

PharmaSGP: Produktportfolio in H1 2021 weiter ausgebaut und Internationalisierung vorangetrieben

- Konzernumsatz (26,4 Mio. EUR) und bereinigtes EBITDA (6,5 Mio. EUR) geprägt von einem von Covid-19 belasteten Gesamtmarkt
- Sichtbare Verbesserung im zweiten Quartal trotz weiterhin schwierigem Marktumfeld; Markterholung im zweiten Halbjahr erwartet
- Akquisition von Baldriparan[®], Formigran[®], Spalt[®] und Kamol[®] erweitert das Produktportfolio, eröffnet neue Therapiegebiete und erschließt fünf neue europäische Märkte
- Prognose für das Gesamtjahr wurde am 15. September 2021 infolge der Akquisition erhöht: Umsatz zwischen 60 und 65 Mio. EUR, bereinigte EBITDA-Marge von 27-31 %

Gräfelfing, 16. September 2021 – Auf Halbjahressicht bleibt das Ergebnis der PharmaSGP noch geprägt durch die Covid-19 Pandemie, insbesondere durch flächendeckende Lockdowns bis ins zweite Quartal hinein. Im zweiten Quartal 2021 konnte die PharmaSGP ihren Umsatz gegenüber dem ersten Quartal 2021 jedoch wieder um 14,0 % steigern. Für das zweite Halbjahr rechnet die PharmaSGP mit einer Erholung der OTC-Märkte.

Der Umsatz der PharmaSGP war auf das gesamte erste Halbjahr gesehen noch negativ beeinflusst und sank um 21,8 % auf 26,4 Mio. EUR (Vorjahr: 33,8 Mio. EUR). Vom ersten auf das zweite Quartal zeigte sich aber eine sichtbare Steigerung um 14,0 %. Der Umsatz in der strategisch wichtigen Kategorie „Health Brands“ reduzierte sich entlang der Gesamtmarktentwicklung um 15,8 % auf 24,1 Mio. EUR (Vorjahr: 28,6 Mio. EUR). In der von der Pandemie stark beeinträchtigten Kategorie „Beauty Brands“ ging der Umsatz im ersten Halbjahr erwartungsgemäß um 54,8 % auf 2,3 Mio. EUR zurück (Vorjahr: 5,2 Mio. EUR). Das um Einmalkosten und Sondereffekte bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (bereinigtes EBITDA) belief sich als Folge der Umsatzentwicklung auf 6,5 Mio. EUR (Vorjahr: 10,9 Mio. EUR). Dies entspricht einer bereinigten EBITDA-Marge gemessen am Umsatz von 24,6 % (Vorjahr: 32,1 %). Das unbereinigte EBITDA belief sich auf 5,9 Mio. EUR.

„Flächendeckende Lockdowns haben unsere Zielmärkte stark getroffen, was unter anderem zu weniger Frequenz in den Apotheken führte“, erläutert CEO Natalie Weigand. Für das zweite Halbjahr und die weitere Zukunft sieht sie deutliche Wachstumschancen: „Wir haben die schwierige Zeit genutzt und unsere Plattform durch den Kauf eines Produktportfolios mit vier ikonischen Marken strategisch erweitert. Mit Baldriparan[®], Formigran[®], Spalt[®] und Kamol[®] haben wir vier sehr bekannte und beliebte Marken in unsere Plattform aufgenommen. Dadurch konnten wir unsere „Health Brands“ Kategorie weiter ausbauen und um neue therapeutische Gebiete erweitern: Mit Formigran[®], Spalt[®] und Kamol[®] bedienen wir die wichtige „Schmerz“ Kategorie. Mit Baldriparan[®] haben wir die Nummer 1 für natürliche Schlafmittel in Deutschland erworben.“

„Außerdem konnten wir durch den Zukauf fünf neue Märkte im europäischen Ausland erschließen,“ ergänzt Michael Rudolf, CFO der PharmaSGP. „Mit der Schweiz, Ungarn, Polen, Tschechien und der Slowakei sind wir nun in insgesamt elf Ländern tätig und konnten unsere Internationalisierung vorantreiben. Durch unsere Plattform haben wir die Möglichkeit, das Potenzial der Produkte optimal zu nutzen. Aufgrund unseres effektiven D2C-Marketings können wir den Umsatz steigern und durch die Integration in unser effizientes Geschäftsmodell Kostenoptimierungen erzielen.“

Wesentlicher Faktor für die Gesamtentwicklung 2021 der PharmaSGP ist der weitere Verlauf der Covid-19-Pandemie. Es wird davon ausgegangen, dass es in der zweiten Jahreshälfte 2021 keine erneuten negativen Auswirkungen auf die für die PharmaSGP relevanten OTC-Märkte in Europa gibt. Aufgrund der Erweiterung des Produktportfolios hat der Vorstand die Prognose für das Geschäftsjahr 2021 am 15.09.2021 erhöht. Für das Geschäftsjahr 2021 erwartet der Vorstand nun einen Umsatz zwischen 60 Mio. und 65 Mio. EUR. Für die bereinigte EBITDA-Marge wird im Vergleich zum Geschäftsjahr 2020 ein Anstieg auf 27 % bis 31 % erwartet. Weitere mögliche Übernahmen sind in der Prognose nicht berücksichtigt.

Den vollständigen Halbjahresfinanzbericht 2021 wird die PharmaSGP am 30. September 2021 auf der Unternehmenswebsite unter ir.pharmasgp.com im Bereich „Veröffentlichungen“ zur Verfügung stellen.

ÜBERSICHT VORLÄUFIGE ZAHLEN IM JAHRESVERGLEICH

Konzernkennzahlen (in Mio. EUR)	H1 2021	H1 2020	Δ
Umsatz	26,4	33,8	-21,8%
EBITDA bereinigt	6,5	10,9	-40,2%
EBITDA unbereinigt	5,9	9,7	-39,1%
EBITDA-Marge bereinigt	24,6%	32,1%	
EBITDA-Marge unbereinigt	22,4%	28,8%	

Umsatz nach Regionen (in Mio. EUR)	H1 2021	H1 2020	Δ
Deutschland	17,9	24,6	-27,3%
Italien	3,6	4,1	-12,1%
Österreich	3,5	3,1	+13,2%
Sonstiges europäisches Ausland	1,5	2,1	-28,3%

Umsatzanteil nach Regionen	H1 2021	H1 2020	Δ
Deutschland	67,6%	72,7%	
Italien	13,6%	12,1%	
Österreich	13,2%	9,1%	
Sonstiges europäisches Ausland	5,6%	6,1%	

Umsatz nach Produktkategorien (in Mio. EUR)	H1 2021	H1 2020	Δ
Health Brands	24,1	28,6	-15,8%
Beauty Brands	2,3	5,2	-54,8%

KONTAKT

cometis AG
Claudius Krause
Telefon: +49-611-20585528
E-Mail: ir@pharmasgp.com

ÜBER DIE PHARMASGP HOLDING SE

PharmaSGP ist ein führendes Consumer-Health-Unternehmen mit einem diversifizierten Portfolio von nicht verschreibungspflichtigen Arzneimitteln (over-the-counter „OTC“) und anderen Gesundheitsprodukten, die mit Fokus auf den Vertriebskanal Apotheke vermarktet werden. Die Arzneimittel des Unternehmens basieren mehrheitlich auf natürlichen pharmazeutischen Wirkstoffen mit dokumentierter Wirksamkeit und wenig bekannten Nebenwirkungen.

Die Kernmarken des Unternehmens decken chronische Indikationen ab, darunter rheumatische Schmerzen und Nervenschmerzen sowie andere altersbedingte Leiden. In Deutschland ist PharmaSGP mit den Markenfamilien RubaXX® bei rheumatischen Schmerzen und Restaxil® bei neuralgischen Schmerzen (auch: Nervenschmerzen) Marktführer für systemische, chemiefreie Schmerzmittel. Darüber hinaus bietet PharmaSGP führende Produkte gegen sexuelle Schwäche und Schwindelbeschwerden an. Seit der Einführung des ersten Produkts aus dem aktuellen Produktportfolio im Jahr 2012 hat PharmaSGP ihr Geschäftsmodell erfolgreich in anderen europäischen Ländern, darunter Österreich, Italien, Belgien, Spanien und Frankreich, etabliert. Im September 2021 wurde das Produktportfolio um die Marken Baldriparan®, Formigran®, Spalt® und Kamol® erweitert und damit die Indikationsbereiche Schmerzen und Schlafstörungen weiter ausgebaut bzw. erschlossen. Das Vertriebsgebiet wurde um die Schweiz sowie Osteuropa erweitert.

PharmaSGP erwirtschaftete im Jahr 2020 einen Umsatz von 63,2 Millionen Euro bei einer bereinigten EBITDA-Marge von 26,9%.

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