

Umsatz 1. Quartal 2014 – Medienmitteilung

Straumann mit vielversprechendem Jahresauftakt: Umsatz wächst im 1. Quartal um 6% (in Lokalwährungen) und erreicht CHF 180 Mio.

- Alle Regionen übertreffen Vorjahreszahlen – sequenzielle Verbesserungen in Europa und Japan
- Hauptwachstumstreiber sind hohe Implantatvolumen und insbesondere Roxolid®
- Strategische Partnerschaften, um Präsenz im Value-Segment und in der regenerativen Zahnmedizin zu verstärken
- ITI World Symposium erfolgreich zum Ausbau des Netzwerks und zur Vorstellung neuer Produkte und Lösungen genutzt
- Gruppe bestätigt Jahresprognose, welche Wachstum im niedrigen einstelligen Bereich (in Lokalwährungen) und verbesserte Margen vorsieht

UMSATZ NACH REGIONEN

(in CHF Mio.)

GRUPPE

Veränderung in CHF %

Veränderung in Lokalwährungen %

Europa

Veränderung in CHF %

Veränderung in Lokalwährungen %

in % vom Gruppenumsatz

Nordamerika

Veränderung in CHF %

Veränderung in Lokalwährungen %

in % vom Gruppenumsatz

Asien/Pazifik

Veränderung in CHF %

Veränderung in Lokalwährungen %

in % vom Gruppenumsatz

Rest der Welt

Veränderung in CHF %

Veränderung in Lokalwährungen %

in % vom Gruppenumsatz

Q1 2014

179.8

2.9

6.0

102.5

4.0

4.1

57.0

45.5

0.5

5.2

25.3

22.1

(2.3)

8.3

12.3

9.8

17.4

28.6

5.4

Q1 2013

174.8

(5.6)

(5.5)

98.5

(7.5)

(8.4)

56.4

45.3

1.3

0.2

25.9

22.7

(9.3)

(4.4)

13.0

8.3

(6.6)

(2.6)

4.8

Basel, 30. April 2014: Mit einem Umsatzwachstum von 6% in Lokalwährungen (LW) im ersten Quartal 2014 – dem höchsten Anstieg seit drei Jahren – hatte Straumann einen vielversprechenden Jahresauftakt. Das solide Ergebnis widerspiegelt den Erfolg der strategischen Investitionen in wachstumsstarken Märkten sowie bei der Einführung neuer Produkte; aber auch die schwache Vergleichsbasis vom Vorjahr, als Ostern ins erste Quartal

fiel. Ungünstige Wechselkurse haben das Wachstum in Schweizer Franken auf 3% reduziert, womit der Umsatz der Gruppe CHF 180 Mio. erreichte.

Alle Regionen und Sparten haben im ersten Quartal ein Wachstum ausgewiesen. Nordamerika entwickelte sich weiterhin solide, während sich Europa und Asien/Pazifik von früheren Rückgängen im 1. Quartal erholten und ein gutes Wachstum verzeichneten. Die als „Rest der Welt“ bezeichnete Region zeigte die grösste Dynamik, getragen von einer starken Nachfrage nach Straumann-Implantaten in Brasilien und Mexiko.

Die Gruppe bestätigte ihre Jahresprognose: Umsatzsteigerung im niedrigen einstelligen Bereich (währungsbereinigt) und eine verbesserte Betriebsgewinnmarge.

CEO Marco Gadola kommentierte: „Obwohl sich die Rezession merklich abgeschwächt hat, sind ihre Auswirkungen weiterhin zu spüren. Trotz Anzeichen einer Konjunkturerholung in den Industrieländern ist das Verbrauchervertrauen nach wie vor fragil. Die Arbeitslosigkeit bleibt hoch, und es herrscht ein intensiver Wettbewerb. Unsere kontinuierliche Verbesserung in den letzten vier Quartalen zeigt, dass wir mit den richtigen Partnern an den richtigen Dingen arbeiten.“

Wir haben Lösungen auf den Markt gebracht, die Behandlungshürden senken und das Potenzial haben, Paradigmenwechsel anzustossen. Wir haben mutige Schritte unternommen, um auch über den Preis zu konkurrieren und mit strategischen Investitionen in Unternehmen, die sich auf Implantate, Prothetik und digitale bzw. CAD/CAM-Lösungen konzentrieren, in das Value-Segment vorzudringen. So sind wir vielversprechend ins Jahr unseres 60. Jubiläums gestartet.“

GESCHÄFTSGANG

Das Implantatgeschäft von Straumann verzeichnete in allen Regionen eine starke Expansion, was vor allem dem erhöhten Anteil des Hochleistungsmaterials Roxolid® zu verdanken war. Erreicht wurde dies in erster Linie durch den Einsatz von Roxolid im gesamten Implantatportfolio und die Lancierung der Straumann-Kampagne für minimal-invasive Implantate.

Das Geschäft mit restaurativen Lösungen fiel durchwachsen aus. Der höhere Absatz von Implantatprothetik-Komponenten – darunter individualisierte Sekundärteile und das neue Straumann Variobase™ Abutment – glichen den Rückgang bei zahngestützten Prothetikelementen und Laborscannern jedoch mehr als aus.

Das Geschäft mit regenerativen Produkten erzielte ein moderates Wachstum, das vor allem Emdogain® zu verdanken war.

Nach dem Debüt im Oktober in Spanien hat die Gruppe Neodent seit März auch im Value-Segment in den USA eingeführt. Beiderorts trug das Geschäft zum Gruppenumsatz bei, wenn auch noch unbedeutend. Straumann ist weltweit exklusiver Vertriebspartner von Neodent.

REGIONEN

Europa zurück zum Wachstum

Obwohl in Europa die Anzahl der Patientenbesuche in den Zahnarztpraxen und der Implantierungen weiterhin gering war, sind Anzeichen einer Verbesserung erkennbar. Der Umsatz in der grössten Region von Straumann nahm sowohl in Lokalwährungen als auch in Schweizer Franken um 4% auf CHF 103 Mio. zu. Fast überall wurde ein Zuwachs verzeichnet; Nordeuropa und Spanien erzielten die besten Ergebnisse, wobei Spanien von einem verbesserten Marktumfeld und von der alle zwei Jahre stattfindenden Industriemesse ‚Expodental‘ profitierte.

Im Januar führte Straumann in ersten europäischen Märkten eine neue Preisstrategie ein, welche die Kunden veranlasste, auf Roxolid-Premiumimplantate umzusteigen, und es auch ermöglichte, der Konkurrenz Marktanteile abzunehmen. Vor allem aber wurde das Geschäft in Deutschland stimuliert und der Erosion im grössten Markt in der Region Einhalt geboten.

Solide Entwicklung in Nordamerika

Nordamerika, die zweitgrösste Region für Straumann, erzielte ein Wachstum von 5% in Lokalwährungen. Roxolid und das Bone Level-Portfolio waren die wichtigsten Wachstumstreiber. Der solide Zuwachs bei Sekundärteilen kompensierte den schwachen Absatz von CAD/CAM-Ausrüstungen. Der negative Währungseffekt aufgrund der Abwertung des US-Dollars drückten das Wachstum in Schweizer Franken auf ein halbes Prozent und den regionalen Umsatz auf CHF 46 Mio.

Asien/Pazifik profitieren vom weiteren Aufschwung in Japan

Die Region Asien/Pazifik steuerte 12% zum Gruppenumsatz bei und verzeichnete ein Plus von 8% in Lokalwährungen. Zu verdanken war dies vor allem den Ergebnissen in Japan: Im grössten asiatischen Markt profitierte Straumann Japan von der generellen Markterholung, der Einführung der SLActive-Implantatoberfläche sowie von einem hohen Auftragsvolumen im Vorfeld der Mehrwertsteuererhöhung per 1. April 2014. Die Abwertung des japanischen Yen und anderer Währungen reduzierte das regionale Umsatzwachstum im ersten Quartal um fast 11 Prozentpunkte auf CHF 22 Mio.

Dynamisches Wachstum in Lateinamerika

Die als „Rest der Welt“ bezeichnete Region trug rund 5% zum Umsatz der Gruppe bei. Dieser wurde vor allem in Lateinamerika erwirtschaftet. Der Umsatz kletterte im ersten Quartal um 29% in Lokalwährungen bzw. 17% in Schweizer Franken auf CHF 10 Mio. Die Schwäche des brasilianischen Real führte zu einem stark negativen Währungseffekt. Das stärkste Wachstum in der Region verzeichneten Brasilien und Mexiko. Wie Straumann hatte auch Neodent mit einem zweistelligen Umsatzwachstum einen guten Start ins Jahr 2014.

OPERATIVE UND STRATEGISCHE FORTSCHRITTE

Weitere strategische Schritte, um ein weltweit führender Anbieter im Premium- und Value-Segment zu werden

Im Februar kaufte die Gruppe für CHF 6 Mio. eine Wandelanleihe von Biodenta, einem weltweit tätigen Unternehmen mit Sitz in Taiwan und der Schweiz, das auf umfassende Lösungen für Zahnärzte und Labore vor allem in Schwellenmärkten spezialisiert ist.

Im März folgte der Kauf einer Wandelanleihe von MegaGen über CHF 27 Mio. MegaGen ist einer der am stärksten wachsenden Anbieter von Zahnimplantaten in Südkorea; das Unternehmen bietet ein breites Spektrum von Implantatsystemen, die durch digitale und regenerative Produkte zur Unterstützung bei Implantierungen ergänzt werden. Straumann hat die Option, im Jahr 2016 die Anleihe in Aktien umzuwandeln und eine Mehrheitsbeteiligung an MegaGen zu erlangen.

Beide Unternehmen sind wichtige Ergänzungen der Value-Plattform von Straumann, da sie Zugang zu den Value-Segmenten in Asien und Schwellenmärkten wie China, Indien, Taiwan, Russland, der Türkei und im Nahen Osten bieten. Sie werden separat als getrennte Marken mit eigener Philosophie, eigenem Vertriebsteam, eigener Produktion und eigenem Leistungsversprechen auftreten. Die Mehrmarkenstrategie, die Straumann bereits mit Neodent, Medentika, Dental Wings und Createch – die beiden letztgenannten auch im Premium-Segment – umsetzt, wird damit auch hier weitergeführt.

Kräfte mit botiss gebündelt

Letzte Woche kündigten Straumann und botiss ihre Absicht an, ihre Stärken zu vereinen, um umfassende Lösungen für die orale Geweberegeneration weltweit anzubieten. Straumann erhält die Exklusivrechte für den Vertrieb regenerativer Produkte von botiss, zuerst in den meisten Ländern West- und Mitteleuropas sowie auf dem amerikanischen Kontinent und als Co-Distributor in Deutschland. botiss erhält die Rechte am Vertrieb von Straumann Emdogain in Deutschland sowie Teilen Osteuropas und im Nahen Osten. Zudem hat Straumann eine Kaufoption, über die das Unternehmen bei Ausübung im Jahr 2017 einen Anteil von bis zu 30% an botiss erlangen könnte.

Neue Lösungen am höchst erfolgreichen ITI World Symposium in Genf eingeführt

Mit mehr als 4'000 Teilnehmenden bleibt auch das jüngste ITI World Symposium die führende wissenschaftliche Veranstaltung auf dem Gebiet der Dentalimplantologie. Straumann nutzte die hervorragende Plattform, um neue Forschungsergebnisse und neue Kundenlösungen vorzustellen. Insbesondere begann die Gruppe mit der Einführung verschiedener innovativer Produkte und Kundenlösungen, darunter:

- die Verfügbarkeit von Roxolid-Implantaten mit kleinem Durchmesser und Kurzimplantaten in ganz Europa
- die Markteinführung des Straumann PURE Keramik-Implantats,
- die Einführung neuer Prothetiklösungen für festsitzende Vollprothesen und
- erweiterte CAD/CAM-Optionen mit erweiterter Funktionalität und erhöhter Effizienz.

AUSBLICK 2014 (vorbehaltlich unvorhergesehener Ereignisse)

Straumann erwartet für 2014 eine positive Entwicklung des globalen Implantatmarkts. Nach einem vielversprechenden 1. Quartal rechnet das Unternehmen angesichts der späteren Osterfeiertage 2014 mit einem schwächeren Folgequartal. Die Gruppe geht somit unverändert von einem Jahresumsatzwachstum im niedrigen einstelligen Bereich (in Lokalwährungen) aus und wird weiter in wachstumsstarke Dentalmärkte investieren sowie ihr Angebot ausserhalb des Premium-Segments erweitern. Dadurch und dank der vollen Auswirkungen der Kostensenkungsmassnahmen vom letzten Jahr erwartet Straumann, 2014 die Betriebsgewinnmarge zu erhöhen. Mittelfristig strebt das Unternehmen solides Wachstum und weitere Verbesserungen der Betriebsmarge an.

Über Straumann

Straumann (SIX: STMN) mit Hauptsitz in Basel, Schweiz, ist ein weltweit führendes Unternehmen für implantatbasierte, restaurative sowie regenerative Zahnmedizin. Zusammen mit führenden Kliniken, Forschungsinstituten und Hochschulen erforscht und entwickelt Straumann Dentalimplantate, Instrumente und CAD/CAM-Prothetik für Zahnersatzlösungen sowie Produkte für die Geweberegeneration resp. zur Verhinderung von Zahnverlusten. Insgesamt beschäftigt die Straumann-Gruppe rund 2'200 Mitarbeitende weltweit. Ihre Produkte und Dienstleistungen werden in mehr als 70 Ländern über eigene Vertriebsgesellschaften und ein breites Netz von Vertriebsunternehmen verkauft.

Straumann Holding AG, Peter Merian-Weg 12, 4002 Basel, Schweiz

Telefon: +41 (0)61 965 11 11 / Fax: +41 (0)61 965 11 01

E-Mail: corporate.communication@straumann.com / investor.relations@straumann.com

Homepage: www.straumann.com

Kontakte:**Corporate Communication:**

Mark Hill, +41 (0)61 965 13 21

Thomas Konrad, +41 (0)61 965 15 46

Investor Relations:

Fabian Hildbrand, +41 (0)61 965 13 27

Disclaimer

Diese Mitteilung enthält bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen, welche die gegenwärtige Sicht des Managements widerspiegeln. Solche Aussagen sind mit bekannten und unbekanntem Risiken, Unsicherheiten und anderen Faktoren verbunden, so dass die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen oder Errungenschaften der Straumann-Gruppe wesentlich von den enthaltenen oder implizierten Aussagen abweichen. Die von Straumann in dieser Mitteilung zur Verfügung gestellten Informationen entsprechen dem Kenntnisstand im Zeitpunkt der Veröffentlichung. Straumann übernimmt keinerlei Verpflichtung, die hierin enthaltenen Aussagen aufgrund neuer Informationen, zukünftiger Ereignisse oder aus sonstigen Gründen zu aktualisieren.

Telefonkonferenz für Analysten und Medienschaffende

Straumann wird Analysten und Medienvertretern das Ergebnis für das 1. Quartal 2014 heute um 10:00 Uhr Schweizer Zeit in einer Telefonkonferenz sowie als Live-Webcast auf www.straumann.com/webcast präsentieren. Die Aufzeichnung des Webcasts steht einen Monat lang zur Verfügung.

Um an der Telefonkonferenz teilzunehmen, wählen Sie bitte eine der folgenden Nummern:

+41 (0)58 310 50 09 (Europa und übrige Länder)

+44 (0) 203 059 58 62 (Grossbritannien)

+1 (1) 631 570 56 13 (USA)

Präsentationsfolien

Die Präsentationsfolien der Konferenz stehen im Internet unter www.straumann.com/Straumann-2014-Q1-Presentation.pdf sowie auf den Webseiten für Medien und Investoren unter www.straumann.com zur Verfügung.

Wichtige Termine

5. Mai 2014	Investorenmeetings, Mailand
6. Mai 2014	Investorenmeetings, München
11.-12. Juni 2014	Vontobel Swiss Conference (Interlaken/Schweiz)
13. Juni 2014	Deutsche Bank DACH Konferenz (Berlin)
4. August 2014	Goldman Sachs EU Medtech Conference, London
5. August 2014	Investorenmeetings, London
26. August 2014	Halbjahresbericht 2014 (Basel, Hauptsitz)
27. August 2014	Investorenmeetings, Zürich
7. Oktober 2014	Investorenmeetings, Toronto
8. Oktober 2014	Investorenmeetings, New York
9. Oktober 2014	Investorenmeetings, Boston
23. Oktober 2014	Resultate 9 Monate und 3. Quartal 2014 (Webcast/Telefonkonferenz)
24. Februar 2015	Bilanzmedienkonferenz – Jahresergebnis 2014 (Basel, Hauptsitz)

Registrierung für Medienmitteilungen von Straumann:

www.straumann.com/de/startseite/investoren/ir-kontakte-und-services/subscription.html

Registrierung für RSS feeds:

www.straumann.com/de/startseite/medien/medienmitteilungen.news.rss

###