



Medios

Neues Gesetz, neue Chance

Anleger hatten in den vergangenen sechs Monaten Freude an der Medios-Aktie. Nun bietet sich eine neue Einstiegschance – dank einer neu erlassenen Vorschrift

Die Medios AG ist Großhändler und Hersteller von Specialty-Pharmazeutika (individualisierte Medizin) in einem. Eine einzigartige Kombination in einem attraktiven Nischenbereich der hart umkämpften Pharma-Industrie. Als Lösungsanbieter für Specialty-Pharma-Arzneimittel sind die Berliner auf die Versorgung von Patienten mit Medikamenten gegen chronische und/oder seltene Erkrankungen (Krebs, Autoimmunkrankheiten, Infektionskrankheiten usw.) spezialisiert. Hier können Medikamente schon mal Stückpreise über 1000 Euro aufweisen.

Specialty-Pharma-Arzneimittel sind wiederum die Wachstumstreiber im kontinuierlich wachsenden Markt für verschreibungspflichtige Arzneimittel (RX). Der Umsatz im Bereich RX ist laut Bundesverband der Arzneimittel-Hersteller von 37,6 Milliarden Euro im Jahr 2012 auf 43,8 Milliarden Euro im Jahr 2015 angestiegen. Die Zunahme in diesem Segment ist im Wesentlichen auf den Zuwachs bei Specialty-Pharma zurückzuführen. In den Jahren 2010 bis 2014 hat sich der Umsatz mit Specialty-Pharma-Arzneimitteln laut dem Großhandelsverband Phagro mehr als verdoppelt, wohingegen das Wachstum der restlichen verschreibungspflichtigen Arzneimittel stagnierte.

Dynamischer Wachstumskurs. Medios ist in diesem Segment Kompetenzpartner und Lösungsanbieter zugleich.

Laborszene: Medios stellt für den einzelnen Patienten gebrauchsfertige Infusionen her

Untermuert wird dies dadurch, dass große Pharma-Konzerne wie Novartis oder Roche ihre Medikamente nicht immer direkt an die Patienten verkaufen, sondern mit Hilfe von Medios. Das Unternehmen stellt mit seiner Tochter Medios Manufaktur wiederum sterile, auf jeden einzelnen Patienten individuell zugeschnittene, gebrauchsfertige Infusionen her. Mit der Tochter Medios Pharma verteilt man als bundesweit tätiger Großhändler wiederum diese Infusionen an die Apotheken. Anders als klassische Pharma-Unternehmen bietet Medios also nicht eigene standardisierte Medikamente am Markt an. Dieses Geschäft läuft sehr gut. Die Zahlen untermauern es.

Gewinn verdoppelt. Im Februar hat Medios hervorragende vorläufige Geschäftszahlen für 2016 veröffentlicht. Der Umsatz stieg dank einer hohen Nachfrage nach personalisierter Medizin um 78 Prozent auf 160,5 Millionen Euro, womit die Markterwartungen übertroffen wurden. Das operative Ergebnis (Gewinn vor Zinsen und Steuern) legte überproportional um 100,4 Prozent auf 5,67 Millionen Euro zu. Ende April werden endgültige Zahlen für 2016 veröffentlicht. Bereits im Dezember konnte das junge Unternehmen den zweiten Teil seiner am 16. November beschlossenen Kapitalerhöhung erfolgreich abschließen.

Medios ist ebenso auch ein Antreiber der Digitalisierung im Specialty-Pharma-Bereich. Erst im Januar hat das Unternehmen eine dritte Tochtergesellschaft gegründet: die Medios Digital GmbH. Sie soll als interner Systemdienstleister alle Software-Entwicklungs-Aktivitäten der Medios AG und aller weiteren Konzerngesellschaften bündeln. Ziel von Medios ist die weitgehende Digitalisierung des Spezial-Pharma-Geschäfts. Viel spannender ist jedoch das Umfeld von Medios, das sich derzeit massiv zu Gunsten des Unternehmens verändert: Medios könnte ein großer Profiteur des neuen Arzneimittelversorgungsstärkungsgesetzes (AMVSG) werden.

Profiteur der Gesundheitsversorgung. Im März wurde das AMVSG vom Bundestag verabschiedet. Dieses Gesetz soll die Gesundheitsversorgung in Deutschland verbessern und betrifft vor allem Menschen mit chronisch oder ge-

netisch bedingten Krankheiten wie Krebs. Da diese Patienten in hohem Umfang auf eine flexible, wohnortnahe Belieferung mit Zytostatika angewiesen sind, verbietet das AMVSG Zytostatika-Ausschreibungen und schafft zudem die exklusiven Zytostatika-Verträge zwischen Krankenkassen und Apotheken ab. Das soll den Versicherten mehr Freiheiten bei der Wahl der Apotheken geben, von denen sie die Medikamente beziehen. Unter Zytostatika versteht man Substanzen, die das Zellwachstum und die Zellteilung hemmen. Sie werden vor allem zur Behandlung von Krebs eingesetzt. Zytostatika sind damit Specialty-Pharmazeutika.

Neue Besinnung auf Qualität. Nach Ansicht von Medios-Chef Manfred Schneider verlagert sich durch das AMVSG (bzw. durch das Verbot der Zytostatika-Ausschreibungen und die Abschaffung der Exklusivverträge) der Schwerpunkt von den Preisen auf die Qualität. Damit dürfte sich nicht nur die Gesundheitsversorgung der Patienten verbessern, sondern auch die Wachstumschancen von Medios. Für das Geschäftsjahr 2017 geht der Vorstand von Medios auf Grund der Marktchancen im Bereich der personalisierten Medizin und der regulatorischen Maßnahmen im Zuge des AMVSG von einer Fortsetzung des Wachstumskurses aus.

Medios ist folglich mit seinem Geschäft in einem der wachstumsstärksten Bereiche der Pharma-Industrie zu Hause. Und dies mit einem Management, das über langjährige Erfahrungen als Apotheker und Hersteller von patientenindividuellen Infusionen verfügt und mit den Branchenspezifika bestens vertraut ist.

Seitens der Analysten von M.M. Warburg wird die Aktie ungeachtet der bereits erzielten Kursgewinne in den vergangenen sechs Monaten als „hochattraktiv“ eingestuft. Infolge der erfolgreichen Kapitalerhöhung und der starken vorläufigen Geschäftszahlen für 2016 bekräftigte M.M. Warburg seine Kaufempfehlung. Bei aktuellen Kursen sehen die Analysten mit einem Kursziel von 14,00 Euro eine Kurschance von 50 Prozent. ■

CHRISTOPH A. SCHERBAUM

Volatile Aktie

Seit der Empfehlung der Aktie in FOCUS-MONEY-Ausgabe 45/2016 lag die marktenge Aktie zeitweise schon 40 Prozent vorn. Anleger ziehen zur Absicherung einen Stoppkurs bei 7,85 Euro ein.

