

Medios

Feine Pharma-Perle

Medios ist im deutschen Pharma-Sektor einzigartig. Das Spezialmedizin-Unternehmen wächst rasant und will nun deutscher Marktführer werden

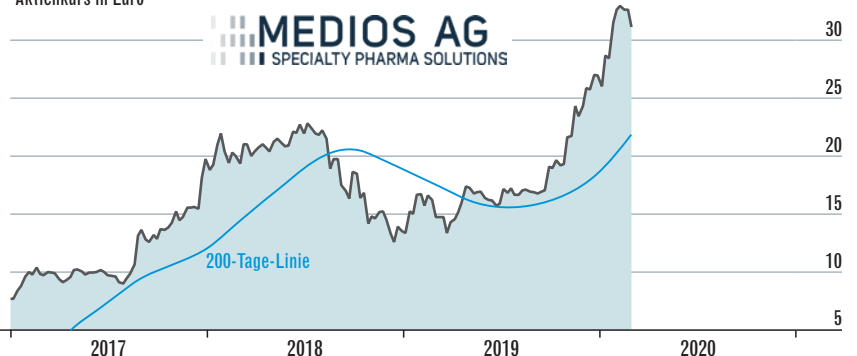
Im Labor: Chance in der Nische individualisierbare Medizin

Günstiger einsteigen

Die Aktie des Pharma-Spezialisten hat im Herbst vergangenen Jahres Fahrt aufgenommen und sich in der Spitze verdoppelt. Die aktuelle Korrektur erlaubt den günstigeren Einstieg in eine Firma mit zweistelligem Wachstum.

| | |
|---------------------------------|----------------------------|
| WKN/ISIN: | A1MMCC/DE000A1MMCC8 |
| Börsenwert: | 480,6 Millionen Euro |
| Umsatz 2020/21e: | 646,7/776,9 Mio. Euro |
| Ebit-Gewinn 2020/21e: | 13,2/13,7 Mrd. Euro |
| Gewinn je Aktie 2020/21e: | 1,06/1,43 Euro |
| Kurs-Gewinn-Verhältnis 2020/21: | 30,6/22,7 |
| Dividende je Aktie 2020/21e: | -/- Euro |
| Dividendenrendite 2020/21e: | -/- Prozent |
| Kursziel: | 38,00 Euro |
| Stoppkurs: | 28,50 Euro |
| e = erwartet | |

Aktienkurs in Euro



Quelle: Thomson Reuters Datastream

Wer tiefer gräbt, findet in deutschen Indizes wahre Pioniere. Medios beispielsweise. An der Börse gilt das Berliner Unternehmen als erstes Specialty-Pharma-Unternehmen. Und davon gibt es nicht gerade viele. Zumindest nicht in Deutschland. Dabei bezieht sich das Geschäftsmodell auf individualisierbare Medizin für Patienten mit seltenen oder chronischen Erkrankungen wie Krebs, Hepatitis oder HIV. Medios übernimmt dabei gleichzeitig Produktion und Handel der Präparate, von denen einzelne schon einmal Stückpreise von mehr als 1000 Euro aufweisen können. Für Anleger ergeben sich vor allem Chancen aufgrund der Größe von Medios in der Nische. Und die Berliner wollen mehr – und zwar Marktführer für die Specialty-Pharma-Lösungen in Deutschland werden.

Im Pharma-Bereich geht der Trend ohnehin immer mehr in Richtung individualisierte Medizin. Vor allem zur Bekämpfung von Krebs setzen Behandlungen vermehrt auf Immuntherapien. Gut für Medios, die über die Tochtergesellschaft Medios Manufaktur sterile und auf die jeweiligen Patientenbedürfnisse abgestimmte Infusionen herstellen und über Medios Pharma bundesweit als Großhändler an Apotheken vertreiben.

Für Vorstandschef Manfred Schneider läuft das Geschäft derzeit ausgezeichnet. Erst im September 2019 hob er die Prognose an, die er mit den vorläufigen Zahlen zum abgelaufenen Geschäftsjahr 2019 Anfang Februar sogar übertreffen konnte. „Das Geschäftsjahr 2019 war unser erfolgreichstes seit Bestehen der Medios AG“, sagt Schneider. Das seit 2016 börsennotierte Unternehmen wächst dabei wie ein Tech-Wert aus dem Silicon Valley. Nach 318 Millionen Euro im Jahr 2018 beläuft sich der Umsatz nun nach den ungeprüften Zahlen auf 517 Millionen Euro und damit sieben Millionen Euro über der angehobenen Umsatzprognose. Beim bereinigten Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebitda) gab es einen Sprung von 11,7 Millionen Euro auf 17,8 Millionen Euro. Vor Steuern ist ein Gewinn von 16,2 Millionen Euro angefallen nach elf Millionen Euro im Vorjahr.

Neues Verfahren spart massiv. Eine Prognose ließ sich Schneider noch nicht entlocken, die dürfte dann spätes-

tens mit den endgültigen Zahlen am 8. April folgen. Doch Medios dürfte auf seinem Wachstumspfad kaum aufzuhalten sein, denn das Unternehmen hat einen Weg gefunden, noch effizienter und sparsamer arbeiten zu können, ohne dabei die Qualität zu vernachlässigen. Arzneimittelsicherheit heißt das oberste Gebot. Damit ist gemeint, dass die von den Ärzten über die Partner-Apotheken geordneten Infusionen natürlich medizinisch einwandfrei sein müssen. Jede einzelne Charge muss stichprobenartig überprüft werden, was bisher dazu führte, dass die geprüften Einheiten vernichtet werden mussten. Dank eines neuen Verfahrens ist dies nun nicht mehr notwendig. Eine großartige Innovation, die bei den hochpreisigen Medikamenten eine Menge Kosten spart.

Nicht minder clever ist die Idee, sich des weit verzweigten Netzwerks der Partner-Apotheken zu bedienen. Eine Symbiose mit Zukunft. „Wir sind überzeugt, dass die hochspezialisierte unabhängige Apotheke vor Ort ihre Berechtigung hat und diese Stellung in Zukunft durch unsere Hilfe weiter ausbauen wird. Das ist ein Grund, warum wir zunehmend spezialisierte Apotheken als Kunden gewinnen und unser Partnernetzwerk permanent ausbauen“, sagt Vorstandschef Schneider. Anfang 2019 waren es etwa 150 Filialen, langfristig sollen es 1000 werden. Gleichzeitig soll auch die Anzahl der vertriebenen Specialty-Pharma-Produkte von aktuell 450 deutlich steigen. In Sachen Digitalisierung sind die Berliner ebenfalls am Puls der Zeit und arbeiten an einer digitalen Plattform, um Bestellprozesse noch effizienter gestalten zu können.

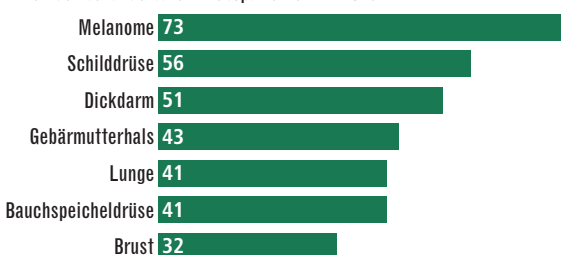
Die Wachstumsstory kommt sehr stringent daher. Das zugrunde liegende Marktsegment beziffert Finanzvorstand Matthias Gärtner mit 12,5 Milliarden Euro und Wachstumsraten von zehn Prozent pro Jahr. Analystin Charlotte Friedrichs von der Berenberg Bank hebt den Daumen und versieht den Pionier mit einem Kursziel von 38 Euro. Somit hat das Papier noch Kraft für mehr als 16 Prozent Zuwachs. Stark, da lohnt sich doch das Graben in den Indizes. ■

ARNO KONKEL

Zahlreiche Chancen

Personalisierte Medizin ist ein großes Versprechen einer schonenderen Behandlung und größerer Heilungschancen. Speziell im Kampf gegen Krebs erhoffen sich Patienten und Unternehmen weitere Erfolge bei verschiedenen Erscheinungsarten.

Mit personalisierten Medikamenten behandelbare Tumore
Anteil der behandelbaren Krebspatienten in Prozent

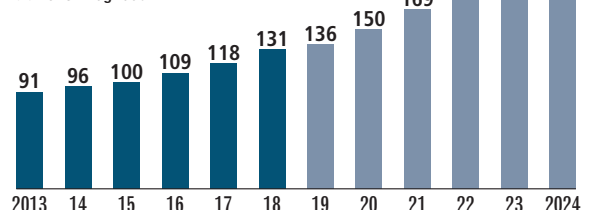


Quelle: Personalized Medicine Coalition

Rasant wachsender Markt

Medikamente gegen seltene und chronische Krankheiten sind teuer und gleichzeitig margenstark. Bis ins Jahr 2024 soll der Gesamtumsatz mit dieser Art von Präparaten auf etwa 242 Milliarden US-Dollar anwachsen.

Umsatz mit Medikamenten für seltene Krankheiten
weltweit in Milliarden US-Dollar, ab 2019 Prognose



Quelle: Evaluate