

Der Spezialist

MEDIOS | A1MMCC Personalisierte Medizin ist eines der großen Themen in der Gesundheitsbranche. Die Geschäfte laufen – insbesondere bei der Berliner Medios AG.



von MARION SCHLEGEL

m.schlegel@deraktionaeer.de
[@aktionaeer](https://twitter.com/aktionaeer)

Personalisierte Medizin – für jeden Einzelnen die passende individuelle Therapie – gilt als einer der großen Hoffnungsträger in der Behandlung von Volkskrankheiten wie beispielsweise Krebs. Von diesem großen Zukunftstrend dürfte auch ein in Deutschland ansässiges Unternehmen enorm profitieren.

2 starke Säulen plus 1

Die in Berlin ansässige Medios AG gliedert sich in die drei Bereiche Medios Pharma, Medios Manufaktur und Medios Digital. Während Medios Pharma sich dem Großhandel von Specialty-Pharma-Arzneimitteln verschrieben hat, stellt Medios Manufaktur patientenindividuelle Infusionslösungen her. **„Gemeinsam decken beide Unternehmen drei der wichtigsten Elemente in der Versorgungskette im Specialty-Pharma-Bereich ab – die Herstellung, den Handel und die Lieferung an die Apotheken.** Dieser ganzheitliche Lösungsansatz, die hohe Spezialisierung und die langjährige Erfahrung verschaffen uns einen deutlichen Wettbewerbsvorteil“, so der Finanzvorstand der Medios AG, Matthias Gärtner. Darüber hinaus macht sich die Gesellschaft mit der neuen Tochter Medios Digital für die Zukunft fit. Ihr Ziel ist es, die IT-Aktivitäten der Medios Gruppe zu bündeln und eine digitale Plattform zu entwickeln, welche die Akteure der Specialty-Pharma-Branche für den Handel nutzen können und die Kunden enger an Medios bindet.

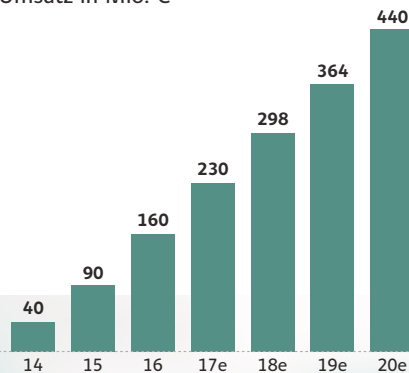
Prognose erhöht

Und die Geschäfte von Medios laufen bestens. **Nach einem erfolgreichen ersten Halbjahr haben die Berliner ihre Prognose für das Gesamtjahr angehoben.** Der Umsatzausblick wurde von rund 200 auf 230 Millionen Euro erhöht. Die Prognose für das EBT wurde leicht auf eine Zielspanne von 7,0 bis 7,5 Millio-



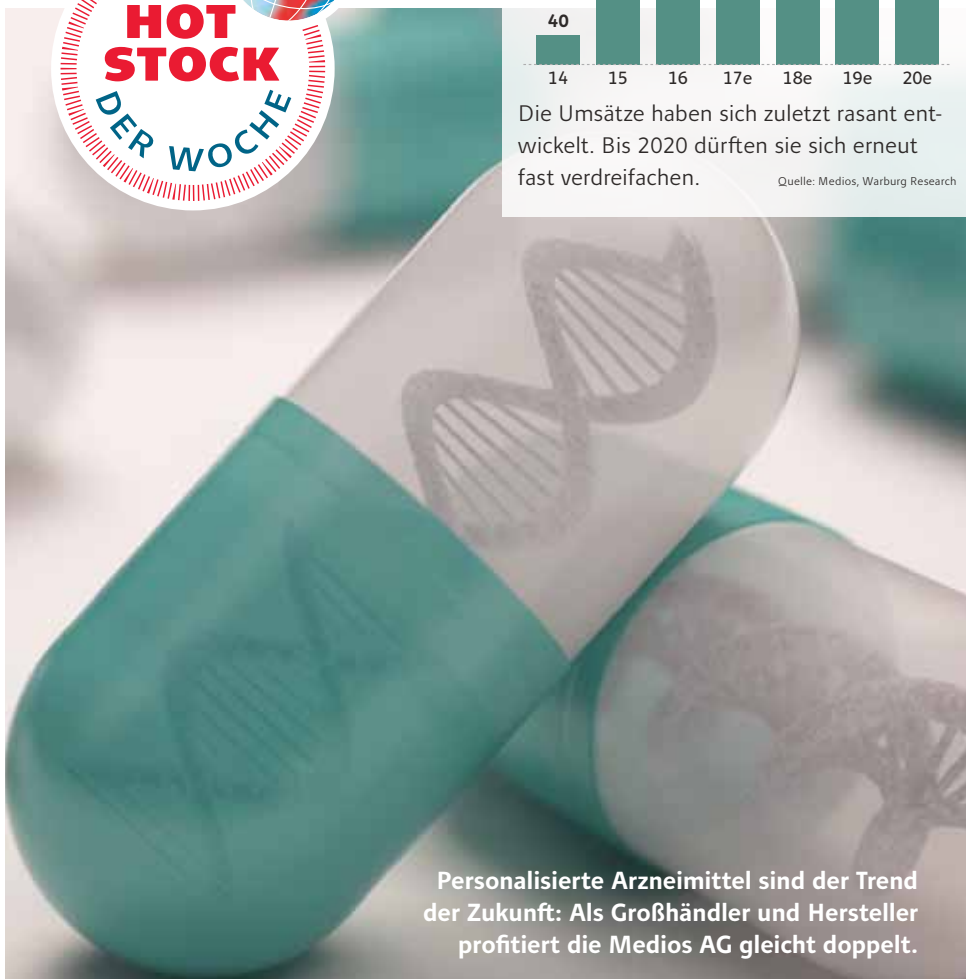
Starkes Wachstum

Umsatz in Mio. €



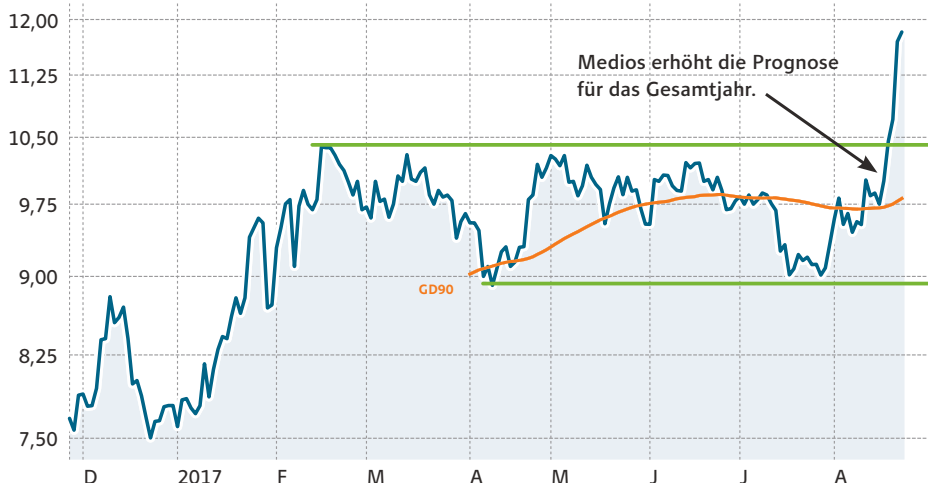
Die Umsätze haben sich zuletzt rasant entwickelt. Bis 2020 dürften sie sich erneut fast verdreifachen.

Quelle: Medios, Warburg Research



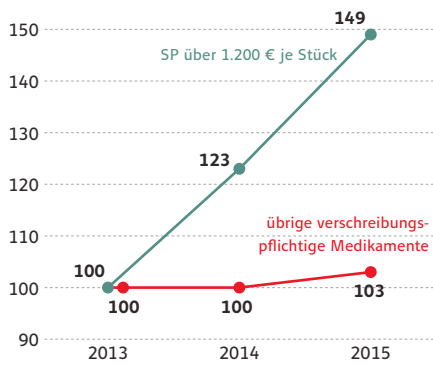
Personalisierte Arzneimittel sind der Trend der Zukunft: Als Großhändler und Hersteller profitiert die Medios AG gleich doppelt.

Medios in Euro



Spezialmittel gefragt

Absatz in Prozent (auf 100 indexiert)



Der Verkauf normaler verschreibungspflichtiger Arzneien stagniert. Der Absatz von Specialty-Pharma-Arzneimitteln (SP) hingegen steigt massiv. Quelle: DAV, Warburg Research

nen Euro angehoben. Die Marktanteile der beiden großen Medios-Segmente Pharma und Manufaktur liegen derzeit noch unter drei Prozent. **Gelingt es dem Unternehmen, diese in den kommenden Jahren auf nur fünf Prozent zu erhöhen, was angesichts der starken Positionierung sicher nicht zu ambitioniert ist, würde sich der Umsatz bis 2020 auf mehr als 400 Millionen Euro erhöhen.** Das EBT sollte sich in diesem Zeitraum mehr als verdoppeln.

Auf den Trend aufspringen

Medios hat sich in einer höchst aussichtsreichen Nische hervorragend positioniert und dürfte vom Trend der personalisierten Medizin überproportional profitieren können. Zuletzt gelang der Aktie der charttechnische Ausbruch – ein klares Kaufsignal.

AKTIE MEDIOS

CHANCE 		RISIKO 	
AKTUELLER KURS 11,84 €		WKN A1MMCC	
ZIEL 18,00 €		STOPP 8,60 €	
KGV 18E 19	PEG -	DIVIDENDENRENDITE -	
BÖRSEWERT 147 Mio. €		UMSATZ 18E 298 Mio. €	
ERSTEMPFEHLUNG AUSGABE/DATUM 35/2017 23.08.17		ENTWICKLUNG SEIT ERSTEMPFEHLUNG +0,0 %	



Nichts mehr verpassen!
Folgen Sie der Aktie und dem
Experten in der **BÖRSE-APP**.

„Auf bestem Weg zur Nummer 1“

DER AKTIONÄR: Herr Gärtner, Medios konzentriert sich auf Specialty-Pharma-Arzneimittel. Was muss man sich darunter vorstellen?

MATTHIAS GÄRTNER: Specialty Pharma – hier gibt es keine offizielle gesetzliche Definition. Wir definieren Specialty Pharma so, dass es sich dabei um Arzneimittel für Patienten mit chronischen und/oder seltenen Erkrankungen handelt, deren Therapie in der Regel sehr langwierig und kostenintensiv ist. Das sind ungefähr Behandlungskosten von 800 bis 1.000 Euro pro Monat aufwärts. Es gibt auch Behandlungen, die deutlich teurer sind, die gehen dann in den Bereich von 20.000 Euro, teilweise 60.000 oder sogar 80.000 Euro.

Wie groß ist hier der Markt?

Es gibt circa 100.000 verschiedene Arzneimittel in Deutschland, wenn man die Packungsgrößen berücksichtigt. Bei Specialty-Pharma-Produkten sprechen wir über circa 1.000 Produkte. Das ist die Untermenge, auf die wir uns konzentrieren. Zieht man die Zahlen aus dem Jahr 2015 als Richtwert heran, ergibt sich für Specialty-Pharma-Produkte ein Marktvolumen von circa zehn Milliarden Euro. Das ist circa ein Viertel des Gesamtmarktes. Aber noch viel interessanter ist eigentlich, wenn man sich das Wachstum ab 2010 anschaut. Dann erkennt man, dass das große Wachstum im Markt mit verschreibungspflichtigen Arzneimitteln fast ausschließlich aus dem Specialty-Pharma-Bereich kommt. Das heißt, die Umsätze mit klassischen verschreibungspflichtigen Medikamenten sind quasi konstant geblieben. Die Wachstumstreiber im Markt sind Specialty-Pharma-Produkte.

Medios hat vor Kurzem die Prognosen für 2017 nach oben angepasst. Was erwarten Sie für die kommenden Jahre?

Medios ist ein recht junges Unternehmen, das in seiner heutigen Struktur erst 2016 entstand. Aufgrund dieser Besonderheit wird sich das außerordentlich hohe Wachstumstempo naturgemäß auf Dauer prozentual etwas abschwächen, aber den-

noch auf einem hohen Niveau verbleiben. Derzeit beliefert Medios rund 100 Partnerapotheken, mittelfristig wollen wir die Zahl auf rund 300 steigern. Insgesamt gibt es in Deutschland rund 1.000 potenzielle Partnerapotheken. Das Wachstumspotenzial ist also sehr groß. In Berlin liegt unser Marktanteil im Specialty-Pharma-Bereich bereits bei mehr als 30 Prozent. Unser Ziel ist es, der führende Specialty-Pharma-Anbieter in Deutschland zu werden, und wir sind auf dem besten Weg dahin.

Wie sehen Sie derzeit die Entwicklungen am Markt, die das Geschäft positiv beeinflussen könnten?

Specialty-Pharma-Unternehmen profitieren von der rasant steigenden Nachfrage nach personalisierter Medizin, die benötigt wird, um die zunehmende Verbreitung chronisch und genetisch bedingter Krankheiten einzudämmen. Hinzu kommt die Entwicklung einer Vielzahl neuer Arzneimittel aus dem Bereich Specialty Pharma, vornehmlich biotechnologische Produkte. In Europa erwarten die Marktforscher von IMS Health in den Jahren 2015 bis 2020 ein jährliches Umsatzwachstum mit Specialty-Pharma-Arzneimitteln von zehn Prozent. Aufgrund der alternden Bevölkerung sehen wir zusätzlich eine Zunahme von Erkrankungen.

Herr Gärtner, wir danken Ihnen für das Gespräch.



**Finanzvorstand
Matthias Gärtner sieht großes
Wachstumspotenzial für Medios.**