

„Prognosen mindestens erreichen, noch besser übertreffen“

Interview mit Matthias Schrade, Vorstand,
DEFAMA Deutsche Fachmarkt AG

Die DEFAMA ist auf lebensmittelverankerte Fachmärkte fokussiert – offenbar ein äußerst lukrativer Sektor, wie Vorstand Matthias Schrade im Gespräch mit dem GoingPublic Magazin erläutert.



Foto: © DEFAMA Deutsche Fachmarkt AG

DEFAMA-Fachmarktzentrum in Hamm

GoingPublic: Herr Schrade, wie verlief denn das ungewöhnliche Jahr 2020 für die DEFAMA?

Schrade: Erfolgreich, aber auch stressig. Im Jahr 2020 haben wir weitere fünf Immobilien gekauft – darunter mit Zeit das größte unserer Firmengeschichte –, uns personell verstärkt, unsere Hausverwaltung in größere Räume umgezogen, eine Verwaltungssoftware eingeführt, den Umbau in Radeberg durchgeführt und

Anfang November planmäßig abgeschlossen – das mit Abstand größte Bauprojekt unserer Firmengeschichte. Und ganz nebenbei war ja auch noch Corona ... Wir werden trotzdem bei allen Kennzahlen deutlich Rekordwerte erreichen.

Und Mietstundungen oder gar -ausfälle?

Im April hatten wir tatsächlich in der Spitze rund 20% Mietaussetzungen. Im Mai waren es aber schon nur noch 10%, und seit Juni haben wir über 99% planmäßige Eingänge. Die ausgesetzten Mieten wurden auch schon größtenteils nachgezahlt, aktuell sind nur noch etwa 120.000 EUR offen. Aber noch wichtiger: Kein einziger unserer Mieter musste wegen Corona in eine Insolvenz gehen. Da hat es die nicht auf Lebensmittel fokussierten Einkaufscenter viel schwerer getroffen.

”

Wir werden überschüttet mit Objektangeboten – daran mangelt es nicht.

Die DEFAMA hat Anfang Dezember nicht nur eine ziemlich exakte Prognose für das noch laufende Jahr veröffentlicht, sondern auch für 2021 sowie einen „Fünfjahresplan“. Ist Ihr Geschäft denn dermaßen prognostizierbar?

Aufgrund der langfristigen Mietverträge können wir sehr genau etwas zum laufenden und auch zum nächsten Jahr sagen. Die Kostenstruktur ist auch klar. Die Ziele kommunizieren wir so, dass wir sie mit hoher Wahrscheinlichkeit mindestens erreichen, noch besser übertreffen.

Aber neue Objektkäufe sind noch nicht mit eingeplant?

Jeder Kauf wirkt sich ja erst zeitversetzt auf unsere Zahlen aus. Objekte, die nächstes Jahr hinzukommen, haben daher nur noch geringe Auswirkungen auf das Ergebnis 2021. Die wesentlichen Eckdaten sind also schon jetzt recht gut abschätzbar.

Beim „Fünfjahresplan“ aus Ihrer Pressemitteilung sind Zukäufe eingeplant,



ZUM INTERVIEWPARTNER

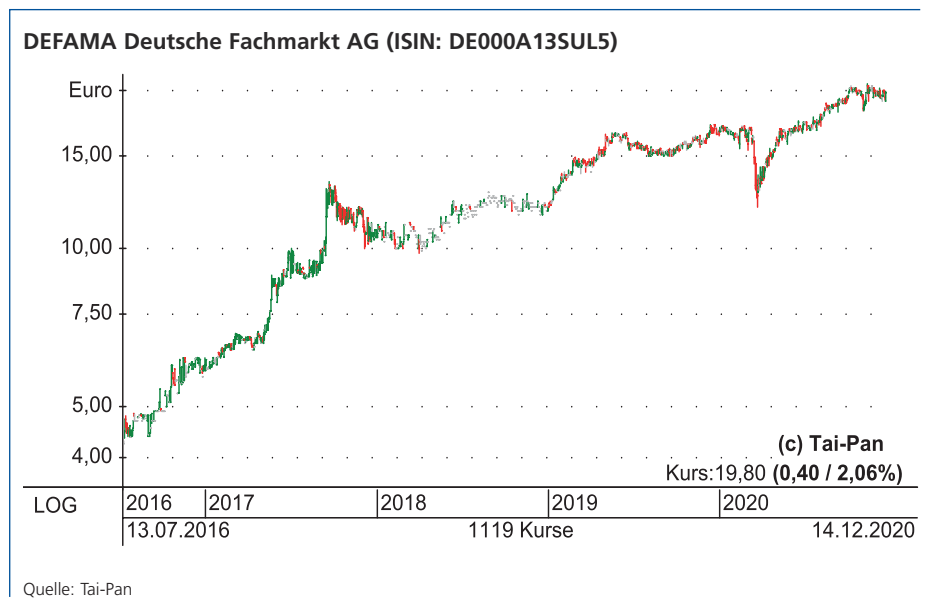
Matthias Schrade ist Gründer und Vorstand der **DEFAMA Deutsche Fachmarkt AG**.

richtig? Sie wollen doch sicherlich weiter expandieren.

Natürlich. Diese Planung entspricht einer Fortschreibung unseres bisherigen Wachstumstempos – insofern ist es eine Projektion auf die nächsten Jahre. Neu ist, dass wir öffentlich kundgetan haben, diese Wachstumsgeschwindigkeit auch die nächsten Jahre fortführen zu wollen, und uns dazu bekannt haben. Fünf bis acht Objekte mit etwa 15 Mio. bis 20 Mio. EUR Ankaufvolumen pro Jahr sind unsere grobe Linie – wobei das von Jahr zu Jahr variieren kann, denn die einzelnen Transaktionen ziehen sich oft sehr lange hin. Wir hatten mal ein Objekt, da dauerte es sage und schreibe 50 Monate, bis wir endlich beim Notar saßen. Umgekehrt war letztes Jahr ein Objekt binnen drei Wochen durch.

Gibt es denn weiterhin genügend Objekte, die infrage kommen?

Wir werden überschüttet mit Objektangeboten – daran mangelt es nicht. In unserem Marktsegment kommen schätzungs-



weise rund 1.000 Objekte pro Jahr auf den Markt, und am Ende stehen ganze fünf bis acht, bei denen wir einen Abschluss machen.

Herr Schrade, ganz herzlichen Dank für die interessanten Hintergründe! ■

Das Interview führte Falko Bozicevic.

ADVERTORIAL

Medios AG: Spezialmedizin fürs Depot

MEDIOS

Breite Aufstellung im Wachstumsmarkt Spezialpharma

Medios hat sich auf die Versorgung von Patienten mit hochpreisigen Arzneimitteln für chronische und/oder seltene Erkrankungen spezialisiert, deren Therapie meist sehr langwierig und teuer ist. Zudem stellt das Unternehmen patientenindividuelle Therapien (zum Beispiel in Form von Infusionen) her. Dadurch kann Medios überproportional vom ohnehin schon starken Wachstum des Specialty Pharma Marktes profitieren.

Für das Jahr 2020 erwartet Medios eine Umsatzsteigerung von 18 bis 22 % auf 610 bis 630 Mio. €. Der Markt in Deutschland dürfte um 9 % auf bis zu 16 Mrd. € zulegen. Wachstumstreiber sind insbesondere die Zunahme chronischer Erkrankungen, die Entwicklung neuer Wirkstoffe und die Individualisierung von Therapien.

Neue Wachstumschancen

Dank einer Neuregelung kann Medios seit September auch Hämophilie-Präparate an seine Partnerapotheken ausliefern. Doch auch Übernahmen spielen eine wichtige strategische Rolle. Mit der Akquisition des pharmazeutischen Großhändlers Cranach Pharma, die vorbehaltlich der Zustimmung des Bundeskartellamtes im ersten Quartal vollzogen werden dürfte,



würde sich der Konzernumsatz von Medios in 2021 deutlich auf über eine Mrd. € erhöhen. Und auch das Partnernetzwerk würde sich spürbar von rund 330 auf rund 500 spezialisierte Apotheken vergrößern. Darüber hinaus könnte Medios das dann erweiterte Produktangebot sowie Synergien in Einkauf, Vertrieb und Logistik nutzen. Für weitere Übernahmen ist Medios gut ausgestattet.