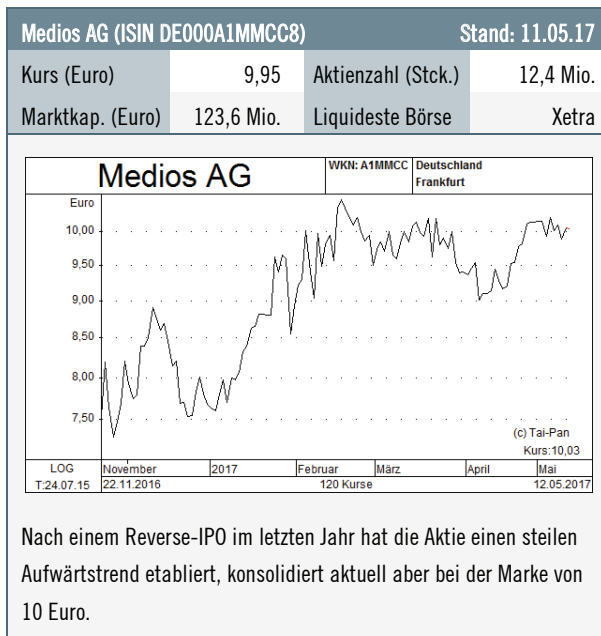


Medios: Die Nische aufrollen

Mit einer oligopolistischen Struktur und einer umfassenden Regulierung, die für hohe Eintrittsbarrieren sorgt, ist der Pharmagroßhandel nicht gerade prädestiniert für potenzialträchtige Markteintritte. Dass man mit dem richtigen Konzept dennoch eine beeindruckende Wachstumsstory schreiben kann, demonstriert die Medios AG aus Berlin. Und dem Newcomer **steht der größte Schub möglicherweise erst noch bevor.**

hohe Kapitalbindung bedingt. Dennoch ist Medios mit einem innovativen Konzept in den letzten vier Jahren in die Nische vorgestoßen. Die Berliner bündeln den Bedarf, verhandeln mit den Herstellern attraktive Rabatte (im Rahmen der regulatorischen Grenzen) und können so ihren Kunden bessere Konditionen bieten. Mittlerweile bedient Medios Pharma, eine Tochter der AG, ca. 100 Apotheken und erzielte im letzten Jahr bei einem Umsatz von 127,5 Mio. Euro ein EBIT von 3,9 Mio. Euro.



Die große Nische

Auf „Specialty-Pharma“-Arzneimittel entfallen etwas mehr als ein Fünftel des Apothekenumsatzes in Deutschland (rd. 47,8 Mrd. Euro in 2015). Dabei handelt es sich um besonders teure Medikationen, die beispielsweise chronische Autoimmun- und Infektionskrankheiten oder Krebs adressieren. Allerdings ist das Segment für die fünf führenden Pharmagroßhändler, die zusammen auf einen Marktanteil von ca. 90 % in Deutschland kommen, eher unattraktiv. Die von der Regulierung vorgegebenen Preismechanismen sorgen für geringe Margen, während die nötige Bevorratung eine

Langjährige Expertise

Bei der Markterschließung konnte Medios auf eine langjährige Expertise im Bereich der patientenindividuellen Medikationen zurückgreifen, die einen Teilbereich der Specialty-Pharma-Arzneimittel darstellen und für die Nutzung extra hergestellt werden. Die bereits 2008 gegründete Tochter Medios Manufaktur verfügt über eine Herstellungserlaubnis und eine Reinraum-Produktionsstätte. Im letzten Jahr wurden etwa 50.000 Zubereitungen erstellt und damit ein Umsatz von 43,5 Mio. Euro sowie ein EBIT von 2,3 Mio. Euro erwirtschaftet. Die Manufaktur beliefert über Apotheken rd. 100 Arztpraxen, größtenteils in Berlin. Dort hatte Medios zwölf von insgesamt 14 Ausschreibungen der AOK für die Arzneimittelherstellung gewonnen, was die hohe Kosteneffizienz der Produktion dokumentiert.

Bündelung und Reverse-IPO

Sowohl die Handels- als auch die Produktionstochter gehen zurück auf Gründungen des Medios-CEO Manfred Schneider. Die beiden Unternehmungen wurden im letzten Jahr in der Medios AG gebündelt – wobei die Aufstockung der Anteile an der Manufaktur auf 100 % erst im laufenden Jahr erfolgte – und über ein Reverse-IPO an der Börse Frankfurt eingeführt (im Vorfeld gab es bereits eine Notiz in

Hamburg). Zur weiteren Wachstumsfinanzierung wurde im Rahmen dessen eine Barkapitalerhöhung durchgeführt, die einen Emissionserlös von 19,3 Mio. Euro eingebracht hat. Das neu formierte Unternehmen erzielte im letzten Geschäftsjahr einen Umsatz von 160,4 Mio. Euro und einen operativen Gewinn von 5,8 Mio. Euro, was gegenüber den Pro-Forma-Werten aus 2015 Zuwächsen von 78,0 resp. 107,1 % entsprach.

Noch erhebliches Potenzial

Obwohl es Medios gelungen ist, in einer kurzen Zeitspanne in eine beträchtliche Größenordnung vorzustoßen, **scheint ein Ende des dynamischen Wachstumsprozesses nicht absehbar**. Im Großhandel wird erst ein kleiner Teil der Zielgruppe von etwa 1.000 Apotheken im Segment Specialty Pharma bedient, hier soll die Expansion der letzten Jahre mit Hochdruck fortgesetzt werden. Ähnlich groß ist das Potenzial für die Manufaktur. Durch eine Vereinbarung mit einem früheren Aktionär war der Aktionsradius bis zum letzten Herbst auf Berlin beschränkt, jetzt steht die Expansion im Bundesgebiet auf der Agenda. Medios investiert aktuell 11 Mio. Euro in einen neuen Firmensitz, mit dem auch die Produktionskapazitäten

deutlich ausgeweitet werden. Im laufenden Jahr soll der Konzernumsatz bereits um ein Viertel auf 200 Mio. Euro steigen und das EBIT um 21,3 % auf 7 Mio. Euro zulegen.

Fazit

Die Töchter der 2016 neu formierten Medios AG haben sich in den letzten Jahren fulminant entwickelt, und die Voraussetzung für ein weiteres starkes und profitables Wachstum sind hervorragend. Zwar besteht im Pharmageschäft immer das Risiko, dass die Regulierung in die Marktstruktur eingreift, zuletzt haben sich die Rahmenbedingungen für die Berliner aber eher verbessert. Sollten die nächsten Resultate den Wachstumskurs bestätigen, ist Medios ein heißer Kandidat für eine Musterdepotaufnahme.

Medios	2016	2017e	2018e
Umsatz (Mio.)	160,4*	205,0	245,0
EpS	0,25*	0,41	0,51
Dividende je Aktie	-	-	-
KGV	39,6	24,3	19,4
Div.-rendite	0,0%	0,0%	0,0%
Schätzungen: Der Anlegerbrief; Angaben in Euro			

* *pro-forma*

Anzeige



Tradegate Exchange

Die europäische Börse für Privatanleger

www.tradegate.de