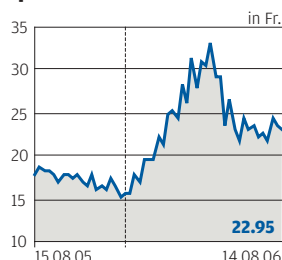


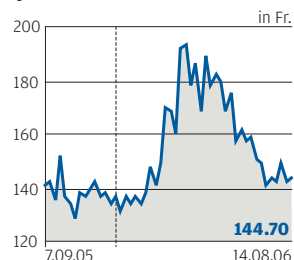
Börsengang ist nur eine Lösung

BIOTECHNOLOGIE Firmen wie Arpida oder Speedel haben sich über die Börse Kapital verschafft. Das ist aber nicht die einzige Wachstumsstrategie für Biotech-Firmen: Vermehrt entscheiden sie sich für Übernahmen, Akquisitionen oder Kooperationen.

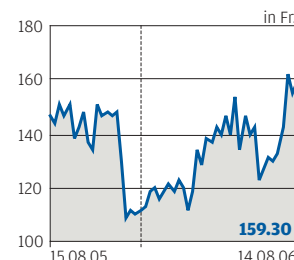
Arpida N



Speedel N



Actelion N



es wird später zum ersten Biotech-Blockbuster.

• **2003:** Human Genome Project erfolgreich abgeschlossen (Start war 1990 erfolgt).

Heute sprechen wir von einer globalen Industrie mit mehr als 75 Mrd Fr. Umsatz und mehreren hundert Produkten (allein in der Humanmedizin) auf dem Markt.

Führende Rolle der Schweiz

Die Schweiz war von Beginn weg an der Entwicklung der Biotechnologie aktiv beteiligt. Vorerst mehrheitlich in Form von finanziellen Investitionen in die diversen Neugründungen von Biotech-Unternehmen in den USA und später in Europa. Dank der starken globalen Präsenz der schweizerischen Pharmaindustrie, dem vorhandenen Kapital sowie den guten akademischen Möglichkeiten hat sich aber auch sehr bald eine einheimische Biotech-Industrie etabliert, die 2005 mit mehr als 14 400 Arbeitsplätzen und einem Umsatz von 6 Mrd Fr. nicht länger ein exotisches Nebenprodukt der Schweizer Wirtschaft ist, sondern ein Sektor, der ernst genommen werden muss. Das hat dazu geführt, dass sowohl die Investoren als auch die

Firmengründer professioneller arbeiten. Firmen werden nicht mehr einfach ins Blaue hinaus gegründet, sondern Ideen auf Herz und Nieren geprüft und Strategien von Anfang an professionell geplant.

Während vor fünf Jahren die meisten Schweizer Biotech-Unternehmen analog zu vielen europäischen Unternehmen eine klassische Börsenganstrategie verfolgten, hat sich dieser Fokus in der Zwischenzeit etwas relativiert und die Strategien werden individueller. Neben den beiden Börsengängen von Arpida und Speedel sind nun Fusionen und Übernahmen in. Die Akquisition des Impfstoffherstellers Berna Biotech durch die niederländische Crucell sowie der Kauf des Bereichs Tiergesundheit von Pfizer durch die Zürcher Prionics sind nur jüngste Beispiele dieser Tendenz.

Firmen müssen flexibel bleiben

Der erfolgreiche Verkauf des Zürcher Start-up Glycart an Roche (siebenfacher Payback für die Investoren nach vier Jahren) führte zudem sowohl auf Firmen- wie auch auf Investorensseite dazu, dass die Spezialisten realisierten, dass ein Trade Sale gegenüber ei-

nem Börsengang auch Vorteile haben kann.

Nicht nur bei den kleineren Unternehmen ist Flexibilität gefragt, auch bei den grossen, börsenkotierten Biotech- und Life-Sciences-Firmen ist deutlich geworden, dass eine Strategie nie in Stein gemeisselt sein darf.

Schnittstellen mit Pharmafirmen

Exemplarisch sei hier Serono erwähnt, welche nach vergeblichen Bemühungen, einen Käufer für sich selbst zu finden, wiederum eine strategische Neuausrichtung vorgenommen hat und jetzt selbst in den nächsten 18 Monaten als Akquisiteur auftreten will. Die kürzlich angekündigte Kooperation von Actelion und Roche ist ebenfalls ein Geschäftsmodell, welches inskünftig des Öfteren zur Anwendung kommen dürfte.

Die jüngsten Transaktionen haben deutlich gezeigt, dass zwischen den Unternehmen der Biotech- und Pharmaindustrie einige Berührungspunkte bestehen, welche auch für die Zukunft von Bedeutung sein werden.

Jürg Zürcher, Industry Leader Biotech und Partner von Ernst & Young, Basel.

IMPRESSUM

Redaktion

Seestrasse 37, 8027 Zürich,
Telefon 044 288 35 55,
Fax 044 288 35 75, E-Mail:
redaktion@handelszeitung.ch
www.handelszeitung

Verlag

Seestrasse 344, 8027 Zürich,
Telefon 044 288 35 00
Fax 044 288 93 51
verlag@handelszeitung.ch

Herausgeberin

Handelszeitung und
Finanzrundschau AG, Zürich

Verleger

Ralph Büchi

Chefredaktor

Martin Spieler (spi)

Stv. Chefredaktoren

Pascal Ihle (pi), Markus Köchli
(mk/Dienstchef)

Redaktion

Unternehmen: Gabriela Weiss (gwe/Leitung), Michael Kuhn (mik/stv. Leitung), Alice Chalupny (cha), Gret Heer (gh), Claudia Laubscher (clu), Mélanie Knüsel-Rietmann (MéR). Management: Thomas Pfister (top/Leitung), Eckhard Baschek (eb). Finanz: Daniel Hügli (dhü/Leitung), Peter Hody (hy/stv. Leitung), Christoph Fehr (cf), Samuel Gerber (sg). Special: Markus Köchli (mk/Leitung), Oskar E. Aeberli (Ae), Kurt Bahnmüller (kb/Sonderaufgaben). Redaktion Bern: Synes Ernst (syn), Christoffelgasse 7, Postfach 8223, 3001 Bern, Telefon 031 312 06 68, Fax 031 311 39 20, E-Mail: sernst@handelszeitung.ch. Redaktion Brüssel: Johannes J. Schraner (jjs). Redaktionsmitarbeiter: Katrin Bachofen (ba), Armando Gugliemetti (Kolumnist), Markus Koch (Kolumnist, New York), Roger Köppel (Kolumnist), Kurt Speck (spe), John Wicks (jw). Ständige Mitarbeiter: Esther Bollmann, Flavian Cajacob, Patrick Chappatte (Karikaturist) Matthias Niklowitz,

Roland Meier, Mari Serrano, Katrin Piazza, Michael Rehsche, Gudrun G. Vogt, Helga Wienröder. Koordination «Wall Street Journal»: Christoph Fehr.

Auslandskorrespondenten

Athen: Constantin Collmer; Berlin: Hans-Jürgen Maurus; Frankfurt: Klaus Dieter Oehler; London: Titus Kroder, Peter Odrich; Mailand: Friedhelm Gröteke; München: Nicolas Kellner; Nikosia: Birgit Cerha (Nahe Osten); Singapur: Jan Höhn; Stockholm: Reiner Gatermann; Tokio: Barbara Odrich (Südostasien); Wien: Dieter Friedl.

Produktion/Layout

Roger Cavalli (Art Director/Leitung Layout), Moira Lazzaro (stv. AD), Sandra Handler, Mario Imondi, Maya Ingold (Infografik), Beni Cuenat (Bildbearbeitung), François Gribi (Fotograf/Bildredaktion).

Geschäftsleitung

Ralph Büchi (Vorsitz), René Grolimund, Urs Hürlimann, Patrizia Serra, Martin Spieler, Daniel Truttmann.

Anzeigen

René Grolimund (Leitung), Walter Morf, Adi Frei, Eveline Fenner (Kunst), Renato Oliva (Finanzanzeigen). Telefon 044 288 35 60, E-Mail: inserate@handelszeitung.ch Verlags- und Anzeigenleitung Westschweiz: Elisabeth Demidoff Telefon 022 839 60 00, E-Mail: edemidoff@handelszeitung.ch

Abonnemente

1-Jahres-Abo Schweiz: Fr. 198.- plus Fr. 20.- Porto (inkl. MWSt.), Westeuropa: Fr. 303.- (inkl. Porto); Testabo Schweiz: Fr. 20.- (inkl. Porto und MWSt.), Westeuropa: Fr. 25.- (inkl. Porto). Telefon 044 288 35 35, E-Mail: abo-dienst@handelszeitung.ch Einzelverkaufspreis: Fr. 4.80/ Euro 3.50; Erscheinung wöchentlich (Mittwoch).

Druck: Druckzentrum Tamedia AG, Zürich