

Der globale Markt für Orthopädietechnik aus Mergers & Acquisitions Perspektive



Eine Branchenanalyse
März 2014

CON|ALLIANCE

Autor: Dipl.-Kfm. Günter Carl Hober, MBA

Datum: März 2014

Empfänger des vorliegenden Reports erklärt sich damit einverstanden, diese Informationen weder selbst noch über Dritte ohne vorherige schriftliche Zustimmung durch Conalliance zu vervielfältigen und/oder weiterzuleiten.

Dieser Report stellt keine Empfehlung zum Kauf von Wertpapieren oder Vornahme bestimmter Investitionen oder zur Vergabe von Darlehen, Finanzierungen oder sonstigen Rechtsgeschäften gleich welcher Art dar.

Die in diesem Report enthaltenen Schätzungen, Aussagen, Bewertungen und Prognosen wurden nach bestem Wissen auf Grundlage von öffentlich zugänglichen Daten, Quellen und Methoden, die wir für zuverlässig erachten, und anhand der Daten, Unterlagen und Informationen getroffen. Wir übernehmen keine Gewähr für deren Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität. Diese Ausarbeitung reflektiert die Meinung der Verfasser zum Zeitpunkt ihrer Erstellung. Etwaige unvollständige oder unrichtige Informationen begründen keine Haftung der Conalliance für Schäden gleich welcher Art, und

Conalliance haftet nicht für indirekte und/oder direkte Schäden und/oder Folgeschäden. Insbesondere übernehmen wir keine Haftung für in diesen Analysen enthaltene Aussagen, Planungen oder sonstige Einzelheiten bezüglich der untersuchten Unternehmen, deren verbundener Unternehmen, Strategien, konjunkturelle, Markt- und/oder Wettbewerbslage, gesetzlicher Rahmenbedingungen oder das Eintreten von Prognosen, usw. Aussagen über zukünftige wirtschaftliche Entwicklungen basieren grundsätzlich auf Annahmen und Einschätzungen, die sich im Zeitablauf als nicht zutreffend erweisen können.

Obwohl die Analysen mit aller Sorgfalt zusammengestellt werden, können Fehler oder Unvollständigkeiten nicht ausgeschlossen werden. Conalliance und deren Angestellte übernehmen keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der Aussagen, Einschätzungen, Empfehlungen oder Schlüsse, die aus in den Analysen enthaltenen Informationen abgeleitet werden.

CONALLIANCE

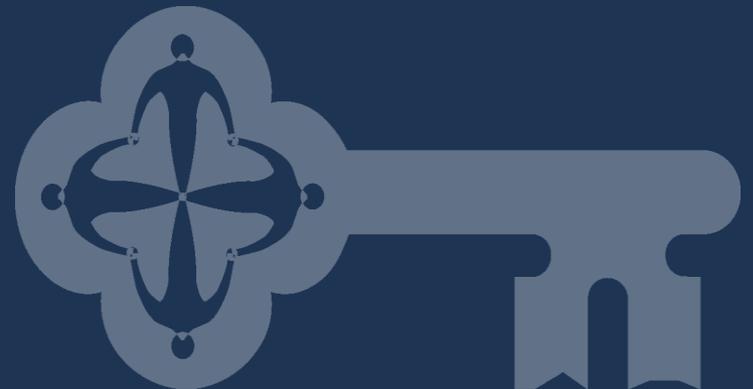
M&A Advisors for the Health Care Industry

Mies-van-der-Rohe-Strasse 4, 80807 Munich, Germany

Tel.: +49 (89) 809 53 63-0

www.Conalliance.com

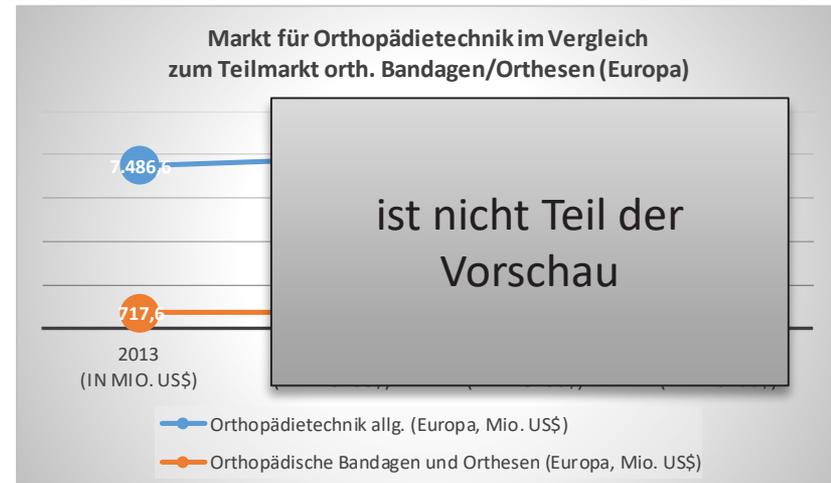
Der Markt für Orthopädietechnik



3.2. Marktvolumen / -profitabilität – Orthopädietechnik (Segment orth. Bandagen und Orthesen)

	2013 (in Mio. US\$)	2014 (in Mio. US\$)	2015 (in Mio. US\$)	2019 (in Mio. US\$)	CAGR (2014-19)
Orthopädietechnik allg. (Europa, Mio. US\$)	ist nicht Teil der Vorschau				
Orthopädische Bandagen und Orthesen (Europa, Mio. US\$)					
Anteil Bandagen/ Orthesen an Orthopädietechnik					

- Der allgemeine Markt für Orthopädietechnik in Europa wird in 2015 auf 8,12 Mrd. US\$ geschätzt. In absoluten Zahlen wird angenommen, dass dieser von 7.486,6 Mio. US\$ in 2013 auf 9.445,6 Mio. US\$ in 2019 wachsen soll.
- Der Teilmarkt OBO soll im selben Zeitraum von ca. 717,6 Mio. US\$ auf 876,4 Mio. US\$ wachsen.
- Der Teilmarkt OBO ist ein stabiler und relativ konjunkturunabhängiger Markt.
- Der Teilmarkt OBO macht in Europa in 2015 ca. 9,4% aus und wird in 2015 auf ca. 765,8 Mio. US\$ geschätzt. Er wächst mit geschätzt 3,4% (CAGR 2014-19) und somit etwas langsamer, als der übergeordnete allgemeine Markt für Orthopädietechnik mit ca. 3,9% (CAGR 2014-19). Das Marktwachstum des Segments OBO kann als moderat bezeichnet werden.
- Niedriges bis moderates Marktwachstum impliziert einen Kampf um Marktanteile. Dies ist insbesondere in Märkten der Fall, die bereits in die Reifephase eingetreten sind. Mit zunehmender Reife eines Marktes und der damit einhergehenden Verlangsamung des Marktwachstums, würde der Markt als solches vom Ausscheiden einzelner Wettbewerber profitieren. Da jedoch die gesamten Kosten des Marktaustritts von dem austretenden Unternehmen getragen werden würde und dieses nicht an der durch seinen Marktaustritt induzierten Erhöhung der durchschnittlichen Profitabilität des Marktes partizipiert, tendieren die einzelnen Marktteilnehmer dazu, von einem Marktaustritt abzusehen.



3.2. Marktvolumen / -profitabilität – Orthopädietechnik (Segment orth. Bandagen und Orthesen)



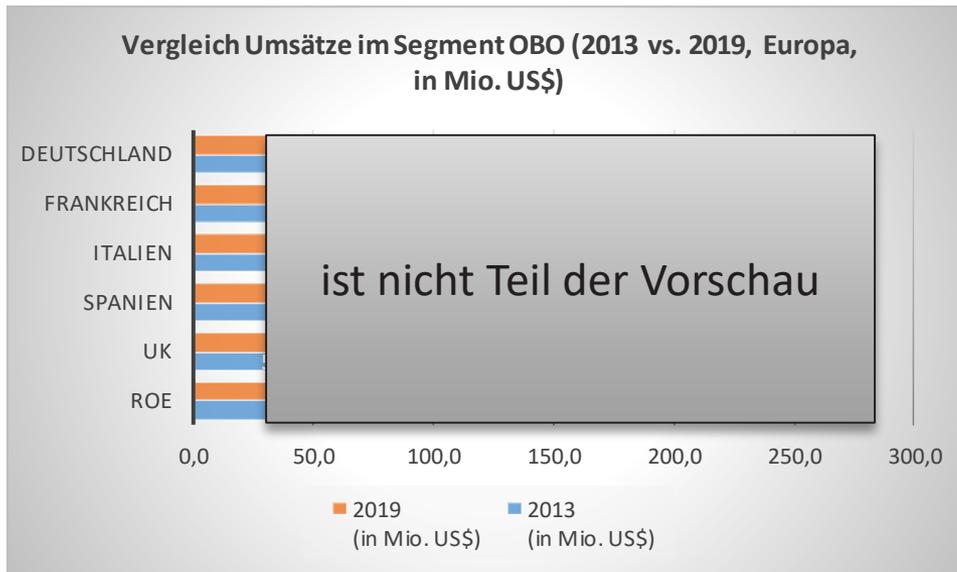
- Innerhalb Europas ist Deutschland der stärkste Teilmarkt und für ca. 31% des europäischen Umsatzes verantwortlich (ca. 241,3 Mio. USD in 2015)
- Frankreich stellt einen Anteil in Höhe von ca. 20%, Italien ca. 10%, Spanien ca. 9%, UK ca. 7% und der Rest Europas ca. 23%

Verteilung Segment OBO	2013 (in Mio. US\$)	2014 (in Mio. US\$)	2015 (in Mio. US\$)	2019 (in Mio. US\$)	CAGR (2014-19)	Anteil 2015
ROE	165,5	ist nicht Teil der Vorschau				
UK	52,9					
Spanien	61,6					
Italien	69,4					
Frankreich	143,4					
Deutschland	224,8					
TOTAL	717,6					

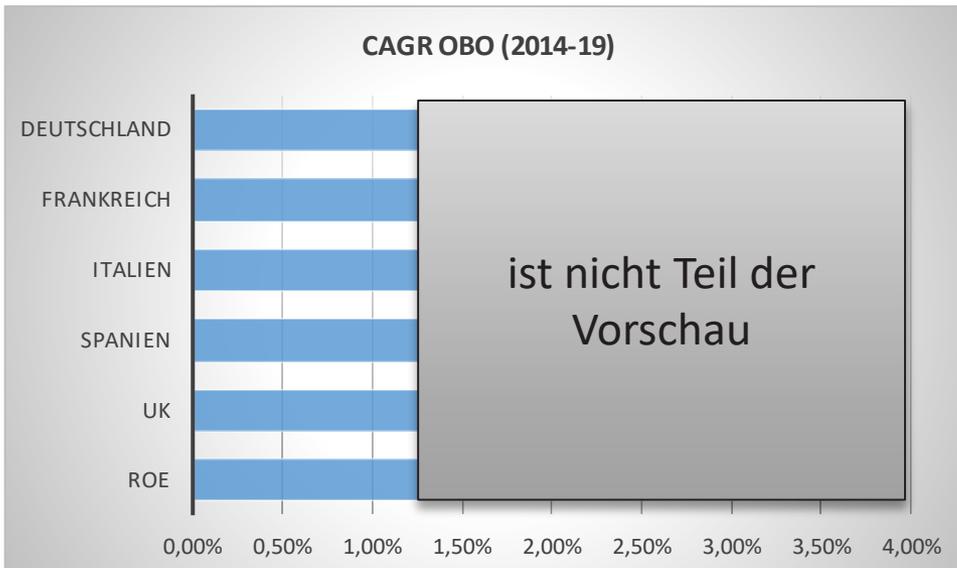
Quelle: eigene Analyse, Berechnungen und Darstellung Conalliance; Press Releases, MicroMarketMonitor Analysis; MicroMarketMonitor, European Orthopedic Braces and Support Market, 2015; FAQ Consulting 2010, Interviews



3.2. Marktvolumen / -profitabilität – Orthopädietechnik (Segment orth. Bandagen und Orthesen)



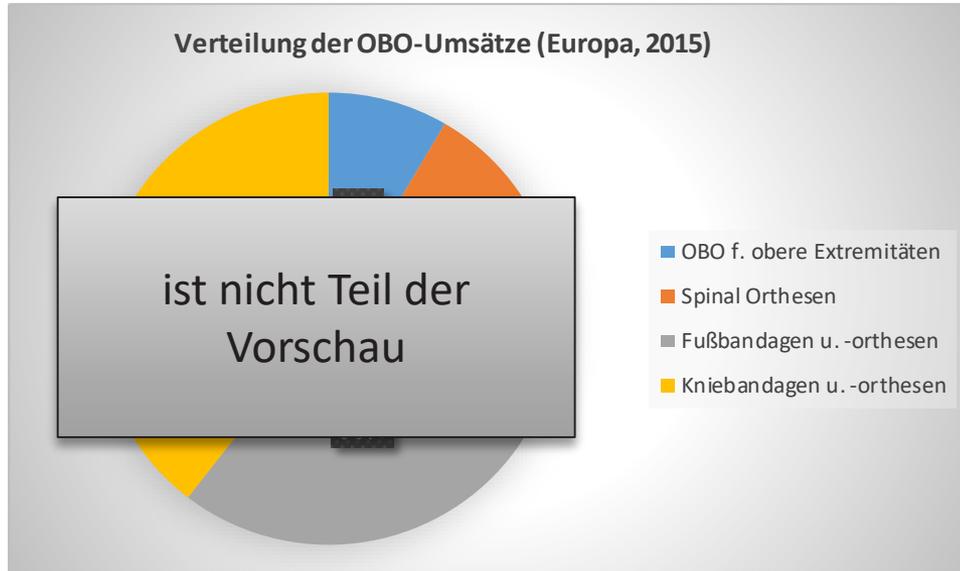
- Die kumulierten Umsätze im Segment OBO in Europa steigen im Zeitraum von 2013 bis 2019 von **717,6 Mio. US\$ auf** [REDACTED]
- In Deutschland wächst der OBO-Markt im selben Zeitraum von [REDACTED] Mio. US\$ auf [REDACTED] Mio. US\$, in Frankreich von 143,4 Mio. US\$ auf 175,5 Mio. US\$, in Italien von 69,4 Mio. US\$ auf 84,3 Mio. US\$, in Spanien von 61,6 Mio. US\$ auf 74,0 Mio. US\$, in UK von 52,9 Mio. US\$ auf 62,9 Mio. US\$ und im Rest Europas von 165,5 Mio. US\$ auf 201,5 Mio. US\$.



- Der europäische Gesamtmarkt für OBO wächst durchschnittlich um 3,4% (CAGR 2014-19). Somit liegt dieser über dem durchschnittlichen Wachstum für Gesundheitsausgaben in der EU.
- Mit ca. 3,6% (CAGR 2014-19) wächst Deutschland innerhalb Europas am stärksten, gefolgt von Frankreich mit ca. 3,5% (CAGR 2014-19). Der CAGR soll in Italien 3,3%, in Spanien 3,2%, in UK 2,9% und im restlichen Europa 3,4% im selben Zeitraum betragen.



3.2. Marktvolumen / -profitabilität – Orthopädietechnik (Segment orth. Bandagen und Orthesen)



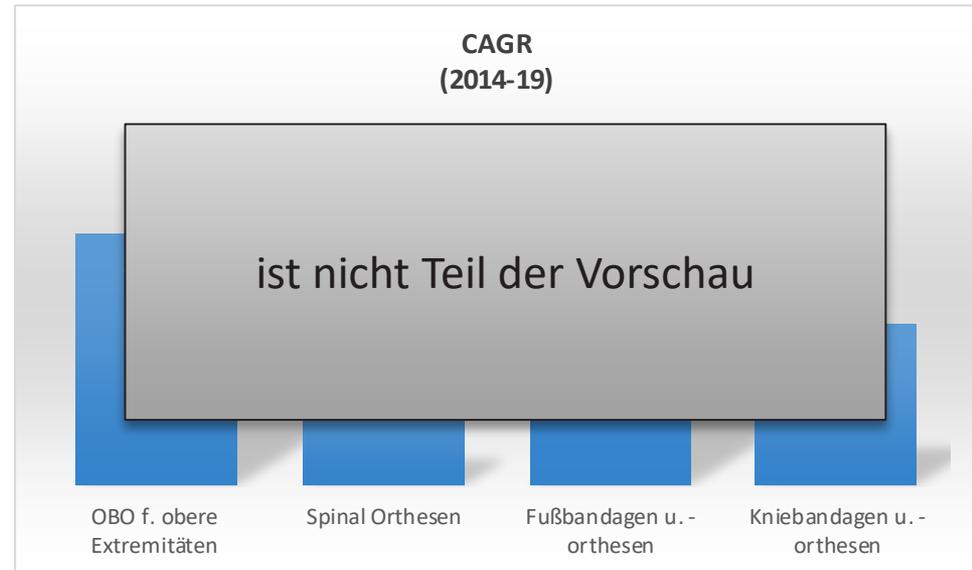
- Vom Europäischen Gesamtumsatz im Segment OBO entfallen ca. █% auf Kniebandagen und -orthesen, █% auf Fußbandagen und -orthesen, █% auf Rückenbandagen und -orthesen sowie █% auf OBO f. obere Extremitäten.
- In den Segmenten für Spinal- und Knieorthesen könnten sich attraktive neue Märkte erschließen. Vor allem der Markt für Knieorthesen ist vom Marktvolumen her attraktiv, wengleich dieses Marktsegment sich einer sehr starken Konkurrenz entgegenseht.

Verteilung Segment OBO	2013 (in Mio. US\$)	2014 (in Mio. US\$)	2015 (in Mio. US\$)	2019 (in Mio. US\$)	CAGR (2014-19)	Anteil 2015
OBO f. obere Extremitäten	60,5	ist nicht Teil der Vorschau				
Spinal Orthesen	155,9					
Fußbandagen u. -orthesen	217,1					
Kniebandagen u. -orthesen	284,1					
TOTAL	717,6					



3.2. Marktvolumen / -profitabilität – Orthopädietechnik (Segment orth. Bandagen und Orthesen)

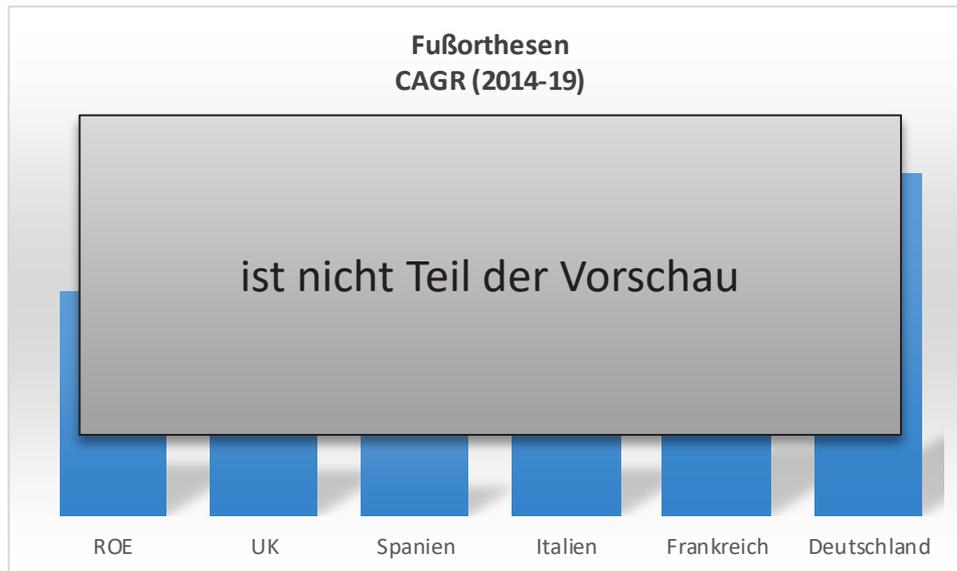
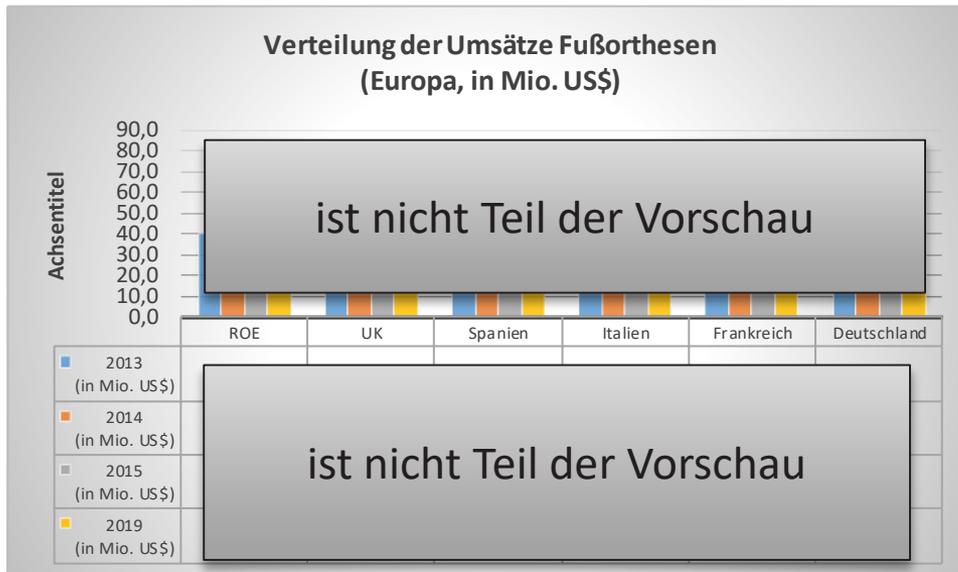
- Innerhalb des Segments OBO wächst die Produktgruppe Fußbandagen und -orthesen (Foot & Ankle Braces & Support) am stärksten (CAGR 2014-19 in Höhe von █%)
- Das Segment "OBO f. obere Extremitäten" soll um █%, "Spinal Orthesen" um █% und "Kniebandagen u. -orthesen" um █% wachsen (jeweils CAGR 2014-19).



- Innerhalb des Teilsegments Fußbandagen und -orthesen verteilt sich der Umsatz zu ca. █% auf Fußbandagen und zu █% auf Fußorthesen.
- Nicht zuletzt aufgrund des höheren Einzelproduktpreises machen die Orthesen den größeren Umsatzanteil aus.



3.2. Marktvolumen / -profitabilität – Fußorthesen

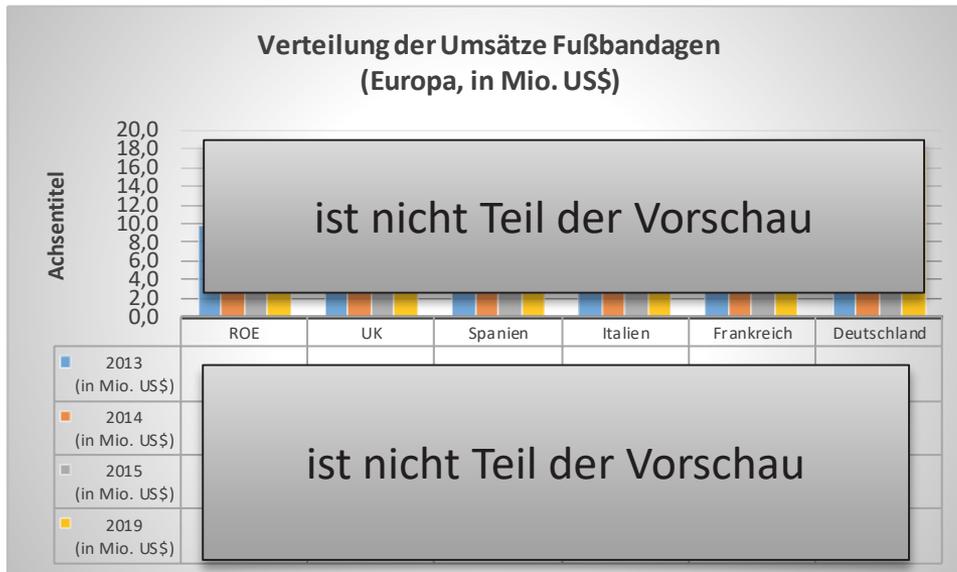


- Fußorthesen ist Deutschland die größte Produktgruppe innerhalb des OBO-Segments und beträgt ca. 65,4 Mio. US\$ in 2015. Bis 2019 sollen die Umsätze in Deutschland auf [REDACTED] Mio. US\$ steigen.
- In Deutschland wurden laut Angaben der GfK Retail and Technology GmbH im Gesamtjahr 2008 Sanitätsfachhandel ca. 270.000 Orthesen (Knie-, Sprunggelenks- und Rückenorthesen) verkauft.
- Die Verteilung der Umsätze (in absoluten Zahlen) für Fußorthesen im Zeitraum 2013-2019 in UK, Spanien, Italien, Frankreich, Deutschland und dem restlichen Europa können der Tabelle und der Grafik entnommen werden.

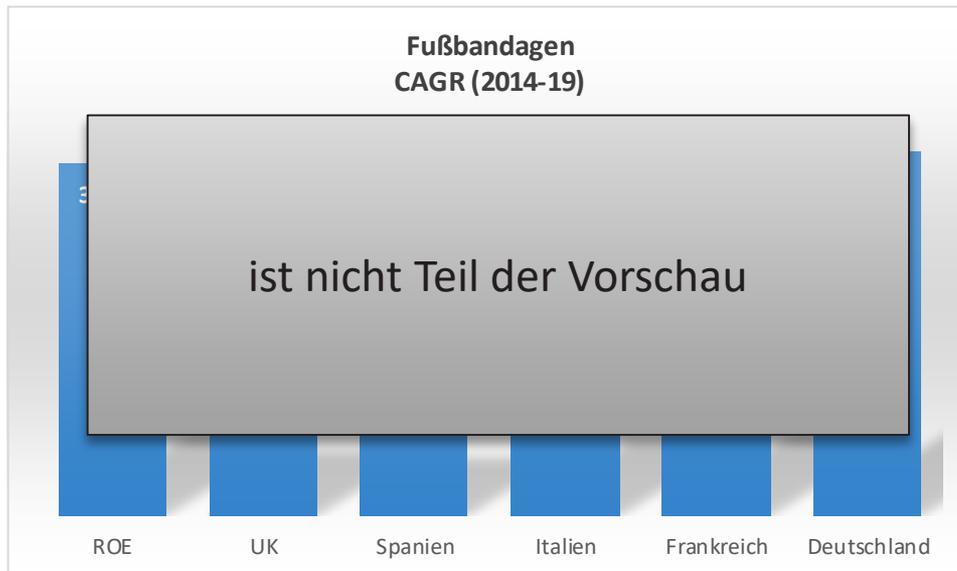
- Innerhalb Europas wächst der Umsatz bei Fußorthesen am stärksten in Deutschland mit ca. [REDACTED]% CAGR (2014-19).
- Der CAGR soll in Frankreich ca. 3,9%, in Italien ca. 3,7%, in Spanien ca. 3,5%, in UK ca. 3,7% und im restlichen Europa ca. 3,7% im selben Zeitraum betragen.
- Bei einer Betrachtung Gesamteuropas beträgt das Wachstum des Segments Fußorthesen ca. [REDACTED]%.



3.2. Marktvolumen / -profitabilität – Fußbandagen



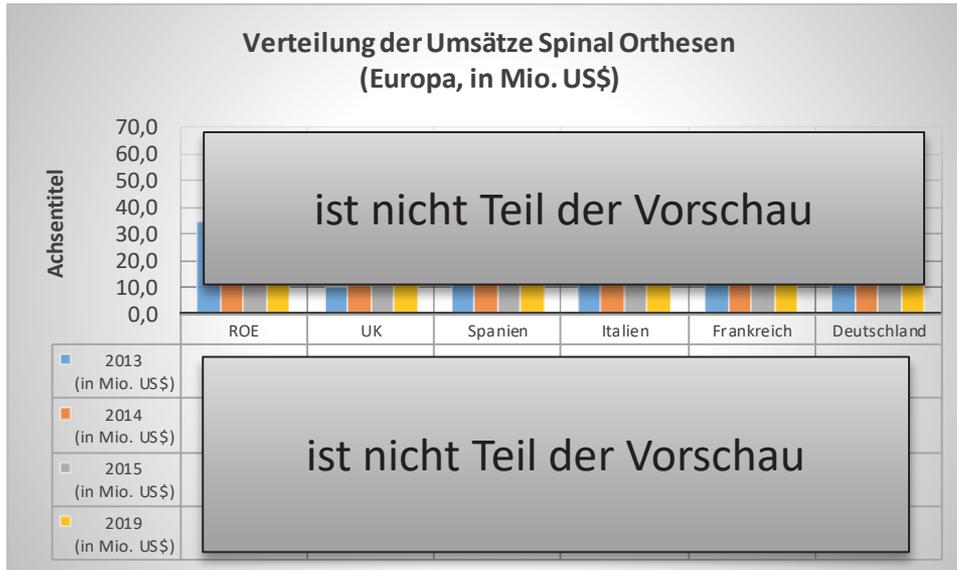
- Bei den Fußbandagen ist Deutschland ebenfalls der größte Teilmarkt und beträgt ca. ■■■ Mio. US\$ in 2015. Bis 2019 soll der Umsatz auf ■■■ Mio. US\$ steigen.
- Die Verteilung der Umsätze (in absoluten Zahlen) für Fußbandagen im Zeitraum 2013-2019 in UK, Spanien, Italien, Frankreich, Deutschland und dem restlichen Europa können der Tabelle und der Grafik entnommen werden.



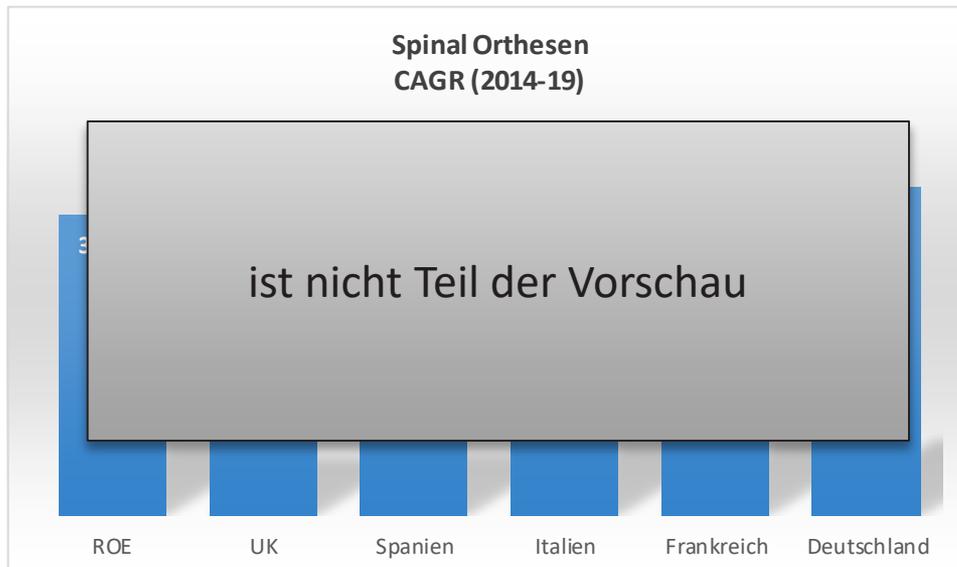
- Auch wächst innerhalb Europas der Umsatz bei Fußbandagen in Deutschland am stärksten mit ca. ■■■% CAGR (2014-19).
- Der CAGR soll in Frankreich ca. 3,2%, in Italien ca. 2,9%, in Spanien ca. 2,3%, in UK ca. 2,5% und im restlichen Europa ca. 3,2% im selben Zeitraum betragen.
- Im Hinblick auf Gesamteuropa, ist das Wachstum mit ■■■% (CAGR 2014-19) bei den Fußbandagen somit geringer als bei den Fußorthesen.



3.2. Marktvolumen / -profitabilität – Spinalorthesen



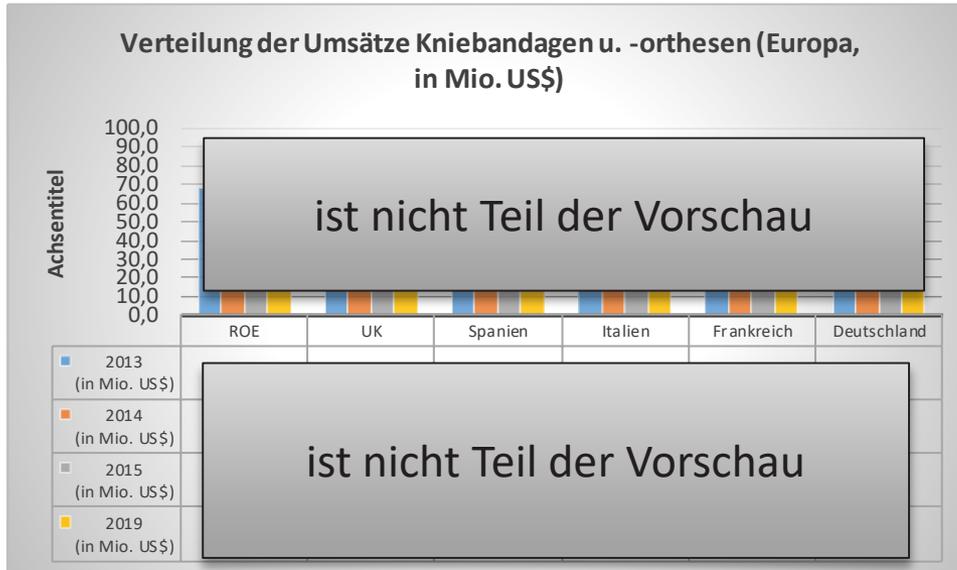
- Bei den Spinal Orthesen ist Deutschland ebenfalls der größte Teilmarkt und beträgt ca. ■■■ Mio. US\$ in 2015. Bis 2019 kann der Umsatz auf ■■■ Mio. US\$ steigen.
- Die Verteilung der Umsätze (in absoluten Zahlen) für Spinal Orthesen im Zeitraum 2013-2019 in UK, Spanien, Italien, Frankreich, Deutschland und dem restlichen Europa können der Tabelle und der Grafik entnommen werden.



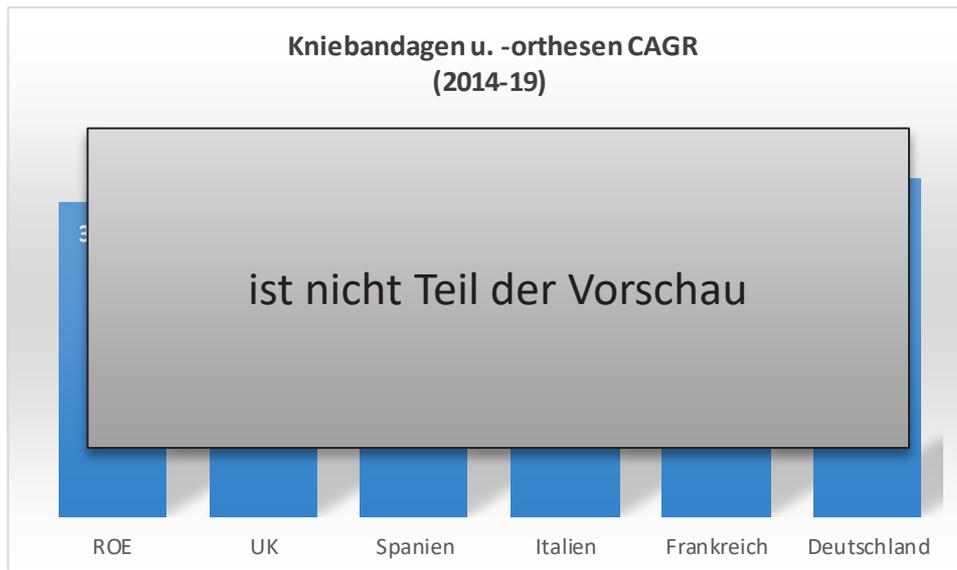
- Auch wächst innerhalb Europas der Umsatz bei Fußbandagen in Deutschland am stärksten mit ca. ■■■% CAGR (2014-19).
- Der CAGR soll in Frankreich ca. 3,3%, in Italien ca. 3,1%, in Spanien ca. 2,8%, in UK ca. 2,6% und im restlichen Europa ca. 3,1% im selben Zeitraum betragen.
- Bei Betrachtung Gesamteuropas ist das Wachstum mit ■■■% (CAGR 2014-19) das am schwächsten wachsende Teilsegment.



3.2. Marktvolumen / -profitabilität – Knieorthesen und -Bandagen



- Kniebandagen und –orthesen machen im Segment der orthopädischen Bandagen und Orthesen die umsatzmäßig größte Produktgruppe aus.
- Auch hier ist Deutschland der größte Teilmarkt und beträgt ca. ■■■ Mio. US\$ in 2015. Bis 2019 können die Umsätze auf ca. ■■■ Mio. US\$ steigen.
- Die Verteilung der Umsätze (in absoluten Zahlen) im Zeitraum 2013-2019 in UK, Spanien, Italien, Frankreich, Deutschland und dem restlichen Europa können der Tabelle und der Grafik entnommen werden.



- Auch wächst innerhalb Europas der Umsatz bei Kniebandagen u. –orthesen in Deutschland am stärksten mit ca. ■■■% CAGR (2014-19).
- Der CAGR soll in Frankreich ca. 3,4%, in Italien ca. 3,2%, in Spanien ca. 3,1%, in UK ca. 2,8% und im restlichen Europa ca. 3,3% im selben Zeitraum betragen.
- Insgesamt für Europa ist das Wachstum mit ■■■% (CAGR 2014-19) schwächer als bei Produkten für den Fuß.



3.2. Entwicklung der Margen im Markt für Orthopädietechnik

Diese Seite ist nicht Teil der Vorschau



3.2. Entwicklung der Margen im Markt für Orthopädietechnik

Diese Seite ist nicht Teil der Vorschau

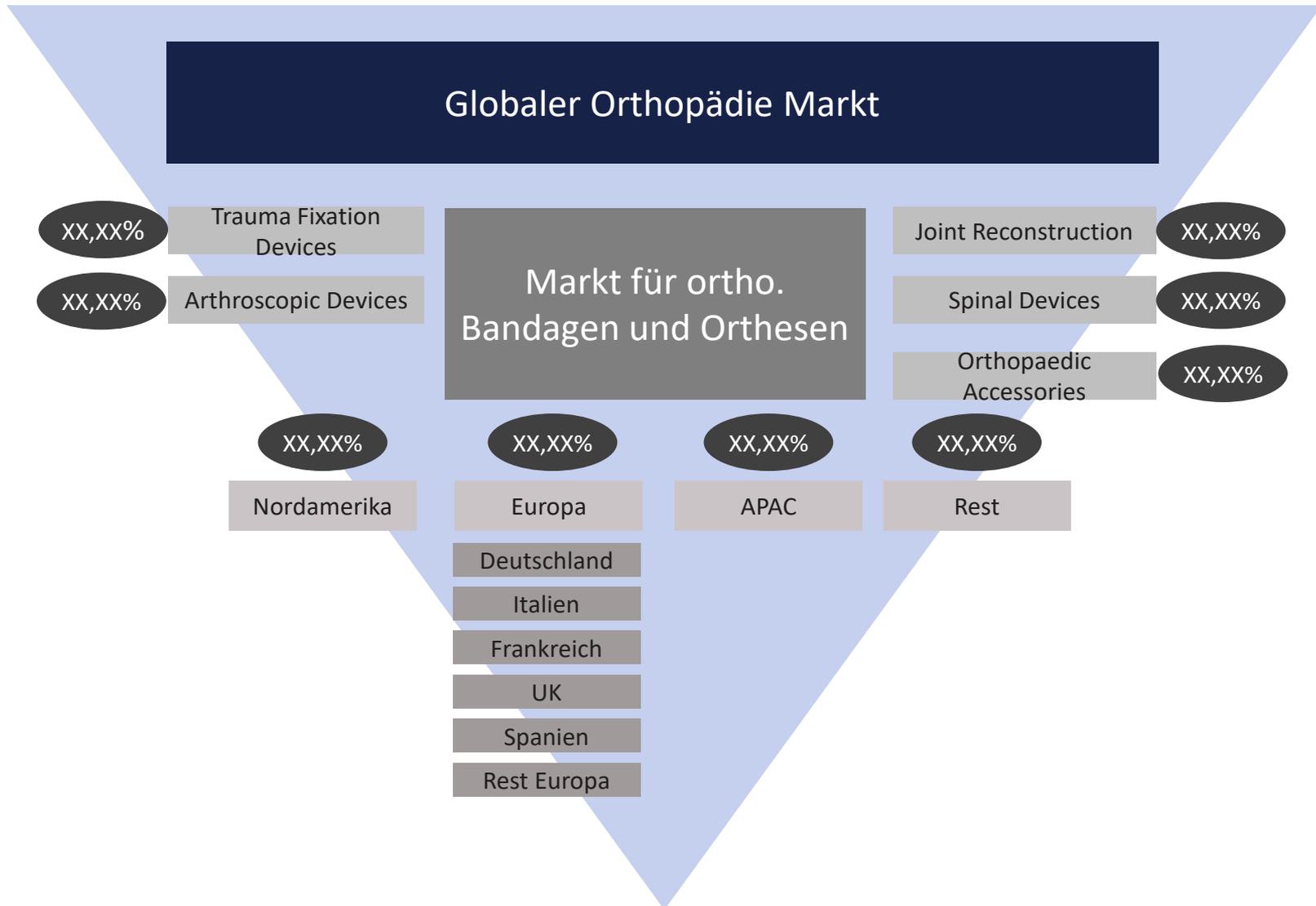


3.2. Entwicklung der Margen im Markt für Orthopädietechnik

Diese Seite ist nicht Teil der Vorschau



3.3. Marktentwicklung – Markttreiber und Wachstumstrends



3.3. Marktentwicklung – Markttreiber und Wachstumstrends

Historie des Orthesenmarktes in Deutschland

- Der Orthesenmarkt ist zwar mengenmäßig deutlich kleiner als der Bandagenmarkt, wertmäßig spielen Orthesen jedoch eine sehr wichtige Rolle und zählen deshalb auch im Sanitätsfachhandel zu den größten Umsatzträgern.
- Im Rahmen des GfK Sanitätshauspanels werden Daten zu Knie-, Sprunggelenks- und Rückenorthesen erhoben. Im Gesamtjahr 2008 wurden von diesen Orthesenarten im Sanitätsfachhandel ca. 270.000 abgegeben, ein Plus von 2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Wertmäßig war der Markt um 1 Prozent leicht rückläufig. Dies ist ausschließlich auf Knieorthesen zurückzuführen, die aufgrund sinkender Einkaufspreise einen wertmäßigen Rückgang von 7 Prozent zu verzeichnen hatten. Knieorthesen sind jedoch immer noch deutlich das umsatzmäßig wichtigste Segment (siehe Abbildung), gefolgt von Rückenorthesen (+0 %) und Sprunggelenksorthesen (+7 %). Straffes Sortiment Das Orthesensortiment im Sanitätsfachhandel ist überschaubar. Man konzentriert sich auf wenige Marken und Produkte. Mit durchschnittlich 4,1 Marken und 5,4 Artikeln pro Geschäft ist das Angebot bei Sprunggelenksorthesen am größten, deren Verkaufsvolumen auch deutlich höher liegt als bei Knie und Rücken. Bei Knie- und Rückenorthesen begnügt man sich dagegen mit zwei bis drei Anbietern und drei bis vier Produkten.
- Stärkstes Segment bildeten die Systeme für die untere Extremität, was auf die hohe Verletzungsanfälligkeit von Knien und Fußgelenken zurückzuführen ist. Wirbelsäulensysteme sind erheblich teurer, werden aber nicht ganz so häufig benötigt, sodass ihr Marktanteil geringer ist. Im Bereich obere Extremität mangelt es noch am Bewusstsein für die Verfügbarkeit und Einsatzmöglichkeiten entsprechender Systeme. Folglich ist die Nachfrage bisher vergleichsweise niedrig und der Anteil am Gesamtmarkt am kleinsten.
- In Deutschland leiden mehr als 30 Mio. Menschen unter Arthrose, Osteoporose, degenerativen Wirbelsäulenerkrankungen und ähnlichen Krankheitszuständen, die eine Behandlung erfordern. Hinzu kommen 1,25 Mio. orthopädische Verletzungen durch Sportunfälle, 400.000 durch Verkehrsunfälle und rund 500.000 durch Haushaltsunfälle. Wie Studien aus dem vergangenen Jahr zeigen, waren in Deutschland 17,8 Prozent aller Akutbehandlungen in Krankenhäusern und 40 Prozent aller stationären Rehabilitationsmaßnahmen auf muskuloskelettale Erkrankungen zurückzuführen. Damit macht dieser Erkrankungstyp hierzulande aktuell 16 Prozent der direkten und 40 Prozent der indirekten Gesundheitskosten aus.



3.3. Marktentwicklung – Markttreiber und Wachstumstrends

- Der europäische Markt für orthopädische Bandagen und Orthesen ist nach Nordamerika der zweitgrößte Markt mit einer erwarteten jährlichen Wachstumsrate von ■■■% (CAGR) zwischen 2014 und 2019.

MARKTTREIBER

- Dieser Markt wird vor allem durch eine steigende Zahl an Verletzungen und Frakturen angetrieben sowie aufgrund steigender Inzidenz und Prävalenz von Arthrose, Osteoporose und Knöchelarthrititis.
- Mehrere Hundert Millionen Menschen leiden laut Weltgesundheitsorganisation (WHO) weltweit unter Knochen- und Gelenkerkrankungen. Betroffen sind beispielsweise 40 Prozent aller Frauen über 50 nach Knochenbrüchen infolge von Osteoporose. Rückenschmerzen gelten weltweit als häufigster Krankschreibungsgrund.
- Die Zahl der Patienten mit Diabetes und anderen Kreislauferkrankungen und die Alterung der Gesellschaft in Europa führt zu vermehrter Arthrose, Osteoporose und Knöchelarthrititis.
- Außerdem trägt die zunehmend aktive Teilnahme der Menschen am Sport dazu bei. Deutschland, Frankreich, Italien, Finnland, Schweden, Dänemark und Island haben eine vergleichsweise „sportliche aktive“ Bevölkerung, was höheren Verletzungswahrscheinlichkeiten (Überlastungen, Verstauchung Bänderrissen oder Knochenbrüchen, etc) führt.
- Darüber hinaus sind die zunehmende Nutzung von unterstützenden Bandagen als Prophylaxe vor Sportverletzungen, als präoperative Unterstützung Operationen erst später durchführen zu müssen und für das Schmerzmanagement und Behandlung von Schwellungen als Markttreiber zu determinieren.
- Onlinehandel und E-commerce werden auch durch diesen Vertriebskanal getrieben, zumal der Zugang zu dem passenden Produkt im Segment orthopädische Bandagen und Orthesen hierdurch einfacher verfügbar wird.



3.3. Marktentwicklung – Markttreiber und Wachstumstrends: Pro

Pros

- 
 Haupttreiber des globalen Gesundheitsmarkts sind die wachsende Weltbevölkerung sowie die steigenden Pro-Kopf-Ausgaben für die Gesundheitsversorgung. Wesentliche Ursachen dafür sind: Alterung der Bevölkerung, Anstieg chronischer Krankheiten, Wachstum der globalen Kaufkraft, BIP, technischer Fortschritt und weitere Faktoren. Gleichzeitig nehmen die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben für Gesundheit um etwa sechs Prozent pro Jahr zu. Märkte wie Russland (+13%), Vietnam (+13%) und China (+12%) zeigen sogar doppelt so hohe jährliche Wachstumsraten.*
- 
 Demografische Entwicklung: Zunehmendes Alter der Weltbevölkerung (lt. UNO-Datenbank Durchschnittsalter 2010: 29,2 Jahre; 2020e: 31,6 Jahre; 2030e: 34,1 Jahre) führt zu mehr chronisch kranken Patienten und vermehrtem Einsatz von Orthopädietechnik.
- 
 Wachstumstreiber in den entwickelten Volkswirtschaften ist ferner eine ungesunde, bewegungsarme Lebensweise, die zu spezifischen Krankheitsbildern wie z.B. Diabetes, Gefäßkrankheiten, Schlaganfall, Osteoporose und Gelenkverschleiß führt. Ferner steigt das Bedürfnis, bis ins hohe Alter hinein mobil und aktiv zu bleiben. Dies erhöht stetig den Bedarf an medizinischen Hilfsmitteln zur Prophylaxe, Therapie oder dauerhaften Versorgung, um eingeschränkte Mobilität bestmöglich wieder herzustellen.
- 
 Der Gesundheitssektor und insbesondere die MedTech-Industrie gelten im Allgemeinen als konjunkturunabhängig.
- 
 [Redacted text]
- 
 [Redacted text]
- 
 [Redacted text]
- 
 [Redacted text]
- 
 [Redacted text]
- 
 [Redacted text]

3.3. Marktentwicklung - Marktreiber und Wachstumstrends: Contra

Contra

- ➊ Den Wachstumstreibern steht die Frage der Finanzierung gegenüber. So sind Patienten in den entwickelten Volkswirtschaften mit Gesundheitsreformen, Zuzahlungen, Einfrierungen oder Kürzungen der Erstattung für Leistungen konfrontiert, während in den „Emerging Markets“ öffentliche Versorgungssysteme, gemessen an unseren Maßstäben, größtenteils unterentwickelt bzw. gar nicht vorhanden sind.
- ➋ Die Absatzmärkte hängen somit wesentlich von der jeweiligen politischen Willensbildung ab. Zurzeit sind die Produkte in den aktuellen Kernmärkten als Therapie anerkannt und als Prophylaxe bestätigt. Es gibt derzeit keine Tendenzen zu einer Abschaffung der Versorgung mit den hier gegenständlichen Produkten. Aber die Auswirkungen, aufgrund der neuen Möglichkeiten der Kostenträger über Ausschreibungen oder Einzelverträge stark regulierend einzugreifen, sind momentan noch nicht abzuschätzen. Erklärtes langfristiges Ziel der Gesundheitspolitik - auch europaweit - ist die Eliminierung von Produkten aus der Erstattungspflicht, für die nicht oder nur unzureichend eine therapeutische Wirksamkeit nachgewiesen werden kann (EBM = Evidence Based Medicine).
- ➌ Die gesamte Branche ist im Wesentlichen von wenigen großen Rohmateriallieferanten abhängig. Diese Abhängigkeit trifft aber die gesamte Herstellerschaft, so dass diese Lieferanten sicher nicht einen gesamten Produktbereich in Gefahr bringen werden, der noch dazu als anerkannte Therapie weltweit unbestritten ist.

➍ [REDACTED]

➎ [REDACTED]

➏ [REDACTED]

(*Quellen: UN Population Division, Weltbank, Max-Planck-Institut, Hersteller)

3.2. Schlussfolgerungen künftige Marktentwicklung aus M&A Perspektive

Diese Seite ist nicht Teil der Vorschau



3.2. Schlussfolgerungen künftige Marktentwicklung aus M&A Perspektive

Diese Seite ist nicht Teil der Vorschau



Wettbewerb im Markt für Orthopädietechnik



3.4. Wettbewerbsintensität – Marktanteilsverteilung der Hauptwettbewerber



Quelle: eigene Analyse, Berechnungen und Darstellung Conalliance; Company Annual Reports, Press Releases, and MicroMarketMonitor Analysis; MicroMarketMonitor, European Orthopedic Braces and Support Market, 2015; Interviews;



3.4. Wettbewerbsintensität – Übersicht der Hauptwettbewerber

Unternehmen	Marktanteil (in %)	Marktanteil ²
DJO	Kein Teil der Vorschau	1036
Össur		
Ottobock		
BSN		
Biomechanical		
DeRoyal		
Bauerfeind		
Breg		
Bledsoe		
ca. 15 D		
ca. 40 D		
Herfindahl-Hirschmann-Index		1036

- Die Bedrohung durch neue Anbieter wird als moderat bis gering eingestuft: Das Vorhandensein von Zugangsbarrieren begrenzt die Anzahl von Unternehmen im Markt und beeinflusst somit die Rivalität unter bestehenden Mitbewerbern. Etablierte Unternehmen haben Marketingziele, wie Markenidentifikation und Kundenloyalitäten realisiert. Dies gilt auch für [REDACTED] die bereits seit vielen Jahren im Markt ist und für Premiumqualität steht. Kundenloyalitäten stellen eine wesentliche Hürde für Neuzugänge dar. Überdies verfügt [REDACTED] proprietäre Produkttechnologie - Know-how, Patente [REDACTED] [REDACTED] Gebrauchsmuster etc. Daher ist die Bedrohung durch neue Anbieter als klein einzustufen.

- Zur Messung der Marktkonzentration haben wir den Herfindahl-Hirschmann-Index (HHI) angesetzt. Der HHI berücksichtigt die relative Größe und Verteilung der Wettbewerber. [REDACTED] Unter Berücksichtigung der „Horizontal Merger Guidelines“ des US Department of Justice als Interpretationshilfe ist der Markt als **sehr niedrig konzentriert** zu bewerten.
- Die Herstellung von Standard-Bandagen und -orthesen stellt heute keine besonderen Anforderungen und ist vergleichsweise leicht umsetzbar. Daher haben sich in nahezu allen Märkten lokale Anbieter etabliert, die in der jeweiligen Region über ein gutes Vertriebsnetz aufgebaut haben. Infolgedessen existieren in Europa und global > 200 Hersteller für Standard-Bandagen und -orthesen.
- Bei Premium-Bandagen sind proprietäre Produkttechnologie und Know-how notwendig, die zum Teil von den Herstellern auch durch Patente und Gebrauchsmuster geschützt sind. Ferner erfordert der Einsatz neuartiger Materialien (z.B. Carbon) mehr Fertigungsgeschicklichkeit und infolge dessen existieren weniger Premiumanbieter.
- Je geringer der Konzentrationsgrad eines Marktes ist, desto kleiner ist der Marktanteil, um den die Wettbewerber kämpfen. Damit steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Marktteilnehmer Preissenkungen einsetzen, um Marktanteile auf Kosten ihrer Konkurrenten zu gewinnen. Greifen viele Wettbewerber auf dieses Mittel zurück, dauert es nicht lange, bis der Preis zum Aktionsparameter des Wettbewerbs wird.
- In Europa werden die Produkte [REDACTED] von den Krankenkassen erstattet. In Österreich, Belgien und den USA findet auch eine teilweise Erstattung statt. Daher ist in diesen Märkten der Preisdruck geringer – allen voran in Deutschland und Österreich, wo die anteilmäßig größte Erstattung durch die Krankenkassen erfolgt. In Deutschland und Österreich ist die Kundenbindung das wichtigere Kriterium vor dem Preis. Allerdings muss man beachten, dass der Grenzpreis aufgrund der Erstattung von den Krankenkassen vorgegeben wird und Preiserhöhungen über den erstattungsfähigen Betrag hinaus schwierig sind.
- Zwar existieren theoretisch nur geringe Wechselkosten der Kunden, aber andererseits sind die Kundenloyalitäten in den Ländern mit Erstattungsanspruch sehr stark. Dies gilt auch vor dem Hintergrund der Schwierigkeiten, überhaupt als Hilfsmittel in das Hilfsmittelverzeichnis aufgenommen zu werden und somit Erstattungsfähigkeit bei den jeweiligen Krankenkassen zu erlangen.



3.4. Wettbewerbsintensität – Schlussfolgerungen für M&A-Transaktionen

Diese Seite ist nicht Teil der Vorschau



3.4. Wettbewerbsintensität – Schlussfolgerungen für M&A-Transaktionen

Diese Seite ist nicht Teil der Vorschau



3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber

apto

Aptonia

- Aptonia und bio Proteine Sonne
- Decathlon verfügb und 23
- Sitz
- Mitarb
- Umsat
- Websit
- 1976 v der He eröffn 1988 v Decath den US nach e Shang
- Seit 20 Leclerc Oxylan
- Die fra DECAT Decath



ist nicht Teil der Vorschau

sen zu

3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber



Bauerfeind

- Die Ba
Orthes
Geschä
Schuhe
- Rechts
- Gründ
- Sitz
- Leitung
- Websi
- Mitarb
- Umsat

- Auslan
- Rohert
- EBIT
- Konzer
- Jahres
- Ergebr
- Die int
wichtig
Novem
weiter
Auslan
Vertrie
2012 v
Osten.



ist nicht Teil der Vorschau

zu den

en)
he

3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber



Bort Med

- Inhaber
- Orthes
- Roherg
- EBITDA
- Mitarb
- Zum P
- BORT I
- Orthes
- Peronä
- Fußhe
- Standa

ist nicht Teil der Vorschau

3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber

BSN

BSN med

- BSN m
die Ve
Wundv
- Rechts
- Gründ
- Sitz
- Mitarb
- Umsat
- Websit
- BSN m
50/50-
2006 d
11. Jun
- BSN m
vertret
Brasilie
- BSN m
Orthop
Phlebo
für die
- Bekant
Leukop
- Ende 2
das sic

ist nicht Teil der Vorschau

ht das
d ggf.
chsel
erung
e

3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber



DJO Glob

- DJO Gl
Vielzahl
Schme
- Gehör
in New
- Gründ
- Mitarb
- Umsat

- Das Se
bei (+6
- EBITDA
- Sitz
- Websit
- Marke

- DJO Gl
therme
System
mache

M&A (au

- DJO al
Axmed
- 2007 v
Inc. (d
US\$ ge
- 2011 Abschluss eines Kooperationsvertrags mit Exos Corporataion in Bezug auf die Vertriebsrechte.



ist nicht Teil der Vorschau

■ 2012 ■ 2013 ■ 2014

3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber

FUTU
Live Ma

Futuro Li

- Futuro und Hä
- Futuro
- 2008 v den M
- 3M ste agieren den Ve versch über 2 gewich erwirts Gewinn Segme über \$
- Mit üb mit au Tragek

ist nicht Teil der Vorschau

3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber



Julius Zo

- Juzo (J
Unterr
Mitarb
USA , C
- Juzo K
Kompr
und Na
sowie
von Ne
- Umsat
- EBIT
- Mitarb
- Die Un
Auslan
Nicht-f
Orthop
- Der Ko
und in
- In 201
Million

ist nicht Teil der Vorschau

3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber

ist nicht Teil der Vorschau

m

medi Gm

- medi is
- Hilfsm
- Hilfsm
- Footca
- Bilanzs
- Als An
- Ödem
- Orthes
- orthop
- Ca. 2.2
- Bayreu
- 17 Nei
- Dänem
- Ungarr
- 2 eiger
- Carolin
- Export

d

3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber



Össur

- Össur i Orthop Orthes vertrei
- Der Ha existie Vertrie
- Umsat
- Das Ge organi
- der Un

ist nicht Teil der Vorschau

M&A (au

- In 200 Ltd. (U (Deal
- In 200 mit 8
- Weiter 2000 - Innovä Inc, 20 2005 - Innovä Orthopaedic Partner Africa.
- Ossur hat zuetzt in 2013 100% der Aktien der TeamOlmed, Orthesen und Prothesen Anbieter akquiriert. Kaufpreis: 310 Mio. SEK (47 Mio. USD) + Earn-out bis zu 50 Mio. SEK (USD 7.000.000).

■ 2012 ■ 2013 ■ 2014

Linie

3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber

ot

Otto Bock

- Rechts
- Gründ
- Otto B
Unter
Konzer
- Kunst
und K
- Januar
Sitz in
- Das Ur
Prothe
- Die Ot
Orthes
- Mitarb
- Umsat
- Ergebr
- Websit
- Außer
auf de

ist nicht Teil der Vorschau

3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber



A

- Das fra Sportb wie me elastis Binder Knieor
- Das Ur Palette
- In 199 diese V den eu das US USA ak
- Zudem dazuge 100 %.
- Umsat
- Mitarb

It ein

ist nicht Teil der Vorschau

3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber



3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber



3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber



3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber



3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber



3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber



3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber



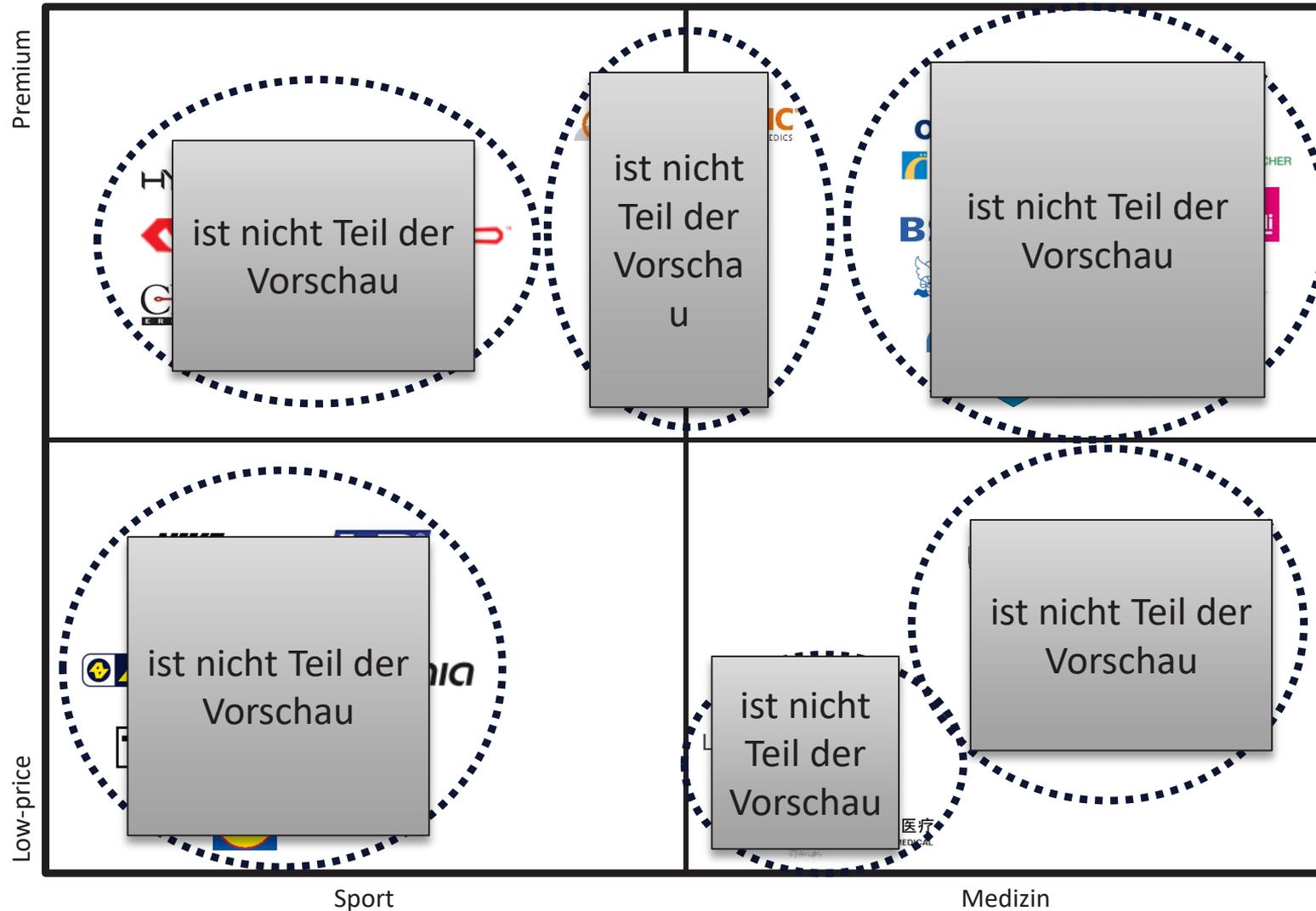
3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber



3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber



3.4. Wettbewerbsintensität - Kurzanalyse der Hauptwettbewerber



4.1. Stand-alone Potenzialanalyse – Portfolioanalyse der Marktattraktivität

OBO-Marktattraktivität

- Die Marktgröße und –situation berücksichtigt nicht abschließend Faktoren wie Marktvolumen und –potenzial sowie die Marktausschöpfung, etc. Der Markt für OBO hat alleine in Europa ein aktuelles Volumen von [REDACTED] US\$. Vor diesem Hintergrund kann das Marktwachstum als attraktiv bezeichnet werden. Das Marktvolumen für den Geschäftsteilbereich [REDACTED]
- Beim Marktwachstum werden die Abnehmersituation und die Rahmenbedingungen des allgemeinen Marktumfelds, wie die Branchensituation, Konjunkturfaktoren, Lebenszyklus der Branche beachtet. Vorliegend haben alle Geschäftsbereiche ein Wachstum zwischen ca. [REDACTED] % CAGR. Der Geschäftsbereich Orthesen wächst stärker als Bandagen. Einlagen haben ein geringeres Wachstum. [REDACTED]
- Beim Kriterium Wettbewerb werden die Zahl und Stärke der Wettbewerber, die Kapazitäten, das Wettbewerbsverhalten (Aggressivität, Expansionswille, Strategie), die Höhe der Austrittsbarrieren, etc beachtet. [REDACTED] Auch sind die Marktanteile und Umsätze in Bezug auf die Top-10 Konkurrenten sehr klein. [REDACTED] Der Geschäftsbereich Orthesen ist in Bezug auf die Wettbewerbssituation etwas attraktiver, als Bandagen und Einlagen [REDACTED]
- Zu den Markteintrittsbarrieren gehören Teilfaktoren, wie Kostenvorteile durch Betriebsgröße, Kapitalbedarf, Zugang zu Vertriebskanälen, Schutz der Technologien, Standortvorteile, Zugang zu den Beschaffungsmärkten, Schutz durch staatliche Maßnahmen. Die Markteintrittsbarrieren sind relativ hoch, was in erster Linie auf den (ungewollten) Schutz durch staatliche Maßnahmen und den Zugang zu Vertriebskanälen zurückzuführen ist. Bei Bandagen sind die Barrieren Technologie und Kapitalbedarf geringer, als bei Orthesen. Dies gilt in noch stärkeren Maße für Einlagen. [REDACTED]
- Die Branchenprofitabilität umfasst Marktdaten, wie die Ergebnisattraktivität im Hinblick auf Preise, Deckungsbeiträge, ROI. [REDACTED] ist die Branchenprofitabilität überdurchschnittlich hoch. Dies ist für Bandagen und Orthesen in stärkerem Ausmaß der Fall, als bei Einlagen. [REDACTED]
- Der Substitutionswettbewerb umfasst Kriterien wie Veränderungen der Produkttechnologien, Produktionstechnologien und Materialtechnologien. Es ist festzustellen, dass derartige Veränderungen in der Branche recht gering sind, was positiv zu werten ist. Innerhalb der Bereiche [REDACTED]
- Bei dem Kriterium Marktmacht der Käufer wird berücksichtigt, dass die Kundengruppe zwar teilweise konzentriert ist (Großhändler, Vertriebspartner), nur geringe Umstellungskosten in Kauf nehmen muss und die bezogenen Produkte strenggenommen teilweise standardisiert oder undifferenziert sind. Auch laufen Lizenzen / Patente [REDACTED] Auf der anderen Seite besteht bei den Abnehmern im vorliegenden Markt eine hohe Loyalität, die berücksichtigt werden muss. Im Gesundheitswesen mancher wichtiger Abnehmerländer (z.B. Deutschland und Österreich) werden die Kosten für die Produkte ganz oder teilweise von den Krankenkassen erstattet, was zu einer Sondersituation in Bezug auf die Abnehmer und deren Streben nach Ausnutzung der Marktmacht führt. [REDACTED]
- Der Faktor Marktmacht der Lieferanten berücksichtigt, dass mächtige Lieferanten die Profitabilität einer Branche reduzieren können. Für die von der abnehmenden Branche bezogenen Produkte oder Dienstleistungen besteht eine hohe Substitutionsmöglichkeit. [REDACTED]
- Der Faktor Produktlebensdauer und Zeitzyklus Produktinnovationen berücksichtigt die Häufigkeit der Produktneuanschaffungen. Diese Häufigkeit ist bei Orthesen nicht sehr stark, bei Bandagen etwas größer (diese werden im Sportbereich regelmäßig getragen und nutzen sich ab) und bei Einlagen aus dem vorgenannten Grund noch größer. [REDACTED]
- Künftige Technologiesprünge trägt dem Kriterium Rechnung, wie Häufig im Markt Technologiesprünge zu verzeichnen sind. Technologiesprünge führen meistens zu hohen F&E Ausgaben und Gefahren, von Konkurrenten mit neuen Technologien überrascht zu werden und so Marktanteile zu verlieren. [REDACTED]



M&A Multiple-Bewertung (Markt Orthopädietechnik)



5.1. Marktformen Wertpreisbandbreite – Plausibilisierung der Multiplikatorenbandbreite

Comparables	ist nicht Teil der Vorschau
Median EBITDA-Multiple:	
Median Revenue-Multiple:	
Mittelwert EBITDA-Multiple: Mittelwert Revenue-Multiple:	

- Die Multiplikatoren von Unternehmen
- Im Grunde genommen sind die Börsenkurse ein Verhältnis von Value/Earnings
- In der Praxis werden ausgewählte Multiplikatoren gebildet.
- Dabei haben diese Multiplikatoren eine Bedeutung für die Bewertung höherer Risikoprämien.
- Natürlich sind diese Multiplikatoren in der Analyse der Marktform zu berücksichtigen.

ist nicht Teil der Vorschau

...dung des an einer ...
...tio, Kurs-Gewinn-
.../EBIT (Enterprise
...hen Branche
... die Multiples
...ird für diesen
...e hinreichende
...assung eine deutlich
...ultiples) anzuwenden.
...ers, Mergermarket)



5.1. Marktfonforme Wertpreisbandbreite – Plausibilisierung der Multiplikatorenbandbreite

- Zusätzliche Bewertungsinformationen liefern die Börsen-Multiples, die auf Basis der unten genannten börsennotierten Healthcare-Unternehmen berechnet werden. Die Quelle: Osiris-Datenbank des Datenanbieters Bureau van Dijk.

Börsen Multiples
(Stand: Januar 2015)

Medizintechnik	EBITDA-Mul
Pharma	EBITDA-Mul
Medizinische Versorg.	EBITDA-Mul
Healthcare-Dienstleist.	EBITDA-Mul

ist nicht Teil der Vorschau

Börsennotierte Healthcare-Unternehmen	Sub-Sektor	Marktkap.	EV		EV/Umsatz			EV/EBITDA			EV/EBIT			
			Mio. €	Mio. €	2014e	2015e	2016e	2014e	2015e	2016e	2014e	2015e	2016e	
Med														
An														
Ca														
Dr														
Ecl														
Ge														
Ge														
Sat														
ST														
Phar														
Ba														
Bi														
Me														
MI														
Sta														
Med														
Fre														
Fre														
Ma														
Me														
Rh														
Dien														
Ce														
Co														
Ev														
Ha														
Me														
Ne														

ist nicht Teil der Vorschau



5.1. Marktformen Wertpreisbandbreite – Plausibilisierung der Multiplikatorenbandbreite

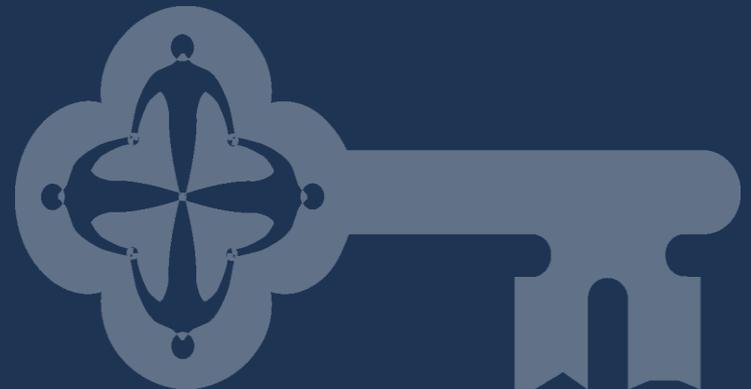
Experten Multiples (Small-Cap) (Stand: Januar 2015)	
Pharma (inkl. Medtech)	EBIT-Multiples
Pharma (inkl. Medtech)	Umsatz-Multiples
Handel/E-Commerce	EBIT-Multiples
Handel/E-Commerce	Umsatz-Multiples

ist nicht Teil der Vorschau

- Die o.g. EBIT-Multiples sind im Vergleich zu den FINANCE-Multiples vier Mal höher.
 - Die Umsatz-Multiples sind im Vergleich zu den EBIT-Multiples vier Mal niedriger.
 - Da in der Praxis die Umsatz-Multiples eine wichtige Rolle spielen, werden die EBIT-Multiples für Unternehmen mit einem Umsatz unter 50 Mio. € und über 250 Mio. € unterschiedlich bewertet.
- ist nicht Teil der Vorschau

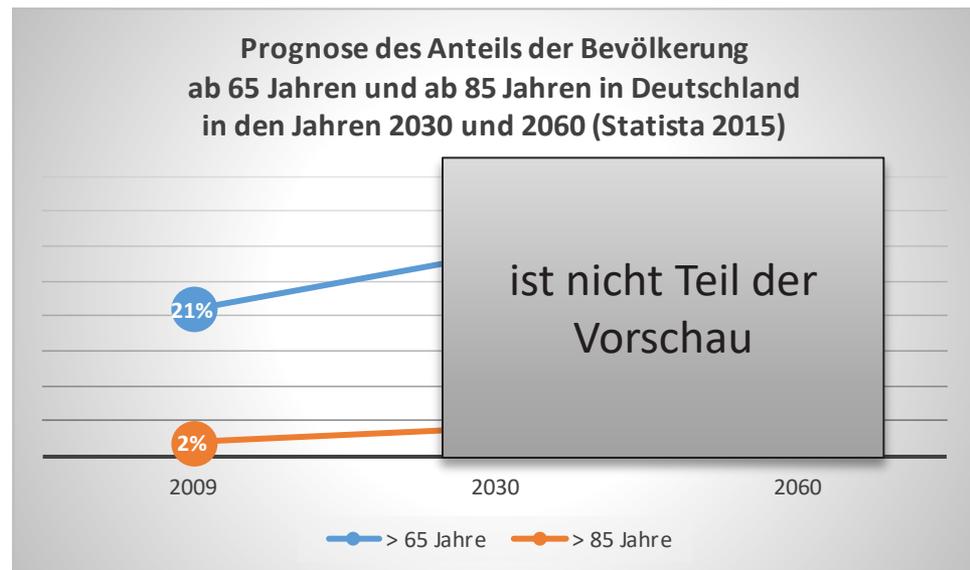


M&A Multiple-Bewertung (Markt Orthopädietechnik)



Demografischer Wandel in Europa

Der demografische Wandel hat nicht nur Deutschland erfasst, sondern auch die anderen europäischen Länder. Allerdings ist die Entwicklung in Deutschland am weitesten fortgeschritten. In keinem anderen EU-Land lebten prozentual gesehen mehr Menschen ab 65 Jahren: Anfang 2010 waren es 20,7% der Bevölkerung. Aber auch in Italien hatte rund jede fünfte Person ihren 65. Geburtstag bereits hinter sich (20,2%). Zum Vergleich: In Irland war es nur etwa jede neunte Person (11,3%), womit die „grüne Insel“ den niedrigsten Anteil älterer Menschen in der EU hatte. Insgesamt lebten Anfang 2010 in den 27 EU-Ländern 86 Millionen Menschen im Alter von 65 und mehr Jahren. Das entsprach einem Bevölkerungsanteil von durchschnittlich 17,4%. Der Prozess des demografischen Wandels verläuft in den einzelnen EU-Staaten mit unterschiedlicher Dynamik. Noch am Anfang der Entwicklung steht hier z.B. Irland. Dort verharrt der Anteil der Menschen ab 65 Jahren seit Jahrzehnten auf gleichbleibendem Niveau. Der Anteil der Kinder und Jugendlichen bis 15 Jahren liegt allerdings deutlich niedriger als noch vor einigen Jahrzehnten, so dass der Anteil der Älteren an der Gesamtbevölkerung in absehbarer Zukunft auch dort zunehmen wird.



Entwicklung der Gesundheitsausgaben in Europa

Anders als in den meisten anderen europäischen Ländern sind die Pro-Kopf-Gesundheitsausgaben in Deutschland im Jahr 2010 im Vergleich zu den Vorjahren noch einmal angestiegen. Lag der durchschnittliche Anstieg der Ausgaben in den Jahren zuvor bei zwei Prozent jährlich, betrug er 2010 2,7 Prozent. Damit bewegt sich das Land gegen den gesamteuropäischen Trend, wie die gemeinsame Studie der OECD und der Europäischen Kommission „Health at a Glance: Europe 2012“ belegt. Die Pro-Kopf-Gesundheitsausgaben in der Europäischen Union (EU) schrumpften nämlich 2010 durchschnittlich um 0,6 Prozent. Eine ähnliche Bewegung verzeichnen jene europäischen Länder, die nicht Mitglied der EU sind. Am stärksten war der Einbruch in Irland (-7,9 Prozent), Estland (-7,3 Prozent), Island (-7,1 Prozent) und Griechenland (-6,7 Prozent).

Von Kürzungen am stärksten betroffen waren dabei Gesundheits- und Vorsorgeprogramme: So gaben die europäischen Länder im Schnitt lediglich drei Prozent des Gesundheitsbudgets für die Prävention aus, etwa für Impfkampagnen oder Aufklärung über gesunde Ernährung. Im Vergleich zu 2008/9 war das ein Minus von 3,2 Prozent. In Deutschland ist die Vorsorge der einzige Sektor, in dem die Ausgaben 2010 sanken (um knapp elf Prozent).

Den höchsten Anteil öffentlicher und privater Gesundheitsausgaben am Bruttoinlandsprodukt verzeichneten die Niederlande mit zwölf Prozent, gefolgt von Deutschland und Frankreich mit je 11,6 Prozent und der Schweiz mit 11,4 Prozent. Hier liegt allerdings der private Anteil an den Ausgaben höher als in den meisten anderen Ländern.

	2000-2009	2009-2010
Irland		ist nicht Teil der Vorschau
Estland		
Griechenland		
Litauen		
Tschechien		
Spanien		
UK		
Österreich		
Polen		
Frankreich		
Italien		
Niederlande		
Slowakei		
Deutschland		
EU-Durchschnitt		



Tabellen zu Marktbetrachtung OBO-Segment (1)

Verteilung Segment OBO	2013 (in Mio. US\$)	2014 (in Mio. US\$)	2015 (in Mio. US\$)	2019 (in Mio. US\$)	CAGR (2014-19)	Anteil 2015
ROE	ist nicht Teil der Vorschau					
UK						
Spanien						
Italien						
Frankreich						
Deutschland						
TOTAL						
Verteilung Segment OBO						
OBO f. obere Extremitäten						
Spinal Orthesen						
Fußbandagen u. -orthesen						
Kniebandagen u. -orthesen						
TOTAL						



Tabellen zu Marktbetrachtung OBO-Segment (2)

	2013 (in Mio. US\$)	2014 (in Mio. US\$)	2015 (in Mio. US\$)	2019 (in Mio. US\$)	CAGR (2014-19)	Anteil 2015						
Kniebandagen u. -orthesen												
ROE	ist nicht Teil der Vorschau											
UK												
Spanien												
Italien												
Frankreich												
Deutschland												
TOTAL												
Spinal Orthesen												
ROE							ist nicht Teil der Vorschau					
UK												
Spanien												
Italien												
Frankreich												
Deutschland												
TOTAL												



Tabellen zu Marktbetrachtung OBO-Segment (3)

	2013 (in Mio. US\$)	2014 (in Mio. US\$)	2015 (in Mio. US\$)	2019 (in Mio. US\$)	CAGR (2014-19)	Anteil 2015												
Fußbandagen u. -orthesen																		
ROE	ist nicht Teil der Vorschau																	
UK																		
Spanien																		
Italien																		
Frankreich																		
Deutschland																		
TOTAL																		
Fußorthesen																		
ROE							ist nicht Teil der Vorschau											
UK																		
Spanien																		
Italien																		
Frankreich																		
Deutschland																		
TOTAL																		
Fußbandagen																		
ROE													ist nicht Teil der Vorschau					
UK																		
Spanien																		
Italien																		
Frankreich																		
Deutschland																		
TOTAL																		



M&A-Entwicklung im OBO-Segment (1)

Target Company	Bidder Company	Seller Company	Deal Value EUR(m)	Deal Dom. Geography	Deal Type	Deal Description	Compl. Date
ist nicht Teil der Vorschau			5	Hungary	Acquisition, Buy & Build, Cross border, Private	ist nicht Teil der Vorschau	17/06/2011
			6,3	Germany	Acquisition, Domestic, Private		31/08/2007
			7,5269	Netherlands	Acquisition, Cross border, Private		08/02/2007
			7,5671	United Kingdom	Acquisition, Domestic, Private		20/04/2006
			10,35	Netherlands	Acquisition, Cross border, Divestment, Private, Transatlantic		07/04/2011



M&A-Entwicklung im OBO-Segment (2)

Target Company	Bidder Company	Seller Company	Deal Value EUR(m)	Deal Dom. Geography	Deal Type	Deal Description	Compl. Date
ist nicht Teil der Vorschau			11,6751	United Kingdom	Acquisition, Domestic, Private	ist nicht Teil der Vorschau	19/10/2012
			12,8642	Denmark	Acquisition, Cross border, Private, Transatlantic		31/08/2012
			14	France	Acquisition, Cross border, Private, Transatlantic		02/01/2006
			15,505	United Kingdom	Acquisition, Domestic, MBO, Private		23/05/2007



M&A-Entwicklung im OBO-Segment (3)

Target Company	Bidder Company	Seller Company	Deal Value EUR(m)	Deal Dom. Geography	Deal Type	Deal Description	Compl. Date
ist nicht Teil der Vorschau			34,17	Italy	Acquisition, Domestic, Exit, Public	ist nicht Teil der Vorschau	04/12/2009
			55,3165	United Kingdom	Acquisition, Cross border, Exit, Private		03/06/2014
			77,192	Turkey	Acquisition, Cross border, IBI, Private		09/02/2011



M&A-Entwicklung im OBO-Segment (4)

Target Company	Bidder Company	Seller Company	Deal Value EUR(m)	Deal Dom. Geography	Deal Type	Deal Description	Compl. Date
			210,021	USA	Acquisition, Domestic, Private, Transatlantic		15/06/2012
			256,96	Sweden	Acquisition, Cross border, MBO, Private		11/03/2005
			487,87	Sweden	Acquisition, Buy & Build, Cross border, Exit, IBO, Private, Secondary buyout		23/01/2007

ist nicht Teil der Vorschau

ist nicht Teil der Vorschau



M&A-Entwicklung im OBO-Segment (5)

Target Company	Bidder Company	Seller Company	Deal Value EUR(m)	Deal Dom. Geography	Deal Type	Deal Description	Compl. Date
A			543,63	France	Acquisition, Cross border, Exit, MBO, Public, Take Private, Secondary buyout	ist nicht Teil der Vorschau	04/05/2006
			1077,4	Netherlands	Acquisition, IBO, Public, Take Private, Transatlantic		01/02/2013



M&A-Entwicklung im OBO-Segment (6)

Target Company	Bidder Company	Seller Company	Deal Value EUR(m)	Deal Dom. Geography	Deal Type	Deal Description	Compl. Date
ist nicht Teil der Vorschau			14331,47	Switzerland	Acquisition, Public, Transatlantic	ist nicht Teil der Vorschau	14/06/2012
			Not Available	Norway	Acquisition, Cross border, Private		05/12/2014
			Not Available	Turkey	Acquisition, Domestic, Private		



M&A-Entwicklung im OBO-Segment (7)

Target Company	Bidder Company	Seller Company	Deal Value EUR(m)	Deal Dom. Geography	Deal Type	Deal Description	Compl. Date
ist nicht Teil der Vorschau			Not Available	United Kingdom	Acquisition, Domestic, Private	ist nicht Teil der Vorschau	30/06/2014
			Not Available	Austria	Acquisition, Cross border, Private		07/05/2014
			Not Available	Germany	Acquisition, Cross border, Private		24/02/2014
			Not Available	Norway	Acquisition, Domestic, Private		30/08/2013
			Not Available	Germany	Acquisition, Domestic, Private		01/07/2013
			Not Available	Finland	Acquisition, Cross border, Private		17/06/2013
			Not Available				



M&A-Entwicklung im OBO-Segment (7)

Target Company	Bidder Company	Seller Company	Deal Value EUR(m)	Deal Dom. Geography	Deal Type	Deal Description	Compl. Date
ist nicht Teil der Vorschau			Not Available	France	Acquisition, Domestic, Exit, Private	ist nicht Teil der Vorschau	16/05/2013
			Not Available	Poland	Acquisition, Private, Transatlantic		20/03/2013
			Not Available	Netherlands	Acquisition, Cross border, Private		11/02/2013
			Not Available	France	Acquisition, Domestic, IBO, Private		28/09/2012
			Not Available	France	Acquisition, Buy & Build, Domestic, Insolvency, Private		20/06/2012
			Not Available	Germany	Acquisition, Domestic, Private		



M&A-Entwicklung im OBO-Segment (8)

Target Company	Bidder Company	Seller Company	Deal Value EUR(m)	Deal Dom. Geography	Deal Type	Deal Description	Compl. Date
ist nicht Teil der Vorschau			18,2256	United Kingdom	Acquisition, Domestic, Public	ist nicht Teil der Vorschau	05/08/2005
			25,2	Belgium	Acquisition, Cross border, Exit, IBI, Private, Secondary buyout		13/09/2011
			30,0305	Ireland (Republic)	Acquisition, Buy & Build, Cross border, Public, Transatlantic		13/05/2008



M&A-Entwicklung im OBO-Segment (9)

Target Company	Bidder Company	Seller Company	Deal Value EUR(m)	Deal Dom. Geography	Deal Type	Deal Description	Compl. Date
ist nicht Teil der Vorschau			Not Available	Switzerland	Acquisition, Cross border, Private	ist nicht Teil der Vorschau	28/03/2012
			Not Available	France	Acquisition, Buy & Build, Cross border, Private		30/11/2011
			Not Available	Netherlands	Acquisition, Cross border, Exit, Private		07/12/2010
			Not Available	Spain	Acquisition, Cross border, Private, Transatlantic		30/09/2010
			Not Available	Sweden	Acquisition, Buy & Build, Domestic, IBO, Private		05/02/2010
			Not Available	Turkey	Acquisition, Domestic, Private		16/12/2008



M&A-Entwicklung im OBO-Segment (10)

Target Company	Bidder Company	Seller Company	Deal Value EUR(m)	Deal Dom. Geography	Deal Type	Deal Description	Compl. Date
ist nicht Teil der Vorschau			Not Available	Belgium	Acquisition, Cross border, Private	ist nicht Teil der Vorschau	02/12/2008
			Not Available	United Kingdom	Acquisition, Domestic, Private		25/03/2008
			Not Available	Sweden	Acquisition, Buy & Build, Cross border, Private		10/07/2008
			Not Available	Spain	Acquisition, Cross border, Private		22/10/2007
			Not Available	United Kingdom	Acquisition, Domestic, Private		04/01/2007
			Not Available	United Kingdom	Acquisition, Domestic, Private		05/07/2006



Peergroup Wertpreisbandbreite (1)

Completed Date	Target Company	Target Description	Bidder Company	Seller Company	Reported Revenue Multiple Y1	Reported EBITDA Multiple Y1	Deal Value EUR(m)
23/05/20					0,2539	4,1833	16
13/09/20				Waterland Private Equity Fund III B.V.	0,9747	5,361	25
31/08/20					0,4773	5,4783	6
01/02/20					0,4054	7,2301	1077
26/02/20						7,3883	20
16/09/20					0,7142	7,6756	19
26/11/20				Dr.h.c. Thomas Straumann (Private Investor)	1,8436	8,1248	137
		regeneration services					

ist nicht Teil der Vorschau



Peergroup Wertpreisbandbreite (2)

Completed Date	Target Company	Target Description	Bidder Company	Seller Company	Reported Revenue Multiple Y1	Reported EBITDA Multiple Y1	Deal Value EUR(m)
05/12/2				Capital	1,2	8,5714	143
02/01/2				p Plc; De A; Capital ECR,	2,1053	8,6957	400
03/06/2				e LLP	0,7835	8,7622	55
04/12/2				a SpA; presa	0,8714	8,782	34
14/06/2					3,8871	9,0266	14331
10/05/2					2,6316	9,4899	12
31/05/2					0,5858	9,5506	85
07/08/2				Capital		9,6629	100

ist nicht Teil der Vorschau



Peergroup Wertpreisbandbreite (3)

Completed Date	Target Company	Target Description	Bidder Company	Seller Company	Reported Revenue Multiple Y1	Reported EBITDA Multiple Y1	Deal Value EUR(m)
28/11/2					0,6454	9,8361	26
17/07/2				imited	1	10,6667	800
					2,0978	10,7382	94
19/02/2					1,4856	10,9238	312
11/03/2					1,2378	11,0141	257
31/08/2				imited	1,9059	11,7336	502
16/03/2					2,7502	11,8812	360
18/12/2				imited	1,4286	12,4046	650
02/06/2				ivate I	1,5417	13,7138	377
		disabled people					

ist nicht Teil der Vorschau



Peergroup Wertpreisbandbreite (4)

Completed Date	Target Company	Target Description	Bidder Company	Seller Company	Reported Revenue Multiple Y1	Reported EBITDA Multiple Y1	Deal Value EUR(m)
24/06/2					0,8188	14,2997	7
15/05/2				al	3,1475	14,3886	606
					3,1025	14,8276	2150
04/05/2				rs SA	4,4854	15,511	544
01/12/2					1,8392	16,3363	16
30/06/2				apital	2,1464	16,7954	170
11/12/2					2,9594	18,3674	1677
08/04/2					7,4996	19,6612	9764
08/07/2					7,5018	20,0653	6746
23/01/2				hited; mexab Holding AB	1,9157	20,2941	488

ist nicht Teil der Vorschau



Peergroup Wertpreisbandbreite (5)

Completed Date	Target Company	Target Description	Bidder Company	Seller Company	Reported Revenue Multiple Y1	Reported EBITDA Multiple Y1	Deal Value EUR(m)
24/06/2					0,8188	14,2997	7
15/05/2				al	3,1475	14,3886	606
					3,1025	14,8276	2150
04/05/2				rs SA	4,4854	15,511	544
01/12/2					1,8392	16,3363	16
30/06/2				apital	2,1464	16,7954	170
11/12/2					2,9594	18,3674	1677
08/04/2					7,4996	19,6612	9764
08/07/2					7,5018	20,0653	6746
23/01/2					1,9157	20,2941	488
				hited; mexab Holding AB			

ist nicht Teil der Vorschau



Peergroup Wertpreisbandbreite (6)

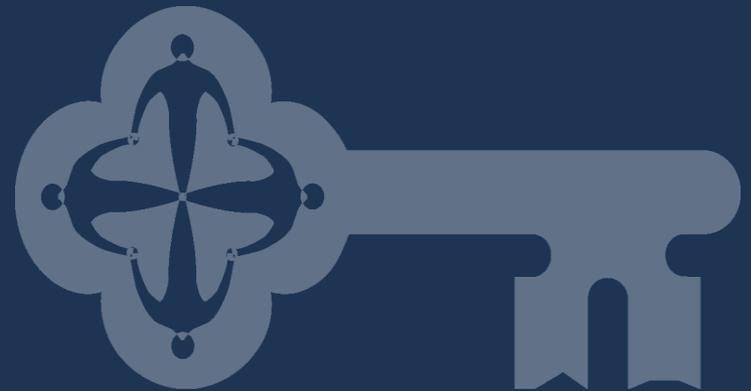
Completed Date	Target Company	Target Description	Bidder Company	Seller Company	Reported Revenue Multiple Y1	Reported EBITDA Multiple Y1	Deal Value EUR(m)
26/08/2					7,9315	20,7934	17866
30/11/2				ernecki estor); any	7,0985	22,6595	243
08/03/2				ent re owth	4,4614	23,862	105
				ll			
30/06/2				ord	1,2161	37,7881	91
10/02/2					1,0383	44,6639	32
28/10/2				C	4,6084	166,2381	366

ist nicht Teil der Vorschau



Add-on Targets

Orthopädietechnik



Für eine Marktkonsolidierung geeignete Unternehmen / Add-ons

Diese Seite ist nicht Teil der Vorschau

Für eine Marktkonsolidierung geeignete Unternehmen / Add-ons

Diese Seite ist nicht Teil der Vorschau



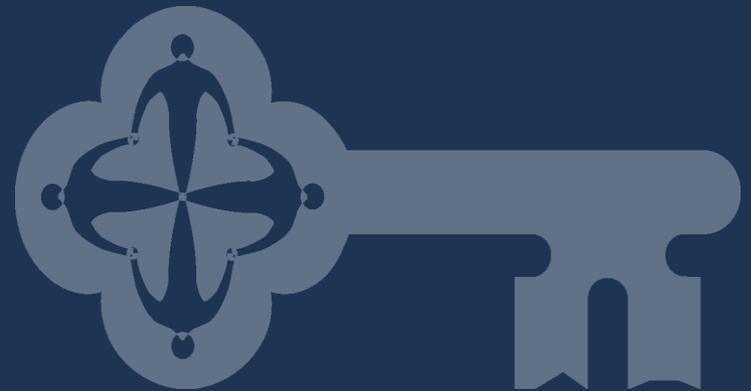
Für eine Marktkonsolidierung geeignete Unternehmen / Add-ons

Diese Seite ist nicht Teil der Vorschau

Für eine Marktkonsolidierung geeignete Unternehmen / Add-ons

Diese Seite ist nicht Teil der Vorschau

Kontakt



CONALLIANCE

Mies-van-der-Rohe-Strasse 4
80807 Munich
Germany
www.Conalliance.com

Günter Carl Hober

Managing Partner, Conalliance

Tel: +49 (89) 8095-3630

Email: g.hober@conalliance.com