

Jahresergebnis 2016 – Medienmitteilung

Straumann Group erzielt organisches Umsatzwachstum von 13% und steigert Betriebsmarge erneut

- Umsatz im 2016 um 15% in Schweizer Franken auf CHF 918 Mio. gestiegen
- Organisches¹ Wachstum von 13% im vierten Quartal dank zweistelliger Zuwächse in allen Geschäftsfeldern
- Starkes Volumenwachstum hebt bereinigte EBIT-Marge um 150 Basispunkte auf fast 25%
- Reingewinn vor einmaligem Steuerertrag² erreicht CHF 187 Mio.; Marge beträgt 20%
- Höhere Investitionen in Produktion und Portfolio-Ausweitung; solider Cashflow
- Verwaltungsrat schlägt Erhöhung der Dividende auf CHF 4.25 (2015: 4.00) pro Aktie vor

KENNZAHLEN

(in CHF Millionen)	2016 ausgewiesen	2016 vor Sondereffekten ²	2015 ausgewiesen	2015 vor Sondereffekten aus Unternehmens- zusammenschluss ³
Umsatz	917.5		798.6	
Veränderung in CHF %	14.9		12.4	
Veränderung in LW %	13.9		18.6	
Veränderung organisch % ¹	13.1		9.1	
Bruttogewinn	718.5		614.9	628.0
Marge in %	78.3		77.0	78.6
Veränderung in % ⁴	16.9		10.1	12.4
EBITDA	259.2		207.6	220.7
Marge in %	28.3		26.0	27.6
Veränderung in % ⁴	24.9		17.8	25.3
Betriebsgewinn (EBIT)	227.2		172.6	185.7
Marge in %	24.8		21.6	23.3
Veränderung in % ⁴	31.6		16.4	25.2
Reingewinn	229.6	186.8	71.5	144.7
Marge in %	25.0	20.4	9.0	18.1
Veränderung in %	221.1	29.1	(54.7)	(8.3)
Gewinn pro Aktie (unverwässert, in CHF)	14.68	11.94	4.52	9.19
Free Cashflow⁵	138.7		151.1	
Marge in %	15.1		18.9	
Mitarbeitende (am Jahresende)	3797		3471	

¹ Reale Veränderung ohne Berücksichtigung von Akquisitions-, Devestitions- oder Währungseffekten. Die vollständige Konsolidierung des Neodent-Geschäfts per 1. März 2015 führte zu einem Akquisitionseffekt in der Region Lateinamerika.

² Sondereffekte: Infolge eines Einmaleffekts im Zusammenhang mit der Aktivierung latenter Steuerguthaben in Brasilien erhöhte sich der Reingewinn im ersten Halbjahr 2016 um CHF 43 Mio. (entspricht einem Gewinn pro Aktie von CHF 2.74).

³ Sonderaufwand im Jahr 2015 im Zusammenhang mit der Übernahme von Neodent von CHF 77 Mio. (CHF 73 Mio. nach Steuern) beinhaltet Aufwendungen aus der Neubewertung von Lagerbeständen von CHF 13 Mio. und einen Nettoverlust von CHF 64 Mio. bei den dem EBIT nachgelagerten Positionen.

⁴ Veränderung jeweils zum „ausgewiesenen“ Wert im Vorjahr.

⁵ Geldfluss aus Betriebstätigkeit abzüglich Investitionen zuzüglich Erträge aus dem Verkauf von Sachanlagen.

Basel, 16. Februar 2017: Die Straumann Group erzielte 2016 ein ausgezeichnetes Ergebnis. Zweistellige Zuwächse in allen Geschäftsfeldern führten zu einem Umsatzwachstum von 15% in Schweizer Franken auf CHF 918 Mio. Zum organischen Wachstum von 13% trug Nordamerika mit +16% am stärksten bei, während die Region Asien/Pazifik mit +20% das höchste relative Wachstum erzielte.

Die Gruppe investierte erheblich in neue Märkte und Segmente, ein umfangreiches F&E-Portfolio und die Ausweitung der Produktionskapazitäten, und sie konnte die bereinigte Rentabilität weiter verbessern: Der Betriebsgewinn stieg um 22%, der Reingewinn um 29%, und die entsprechenden Margen erreichten 25% bzw. 20%. Mit CHF 230 Mio. (Gewinn pro Aktie: CHF 14.68) übertraf der Reingewinn sogar den Betriebsgewinn um CHF 3 Mio. Grund hierfür war ein einmaliger Steuergewinn von CHF 43 Mio. aus der Fusion von Straumann Brasilien mit Neodent.

CEO Marco Gadola kommentierte: *„Wir übertrafen das Marktwachstum 2016 deutlich und erzielten unser bestes Ergebnis seit acht Jahren. Alle unsere Geschäftsbereiche verzeichneten ein zweistelliges organisches Wachstum. Dank unseres BLT-Implantats, unserer umfassenden Palette an Biomaterialien und Laborlösungen sowie der preislich attraktiven Alternativen, die wir über Intradent anbieten, gewannen wir Marktanteile hinzu. Strategische Übernahmen und Partnerschaften eröffneten uns neue Regionen und Segmente. Wir investierten überdies in Innovations- und künftige Wachstumsprojekte sowie in Mitarbeitende, die diese Projekte voranbringen, und die entsprechenden Produktionskapazitäten. Gleichzeitig haben wir unsere Rentabilität verbessert. Seit 2012 haben wir unsere Betriebsmarge um 10 Prozentpunkte gesteigert. Diese Leistungen widerspiegeln das Engagement sowie die harte Arbeit unserer Mitarbeitenden und sind Ausdruck der Hochleistungskultur, die wir fördern, um auch weiterhin erfolgreich zu sein.“*

STRATEGISCHE FORTSCHRITTE UND HÖHEPUNKTE

Straumann Group Dachmarke: “United for global excellence in dentistry”

Mit der Umsetzung der Strategie, führender Anbieter von Zahnersatzlösungen zu werden, hat sich Straumann zu einer globalen Gruppe mit nationalen und internationalen Unternehmen und Marken entwickelt. Um die gemeinsame Identität aufzuzeigen, hat das Unternehmen die Dachmarke ‚Straumann Group‘ mit einer klaren visuellen Identität und Positionierung eingeführt.

‚Straumann Group‘ vereint die Partnerunternehmen und deren Marken unter einem Dach und schafft so Mehrwert: Die Dachmarke erlaubt es, das weltweite Ansehen der Premium-Marke ‚Straumann‘ – die sich weiterhin mit ihrer visuellen Identität in Grün differenziert – zu nutzen, ohne sie zu kompromittieren. Die Unternehmen und Partner bewahren ihren eigenen Charakter, ihre Identität und Kultur. Da die Namen von Produkten, Marken, Rechtsträgern usw. nicht ändern, sind keine nennenswerten Investitionen erforderlich.

Führender Anbieter im schnell wachsenden Non-Premium-Segment

Obschon das Premium-Segment weiterhin oberste Priorität genießt, hat die Gruppe im Berichtsjahr auch mit ihrer Strategie, sich auf unerschlossene Wachstumsmärkte zu fokussieren und das schnell wachsende Non-Premium-Segment zu durchdringen, sehr gute Fortschritte erzielt.

In Argentinien und Chile haben neu gegründete Tochtergesellschaften den Betrieb aufgenommen, um Premium- und Non-Premium-Lösungen anzubieten. Mit Zinedent ist die Gruppe in den türkischen Markt vorgestossen, und mit Anthogyr hat sie direkten Zugang zum schnell wachsenden chinesischen Markt erhalten.

Mit der Übernahme von Equinox zum Jahresende wurde die Gruppe zu einem führenden Implantatanbieter in Indien. Ausserdem kündigte sie an, mit der Akquisition von Medentika per 1. Januar 2017 in das Non-Premium-Segment in Deutschland vorzustossen.

2016 erzielte Intradent, die Non-Premium-Plattform der Gruppe, dreistellige Zuwachsraten, angetrieben durch das bestehende Geschäft in Nordamerika, Spanien/Portugal und Italien sowie neue Tochtergesellschaften in Grossbritannien und der Tschechischen Republik. Diese Aktivitäten in Verbindung mit der Marktmacht von Neodent haben die Gruppe in die Top 3 des globalen Value-Segments gebracht.

Führende Rolle für Innovation und umfassende Lösungen

Die Straumann Group will für Zahnersatz ein Anbieter von Gesamtlösungen werden, um in einer von Konsolidierungen und schnellem Wandel geprägten Branche gegen Konglomerate konkurrieren zu können. Um Portfoliolücken zu schliessen und neue Technologien zu integrieren, schliesst die Gruppe weiterhin neue Partnerschaften und investiert in hoch innovative Unternehmen. Zudem hat sie zahlreiche Produkte, Lösungen und Dienstleistungen eingeführt und ihre Entwicklungs-Pipeline aufgestockt.

Im vierten Quartal kündigte Straumann ein Joint Venture mit maxon motor an, um Vollkeramikimplantate zu entwickeln und im Spritzgussverfahren zu produzieren. Ferner wurden Vertriebsvereinbarungen mit Planmeca über die globale Vermarktung des neuartigen Glaskeramikmaterials n!ce und mit Zirkonzahn über den breiteren Zugang für Variobase-Sekundärteile zu Dentallaboren unterzeichnet.

Produktionsausweitung und Wachstumsinvestitionen erhöhen Anzahl Mitarbeitender

Im Berichtsjahr stieg die Anzahl der Mitarbeitenden der Gruppe um 326 auf 3797. Diese Steigerung widerspiegelt die Integration neuer Unternehmen sowie die Investitionen in Wachstumsmärkte bzw. -projekte und in die Produktion, um auf das starke Volumenwachstum zu reagieren. So entfiel die Mehrheit der neuen Positionen auf den Vertrieb (in erster Linie in den Schwellenländern) und die Produktion. In der Schweiz wurden rund 70 neue Stellen geschaffen, vor allem in der Produktion und in Forschung & Entwicklung, um die starke Entwicklungs-Pipeline der Gruppe voranzutreiben.

GESCHÄFTSVERLAUF

Das **Implantatgeschäft** leistete im Berichtsjahr den grössten Wachstumsbeitrag. Das zweistellige Volumenwachstum war insbesondere dem konischen Bone Level Tapered (BLT) Implantat und dem Hochleistungs-Implantatmaterial Roxolid® zu verdanken. Mehr als 20% der 2016 verkauften Implantate von Straumann wiesen ein konisches Design auf – und dieser Trend hält an. Das BLT-Implantat schafft für Straumann den Zugang zum grossen Segment konischer Implantate, bei denen insbesondere für beschleunigte Behandlungsprotokolle eine hohe Primärstabilität wichtig ist. Unabhängigen Marktstudien zufolge liegt der weltweite Anteil von konischen Implantaten bei über 70%. Seit dessen Lancierung 2015 hat das BLT-Implantat in diesem Segment einen Volumenanteil von geschätzten 4% gewonnen.

Im **restaurativen Geschäft** wurden die intensiven Anstrengungen der Gruppe in den vergangenen zwei Jahren, ein Anbieter von Gesamtlösungen für Dentallabore zu werden, mit einem anhaltenden zweistelligen Wachstum belohnt. Der Umsatz mit Standard- und CAD/CAM-Prothetik entwickelte sich äusserst positiv. Hierzu trugen der Erfolg der flexiblen Variobase-Sekundärteile von Straumann, die in einem Fräszentrum, im Labor oder sogar in der Zahnarztpraxis restauriert werden können, sowie die Kampagnen zur Förderung von Originalverbindungen bei. Der neue Straumann Intraoral-Scanner und die Fräslösungen von Amann Girrbach waren die Wachstumstreiber bei digitalen Lösungen.

Das Geschäft mit **Biomaterialien**, dem kleinsten Geschäftsfeld der Gruppe, verzeichnete das schnellste Wachstum. Die Gruppe konnte dank der erfolgreichen Zusammenarbeit mit botiss und weiteren Partnern umfassende geführte Knochenregenerationslösungen auf dem internationalen Markt einführen und bietet jetzt alle Biomaterial-Kategorien an. Ein weiteres Highlight war 2016 die Zulassung und die Lancierung von Emdogain für die Wundheilung im oralen Weichgewebe.

Die Gruppe hat ihren Anteil am Biomaterialmarkt vergrössert und verfügt in den meisten Ländern über exklusive Vertriebsrechte für botiss-Produkte. 2017/18 wollen die beiden Partner Biomaterialien in den Ländern einführen, wo diese Produkte noch nicht erhältlich sind.

ERGEBNISSE NACH REGION

UMSATZ NACH REGION

(in CHF Millionen)	Q4 2016	Q4 2015	FY 2016	FY 2015
Europa, Naher Osten & Afrika (EMEA)	105.6	99.2	410.8	375.0
Veränderung CHF in %	6.4	(0.5)	9.5	(3.6)
Veränderung organisch %	8.0	8.3	9.1	6.1
In % des Gruppenumsatzes			44.8	47.0
Nordamerika	67.5	57.9	255.7	216.9
Veränderung CHF in %	16.6	8.9	17.9	12.3
Veränderung organisch %	16.0	6.6	15.6	8.3
In % des Gruppenumsatzes			27.9	27.2
Asien/Pazifik	41.0	33.6	152.5	122.9
Veränderung CHF in %	22.1	17.7	24.1	15.2
Veränderung organisch %	20.5	20.0	19.7	19.4
In % des Gruppenumsatzes			16.6	15.4
Lateinamerika	28.3	22.6	98.5	83.7
Veränderung CHF in %	25.3	313.6	17.6	292.9
Veränderung in LW %	15.0	461.2	22.8	396.5
Veränderung organisch %	15.0	16.8	14.6	11.0
In % des Gruppenumsatzes			10.7	10.5
GRUPPE	242.4	213.3	917.5	798.6
Veränderung CHF in %	13.7	14.1	14.9	12.4
Veränderung in LW %	13.0	19.8	13.9	18.6
Veränderung organisch %	13.0	10.3	13.1	9.1

Überaus zufriedenstellendes Wachstum in Europa

Die grösste Region der Gruppe, EMEA, wies 2016 trotz eines relativ reifen Marktes ein gutes Resultat aus. Mit einem Wachstum von 9% (organisch) bzw. 10% in Schweizer Franken auf CHF 411 Mio. verzeichnete sie das beste Ergebnis seit der Wirtschaftskrise im Jahr 2008.

Angetrieben durch das BLT-Implantat und die Variobase-Sekundärteile trugen alle Geschäftsfelder zu diesem Trend bei. Einen positiven Beitrag leisteten auch die Biomaterialien. Das Geschäft profitierte von der Übernahme des botiss-Vertriebs durch Straumann im dritten Quartal. Gute Fortschritte machte die Gruppe auch im Geschäft mit Dentalketten.

Das organische Wachstum betrug im vierten Quartal 8%; verantwortlich hierfür waren v.a. Grossbritannien, Russland und Skandinavien. In Österreich, Italien und Frankreich war die Nachfrage ebenfalls stark.

Nordamerika: Grösster Wachstumsbeitrag

Nordamerika gewann 2016 an Dynamik und erzielte ein organisches Umsatzwachstum von 16%. Damit trug die Region ein Drittel zum Gesamtwachstum der Gruppe bei. Beflügelt

durch den stärkeren US-Dollar erreichte das Wachstum in Schweizer Franken 18%. Damit belief sich der Umsatz in der Region auf CHF 256 Mio., bzw. 28% des Gruppentotals.

Das Ergebnis war auf die starke Nachfrage in allen Geschäftsbereichen und neue Kunden zurückzuführen, von denen viele von Roxolid, dem BLT-Implantat und der ‚Pro Arch‘-Lösungen für zahnlose Patienten angezogen wurden. Auch die Variobase-Sekundärteile halfen, Neukunden zu gewinnen und das Laborgeschäft voranzutreiben.

Die Region behielt ihre Dynamik im vierten Quartal bei, erzielte ein organisches Wachstum von 16% und steigerte den Umsatz auf CHF 67 Mio. Intradent lancierte die Medentika-Palette kostengünstiger Prothetiklösungen in den USA und erzielte weitere Fortschritte im Value-Segment.

Dank China und Japan dynamische Entwicklung in Asien/Pazifik

Auch die Region Asien/Pazifik konnte ihre dynamische Entwicklung fortsetzen: Der Umsatz im Berichtsjahr stieg um 20% (organisch) bzw. 24% in Schweizer Franken auf CHF 153 Mio. Der höchste Wachstumsbeitrag stammte von den grössten Märkten, China und Japan, aber auch alle anderen Tochtergesellschaften verbuchten zweistellige Wachstumsraten.

Die Markteinführungen von BLT, SLActive, Roxolid und Pro Arch wie auch die CAD/CAM-Fräslösungen von Straumann trugen zum starken Wachstum in Japan bei. Die guten Ergebnisse in Australien und Südkorea waren grösstenteils auf die drei erstgenannten Produkte zurückzuführen.

Trotz höherer Vergleichszahlen im Vorjahr konnte das Wachstum sequenziell von 17% im dritten Quartal auf 21% im vierten Quartal gesteigert werden. Mehr als die Hälfte dieses Wachstums wurde in China generiert, wo die Gruppe weiterhin von einem dynamischen Markt, ihrem hybriden Vertriebsmodell und dem Initial-Beitrag des Anthogyr-Geschäfts profitierte.

Zweistelliges Wachstum in Lateinamerika trotz schwierigem Marktumfeld

In Lateinamerika betrug das organische Umsatzwachstum 15%, was besonders angesichts der wirtschaftlichen Situation und der allgemeinen Schwäche des grössten Marktes Brasilien beeindruckt. Das Wachstum in Schweizer Franken betrug 18%, was einer regionalen Umsatzsteigerung auf CHF 98 Mio. entspricht.

Entgegen dem Trend verzeichnete die Gruppe ein starkes Wachstum in Brasilien. Die Gründe hierfür waren das erfolgreiche Ladenkonzept, das Logistiknetzwerk, die positive Resonanz auf das BLT-Implantat, der grössere Anteil höherpreisiger Neodent-Produkte und die digitalen Lösungen.

Das dynamische Wachstum von Mexiko war der starken Nachfrage sowohl im Premium- als auch im Non-Premium-Geschäft und der Lancierung des CAD/CAM-Services von Straumann zu verdanken. Kolumbien und Argentinien trugen erstmals zum regionalen Wachstum bei.

Im vierten Quartal betrug das organische Wachstum 15%; der Umsatz lag bei CHF 28 Mio. bzw. 12% des Gruppenumsatzes. Stärkste Wachstumstreiber waren die BLT-Implantate von Straumann und die Aqua-Implantate von Neodent sowie die Nachfrage nach den neuen digitalen Angeboten. Neben der Entwicklung in Brasilien war die Umsatzsteigerung in Mexiko besonders eindrucklich.

OPERATIVE UND FINANZIELLE SITUATION

Per 1. Januar 2016 wurde Straumann Brasil Ltda mit Neodent fusioniert. Neodent wird so von künftigen Steuerersparnissen profitieren und hat 2016 eine latente Steuergutschrift verbucht, die zu einem Einmalgewinn von CHF 43 Mio. führte. Im Vorjahr löste die Konsolidierung von Neodent mehrere Einmaleffekte aus, die den Brutto- und den Betriebsgewinn um CHF 13 Mio. und den Reingewinn um CHF 73 Mio. schmälerten. Diese Effekte werden als „Sondereffekte“ definiert. Die wichtigsten Kennzahlen werden sowohl als „ausgewiesen“ als auch als „normalisiert“ (ohne Sondereffekte) dargestellt, um deren Vergleich zu erleichtern.

Zweistelliges Volumenwachstum hebt Bruttogewinn

Die starke Nachfrage nach Premium- und Value-Produkten von Straumann führte zu einer Steigerung des Bruttogewinns um 17% auf CHF 719 Mio.; dies entspricht einer Marge von 78%. Der Vergleichswert für die Marge lag 2015 um 30 Basispunkte höher, was sich mit dem damals niedrigeren Anteil von Value- und Drittprodukten erklärt. Zweistellige Volumensteigerungen in den letzten drei Jahren machten Investitionen in Kapazitätserweiterungen erforderlich, so dass die Produktionskosten stiegen.

EBIT-Marge weiter ausgebaut

Mit weiteren Investitionen in wachstumsstarke Märkte und Projekte stiegen die Vertriebskosten (Lohnkosten, Kommissionen für den Aussendienst sowie Logistikkosten) um CHF 38 Mio. auf CHF 211 Mio. Darin enthalten ist auch ein Amortisationsaufwand von CHF 6 Mio. für kundenbezogene immaterielle Vermögenswerte von Neodent.

Die allgemeinen Verwaltungskosten (Kosten für Marketing, F&E, Geschäftsführung und unterstützende Funktionen) erhöhten sich um CHF 11 Mio. auf CHF 283 Mio. Dieser Anstieg berücksichtigt Kosten im niedrigen Millionenbereich für den Transfer von Finanzfunktionen auf eine zentrale europäische Buchhaltung in Deutschland, Anlaufkosten im Zusammenhang mit der europäischen Intradent-Zentrale und den Zwölf-Monats-Effekt des im März 2015 konsolidierten Neodent-Geschäfts. Ausserdem verstärkte die Gruppe ihre F&E-Ressourcen in Basel, um vielversprechende Pipeline-Projekte zu beschleunigen und unterstützende klinische Daten bereitzustellen. Dank einer strengen Kostenkontrolle sanken die Allgemeinen Verwaltungskosten trotz dieser Posten um 3 Prozentpunkte auf 31% des Umsatzes.

Aufgrund dieser operativen Verbesserungen stieg der Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA) sowie Sondereffekten um CHF 39 Mio. auf CHF 259 Mio. Die entsprechende Marge kletterte auf 28%, was einer Verbesserung um 70 Basispunkte entspricht.

Nach Amortisationen und Abschreibungen in Höhe von CHF 32 Mio. belief sich der Betriebsgewinn auf CHF 227 Mio., gegenüber CHF 173 Mio. (CHF 186 Mio. bereinigt) im Vorjahreszeitraum. Die bereinigte EBIT-Marge erhöhte sich von 23% im Vorjahr auf fast 25% im Berichtsjahr.

Einmaliger Steuergewinn trägt zu hohem Reingewinn bei

Trotz des Zinsaufwands von CHF 3 Mio. für die ausstehende Unternehmensanleihe über CHF 200 Mio. verbesserte sich das Finanzergebnis im Vergleich zum Vorjahr, als es durch Wertberichtigungen diverser Finanzinstrumente beeinträchtigt wurde, um CHF 13 Mio.

Die Ergebnisbeiträge der mit der Gruppe assoziierten⁶ Unternehmen (Anthogyr, Createch, Dental Wings, Medentika, T-Plus, Valoc, V2R und Zinedent) stiegen um CHF 11 Mio.

Die Ertragssteuern betragen nach einem einmaligen Steuergewinn 2016 positive CHF 7 Mio. Damit erzielte die Gruppe einen Reingewinn von CHF 230 Mio. Ohne diesen Effekt hätte sich der Reingewinn auf CHF 187 Mio. (Marge: 20%) belaufen, und der Steueraufwand entspräche mit CHF 35 Mio. einem normalisierten Steuersatz von 16%. Der Gewinn pro Aktie (unverwässert) stieg um 30% auf CHF 11.94 (2015: CHF 9.19).

Solider Free Cashflow von CHF 139 Mio.

Der Geldfluss aus operativer Tätigkeit in Höhe von CHF 185 Mio. verharrte fast auf Vorjahresniveau. Das Ergebnis wurde durch höhere Lagerbestände geschmälert, in erster Linie bedingt durch die Ausweitung der Produktpalette der Gruppe (inkl. digitale Ausrüstungen) und die Eröffnung neuer Tochtergesellschaften sowie Intradent-Organisationen. Das dynamische Umsatzwachstum in den Distributoren- und den Schwellenmärkten ging einher mit einem Anstieg der Debitorenfrist (Days of sales outstanding) von 53 auf 55 Tage.

Die Gruppe investierte an verschiedenen Standorten in den Ausbau der Produktionskapazitäten. Die Investitionsausgaben (CAPEX) erhöhten sich um CHF 12 Mio. auf insgesamt CHF 46 Mio. Kombiniert führten diese Effekte dazu, dass der Free Cashflow auf CHF 139 Mio. stieg und die entsprechende Marge 15% erreichte.

Höhere Dividende und weitere Investitionen in das Value-Segment

Als Bestandteil der Gruppenstrategie, in das Non-Premium-Segment zu investieren, wurde ein Teil des Free Cashflow dazu verwendet, das Equinox-Geschäft in Indien und eine Minderheitsbeteiligung am französischen Implantathersteller Anthogyr zu übernehmen. Zudem übernahm die Gruppe den Exklusivvertrieb von botiss-Produkten in Deutschland. Zusammen beliefen sich diese Investitionen auf CHF 40 Mio. Die für die Investitionstätigkeit verwendeten Barmittel betragen insgesamt CHF 83 Mio.

Im April genehmigten die Aktionäre an der Generalversammlung eine Dividendenerhöhung auf CHF 4.00 pro Aktie, was eine Ausschüttung von insgesamt CHF 63 Mio. nach sich zog.

⁶ Hinweis: Die Equity-Bilanzierungsmethode wird bei Unternehmen angewandt, an denen Straumann eine nicht-kontrollierende Beteiligung hält.

Dies und die in einem beschleunigten Bookbuilding-Verfahren getätigte Übernahme von 531'632 Straumann-Aktien zum Preis von insgesamt CHF 200 Mio. waren die grössten Komponenten der für Finanzierungsaktivitäten verwendeten Liquidität, die sich auf insgesamt CHF 257 Mio. beliefen.

Damit betragen die liquiden Mittel per Ende Dezember CHF 164 Mio., was einem Rückgang von CHF 154 Mio. gegenüber dem Vorjahr entspricht. Mit einer Eigenkapitalquote von 58% bleibt die Gruppe solide finanziert, um weiter in strategische Wachstumsinitiativen zu investieren.

Aufgrund der Ergebnisse und der positiven Entwicklungen im Jahr 2016 schlägt der Verwaltungsrat eine Erhöhung der Dividende auf CHF 4.25 pro Aktie vor, zahlbar am 13. April 2017. Der Verwaltungsrat beabsichtigt, die Dividende pro Aktie auch in Zukunft weiter zu erhöhen, wenn die Ergebnisse dies rechtfertigen.

Vorschlag zur Wahl von neuen Verwaltungsratsmitgliedern

An der bevorstehenden Generalversammlung am 7. April 2017 wird der Verwaltungsrat Regula Wallimann und Monique Bourquin zur Wahl in den Verwaltungsrat vorschlagen. Sie sollen die Lücken schliessen, die der im Mai zurückgetretene Stefan Meister und der in den Ruhestand gehende und nicht zur Wiederwahl antretende Roland Hess hinterlassen.

Die Kandidatur von Regula Wallimann ist im Bericht der Gruppe zum zweiten Quartal bzw. zum ersten Halbjahr angekündigt worden; ihr Lebenslauf ist darin enthalten.

Monique Bourquin, 50, ist Schweizerin und Absolventin der Universität St. Gallen (HSG). An der Eidgenössischen Technischen Hochschule (ETH) in Zürich wirkt sie als Dozentin für die MAS-Programme für Führungspersonen.

Monique Bourquin verfügt in Management, Finanzen sowie Marketing & Vertrieb in der Unternehmensberatung und der Konsumgüterindustrie über einen ausgezeichneten Leistungsausweis. Nach Ihrer Tätigkeit für PwC, Rivella und Mövenpick stiess sie 2002 zu Unilever. Nach vier Jahren als Country Manager war sie von 2012 bis 2016 CFO für die DACH-Länder. Sie ist seit 2013 Mitglied des Verwaltungsrats von Emmi und Mitglied des Market and Audit Committees. Ausserdem ist sie Vorstandsmitglied der Gesellschaft für Marketing GfM.

Weitere Informationen erhalten die Aktionäre vor der GV.

AUSBLICK 2017 (vorbehaltlich unvorhergesehener Ereignisse)

Die Straumann Group erwartet, dass die weltweiten Implantatmärkte ihr Wachstumstempo von ca. 3–4% auch 2017 beibehalten werden. Sie ist zuversichtlich, dass sie mit einem organischen Wachstum im hohen einstelligen Bereich schneller als der Markt wachsen wird. Auch mit weiteren Investitionen in strategische Wachstumsinitiativen und unter der Annahme stabiler Wechselkurse sollten das erwartete Umsatzwachstum und positiven Skaleneffekte zu einer weiteren Verbesserung der Betriebsgewinnmarge (organisch⁷) führen.

⁷ Die Effekte der Übernahmen von Medentika und Equinox ausgenommen

Über Straumann

Die Straumann Group (SIX: STMN) ist ein Weltmarktführer für Zahnersatzlösungen, die das Lächeln und Vertrauen zurückbringen. Sie vereint globale und internationale Marken, die für Spitzenleistungen, Innovation und Qualität bei Zahnersatz und -ästhetik stehen, darunter Straumann, Intradent, Neodent und Medentika, etkon sowie andere Tochtergesellschaften und Beteiligungen.

Zusammen mit führenden Kliniken, Instituten und Hochschulen erforscht, entwickelt, produziert und vertreibt die Gruppe Dentalimplantate, Instrumente, CAD/CAM-Prothetik, Biomaterialien und digitale Lösungen für den Zahnersatz sowie für die Geweberegeneration bzw. zur Verhinderung von Zahnverlusten.

Die Gruppe mit Hauptsitz in Basel, Schweiz, beschäftigt 3'800 Mitarbeitende weltweit. Ihre Produkte und Dienstleistungen werden über eigene Vertriebsgesellschaften sowie ein breites Netz von Vertriebsunternehmen in mehr als 100 Ländern 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

Homepage: www.straumann.com

Kontakte:

Corporate Communication

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

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

E-Mail: corporate.communication@straumann.com

Investor Relations

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

E-Mail: investor.relations@straumann.com

Geschäfts- und Finanzbericht 2016

Geschäfts- und Finanzbericht 2016 stehen unter folgendem Link bereit und können von dort heruntergeladen werden: <http://annualreport.straumann.com>.

Medien- und Analystenkonferenz

Straumann wird das Jahresergebnis 2016 heute um 10.30 Uhr (Schweizer Zeit) in Basel präsentieren. Die Veranstaltung wird als Webcast unter (www.straumann.com/webcast) live übertragen. Die Aufzeichnung des Audio-Webcasts steht einen Monat lang zur Verfügung.

Präsentationsfolien

Unter www.straumann.com/Straumann-2016-FY-Presentation.pdf sowie unter www.straumann.com auf den Webseiten für Medien und Investoren stehen die Präsentationsfolien der Konferenz im Internet zur Verfügung.

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

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

Grossbritannien: +44 (0) 203 059 58 62

USA: +1 (1) 631 570 56 13

WICHTIGE DATEN

Datum	Anlass	Ort
2017		
16. Februar	Bilanzmedienkonferenz	Basel, Hauptsitz
17. Februar	Analystenfrühstück & Investoren-Meetings	London
21. Februar	Investoren-Meetings	Singapur
27. Februar	Investoren-Meetings	Zürich
28. Februar	Investoren-Meetings	London
15. März	Investoren-Meetings	Boston & New York
16. März	Investoren-Meetings	New York
20. März	Investoren-Meetings	Frankfurt
29. März	Kepler Cheuvreux Swiss Seminar	Zürich
29. März	Anmeldefrist für die GV	
07. April	Generalversammlung 2017	Congress Center Basel
11. April	Dividendenausschüttung (Ex-Tag)	
27. April	Ergebnis 1. Quartal	Webcast

Weitere Details zu bevorstehenden Investorenanlässen finden Sie unter www.straumann.com (Investoren > Kalender).

Registrierung für Medienmitteilungen von Straumann:

<http://www.straumann.com/de/startseite/medien/medienmitteilungen.news.rss>

Registrierung für RSS-Feeds:

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

Straumann Social Media-Kanäle

<http://www.straumann.com/de/startseite/ueber-straumann/social-media.html>

Straumann Media Center

smc.straumann.com (Login: "Corporate"; Passwort: "corporate")

Disclaimer

Diese Mitteilung enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, welche die gegenwärtige Sicht des Managements der Straumann Group widerspiegeln. Solche Aussagen sind mit bekannten und unbekanntem Risiken, Unsicherheiten sowie anderen Faktoren verbunden, so dass die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen oder Errungenschaften der Straumann Group wesentlich von den in dieser Mitteilung enthaltenen oder implizierten Aussagen abweichen können. Die von Straumann 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.