

GESPRÄCH MIT VORSTANDSCHEF GREGOR SCHULZ

Biotest strebt in höhere Liga

Pharma- und Diagnostikunternehmen positioniert sich mit Nabi-Übernahme in den USA – Zuversicht für Biotherapeutika

abine Wadewitz, Frankfurt

Börsen-Zeitung, 19.12.2007
Biotest wagt sich in den weltgrößten Pharmamarkt. Noch vor wenigen Jahren ein Sanierungsfall, ist das hessische Pharma- und Diagnostikunternehmen inzwischen so weit gesundet, dass die größte Akquisition in der Firmengeschichte geschultert werden kann. Für 185 Mill. Dollar übernimmt die Familiengesellschaft die Plasmaaktivitäten der Nabi Biopharmaceuticals in Florida.

Biotest habe seit langem das Ziel verfolgt, in den Vereinigten Staaten im Markt für Plasmaproteine präsent zu sein, erklärt Vorstandsvorsitzender Gregor Schulz im Gespräch mit der Börsen-Zeitung. Die Nachfrage im weltgrößten Markt liege allein bei Immunglobulinen bei über 30 Tonnen, was etwa 1,8 Mrd. Dollar an Wert ausmache. Immunglobuline werden eingesetzt zur Behandlung von Infektionen, zur Infektionsprophylaxe oder bei Erkrankungen des Immunsystems.

Dynamischer Markt

Der Markt für Immunglobuline wachse in den USA jährlich um ca. 9% und weltweit um 7 bis 8%. Bis 2010 werde das globale Geschäft somit auf 100 Tonnen zulegen, mit einem Anteil der USA von dann 40% (heute ein Drittel). Die Nachfrage steige rasant, auch wegen neuer Indikationen wie Autoimmunkrankheiten, etwa Multiple Sklerose. Klassische Anwendungsgebiete sind Antikörpermangelsyndrome, Krebserkrankungen und Transplantation. In den USA werden 55% der verarbeiteten Immunglobuline „off label“ eingesetzt, also außerhalb der zugelassenen klassischen Krankheitsbilder. Die dynamische Nachfrage treibt entsprechend die Preise.

„Wir könnten im Moment locker das Drei- bis Vierfache an Menge verkaufen“, erklärt Schulz. Doch dies wird gebremst von der Knappheit an Blutplasma. Das Gesamtangebot liege derzeit unter dem Niveau von 2002, nachdem einige Anbieter ihre Anlagen geschlossen haben. Biotest habe derzeit mit Kooperationspartnern in Europa eine Fraktionierkapazität

von 1 Million Litern, um Plasma aufzuarbeiten und daraus in weiteren Verarbeitungsschritten Immunglobuline, Gerinnungsfaktoren und Albumine herzustellen. Mit dem neuen US-Geschäft der Nabi kämen 400 000 Liter dazu. Große Wettbewerber wie Baxter verfügen über mehr als 3 Millionen Liter Kapazität. Biotest hat in Deutschland und Österreich ihre Blutsammelstationen auf inzwischen acht ausgebaut, nun kommen neun von Nabi in den USA dazu.

5 Prozent Marktanteil

Biotest geht davon aus, dass 2010 das Immunglobulin IVIG der Nabi in den USA zugelassen wird. Einschließlich dieses Produkts werde weltweit und in den USA ein Marktanteil von 5% angepeilt. Nabi habe in einer hochmodernen Anlage Kapazitäten für 1,5 Tonnen Immunglobuline, in Dreieich verfügt Biotest von Ende 2008 an über 4 Tonnen. Langfristig wäre es möglich, in den USA größere Mengen herzustellen. Es gebe genug Platz für Erweiterungsbauten. „Das wären dann allerdings größere Investitionen“, signalisiert Schulz. Für das Feintuning der Anlagen bis 2010 sei dagegen nur eine einstellige Millionen-Dollar-Summe notwendig.

Nabi stellt bislang erst ein Produkt aus Plasma her, ein spezifisches Immunglobulin zur Anwendung bei Hepatitis B. Die überflüssigen Plasamengen habe das US-Unternehmen bislang an Dritte verkauft. Biotest wird nun einen Teil dieses Volumens in der deutschen Produktion einsetzen. Dies werde im nächsten Jahr „positiv zum Ergebnis beitragen“. Auch Vorprodukte von Nabi sollen mittelfristig hierzulande weiterverarbeitet werden.

Langfristig wollen Nabi und Biotest gemeinschaftlich Produkte für die USA und Europa entwickeln. In der Pipeline ist Civacir, ein Immunglobulin gegen Hepatitis C nach Leber-Transplantationen. Es soll 2012 in den Verkauf kommen. Allein für die USA sieht das Management ein Marktpotenzial von 300 Mill. bis 400 Mill. Dollar. Umgekehrt werde man Cytotec von Biotest in den USA

zur Zulassung bringen. Allerdings dürfen in den USA keine Produkte verkauft werden, die nicht aus heimischem Plasma sind, während Europa hier liberaler ist. Die Kostenstruktur des Neuerwerbs sei noch nicht vergleichbar mit der von Biotest, weil die Kapazitäten der Nabi mit nur einem Produkt nicht ausgelastet seien. Zwar bringe das Präparat hohe Margen, aber nur geringe Mengen. Der Umsatz liege derzeit bei rund 40 Mill. Dollar. Die Profitabilität der Nabi insgesamt werde sich erst ab dem Jahr 2010 der von Biotest angleichen.

Bei den Investitionen legt Biotest nun zunächst die Schwerpunkte auf die klinischen Projekte, um internationale Zulassungen für Plasmaproteine zu erhalten oder neue Indikationen zu testen. Biotest steckt zudem Geld in die Biotherapeutika – in diesem Jahr 13 Mill. Euro, im nächsten Jahr noch etwas mehr. Das nächste größere Investitionsprojekt komme 2009/10, wenn das neue IGM-Konzentrat als Nachfolger von Pentaglobin in Phase-III-Studien sei. Dann benötige Biotest eine neue Anlage, die rund 20 Mill. Euro kosten werde.

In der Finanzierung sieht sich Biotest mit der Kapitalerhöhung von 33 Mill. Euro und neuem Kreditrahmen auf der sicheren Seite. Der neue Kreditvertrag über 175 Mill. Euro lasse neben der Finanzierung der Nabi-Akquisition finanziell Luft für kleinere Investitionen und Working Capital. Trotz der schwierigen Lage am Kapitalmarkt habe Biotest gute Konditionen durchgesetzt. Die Eigenkapitalquote werde nach der Nabi-Konsolidierung bei 35 bis 40% ankommen. Bei der Kennzahl Nettoverschuldung zum Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebitda) liegt Biotest derzeit bei 1,3. Diese Zahl werde „etwas“ steigen, jedoch unter 2,5 bleiben; langfristig will das Unternehmen wieder auf dem heutigen Niveau landen.

Den zusätzlichen Finanzaufwand für die Nabi-Akquisition will Biotest in den kommenden Jahren mit den Erträgen des US-Geschäfts ausgleichen. Von 2010 an wird dann der Ertragsschub aus den neuen Produkten in den USA erwartet.

Diagnostik-Partner gesucht

Die deutsche Unternehmenssteuerreform wirkt sich an verschiedenen Stellen aus. So werden bereits im laufenden Jahr aktive latente Steuern reduziert angesichts der Absenkung des Körperschaftsteuersatzes. Ein Teil davon sei im dritten Quartal verarbeitet, im vierten folge die Feinjustierung aus der Konzernkonsolidierung. Beeinflusst werde der Konzern außerdem im Zusammenhang mit seinem Pachtmodell. Die Biotest AG hat den Betrieb der Pharma GmbH Mitte 2004 gepachtet. Die daraus anfallenden Pachtzinsen und Mieteinnahmen wirkten sich negativ auf die Steuerquote aus, die also nicht bei 30,0% ankommen werde, sondern etwas darüber.

Sorgen bereitet derzeit das zweite Kerngeschäft Diagnostik. Hier hat das Management für den Bereich der immunologischen Diagnostik (Geräte und Reagenzien für die Labordiagnostik) eine umfassende Restrukturierung eingeleitet. Die Maßnahmen am Standort Dreieich seien weitgehend abgeschlossen, erklärt Schulz. Mittelfristig soll der Bereich allein dadurch wieder deutlich profitabel werden. Doch das Geschäft sei insgesamt zu klein mit einem Umsatz von 40 Mill. Euro, darunter 10 Mill. Handelsware.

Nun würden für die immunologische Diagnostik zwei Strategien verfolgt. Zum einen der Ausbau von Marketing und Vertrieb in den USA, um dort, in einem Markt mit einem Volumen von 200 Mill. Euro, mittelfristig auf einen Anteil von 20% zu kommen – heute liege man bei 3%. Erstmals habe Biotest in diesem Diagnostiksegment einen flächendeckenden Außendienst in den Vereinigten Staaten. Von Mitte 2008 an werde das Unternehmen die gesamte Produktpalette verkaufen können, einschließlich manueller Reagenzien. „Der Kunde wünscht ein Kom-

pletangebot über das gesamte Sortiment“, erläutert Schulz.

Daneben hält Biotest nach Partnern für die Diagnostik Ausschau. Passend sei ein Unternehmen, das entweder schon mit anderen Produkten im Blutbanksegment erfolgreich sei, oder eine Firma aus der diagnostischen Industrie, die ergänzend zum Biotest-Kernbereich Transfusion und Transplantation diagnostische Marker anbiete. Hier gibt es nach Angaben des Managements verwandte Gebiete wie die Gerinnungsdiagnostik und Tumordiagnostik. Ziel sei also nicht der Verkauf des Geschäfts, sondern die Bildung eines Joint Ventures, um an den Wertzuwächsen teilzuhaben. „Wir glauben, dass das Geschäft bei größerer kritischer Masse durchaus Potenzial hat“, ergänzt Schulz.

Der andere Teil des Segments, die mikrobiologische Diagnostik (Hygienekontrolle), hat zwar auch „in vielen Ländern kleine Nachteile“, wie der Manager einräumt, „doch sie wächst zweistellig bei hoher Profitabilität“. In dem Bereich sieht sich Biotest in der Lage, auch ohne Partner in bestehenden und neuen Märkten deutlich zu wachsen. Das Vertriebsnetz in Europa werde intensiv verstärkt. In Japan sei der Konzern zudem völlig unterrepräsentiert gewesen. Auch dort habe man nun eine eigene Vertriebsmannschaft aufgebaut und rechne in der neuen Struktur mit einem deutlichen Wachstum. Auch der Markteintritt der Produkte der Tochter Heipha in den USA soll einen Schub bringen.

Für den Konzern hat der Biotest-Vorstand jüngst das Ziel vorgegeben, mittelfristig einen Umsatz von mindestens 500 Mill. Euro einzuspielen. Diese Vorhersage basiere allein auf dem erwarteten organischen Wachstum aus dem Plasmaproteingeschäft einschließlich der Nabi-Aktivitäten und aus der Diagnostik. Die Biopharmazeutika sind in der Prognose nicht enthalten. Das Ergebnis (Ebit) soll

weiterhin überproportional vorankommen mit jährlich zweistelligen prozentualen Steigerungsraten.

Große Hoffnungen setzt das Management weiterhin auf die Biopharmazeutika. In der Entwicklung sind drei Antikörper gegen Rheuma, Schuppenflechte, Blutkrebs und andere Autoimmunerkrankungen. Schon in den Vorläuferstudien der ehemaligen französischen Tochter Diaclone seien gute Daten erzielt worden. Diese hätten sich durch erste eigene Studien bestätigt. Die Verträglichkeit sei „hervorragend“, es seien keine schwerwiegenden Nebenwirkungen zu beobachten gewesen. Der Vorstandschef hofft, Mitte 2008 erste Wirksamkeitsdaten aus den neuen Studien aufweisen zu können. Der erste Antikörper (BT-061, Rheumatoide Arthritis und Schuppenflechte) sei dann „reif für eine Partnerschaft“ mit einem global agierenden internationalen Pharmaunternehmen. Ziel von Biotest ist ein „Co-Development/Co-Marketing Konzept“. Der zweite monoklonale Antikörper (BT-062, Multiples Myelom) werde im ersten Halbjahr 2008 in Boston in eine Phase-I/IIa-Studie gehen.

Zwei Standbeine

Auch wenn die Biotech-Branche derzeit wegen einiger Produktrückschläge an Vertrauen verloren hat, hält Biotest an ihrer Strategie fest. Das Unternehmen will im Pharmageschäft auf zwei Standbeinen stehen, um langfristig unabhängiger von Zyklen im Plasmaproteinmarkt zu sein. Nach den Worten von Schulz spricht derzeit bei den eigenen Biopharmazeutika nichts dafür, dass es Misserfolge geben könnte. „Auch wenn nur einer der drei Antikörper erfolgreich ist, käme Biotest in eine andere Spielklasse“, hofft Schulz. \$END