

PHARMAINDUSTRIE

„Wir brauchen Leader“

Peer Schatz, 41, Chef von Europas größtem Biotech-Unternehmen Qiagen mit Sitz in Hilden, zur geplanten Übernahme des US-Konkurrenten Digene und zur Zukunft der Branche

SPIEGEL: Die Übernahme von Digene wird Sie etwa 1,6 Milliarden Dollar kosten. Was versprechen Sie sich davon?

Schatz: Digene produziert DNA-Tests zum Nachweis von humanen Papillomaviren (HPV), die Gebärmutterkrebs verursachen können. Diese Tests sind das am stärksten wachsende Segment der Molekular-Diagnostik. Dank der Digene-Übernahme können wir weltweit Pakete mit dem HPV-Test und unseren Diagnose-Technologien anbieten.

SPIEGEL: Sie haben angekündigt, nach der Übernahme neue Arbeitsplätze zu schaffen. Auch in Deutschland?

Schatz: Ja, wir erwarten eine Beschleunigung des organischen Wachstums von Qiagen auf mehr als 15 Prozent pro Jahr und bis zu 100 neue Jobs in Hilden in den kommenden zwölf Monaten. Später dürften weitere Jobs hinzukommen.



OBERHAUSER / CARO

Schatz

SPIEGEL: Ist denn Deutschland als Standort für Sie überhaupt attraktiv?

Schatz: Ich kann nur Gutes über den Standort Deutschland sagen. Wir haben hier einzigartige, hochtalentierte Mitarbeiter, vor allem für Werkzeug-, Plattform-

und Diagnose-Technologien, zur Verfügung.

SPIEGEL: Dennoch sind die deutschen Biotech-Firmen an der Börse insgesamt weniger wert als etwa die schweizerischen oder belgischen. Warum?

Schatz: Deutschland hat erst spät die Bedeutung dieser Industrie erkannt. Deshalb fehlt ihr hierzulande noch die kritische Masse. Wir brauchen Leader, mehrere Firmen, die so groß sind wie Qiagen oder noch größer. Aber wenn ich sehe, wie viele Talente wir hier haben, zerbreche ich mir nicht den Kopf über die langfristigen Perspektiven.

SPIEGEL: Fürchten Sie, bald selbst übernommen zu werden?

Schatz: Nein, unsere Strategie als Weltmarktführer für Proben- und Test-Technologien überzeugt die Aktionäre. Diese Strategie hat in den vergangenen Jahren ein überdurchschnittliches Wachstum erzeugt, das sich mit der Digene-Übernahme noch beschleunigen wird.

KOHLESTIFTUNG

Kandidat als Kanonenfutter

Im Streit um die Besetzung der Kohlestiftung, die den Erlös eines Börsengangs der RAG verwalten soll, hat die CDU ein Problem: Die Partei hat den der SPD nahestehenden Ex-Wirtschaftsminister und heutigen RAG-Chef Werner Müller für die Chefposition verhindert – und ist deshalb selbst am Zug. Allerdings gestaltet sich die Kandidatensuche schwierig, denn Wirtschaftsminister Michael Glos hat in vertraulicher Runde bereits angekündigt, dass der erste Vorschlag der Union, schon allein aus Rache, von der SPD abgelehnt und möglicherweise öffentlich demontiert werde. „Wir brauchen einen, der sich als Kanonenfutter hergibt“, sagt ein Regierungsbeamter, „und dann einen, der es tatsächlich werden soll.“ Allerdings wird sich die Suche künftig auf weniger prominente Personen beschränken. So ist die Position selbst im Satzungsentwurf geschwächt – die des politisch dominierten Kuratoriums dagegen gestärkt. Zudem haben Vertreter der nordrhein-westfälischen Landesre-



BERND THISEN / DPA

RAG-Hauptverwaltung in Essen

gierung signalisiert, Ministerpräsident Jürgen Rüttgers halte es für unangebracht, wenn das Gehalt des Stiftungschefs über seinem eigenen liege – was die Auswahl, zum Beispiel in der Industrie, erschwerte. Im Gespräch sind unter anderem E.ON-RuhrGas-Chef Burckhard Bergmann sowie Ex-Metallgesellschaften-Kajo Neukirchen. Möglicherweise wird bei der Kohlerunde am Mittwoch bereits ein erster Vorschlag präsentiert.

FUSSBALL-WM

Kick ohne Profit

Das Land war im Freudentaumel, doch kurzfristig hat sich die Fußball-WM 2006 für die Bürger nicht gelohnt. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der Universität Hamburg über die Effekte des Spektakels auf Einzelhandelsumsätze, Tourismus und Beschäftigung. Alle zwölf Austragungsorte wurden mit 62 spielfreien Städten verglichen. Ergebnis: keine wesentlichen Abweichungen der Job- und Einkommenssituation, keinerlei Effekte von gesamtwirtschaftlich signifikanter Größenordnung. Entgegen den offiziellen Prognosen profitierte nicht einmal der

Einzelhandel, fanden die Wirtschaftswissenschaftler Wolfgang Maennig und Florian Hagn heraus: Tatsächlich verzeichneten die WM-Monate Juni und Juli Umsatzrückgänge, was die Autoren dem „Couch Potato Effect“ zuschreiben. Auch der Tourismus legte nicht zu. Die WM-Besucher ersetzten gerade mal jene, die wegen des Sportereignisses weggeblieben waren. München und Berlin beklagten gar einen Auslastungsrückgang um 14 beziehungsweise 11 Prozentpunkte. „Die WM war entgegen allen Annahmen kein Konjunkturprogramm, doch für das Image und die Stimmung im Land von unermesslichem Wert“, urteilt Maennig. Zumal die Geburtenrate neun Monate nach der WM deutlich steigt: „Angesichts der

ansonsten fatalen Geburtenentwicklung in Deutschland könnte dies nicht nur einer der schönsten, sondern auch einer der volkswirtschaftlich nachhaltigsten Effekte der WM 2006 sein“, so Maennig.

Fans bei der WM 2006



SEBASTIAN WILLNOW / DDP