

Medigene

## Im Kampf gegen den Krebs

Das Biotech-Unternehmen Medigene ist nach 17 Jahren an der Börse eine vertraute Erscheinung. Derzeit ist die Aktie im Tec-Dax notiert, auch wenn sie immer wieder als Abstiegs Kandidat gehandelt wird. Bei der bisher letzten Index-Neuordnung in dieser Woche haben die Bayern ganz knapp die Indexentnahme vermeiden können. Ein Kursprung um 50 Prozent in den vergangenen Handelstagen hat den Börsenwert von 200 auf 300 Millionen Euro wachsen lassen, so dass man nun auch nicht mehr das kleinste, sondern das zweitkleinste Tec-Dax-Unternehmen ist.

Thomas Taapken, seit November Finanzvorstand des Unternehmens, tut sich schwer, den Kursprung an einem konkreten Ereignis festzumachen. Zwar habe man kurz zuvor eine automatisierte Plattform zur Identifizierung von Zellrezeptoren vorgestellt. „Aber wir präsentieren laufend Ergebnisse auf Konferenzen, und meistens reagiert der Kurs nicht.“ Viel eher glaubt Taapken, passe das Umfeld gerade. Die Zeit sei mittlerweile reif für die Immuntherapie als dritte Welle der Krebsbekämpfung. Die Tatsache, dass mit Novartis in den Vereinigten Staaten erstmals ein Unternehmen eine Zulassung für ein solches Verfahren erhalten und eine ungewöhnlich hohe Kostenersatzung genehmigt worden sei, habe wohl das Interesse der Anleger geweckt. Auch die Übernahme von Kite Pharma durch Gilead trage dazu bei.

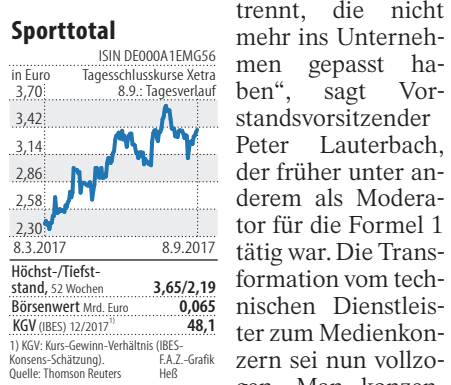
Der Immuntherapie, die durch Anregung und Manipulation eine Krebsbekämpfung durch das körpereigene Immunsystem erreichen soll, unterscheidet sich von früheren Methoden ganz grundsätzlich: „Sie kann nicht nur Leben verlängern, sie kann heilen.“ Denn das Immunsystem habe ein Gedächtnis. „Das ist vergleichbar mit den Masern, gegen die sie nach einmaliger Erkrankung immun werden.“ Insofern könne die Immuntherapie, wo sie funktioniert, auch die spätere Metastasenbildung in Schach halten. Die TCR-Therapie, die Medigene jetzt entwickelt, könnte das Potential der jetzt zugelassenen älteren CAR-Verfahren noch übertreffen. Es sei feinfühlig und könne erheblich kleinere Tumore erkennen und adressieren.

Bis das TCR-Verfahren von Medigene zugelassen werden kann, werden aber wohl noch einige Jahre ins Land gehen. Im Juli hat das Unternehmen die Durchführung einer klinischen Studie der ersten Phase beantragt. Üblicherweise wird hier die Sicherheit eines Medikaments getestet. „Bei Krebs ist das anders“, sagt Taapken. „Man kann Krebspatienten nicht mit Placebos behandeln.“ Die Studie wird daher an Patienten durchgeführt, für die es keine andere Behandlungsmöglichkeit mehr gibt. In der ersten Phase geht es dennoch vornehmlich um die Sicherheit. „Aber wir hoffen trotzdem auf Erkenntnisse zur Wirksamkeit“, sagt Taapken. Der Erfolg und das Scheitern von Medigene hängt im Wesentlichen an der Immuntherapie. Aus Investorensicht bietet sie riesiges Potential – auch wenn ein Scheitern letztlich nicht auszuschließen ist. mho.

Sporttotal AG

## Amateur-Fußball zu jeder Zeit

Die Sporttotal AG gibt es eigentlich erst seit wenigen Tagen. Zumindest unter diesem Namen. Denn erst vor kurzem ist das Unternehmen umfirmiert worden. Zuvor war der Medienkonzern unter dem Namen Wige Media AG bekannt. Im Jahr 1979 in Köln gegründet, hatte es sich insbesondere auf die Übertragung von Großveranstaltungen spezialisiert. Aber auch jenseits des Namens hat sich in den vergangenen Monaten viel verändert. „Wir haben uns von allen Geschäftseinheiten getrennt, die nicht mehr ins Unternehmen gepasst haben“, sagt Vorstandsvorsitzender Peter Lauterbach, der früher unter anderem als Moderator für die Formel 1 tätig war. Die Transformation vom technischen Dienstleister zum Medienkonzern sei nun vollzogen. Man konzentriert sich jetzt auf drei Geschäftsbereiche. Nach wie vor wird Sporttotal Sportveranstaltungen, beispielsweise am Nürnberg, technisch mit Kameras und sonstigem Equipment ausstatten. Im Geschäftsbereich „Live“, der Kunden wie den Autohersteller Porsche bedient, kümmert man sich um große Sponsoring- und Marketingveranstaltungen und realisiert von der Planung, über die Produktion bis zum Social-Media-Auftritt alle Schritte. Die Sparte „Digital“ verspricht nach Meinung von Lauterbach das größte Potential. Darüber will Sporttotal unter anderem den deutschen Amateurfußball erobern. „Hierzulande gibt es 25 000 Fußballvereine und rund 7 Millionen Amateurfußbal-



ler“, sagt er. Doch deren Spiele seien eigentlich bislang nur vor Ort erlebbar. Sporttotal will das ändern. Bis zum Jahr 2019 will der Konzern rund 3000 Stadien und Fußballplätze mit einem vollautonomen Kamerasystem ausrüsten, so dass die Spiele der Regional-, Ober- und Landesligen über das Internet oder eine App gestreamt werden können. Kameramänner vor Ort sind dafür nicht notwendig, das System, das von einem israelischen Start-up entwickelt worden ist, orientiert sich am Herdenverhalten auf dem Platz. Sporttotal hat dafür schon viele Partner gewonnen, darunter die Allianz, die Deutsche Post, Telekom sowie die „Bild“, auf deren Internetseite der Dienst ebenfalls angeboten wird. Die Pilotphase ist nach Aussage von Lauterbach sehr erfolgreich verlaufen. Nach der Umstrukturierung und einem Verlust im vergangenen Jahr soll es in diesem Jahr nun wieder bergauf gehen. Von einem Umsatz von 60 Millionen Euro sollen vor Zinsen und Steuern (Ebit) noch 1,5 Millionen Euro übrig bleiben. Spätestens im Jahr 2020 jedoch sollen sich die neuen Projekte rentieren haben. Dann soll der Umsatz auf mehr als 100 Millionen Euro wachsen – bei einer operativen Rendite (Ebit) von 10 Prozent. ikop.

# In der Nische liegt die Würze

Dax kann jeder. Doch der deutsche Aktienmarkt besteht aus mehreren hundert Titeln. Da schlummern tief gefallene Schmuckhändler, hoch gehandelte Wettanbieter, hoffnungsfrohe Krebsforscher und vieles mehr. Wir haben die Herbstkonferenz der Deutschen Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (DVFA) genutzt, um einige kleinere Aktiengesellschaften näher kennenzulernen. Mutige dürfen investieren.



Sporttotal überträgt Amateursport und verspricht sich so goldene Zeiten – an der Börse konnte der Aktienkurs zumindest deutlich zulegen.

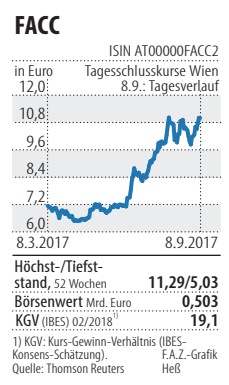
Foto Sporttotal

zehnten mit den Platzhirschen bestens im Geschäft: Bei Kabinenausstattungen, Triebwerkskomponenten oder den spritzsparenden Flügelspitzen (Winglets) sind Airbus, Boeing sowie der kanadische Regionaljet-Hersteller Bombardier stets die wichtigsten Abnehmer. Über mehr als 20 Jahre finanzierte das österreichische Familienunternehmen seine Expansion aus eigenen Mitteln. Dann witterten die damaligen Inhaber von FACC die Gunst der Stunde, als 2009 der chinesische Zulieferer Xian Aircraft auf der Suche nach einem westlichen Technologiepartner war. Das staatlich kontrollierte Unternehmen aus Fernost ist über eine gemeinsame Holding auch mit China aufstrebenden Flugzeughersteller Comac verbunden, der vor Wochen Premiere mit seinem selbst entwickelten Regionaljet C-919 feierte. Der Ausblick für FACC, über eine direkte Verbindung zu Xian Aircraft und Comac auf dem wichtigsten Zukunftsmarkt der Luftfahrt vertreten zu sein, klang für die Eigner verlockend. Seitdem hält der Hausherr aus China gut 50 Prozent der Aktien, die restlichen Papiere von FACC sind im Streubesitz. „Die Anbindung an Xian eröffnet uns neue Absatzchancen in einer Region, deren Luftfahrt über die nächsten beiden Jahrzehnte jeweils um fast 6 Prozent im Jahr zulegen dürfte“, umschreibt FACC-Manager Manuel Taverne die Perspektiven seines Hauses. Gegenwärtig sind bei chinesischen Flugzeuggesellschaften die zweistrahligen Passagierflugzeuge von Airbus und Boeing heißbegehrt, während Großraumjets wie A380 oder 747 wegen hoher Betriebskosten zu Ladenhütern werden. Erst kürzlich zog FACC bei Airbus einen Großauftrag von rund 500 Millionen Euro für die Ausrüstung der A320 an Land. Die Mittelstreckenjets dieses Typs gelten mit einem Auftragsbestand von rund 5000 Stück als Verkaufsschlager im deutsch-französischen Konzern. „Wir kommen unserem Ziel, binnen drei Jahren den Umsatz von rund 650 Millionen Euro auf eine Milliarde Euro zu steigern, immer näher“, ist Taverne zuversichtlich. In diesem Zeitraum will der Ausrüster rund 700 neue Arbeitsplätze in seinen Fabriken schaffen und gleichzeitig bis zu 100 Millionen in moderne Produktionsabläufe investieren.

FACC AG

## Chinas Luftfahrt lockt

Die großen Zulieferer in der Luftfahrt bündeln ihre Kräfte, um Airbus und Boeing die Stirn zu bieten und mit vereiner Kraft neue Märkte in Asien zu erobern. Zum Jahresauftakt verkündete der französische Triebwerks-Ausrüster Safran, dass er den Innenraum-Spezialisten Zodiac für rund 10 Milliarden Euro kaufen will. Vor wenigen Tagen folgte dann der bislang größte Paukenschlag in der Branche. Der amerikanische Zulieferer United Technologies vereinbarte die Übernahme des heimischen Rivalen Rockwell Collins zum Preis von 23 Milliarden Dollar in bar und eigenen Aktien. Von der großen Auslese, die große Hersteller von Flugzeugteilen jetzt forcieren, lassen sich die Manager der österreichischen FACC AG nicht irritieren. „Wir fühlen uns mit unserem chinesischen Investor für weiteres Wachstum bestens gerüstet und können unsere Vorhaben aus eigener Kraft finanzieren“, heißt es beim Zulieferer aus Ried am Inn. Schließlich ist der Spezialist für Leichtbauteile aus Faserverbundwerkstoffen schon seit Jahr-

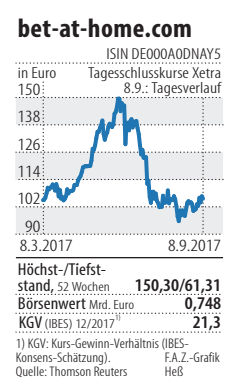


bet-at-home.com AG

bet-at-home.com AG

## Online-Wetten ziehen an

„Wir verkaufen den Thrill. Die Leute wollen unterhalten werden“, sagt Mitgründer und Vorstandsvorsitzender Franz Ömer über sein Unternehmen bet-at-home.com. Lotto sei dagegen langweilig. Das Online-Portal für Sportwetten und Glücksspiele aller Art, wie beispielsweise Casino und Poker, hat der Österreicher schon im Jahr 1999 gemeinsam mit seinem Freund Jochen Dickinger im oberösterreichischen Wels gegründet. „Der hatte als Student einen Nebenjob in einem Wettbüro und kannte sich deshalb aus“, sagt Ömer. Er selbst brachte als Informatiker die Software-Kompetenz mit ein, so dass man sich entschloss, von Beginn an Online-Spiele anzubieten. Im Jahr 2004 wandelte sich das Unternehmen in eine Aktiengesellschaft und ging an die Börse. Mit Erfolg – seit Februar dieses Jahres ist das Unternehmen mit Sitz in Malta im S-Dax gelistet, hat seinen Aktienkurs vervielfacht und kommt auf einen Börsenwert von 740 Millionen Euro. In den ersten Jahren habe man alle Gewinne reinvestiert, insbesondere in Marketing und neue Technologien, sagt der Vorstandschef. Bekanntheit ist in diesem Geschäft enorm wichtig, schließlich gibt es starke Wettbewerber wie Tipico, der mit dem ehemaligen Torwart Oliver Kahn wirbt, oder auch Bwin, die beide ein ganz ähnliches Geschäftsmodell verfolgen. Doch seit nunmehr fünf Jahren wachse man konstanter, so dass es auch aus Anlegersicht ein ausgeglichenes Investment sei, sagt Ömer. Das zeigen auch die Kennzahlen der vergangenen Geschäftsjahre. Im Jahr 2016 verzeichnete das Portal mit 4,6 Millionen registrierten Nutzern, von denen rund ein Zehntel auch aktiv spielen, Wettsätze von knapp 3 Milliarden Euro. Interessanter ist in der Branche jedoch die Kennzahl des Brutto-Ertrags. Das sind die Wettsätze abzüglich der ausbezahlten Gewinne. Der stieg demnach im vergangenen Jahr auf 138,7 Millionen Euro, nach 121,6 Millionen im Vorjahr. Zwar gab Ömer davon auch noch rund 44 Millionen Euro für Marketing aus. So ist bet-



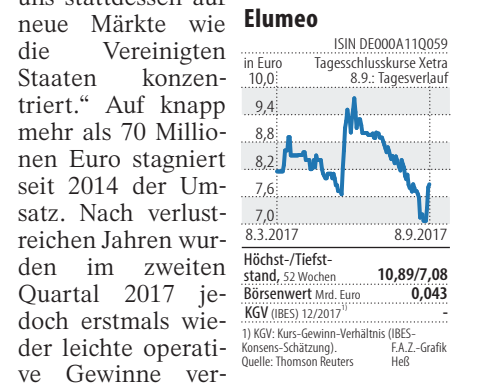
at-home Sponsor von zig Vereinen und Sportveranstaltungen. Doch in Relation zum Bruttoertrag waren das nur noch knapp 32 Prozent. Im Jahr 2012 lag das Verhältnis noch bei 58 Prozent. Unterm Strich verblieb für das Unternehmen mit rund 300 Mitarbeitern im Jahr 2016 ein Nettoertrag von 31 Millionen Euro. Auch mittel- und langfristig sieht der Manager noch viel Potential. Derzeit liege der Online-Anteil im Glücksspielmarkt erst bei etwa 10 Prozent. Gerade auch in Deutschland will Ömer mit seinem Portal noch wachsen. Hierzulande habe bet-at-home in etwa so viele Nutzer wie im Heimatmarkt Österreich, der jedoch nicht annähernd so groß ist. Zunehmend werde zudem über Smartphone und Tablet gewettet. Seit dem Jahr 2013 hat das Portal auch eine Mobilversion. „Schon jetzt erzielen wir 40 Prozent des Gesamtumsatzes darüber“, sagt er. Gerade für die junge Spieler sei das relevant, denn die interessierten sich nicht so sehr für reale Fußballwetten, also beispielsweise auf die Bundesliga, sondern vielmehr für virtuelle Spiele. ikop.

Elumeo

## Hoffnung auf die Wende

Elumeo ist ein Schmuckhersteller aus Berlin. Das im Jahr 2008 gegründete Unternehmen produziert seine Ware im eigenen Werk in Thailand und verkauft sie über seinen Shopping-Fernsehsender Juwelo TV und eigene Webshops vor allem in Deutschland. Größere Märkte sind zudem Italien und Großbritannien. Mit dem Ziel der Internationalisierung und dem Aufbau weiterer lokaler TV-Sender und Webshops ging das Unternehmen im Sommer 2015 an die Börse. Für die Aktionäre war die Sache bisher ein Flop. Zu 25 Euro wurden die Aktien ausgegeben. Heute kosten sie weniger als 8 Euro. Elumeo konnte sein hohes jährliches Wachstum aus den Jahren vor dem Börsengang nicht fortsetzen und machte im Geschäftsjahr 2016 und wohl auch 2017 Verluste. Was war passiert? „Der thailändische Baht zum Euro, aber vor allem auch zum Pfund sehr stark“, sagt Gründer und Verwaltungsratsvorsitzender Wolfgang Boyé. „Wir kaufen alle Edelsteine in Baht und zahlen auch die Gehälter für unsere 750 thailändischen Mitarbeiter in Baht, und da belastete uns die starke Währung sehr.“ Der Blick auf den Wechselkurs zeigt nach dem Börsengang eine Aufwertung des Bahts zum Pfund um 25 Prozent

und zum Euro um 10 Prozent. Zuletzt zeigte sich der Euro zum Baht aber wieder stärker. „Wir hätten versuchen können, aus den höheren Kosten herauszuwachsen, das wäre aber sehr riskant gewesen“, sagt Boyé. „Wir haben uns daher für eine Kostensenkungsstrategie entschieden, etwa 13 Prozent Kosten abgebaut, unsere Marktposition insbesondere in Großbritannien deutlich verkleinert und uns stattdessen auf neue Märkte wie die Vereinigten Staaten konzentriert.“ Auf knapp mehr als 70 Millionen Euro stagniert seit 2014 der Umsatz. Nach verlustreichen Jahren wurden im zweiten Quartal 2017 jedoch erstmals wieder leichte operative Gewinne verbucht. „Das soll nun so bleiben, so dass wir das Gesamtjahr 2017 wohl zwar noch mit einem leichten Minus abschließen, 2018 aber dann auch auf Jahresbasis wieder profitabel sind“, sagt Boyé. Erstes Ziel des Unternehmers ist der Erhalt der wiedergewonnenen Profitabilität. Zweites Ziel die Rückkehr zu Umsatzwachstum. Gute Chancen dafür sieht er nicht nur wegen der steigenden Bedeutung des Online-Handels für Schmuck, sondern auch wegen der Zufriedenheit der Kundinnen. „85 Prozent unserer Kunden sind Frauen, die für sich selbst Schmuck kaufen“, sagt Boyé. „Die meisten tun dies immer wieder bei uns und mit steigenden Umsätzen je Kunden, was für die Qualität unserer Waren spricht.“ 100 Euro kostet das durchschnittliche Schmuckstück von Elumeo. Den niedrigen Aktienkurs versteht Boyé nicht. Er verweist auf das Eigenkapital des Unternehmens von 35 Millionen Euro. Der Börsenwert beläuft sich nach einem Anstieg um 10 Prozent in dieser Woche auf 43 Millionen Euro. Die Analysten und die meisten Anleger warten aber noch ab, ob das Unternehmen wirklich nachhaltig rentabel arbeitet und bald wieder wächst. dmoh.



OTI Greentech

## Saubere Tanks und sauberer Strom

Der Name der Holding OTI Greentech klingt nach E-Auto oder Windkraft. Tatsächlich führt er derzeit noch etwas in die Irre. Er stammt von der Keimzelle der Gesellschaft, einem gleichnamigen Schweizer Unternehmen, das auf Reinigungsmittel für Tanks spezialisiert ist. Doch die wesentlichen Umsatzbringer der Holding waren zuletzt die norwegischen Unternehmen Rada und VTT, die im Wesentlichen Ingenieurdienstleistungen im maritimen Bereich anbieten. Man habe eine Namensänderung diskutiert, sagt Vorstand Joe Armstrong. Derzeit geht es aber dringenderen Aufgaben. „Außerdem wird der Umsatzanteil von Greentech auf 50 Prozent steigen, wenn sich die Umsätze so materialisieren wie geplant.“ Hoffnungen setzt er auf das jüngste Projekt in Nigeria. Hier arbeite man daran, bisher ungenutztes Erdgas zum Zweck der Stromversorgung in flüssiger Form zu Endnutzern zu bringen. Damit könnte Nigeria endlich die schmutzige Stromproduktion via Dieselgeneratoren verringern. Insofern handele es sich hier durchaus um Greentech. Dass Armstrong bei den Umsatzprognosen Vorsicht walten lässt, hat einen guten Grund. In diesem wie auch im Vorjahr blieb OTI deutlich hinter seinen Prognosen zurück. So wird 2017 aus der geplanten Verdopplung des Umsatzes auf 16 Millionen Euro nichts werden und ebenso wenig wohl aus dem operativen Gewinn. Schon 2016 hatte man diese Umsatzgröße erreichen wollen, am Ende reichte es noch nicht einmal für die später in Aussicht gestellten zehn Millionen Euro. „Wir wollen konservativer planen, um verlorene Glaubwürdigkeit wiederzugewinnen“, sagt Armstrong. Möglicherweise wird das Ergebnis also etwas besser ausfallen. 2018 sollte dann die italienische Uniservice für einen Schub sorgen, deren Übernahme sich verzögert hatte. Uniservice ist in der maritimen Sicherheit und gleichfalls in der Tankreinigung aktiv. Es gebe allerdings noch Integrationsbedarf, sagt Armstrong. Schließlich sei Uniservice bisher ein Familienunternehmen gewesen.

Die Aktienkursentwicklung von OTI spiegelt die enttäuschten Erwartungen wider. Seit dem Börsengang über den Mantel der IP Strategy ist der Kurs von 2,50 Euro auf zuletzt 21 Cent gefallen. In diesem Bereich befindet er sich bei mäßigem Handelsvolumen seit einigen Monaten. Dazu beigetragen haben auch Kapitalerhöhungen im Rahmen von Übernahmen und einem Tausch von Gesellschafterdarlehen. Längerfristig will man aber in Frankfurt notiert werden und bis 2020 einen Umsatz von mehr als 50 Millionen Euro erreichen und profitabel sein. mho.

