



Live better. Feel better. Look better.

Merz Healthcare bleibt trotz Corona-Pandemie im Geschäftsjahr 2019/20 in der Gewinnzone

- Operativer Konzerngewinn des Frankfurter Familienunternehmens beträgt 38,8 Millionen Euro
- Partnerschaft mit Gwyneth Paltrow und Einstieg bei Startup Brooklyn Soap Company
- Investitionen in die neue Organisationsstruktur machen sich in Corona-Zeiten bezahlt: Fokus auf Kunden-Bedürfnisse hat sich bewährt

Frankfurt – 17. Dezember 2020 – Merz Healthcare, ein Unternehmen der Merz-Gruppe, ist ein weltweit tätiges, diversifiziertes Unternehmen mit den eigenständig agierenden Geschäftsbereichen Merz Aesthetics, Merz Therapeutics und Merz Consumer Care.

Merz Healthcare erzielte im Geschäftsjahr 2019/20, das am 30.6.2020 endete, einen Konzernumsatz von 981,5 Mio EUR, was gegenüber dem Vorjahreswert einem Rückgang von 10,3 Prozent entspricht.

Der operative Gewinn des zurückliegenden Geschäftsjahres beträgt 38,8 Mio EUR. Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr war direkte Folge der Corona-Krise, die im zweiten Quartal 2020 zur Ergebnisminderung eines bis dahin hervorragend angelaufenen Geschäftsjahres beigetragen hat.

Das Eigenkapital der Merz Healthcare ist gegenüber dem Vorjahr moderat auf 1.717,9 Mio EUR angestiegen, die kurzfristigen Verbindlichkeiten des Unternehmens wurden im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 85,7 Mio EUR abgebaut. Zudem hat Merz Healthcare im Geschäftsjahr 2019/20 einen Geldzufluss aus operativer Tätigkeit vor Ertragssteuerzahlungen von 75,5 Mio EUR erwirtschaftet.

„Im vergangenen Geschäftsjahr hat sich Merz organisatorisch neu aufgestellt und war so in der Corona-Krise gut gewappnet“, sagt Philip Burchard, Chief Executive Officer und seit November 2019 auch Vorsitzender des Gesellschafterrats der Merz Healthcare Gruppe.

Merz Healthcare hat drei eigenständig am Markt agierende Geschäfte geschaffen mit dem Ziel, ihre führenden Positionen in ihren jeweiligen Märkten weiter zu festigen und ihre Expansion zu beschleunigen. „Mit dieser neuen Struktur können wir uns besser auf die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse einstellen. Ihre erste und sehr ernste Bewährungsprobe ist die Corona-Krise, bislang hat Merz diese Herausforderung erfolgreich bestanden. Zugleich hat die Corona-Krise auch die Digitalisierung in allen Bereichen weiter vorangetrieben, wovon unsere Kunden und Mitarbeiter deutlich profitieren“, sagt Philip Burchard.

Neue Partnerschaften und Investitionen

Nach der erfolgreichen Neuorganisation investiert Merz weiter. So hat Merz Aesthetics im September 2020 eine Partnerschaft mit der Oscar- und Emmy preisgekrönten Schauspielerinnen, Autorin und Unternehmerin Gwyneth Paltrow bekanntgegeben. Sie wird als globale Markenbotschafterin das Unternehmen vertreten. Beide eint die Philosophie, dass Frauen ermutigt werden sollen, sich Zeit für sich selbst zu nehmen und eigene Entscheidungen zu treffen, wie sie am besten aussehen und sich am besten fühlen wollen.



Live better. Feel better. Look better.

Im September ist Merz eine Beteiligung an dem Hamburger Start-up Unternehmen Brooklyn Soap Company eingegangen, das innovative Produkte im Bereich der Männer-Pflege vertreibt. Der Bereich Merz Consumer Care vergrößert damit seine Präsenz im Massmarket. In den vergangenen acht Jahren ist Merz Consumer Care stark gewachsen und gehört in vielen OTC-/Beauty-Segmenten zu den Marktführern im Massmarket in der DACH-Region. Mit dem Einstieg in die Brooklyn Soap Company investiert Merz Consumer Care erstmalig in ein anderes Unternehmen.

Ausblick

Auch im laufenden Geschäftsjahr hat sich Merz Healthcare viel vorgenommen: Neben einer Rückkehr zu überdurchschnittlichen Wachstumsraten werden Projekte zu Produktinnovationen in allen Geschäftsbereichen weiterverfolgt. Außerdem tätigt Merz eine erhebliche Investition an seinem Standort in Dessau. Die Produktionskapazitäten werden dort erweitert, um auch in Zukunft die Marktnachfrage zu bedienen.

Über Merz

Merz Healthcare ist Teil der Merz-Gruppe und ein weltweit agierendes, diversifiziertes Unternehmen mit Sitz in Frankfurt am Main mit den Bereichen Merz Aesthetics, Merz Therapeutics und Merz Consumer Care. Das seit 112 Jahren in Familienbesitz befindliche Unternehmen zeichnet sich durch Innovationskraft, eine langfristige Perspektive und der Fokus auf profitablen Wachstum aus. Im Geschäftsjahr 2019/20 (30. Juni) erzielte Merz einen Umsatz von 981,5 Mio EUR. Das Unternehmen beschäftigt 3.212 Mitarbeiter in 28 Ländern weltweit. Weitere Informationen finden Sie unter: www.merz.com

Copyright © 2020 Merz Pharma GmbH & Co. KGaA. Alle Rechte vorbehalten. MERZ, MERZ AESTHETICS und das MERZ-Logo sind eingetragene Markenzeichen der Merz Pharma GmbH & Co. KGaA.

Medienkontakt

Merz Pharma GmbH & Co. KGaA
Head of Communications
Karolina Dzeko-Balke
Telefon: +49 69 1503 2749
E-Mail: karolina.dzeko-balke@merz.de