healthcare hat sich 2016 erfreulich entwickelt. Organisch wuchs unser Umsatz um 4,6 Prozent. Vor allem aufgrund der negativen Währungseffekte sanken die Umsatzerlöse jedoch leicht. Das EBITDA vor Sondereinflüssen stieg um 6,3 Prozent auf 2,1 Milliarden Euro.

Unser umsatzstärkstes Produkt ist nach wie vor Rebif zur Behandlung von schubförmigen Formen der Multiplen Sklerose. Rebif steht unter hohem Wettbewerbsdruck durch orale Therapien. Dennoch sank der Umsatz 2016 organisch lediglich um 1,7 Prozent. Wichtigster Markt für Rebif ist Nordamerika mit einem Umsatzanteil von 61 Prozent. Hier haben wir ein organisches Wachstum von 2,1 Prozent erreicht.

Unser, am Umsatz gemessen, zweitstärkstes Produkt ist das Krebsmedikament Erbitux. Organisch legte der Umsatz mit Erbitux 2016 um 1,1 Prozent zu. Im letzten Jahr haben wir uns darauf konzentriert, das Medikament mehr Patienten zur Verfügung zu stellen, vor allem auch in Wachstumsmärkten. Im letzten April konnten wir positive Ergebnisse einer zulassungsrelevanten chinesischen Phase-III-Studie vorlegen. Damit haben wir einen wichtigen Meilenstein erreicht, um weiteren Patienten den Zugang zu Erbitux zu ermöglichen.

Ein weiterer Schwerpunkt von Healthcare ist die Behandlung von Unfruchtbarkeit. Unser wichtigstes Medikament auf diesem Gebiet – und gleichzeitig das drittstärkste Healthcare-Produkt gemessen am Umsatz – ist Gonal-f. Es ist das weltweit führende biotechnologisch hergestellte Hormonpräparat zur Behandlung von Unfruchtbarkeit. Unser organischer Umsatz mit Gonal-f stieg 2016 um außergewöhnliche 12,4 Prozent. Begünstigt wurde dies auch durch den zeitweisen Ausfall von zwei Wettbewerbern in den USA.

Fertilität ist ein besonderes Geschäft. Mit Hilfe unserer Produkte und Technologien sind bisher rund 2,5 Millionen Babys auf die Welt gekommen. Ich denke: Es kann keine schönere Erfolgsbilanz unserer Arbeit geben. Und auch in Zukunft werden wir in diesem Bereich viel zu tun haben. Denn weltweit verlegen Menschen die Familienplanung in spätere Lebensabschnitte. Gerade in Wachstumsmärkten beobachten wir daher eine stetig steigende Nachfrage nach entsprechenden Therapien.

Gleichzeitig wandelt sich der Fertilitätsmarkt. Arzneimittel stehen zunehmend unter Preisdruck. Patienten sind besser informiert. Die Bedeutung von Fertilitätstechnologien steigt. Deshalb haben wir unsere Strategie angepasst.

Wir wollen von einem Weltmarktführer für Medikamente zu einem Partner für die gesamte Fertilitätstherapie werden. Daher erweitern wir unser Angebot. Im letzten Jahr haben wir neue Geräte auf den Markt gebracht. Diese Produkte können wichtige Schritte der Fertilitätsbehandlung verbessern – und damit dazu beitragen, noch mehr Menschen ihren Kinderwunsch zu erfüllen.

Auch Consumer Health, unser Geschäft mit rezeptfreien Produkten, ist 2016 organisch gewachsen – und zwar um 3,4 Prozent. Wichtiger Treiber war unser Vitamin-Präparat Neurobion.

Sie sehen, das Geschäft mit unserem bestehenden Portfolio entwickelt sich organisch sehr solide. Und das ist wichtig. Denn eine gute Geschäftsentwicklung gibt uns den Spiel-

raum, den wir brauchen, um die Weichen für die Zukunft zu stellen.

Für Healthcare haben wir eine klare Strategie formuliert: Wir möchten ein global aufgestellter Anbieter von innovativen Spezialprodukten sein.

Eine solche Strategie ist natürlich maßgebend für unser Portfolio. Am Montag haben wir bekanntgegeben, dass wir unser Biosimilars-Geschäft an Fresenius verkaufen. Der Einstieg in Biosimilars war ein richtiger Schritt, als die Perspektiven unserer Pharmaforschung unklar waren. Biosimilars waren für uns Plan B. Nun haben sich die Rahmenbedingungen geändert. Der Aufbau eines Geschäfts mit Nachahmer-Produkten auf biologischer Basis ist angesichts der guten Fortschritte in unserer Pharmaforschung keine strategische Priorität mehr.

Anbieter von innovativen Spezialprodukten zu sein, das heißt neue Therapien zu entwickeln. Therapien für einen bisher ungedeckten medizinischen Bedarf. In den letzten Jahren haben wir viel Zeit und Energie darauf verwendet, unsere Forschung neu auszurichten. Wir haben klare Schwerpunkte gesetzt: Immunologie, Onkologie und Immunonkologie. Und wir haben rigorose Erfolgskriterien eingeführt, an denen sich alle Forschungs-Projekte messen lassen müssen.

Die harte Arbeit der letzten Jahre trägt nun erste Früchte. Im vergangenen Jahr haben wir zwei neue Wirkstoffe zur Zulassung angemeldet. Cladribin-Tabletten zur Behandlung von Multipler Sklerose in Europa. Und unseren Antikörper Avelumab zur Behandlung des metastasierten Merkelzellkarzinoms – einem seltenen und äußerst aggressiven Hautkrebs – in Europa und in den USA. Im Februar dieses Jahres hat die US-Arzneimittelaufsicht FDA außerdem unseren Zulassungsantrag für Avelumab zur Behandlung von lokal fortgeschrittenem oder metastasiertem Blasenkrebs zur Prioritätsprüfung angenommen.

Am 23. März 2017 war es dann soweit: An diesem Tag haben wir einen Meilenstein in der Geschichte unseres Unternehmens erreicht. Die FDA hat Bavencio für die Behandlung des Merkelzellkarzinoms zugelassen. Bavencio ist der Markenname für unser neues Medikament auf Basis von Avelumab. Für uns ist das eine historische Entscheidung. Nicht nur, weil Bavencio das erste neue Merck-Medikament seit vielen Jahren ist. Sondern vor allem, weil wir damit in den Markt der Immunonkologie eintreten. Keine andere Therapieform in der Krebsmedizin verspricht so viel Potenzial.

Was macht die Immuntherapie so besonders? Bisherige Krebstherapien, also die Operation, die Chemotherapie oder

die Bestrahlung, bekämpfen Tumoren unmittelbar. Bei der Immuntherapie ist das anders. Sie greift den Krebs nicht direkt an. Sie aktiviert das körpereigene Immunsystem für den Kampf gegen den Krebs. Das ist kein neuer Gedanke. Aber erst seit wenigen Jahren sind wir dazu in der Lage. Im Zusammenhang mit Krebs bin ich mit Begriffen wie Revolution oder Durchbruch sehr, sehr vorsichtig. Aber in diesem Fall sind sie angebracht. Denn die Immuntherapie ist ein Durchbruch. Bei einem gewissen Anteil von Patienten wirken die Medikamente über einen langen Zeitraum. Zur Wahrheit gehört allerdings auch: Bei zahlreichen Patienten schlagen auch die neuen Präparate nicht an.

Wir forschen daher weiter, um noch mehr Patienten bessere Therapieoptionen zu bieten. Alleine das JAVELIN-Programm für Avelumab, das wir gemeinsam mit Pfizer betreiben, umfasst 30 laufende klinische Studien mit mehr als 4.000 Patienten in über 15 Tumorindikationen. Neun dieser Studien befinden sich bereits in zulassungsrelevanten Stadien. Und wir arbeiten hart daran, diese für weitere Indikationen zu erreichen.

Unsere Forschung umfasst mehr Gebiete als die Krebsmedizin. Auch in der Immunologie konnten wir Fortschritte machen. Im August haben wir eine Phase-IIa-Studie zur Behandlung von Patienten mit rheumatoider Arthritis mit unserer Prüfsubstanz M2951 gestartet, einem sogenannten BTK-Inhibitor. Seit Dezember erproben wir die gleiche Substanz in einer weiteren Phase-II-Studie zur Behandlung der Lupus-Krankheit, einer seltenen Autoimmunerkrankung. Und vor wenigen Wochen haben wir eine dritte Phase-II-Studie zur Behandlung von Multipler Sklerose gestartet.

Sie sehen, wir arbeiten an zahlreichen Projekten, um das Leben von Patienten zu verbessern. Die jüngste Zulassung von Avelumab für die Behandlung des Merkelzellkarzinoms spornt uns an, unser Entwicklungsprogramm weiter kraftvoll voranzutreiben.

Kommen wir zu Life Science. Dieser Unternehmensbereich bietet Forschern und Biotech-Unternehmen alles was sie brauchen, um Wissenschaft und biotechnologische Produktionsprozesse schneller voranzubringen.

Unser Geschäft ist ausgerichtet an den Bedürfnissen unserer Kunden. Die Geschäftseinheit Research Solutions richtet sich an akademische und pharmazeutische Forschungseinrichtungen. Process Solutions bietet Pharmaunternehmen Produkte und Dienstleistungen für die gesamte Wertschöpfungskette der Arzneimittelherstellung. Und Applied Solutions

bedient klinische und diagnostische Prüflabore sowie Lebensmittelhersteller und die Umweltbranche.

Life Science ist für Merck ein sehr attraktives Geschäft. Der Markt ist rund 100 Milliarden Euro groß und bietet stabile, wiederkehrende Umsätze und Cashflows. Unsere loyale Kundenbasis umfasst mehr als 1 Million Kunden. Ihnen bieten wir mehr als 300.000 Produkte. Unsere Lieferkette ist hocheffizient, Standardprodukte können wir binnen 24 bis 48 Stunden weltweit ausliefern. Unsere E-Commerce-Plattform sigmaaldrich.com zählt zu den führenden Online-Händlern der Welt. Inzwischen sind dort bereits auch fast 80 Prozent der Produkte aus dem ehemaligen Merck-Millipore-Geschäft abrufbar.

Unser Life-Science-Geschäft entwickelt sich prächtig. 2016 stieg der Umsatz, vor allem bedingt durch die Akquisition von Sigma-Aldrich, um 68,6 Prozent auf 5,7 Milliarden Euro. Organisch legte unser Geschäft um 6,3 Prozent zu.

Wesentlicher Treiber war die Geschäftseinheit Process Solutions. Das EBITDA vor Sondereinflüssen erreichte 1,7 Milliarden Euro, 93 Prozent mehr als im Vorjahr.

Life Science soll weiter wachsen. Gemäß unserer Geschäftsstrategie konzentrieren wir uns auf drei Themen.

Erstens wollen wir unser Kerngeschäft in allen drei Geschäftseinheiten vorantreiben. Hierfür arbeiten wir beispielsweise an der Weiterentwicklung unseres Produktportfolios oder der Optimierung unserer Lieferkette.

Zweitens wollen wir die Integration von Sigma-Aldrich vorantreiben. Dabei gilt ein zentraler Grundsatz: Für unsere Kunden soll sich nichts ändern. Es sei denn, dass es für sie besser wird. Heute können wir feststellen: Die Integration verläuft besser als erwartet. Alle entscheidenden Positionen sind besetzt. Die Integrationsteams arbeiten reibungslos. Und das zahlt sich aus. Statt der ursprünglich geplanten 90 Millionen Euro an jährlich wiederkehrenden Kosteneinsparungen hatten wir Ende 2016 bereits 105 Millionen Euro erreicht. Gemeinsam arbeiten wir jedoch nicht nur effizienter – wir machen auch mehr Geschäft. Deshalb sollten die gesamten Synergien aus der Übernahme von Sigma-Aldrich ab dem Jahr 2018 280 statt 260 Millionen Euro pro Jahr erreichen.

Drittens wollen wir neue Wachstumsfelder für Life Science erschließen. Hierzu haben wir sechs strategische Initiativen auf den Weg gebracht.

Eine davon möchte ich Ihnen gerne kurz vorstellen. Wir nennen sie „Single Use“, oder auf Deutsch: Einweglösungen für die biopharmazeutische Produktion. Worum geht es? Für die Herstellung medizinischer Antikörper war bislang ein sehr großer Bioreaktor aus Edelstahl erforderlich. Diese Technologie hat sich gut bewährt. Vielfach sind große Anlagen jedoch nicht mehr erforderlich, weil wir heute viel mehr Antikörper pro Liter produzieren können als noch vor wenigen Jahren. Und außerdem sind sie recht aufwendig zu betreiben – vor allem, wenn Änderungen an der Produktionsanlage vorgenommen werden oder eine Reinigung erforderlich ist. Biopharmazeutische Produktion ist heute in vielen Fällen also einfacher und effizienter möglich – mit unseren Einweglösungen. Der für eine Reinigung erforderliche Zeitaufwand sinkt von bis zu fünf Tagen auf weniger als drei Stunden. Kern des Produkts ist ein austauschbarer Plastikbehälter, in dem der eigentliche Produktionsprozess stattfindet. Oder, wie unsere Kollegen sagen, die komplexeste Plastiktüte der Welt.

Wir sind vom Potenzial dieser Technologie überzeugt. Denn neue Präzisionsmedikamente erfordern effiziente Produktionsverfahren für kleine Losgrößen. Genau das bieten wir.

Zudem können Produktionsanlagen auf Basis von Einweglösungen schnell fast an jedem Ort der Welt eingerichtet werden. Gerade im Fall grassierender Epidemien könnten so lange Lieferketten vermieden werden.

An zukunftsweisenden Technologien arbeitet auch unser Spezialchemikaliengeschäft Performance Materials. Dieser Unternehmensbereich gliedert sich in vier Geschäftseinheiten. Display Materials ist weltweiter Markt- und Technologieführer bei Flüssigkristallen. Integrated Circuit Materials produziert unter anderem Materialien für schnellere Mikrochips. Pigments & Functional Materials konzentriert sich vor allem auf dekorative Effektpigmente. Und Advanced Technologies entwickelt vielversprechende Materialien wie OLED. Oder, um es kurz zu sagen: Performance Materials entwickelt die Materialien für die Technologien der Zukunft.

Unser Umsatz in Performance Materials fiel 2016 um 1,8 Prozent, im Wesentlichen bedingt durch eine rückläufige Nachfrage im Geschäft mit Display-Materialien. Demgegenüber wuchsen die organischen Umsätze in Integrated Circuit Materials, in Pigments & Functional Materials und in Advanced Technologies. Zusammengenommen sind diese drei Geschäftseinheiten mittlerweile fast so groß wie unser Geschäft mit Display-Materialien. Insgesamt betrachtet erreichte Performance Materials ein EBITDA vor Sondereinflüssen von 1,1 Milliarden Euro.

Wir arbeiten daran, unsere Markt- und Technologieführerschaft bei Flüssigkristallen nachhaltig zu sichern und wieder zu wachsen. Dafür entwickeln wir neue Technologien. Ein Beispiel ist unsere SA-VA-Technologie für großflächige Displays. Sie ist umweltfreundlich, ressourcenschonend und effizient. Und sie wird voraussichtlich noch in diesem Jahr auf den Markt kommen. Außerdem erschließen wir mit unserem Programm LC2021 neue Anwendungsbereiche für Flüssigkristall-Materialien – zum Beispiel Flüssigkristall-Fenster, die einfallendes Licht regulieren oder auf Knopfdruck undurchsichtig werden. Zurzeit investieren wir 15 Millionen Euro in den Aufbau einer neuen Produktionsanlage für Flüssigkristallfenster-Module in Veldhoven in den Niederlanden.

Flüssigkristalle sind und bleiben ein Eckpfeiler unseres Geschäfts. Aber wir investieren auch in neue, potenzialstarke Technologien. Zum Beispiel in organische Leuchtdioden, oder kurz: OLED. OLEDs bieten ganz neue Möglichkeiten für Displays und Beleuchtung. Im Gegensatz zu herkömmlichen Lampen, die Licht durch Glühfäden oder Gasentladung erzeugen, bestehen OLEDs aus flächigen, sehr dünnen organischen Schichten. Diese Schichten werden auf Glas- oder Kunststoff aufgebracht, sie sind flexibel und leuchten als einheitliche Fläche. Damit eröffnen sich ganz neue Möglichkeiten, zum Beispiel leuchtende Tapeten oder biegbare Displays. Für uns steht fest: Wir möchten der führende Anbieter von OLED-Materialien werden. Die Eröffnung unserer neuen Produktionsanlage in Darmstadt im September war ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu diesem Ziel.

Performance Materials entwickelt die Materialien für die Technologien der Zukunft. Lassen Sie mich Ihnen ein weiteres Beispiel dafür geben, was das konkret heißt. Darf ich vorstellen: das Merck Concept Car.

Verstehen Sie mich nicht falsch, wir steigen nicht in den Automobilbau ein. Wir haben das Concept Car entwickelt um zu zeigen, welche Merck-Technologien im Auto der Zukunft stecken können. Zum Beispiel Flüssigkristall-Antennen mit besonders hoher Datenübertragungsrate – eine Grundvoraussetzung für autonomes Fahren. Oder Materialien für Chips und intelligente Sensoren. Oder OLED-Materialien, die Oberflächen auf eine Wischgeste hin in brillante Displays verwandeln. Oder organische Solarzellen auf dem Dach, die die Energieversorgung unterstützen. Die Automobiltechnologie entwickelt sich zurzeit rasant. Rund um die Welt arbeiten Wissenschaftler und Ingenieure daran, Mobilität sicherer, effizienter und umweltfreundlicher zu machen. Und wir arbeiten an den Materialien, um diese Ideen und Ansätze Wirklichkeit werden zu lassen. Am besten erleben Sie unser

Concept Car selbst. In der Ausstellung können Sie per Virtual-Reality-Brille direkt einsteigen.

geschäftlich war 2016 ein erfolgreiches Jahr für Merck. Wir haben ein Rekordergebnis erzielt und neue Technologien auf den Markt gebracht.

Aber wir achten nicht nur auf die unmittelbaren Belange unseres Geschäfts. Denn aus fast 350 Jahren Unternehmensgeschichte wissen wir: Nachhaltiger geschäftlicher Erfolg beruht immer auf verantwortlichem Handeln. Wir engagieren uns daher für gesellschaftliche Belange in drei Kernfeldern: Gesundheit, Umwelt sowie Bildung und Kultur.

Ein Schwerpunkt unseres Engagements im Bereich Gesundheit ist der Kampf gegen Bilharziose. Das ist eine tückische Wurmkrankheit, an der weltweit rund 260 Millionen Menschen leiden. Seit 2007 spenden wir der Weltgesundheitsorganisation Tabletten mit dem Wirkstoff Praziquantel zur Behandlung der Krankheit. Im letzten Oktober haben wir die 500-millionste Tablette übergeben. Damit konnten bisher 100 Millionen Patienten behandelt werden, vor allem Schulkinder. Und vor zehn Tagen haben wir eine Kooperation mit dem Australian Institute of Tropical Health and Medicine und dem Baylor College of Medicine in den USA vereinbart. Gemeinsam wollen wir neue Diagnostika entwickeln, um behandlungsbedürftige Bilharziose-Patienten besser identifizieren zu können.

Auf unser Engagement in Sachen Gesundheit sind wir stolz – auch, weil es von unabhängiger Seite gewürdigt wird. Zum Beispiel von der „Access to Medicine Foundation“.

In ihrem neuesten Index, der misst, in welchem Ausmaß sich Pharmaunternehmen für eine Verbesserung des weltweiten Zugangs von Menschen zu Arzneimitteln engagieren, erreichen wir den vierten Platz – zwei Plätze besser als bei der letzten Erhebung 2014. Ausführlichere Informationen zu unserem gesellschaftlichen Engagement finden Sie in unserem neuen CR-Bericht, den wir heute veröffentlicht haben.

Kommen wir zum Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr. Wirtschaftliche Prognosen sind naturgemäß immer mit Unsicherheit behaftet – und das gilt ganz besonders für das Jahr 2017. In Washington ist der Kurs der neuen Regierung noch unklar. In Frankreich entscheiden die Wählerinnen und Wähler in wenigen Tagen über ihren neuen Präsidenten – gegebenenfalls mit erheblichen Auswirkungen für die Zukunft der Europäischen Union. Und in vielen Ländern sehen wir Bestrebungen, neue Handelsschranken zu errichten.

Auch in Deutschland stand Freihandel in den letzten Jahren immer wieder in der Kritik. All das bereitet mir große Sorge. Der Glaube, dass Einschränkungen des Handels wirtschaftlichen Wohlstand wahren oder gar schaffen, ist ein gefährliches Trugbild unserer Zeit. Unsere Welt, unsere Volkswirtschaften, unsere Wertschöpfungsketten sind viel zu verflochten. Ein gutes Beispiel sind unsere Flüssigkristalle. Wenn ein Kunde in Brasilien zum ersten Mal sein neues Smartphone einschaltet, haben die Display-Materialien schon eine Weltreise hinter sich.

Denn auf diesem Gebiet forschen und entwickeln wir vor allem in Darmstadt. Hier produzieren wir auch die chemischen Einzelsubstanzen. Die spezifischen Materialmischungen für unsere Kunden stellen wir dann in Asien her. Hier werden dann auch die Displays und die entsprechenden Geräte produziert bevor sie in alle Welt versandt werden. Was würden neue Handelsschranken für diese und viele weitere Wertschöpfungsketten bedeuten? Was würden sie heißen für die betroffenen Unternehmen und damit, letztendlich, für die betroffenen Menschen?

Wer Mauern errichtet und Zölle verhängt, mag kurzfristig Gewinne realisieren. Langfristig erreicht er genau das Gegenteil. Wir brauchen offene Märkte. Denn freier Handel und internationale Arbeitsteilung ermöglichen Wachstum. Und Wachstum ist essentiell, gerade in Zeiten politischer Unsicherheit.

Was heißt all das für Merck? Zunächst einmal: Merck ist gut aufgestellt. Die Chancen und Risiken unseres Geschäftsportfolios sind ausgewogen. Unsere Umsätze erzielen wir zu ähnlichen Anteilen in allen wichtigen Wirtschaftsregionen dieser Welt. Und wir arbeiten an zukunftssträchtigen Technologien. Wir können daher zuversichtlich in die Zukunft blicken.

Ich gebe Ihnen heute einen qualitativen Ausblick auf das laufende Jahr. Konkrete Prognosen werden wir mit den Zahlen für das erste Quartal am 18. Mai veröffentlichen.

Wir erwarten 2017 ein leichtes bis moderates organisches Umsatzwachstum. Aus Fremdwährungen rechnen wir mit keinen merklichen Einflüssen auf unsere Umsätze. Das EBITDA vor Sondereinflüssen sollte sich auf dem Niveau des Jahres 2016 bewegen.

Unsere geschäftlichen Prioritäten sind klar. In Healthcare werden wir die Entwicklung neuer Medikamente vorantreiben. Die Zulassung von Avelumab für die Behandlung des Merkelzellkarzinoms in den USA war ein wichtiger erster

Durchbruch. In diesem Jahr rechnen wir mit weiteren Entscheidungen in den USA und in Europa. Aber wir wissen auch: Das volle Potenzial unseres Forschungs- und Entwicklungsprogramms werden wir erst in den kommenden Jahren heben können. Daher werden wir erheblich in die Weiterentwicklung unserer Projekte investieren. Und wir sind überzeugt: Diese Investitionen werden sich in den kommenden Jahren auszahlen.

In Life Science konzentrieren wir uns auf unsere Drei-Säulen-Strategie: das bestehende Geschäft weiter ausbauen, die Integration von Sigma-Aldrich fortsetzen und neue Wachstumfelder erschließen. Vor allem die reibungslose Integration von Sigma-Aldrich hat für uns höchste Priorität.

Hier liegt noch viel Arbeit vor uns, zum Beispiel bei der Harmonisierung unserer IT-Plattform.

In Performance Materials wollen wir unsere Markt- und Technologieführerschaft bei Display-Materialien verteidigen. Die Ende 2016 hin sichtbare Erholung im Displaymarkt sollte sich positiv auf das Geschäft mit Flüssigkristallen auswirken. Allerdings wissen wir, dass unsere Marktanteile in den vergangenen Jahren sehr hoch waren. Eine weitere Normalisierung können wir derzeit nicht ausschließen. Wir werden daher in allen vier Geschäftseinheiten neue Technologien, wie zum Beispiel OLED, vorantreiben.

Merck ist und bleibt ein Unternehmen voller Forscherdrang und Entdeckerfreude. Wir stellen uns den größten wissenschaftlichen Herausforderungen in Healthcare, Life Science und Performance Materials. Und das heißt: Wir treiben digitale Technologien in allen unseren Geschäften voran.

Denn der digitale Wandel verändert die Anforderungen unserer Kunden. Ganz egal ob Wissenschaftler oder Industriekunde – sie alle werden den Komfort und den Nutzen, den sie von digitalen Produkten und Dienstleistungen aus ihrem privaten Umfeld kennen, auch von uns einfordern. Gleichzeitig ändert sich auch unsere Wettbewerbssituation. Die Zahl unserer Konkurrenten steigt.

Natürlich messen wir uns weiterhin mit den großen Anbietern unserer Branchen. Aber das reicht nicht mehr. Junge, agile Startups und die Hightech-Unternehmen aus anderen Branchen sind heute ebenfalls ernstzunehmende Wettbewerber.

Zudem ist die Geschwindigkeit der Veränderung viel höher. Wir sind es gewohnt, in linearen Maßstäben zu denken.

Linear, das heißt, Veränderungen vollziehen sich in stetigem, kalkulierbarem Tempo. Das stimmt heute aber nicht mehr. Neue Technologien entwickeln sich rasant. Was sich bewährt, setzt sich binnen kürzester Zeit am Markt durch.

Gute Produkte herzustellen genügt in einem digitalen Umfeld nicht mehr. Die begleitende Software und Dienstleistungen sind mindestens genauso wichtig. Denn sie ermöglichen Zugriff auf Daten. Und darauf kommt es an. Daten sind das Öl der digitalen Wirtschaft. Sie ermöglichen ein tieferes Verständnis von Kundenbedürfnissen. Sie sind die Basis für die Verbesserung bestehender und für die Entwicklung neuer Geschäfte.

Und genau das wollen wir erreichen. Der digitale Wandel ist für uns eine große Chance: um unsere Produkte und Dienstleistungen zu verbessern, unsere Prozesse effizienter zu gestalten und neue Geschäftsmodelle zu etablieren.

Ein Beispiel sind die Entwicklungs-Prozesse unserer Krebsforschung. Dass manche Patienten auf Immuntherapien ansprechen, andere aber nicht, habe ich bereits erwähnt. Warum das so ist, wissen wir nicht.

Dafür müssen wir die Wechselwirkungen zwischen dem Immunsystem des jeweiligen Patienten und seinem Tumor verstehen. Das ist ein extrem komplexes Problem. Wir müssen riesige Mengen an Daten auswerten. Deshalb bauen wir eine leistungsfähige Daten- und Analyseplattform auf. Das ist essentiell, um neue Therapien zu entwickeln, die noch mehr Menschen helfen.

Wir arbeiten in allen unseren Unternehmensbereichen an neuen digitalen Technologien. Aber wir wissen auch: Der digitale Wandel bringt mehr als nur technische Veränderungen mit sich. Wir müssen auch unsere Arbeitsweise anpassen. Wir brauchen eine bessere Zusammenarbeit über Organisationsgrenzen hinweg. Denn vielversprechende Ideen dürfen nicht an Konzernstrukturen scheitern. Wissenschaftliche Neugier und Forscherdrang brauchen manchmal Freiraum, in dem sie sich entfalten können. Genau darum geht es in unserem Innovationszentrum. Es ist unsere sprichwörtliche „Garage“, in der Mitarbeiter und externe Startups ihre Ideen verwirklichen können.

Zum Beispiel die Idee von Brian Gitta. Brian stammt aus Kampala in Uganda. Als Student hatte er plötzlich Anzeichen von Malaria. Malaria, die früh erkannt wird, kann medikamentös behandelt werden. Genau hier liegt aber auch das Problem: Denn die dafür erforderlichen Instrumente sind in

den ländlichen Gebieten Afrikas oftmals nicht vorhanden. Brian machte sich auf die Suche nach Alternativen.

Seine Neugier war entfacht. Und er entwickelte eine Idee: Malaria-Infektionen mit Hilfe von Licht nachzuweisen. Zusammen mit einigen Kommilitonen entwickelte Brian eine Fingerklemme, deren Infrarotsensoren die roten Blutkörperchen auf Malaria-Erreger scannen. Die Diagnose erscheint binnen weniger Minuten auf dem Display des Smartphones. Diese Methode ist deutlich schneller, günstiger und leichter zugänglich als das bisherige Verfahren. Brian und sein Team erkannten das Potenzial dieser Technologie. Sie gaben der Fingerklemme den Namen „Matibabu“ – Krankenstation auf Suaheli. Und sie gründeten das Startup „thinkIT“. Im letzten Jahr nahmen sie am Accelerator-Programm in unserem Innovationszentrum teil. Gemeinsam mit Merck-Experten verfeinerten sie ihre Technologie und arbeiteten an ihrem Geschäftsmodell.

Durch die Zusammenarbeit mit Startups wie thinkIT lernen wir extrem viel. Eine steile Lernkurve ist wichtig. Aber wir wollen nicht nur lernen. Wir wollen auch wirtschaftlich von aufstrebenden Technologieunternehmen profitieren. Deshalb haben wir im vergangenen Jahr das Volumen unseres bisherigen Biopharma Ventures Fund von 150 auf 300 Millionen verdoppelt. Und wir haben das Investitionsspektrum ausgeweitet. Der neue Merck Ventures Fund investiert nun in junge Unternehmen aus unseren Geschäftsfeldern Healthcare, Life Science und Performance Materials – sowie in weitere, vielversprechende Technologiefirmen.

Im kommenden Jahr feiern wir den 350. Geburtstag unseres Unternehmens. Aus einer Apotheke in Darmstadt entwickelte sich über dreieinhalb Jahrhunderte ein Wissenschafts- und Technologieunternehmen mit mehr als 50.000 Mitarbeitern in 66 Ländern. Das ist eine herausragende unternehmerische Erfolgsgeschichte der Familie Merck. Sie ist das Ergebnis von großem Forscherdrang und ausgeprägter Entdeckungsfreude. Heute verfügen wir über technologische Möglichkeiten, von denen wir noch vor wenigen Jahren nicht zu träumen wagten. Ob Präzisionsmedizin, Genomeditierung oder OLED – wir stehen am Anfang einer rasanten technologischen Entwicklung, deren Potenzial wir noch gar nicht absehen können. Eines weiß ich jedoch: Wissenschaftliche Neugier bleibt unser Antrieb. Wir bei Merck gestalten viele Technologien mit. Wir treiben den Wandel voran. Ich würde mich freuen, wenn Sie uns dabei weiter als Aktionäre begleiten.