

Milliardendeal mischt Pharmamarkt auf

US-Konzern Walgreens kauft sich beim europäischen Wettbewerber Alliance Boots ein // Aktie von Rivale Celesio steigt kräftig

Heimo Fischer, Stuttgart,
und Klaus Max Smolka, Frankfurt

Der Schulterchluss zwischen den größten Pharmahändlern der USA und Europas ordnet die Machtverhältnisse in der Branche neu. Das US-Unternehmen Walgreens will für 6,7 Mrd. Dollar einen Anteil von 45 Prozent am britischen Großhändler und Apothekenkettenbetreiber Alliance Boots kaufen. Das gaben beide Konzerne am Dienstag bekannt. Für die kommenden drei Jahren vereinbarten sie die Option einer Komplettübernahme. Durch eine Fusion entstünde der weltgrößte Pharmahändler.

Der Zusammenschluss betrifft auch den deutschen Pharmahändler Anzag, der seit Ende 2010 mehrheitlich Alliance Boots gehört. Die Frankfurter Gesellschaft bildet mit Phoenix aus Mannheim und dem Stuttgarter Celesio-Konzern das Trio der größten Pharmahändler Deutschlands.

Alliance Boots und Walgreens wollen durch einen gemeinsamen Einkauf zu günstigeren Preisen Geld sparen. Außerdem sind einheitliche Konzepte für den Apothekenbetrieb geplant. Die Produkte von Alliance Boots sollen über die Walgreens-Geschäfte ihren Weg zu den US-Kunden finden. Die Amerikaner bekommen umgekehrt einen Fuß in den europäischen Markt. Bereits für das erste Jahr

wird mit Synergien von 100 Mio. bis 150 Mio. Dollar gerechnet. Bis 2016 sollen es 1 Mrd. Dollar sein. Die Einsparungen könnten auch Anzag betreffen.

Alliance Boots und Walgreens sind besonders im Endkundengeschäft stark. Zusammen kommen sie auf ein Netz von 11.500 Apotheken in zwölf Ländern, in dem sie auch eigene Produkte vermarkten. Alliance Boots ist stark bei nicht-verschreibungspflichtigen Heilmitteln, wie sie auch in Drogerien zu finden sind. Zum Vergleich: Celesio beliefert als Großhändler insgesamt 65.000 Apotheken in Europa, wovon das Unternehmen rund 2300 besitzt.

Der Großhandel sei bei dem Deal von keinerlei Einsparungen betroffen, sagte die Chefin der Großhandelssparte von Alliance Boots, Ornella Barra, der FTD. „Die Synergien konzentrieren sich auf Einkauf und die Entwicklung unserer eigenen Markenprodukte.“ Auch Anzag werde daher nicht beeinträchtigt, sagte Barra. „Im Gegenteil, es gibt so die Chance, das Geschäft weiter zu entwickeln.“ Denn Walgreens betreibt keinen Großhandel, umgekehrt betreiben Alliance Boots und Anzag keinen Großhandel in den USA.

Alliance Boots gehört dem Finanzinvestor KKR sowie dem italienischen Milliardär Stefano Pessina, der gleichzeitig Präsident des britischen Unternehmens ist. Vorgesehen ist, dass Walgreens 4 Mrd. Euro Bargeld und den Rest in eigenen Aktien

„Ein wichtiger Schritt zu unserem Ziel, ein weltweit führender Gesundheitskonzern zu werden“

STEFFANO PESSINA, Präsident von Alliance Boots, über die Transaktion mit dem US-Wettbewerber Walgreens

für die 45 Prozent von Alliance Boots bezahlt. Pessina sagte, er werde künftig acht Prozent an Walgreens besitzen. „Diese strategische Transaktion ist ein wichtiger Schritt hin zu unserem Ziel, ein weltweit führender Gesundheitskonzern zu werden“, sagte er der Financial Times.

Das Geschäft bringt neue Übernahmefantasien für den Pharmahandelsmarkt. In den vergangenen Jahren gab es immer wieder Gerüchte, wonach sich Großaktionär Haniel von dem 55-Prozent-Anteil an Celesio trennen will. Die Spekulationen verstummten zwar mit Antritt des neuen Vorstandschefs Markus Pinger voriges Jahr. Dennoch stieg der Kurs der Celesio-Aktie nach Bekanntwerden des jüngsten Deals um fünf Prozent. Das Unternehmen äußerte sich nicht zu möglichen Spekulationen. In den vergangenen Monaten hieß es immer wieder aus konzerntnahen Kreisen, dass Pinger von Haniel zwei bis drei Jahre Zeit bekomme, um das Unternehmen wieder fit zu machen. Pingers Vorgänger Fritz Oesterle hatte jahrelang neue Geschäftsfelder erschlossen, um unabhängiger vom margenschwachen Pharmagroßhandelsmarkt zu werden. Da der Erfolg ausblieb, musste er gehen. Der Wert der Celesio-Aktie hat sich seit 2010 halbiert. Pinger konzentriert sich nun wieder aufs Kerngeschäft. Gerade in Europa ist das Wachstum aber dort begrenzt, da die staatliche Gesundheitssysteme sparen müssen.

Rasant unterwegs

Trina aus China will bis 2015 die weltweite Nummer eins der Solarbranche werden. Subventionen von der eigenen Regierung will Gründer Gao Jifan nie bekommen haben. Dafür zeigten sich die Deutschen angeblich umso spendabler

Kathrin Werner, München

Symbolischer könnte es kaum sein. Einen Formel-1-Rennwagen samt Fahrsimulator hat Trina Solar vergangene Woche auf der Messe Intersolar in München aufgebaut. Der Rennfahrer Kimi Räikkönen besuchte den Stand des chinesischen Solarkonzerns, drehte ein paar Simulatorrunden – natürlich in Bestzeit. Trina Solar sponsert sein Team, Lotus F1.

Alles geht bei Trina Solar rasend schnell. Auch der Aufstieg des Unternehmens. Vor ein paar Jahren war Trina eine völlig unbekannte Firma fast ohne Produktion. 2006 brachte der Börsengang an der New York Stock Exchange frisches Geld, unter anderem von Investoren wie der US-Bank Merrill Lynch. Inzwischen ist das Unternehmen aus Changzhou im Osten Chinas der viertgrößte Solarmodulbauer der Welt. Jedes Jahr rückt er im Ranking ein paar Plätze auf. In der Liste der 100 Firmen mit dem schnellsten Wachstum des US-Wirtschaftsmagazins „Forbes“ schaffte es Trina 2011 auf Platz 18.

Die deutschen Solarmodulbauer hat das Unternehmen längst abgehängt. Solartechnik, also Zellen und Module, mit einer Leistung von rund 1,5 Gigawatt hat Trina 2011 produziert – der deutsche Branchenprimus Solarworld kommt auf gerade mal die Hälfte. Dafür liefert Trina fleißig in den deutschen Markt. 37 Prozent der Solarmodule verkaufte das Unternehmen 2011 nach Deutschland – die deutschen Verbraucher zahlen dafür wegen der hiesigen Fördergesetze mit ihrer Stromrechnung.

Und das Wachstum soll weiter gehen, sagt Firmengründer und -chef Gao Jifan der FTD: „Wir wollen die Nummer eins der Welt werden, und zwar sehr schnell.“ Bis 2015 soll es soweit sein. „Und dabei geht es uns nicht nur um Marktanteile, wir wollen natürlich auch profitabel sein.“ Trotz Preisverfall und Überkapazitäten, trotz Insolvenzen und Anti-Dumpingzöllen sieht Gao für Trina noch Wachstumschancen. „Wir können uns sehr gut vorstellen, auch außerhalb Chinas Fabriken zu eröffnen“, sagt der 47-jährige Manager, der nur chinesisch spricht und auf der Intersolar stets eine Übersetzerin dabei hat.

Damit erreicht er gleich zwei Ziele auf einmal: Er würde die Strafzölle von mehr als 50 Prozent umgehen, die die USA seit Kurzem auf seine Solaranlagen legen. Denn die gelten nur für Technik aus China. Und er würde Transportkosten sparen. „Wir wollen künftig verstärkt in der Nähe von den Absatzmärkten produzieren. Eine Fabrik in Mexiko sei „wahrscheinlich“. Schließlich erwarten Experten starke Wachstumsraten in den USA. Laut ei-



Der von Trina Solar gesponserte Rennwagen ist ein Publikumsmagnet. Auf der Messe Intersolar war der Stand in der vergangenen Woche einer der bestbesuchten

„Unsere Produkte sollen besser sein als die der Deutschen und unser Management besser als in den USA“

GAO JIFAN, Trina-Solar-Chef

ner Studie des Recherchehauses GTM wird sich die Gesamtleistung aller 2012 installierten Solaranlagen im Vergleich zu 2011 auf 3300 Megawatt verdoppeln – so viel wie drei Atomkraftwerke. „Eine Fabrik direkt in den USA wäre aber zu teuer“, so Gao. Außerdem prüfe Trina gerade, zusätzliche Solarzellen und Module bei chinesischen Auftragsfertigern bauen zu lassen. Das Vertriebsteam im wichtigen europäischen Markt soll von 110 auf 200 Mitarbeiter wachsen.

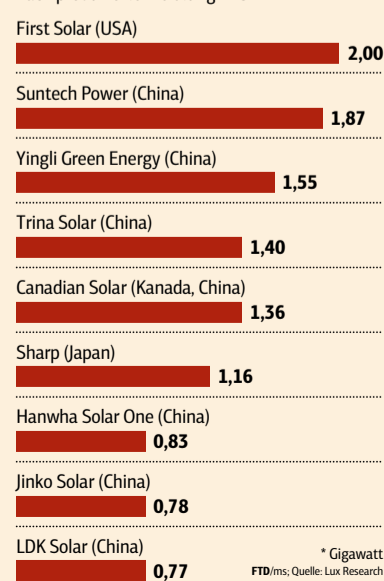
2011 schrieb Trina zwar bei rund 2 Mrd. Dollar Umsatz 37 Mio. Dollar Verlust – im Branchenvergleich ist das aber wenig. Im zweiten Halbjahr 2012 will Gao wieder profitabel arbeiten. „Das ist unser Ziel, es könnte höchstens an Umständen scheitern, auf die wir keinen Einfluss haben, wie die Eurokrise.“ Für das letzte Quartal 2012 rechnen auch die meisten Analysten mit schwarzen Zahlen. „Der große Vorteil ist die geringere Netto-

verschuldung als bei großen Rivalen wie Yingli, Solarworld oder Suntech“, so ein Analyst.

An Selbstbewusstsein fehlt es Gao nicht. Im Jahr 2005, Trina war damals noch winzig, habe er sich ein Ziel gesetzt: „Unsere Produkte sollen besser sein als die der Deutschen, unser Management soll besser sein als in den USA.“ Das habe er erreicht. „Und das bei sehr wettbewerbsfähigen Kosten.“ Offizielle Preistabellen gibt es nicht, doch Module der großen chinesischen Hersteller sind im Schnitt 30 Prozent günstiger als westliche. Dass Trina so günstig ist, liege am guten Management und den Skaleneffekten der großen Produktion in China. „Wir bekommen keine Subventionen“, sagt Gao. Vor sechs Jahren habe die deutsche Regierung Trina zu einer Fabrik in Deutschland überreden wollen, erzählt er: „Die haben uns 45 Prozent Subventionen auf unsere Investitionssumme geboten.“

Offensive aus China

Die größten Hersteller von Solarmodulen 2011 nach produzierter Leistung in GW*



Finanzstarker Investor steigt bei Metabo ein

Der französische Investor Chequers Capital übernimmt die Mehrheit am Nürtinger Elektrowerkzeughersteller Metabo. Die Gründerfamilien des Unternehmens ziehen sich auf eine Minderheitsposition zurück. Der vor allem von Profis aus dem Handwerk geschätzte Anbieter war seit Jahren auf der Suche nach einem Geldgeber. Dabei hatte es Meinungsverschiedenheiten in der Familie gegeben. Schließlich einigten sich die Mitglieder auf eine Kapitalerhöhung. Chequers Capital übernimmt über 75 Prozent an Metabo und investiert dafür dem Vernehmen nach einen niedrigen dreistelligen Millionenbetrag. Metabo macht 341 Mio. Euro Umsatz und hat 1700 Beschäftigte. Chequers Capital hatte vor Kurzem eine Dependance in München gegründet und ist auf mittelständische Firmen spezialisiert. Zum Portfolio gehören der Kabelnetzbetreiber DTK Deutsche Telekabel und der Altenpflegedienstleister Silver Care Holding. HEIMO FISCHER

Alzheimerpille treibt Merck-Umsatz in Japan

Der Arzneikonzern Merck verbucht einen Erfolg mit dem weltweit wichtigsten Produkt, der Alzheimerpille Axura. Im zweitgrößten Pharmamarkt Japan steigert die Pille ihren Umsatz kurz nach Markteintritt sprunghaft – so jedenfalls die Prognosen des Vertriebspartners Daiichi-Sankyo. Daiichi werde mit dem Präparat im laufenden Geschäftsjahr 26 Mrd. Yen (260 Mio. Euro) Erlösen, sagte Europa-Chef Reinhard Bauer in Frankfurt. Daiichi vertreibt die Pille seit vorigem Juni unter dem Namen Mema; 2011/12 war sie also etwa neun Monate auf dem Markt und erlöste dabei rund 90 Mio. Euro. Die Einführung hatte sich wegen des Tsunamis in Japan verzögert. Merck liefert Daiichi den Wirkstoff und erhält von den Japanern Lizenzgebühren. Wie viel, sagten beide Unternehmen nicht. Merck ist extrem abhängig vom Erfolg mit dem Medikament: Es trägt fast die Hälfte zum Konzernumsatz bei. Bei Merck endet das Geschäftsjahr im Juni. 2010/11 erlöste das Unternehmen 780 Mio. Euro Umsatz. KLAUS MAX SMOLKA

Fresenius will Angebot für Rhön nicht erhöhen

Gut eine Woche vor Ablauf der Annahmefrist schließt der Gesundheitskonzern Fresenius Änderungen am Übernahmeangebot für den Krankenhausbetreiber Rhön-Klinikum aus. „In Anbetracht der hohen Bewertung ergibt die Transaktion für uns nur dann einen Sinn, wenn wir zügig mit der geplanten Integration voranschreiten können“, teilte Fresenius-Chef Ulf Schneider am Dienstag mit. Die Übernahme im Volumen von 3,1 Mrd. Euro gelingt nur, wenn Fresenius bis zum Abend des 27. Juni 90 Prozent der Rhön-Anteile plus eine Aktie einsammeln kann. Bislang ist der Rücklauf zögerlich. Die Hürde hat Schneider gesetzt, da sie in der Rhön-Satzung für wichtige Entscheidungen vorgesehen ist. Auch erneut aufkommenden Spekulationen über eine Erhöhung der Offerte von 22,50 Euro pro Aktie erteilte Schneider eine Absage. REUTERS

Hochtief holt in USA 800-Mio.-Euro-Auftrag

Der Essener Baukonzern Hochtief baut gemeinsam mit dem Infrastrukturfonds Meridiam eine neue Zufahrt zur Golden Gate Bridge in San Francisco. Die beiden Partner werden das Projekt in einer öffentlich-privaten Partnerschaft entwerfen, bauen, betreiben und teilweise finanzieren, teilte der Essener Baukonzern mit. Das Projekt habe ein Gesamtvolumen von etwa 800 Mio. Euro, davon entfalle die Hälfte auf Hochtief. Die rund 2,5 Kilometer lange Strecke entlang der Nordküste San Franciscos soll den Zugang zu historischen und kulturellen Sehenswürdigkeiten ermöglichen. DPA