

**Ad-hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 Kotierungsreglement
Jahresergebnis 2021 – Medienmitteilung**

Straumann Group erzielt einen Umsatz von über CHF 2 Milliarden

- Umsatz für das Gesamtjahr um 41.7% organisch auf CHF 2.0 Mrd. gewachsen, dank starkem Wachstum von mindestens 40% in allen Regionen
- Umsatz erreicht im vierten Quartal CHF 540 Mio., mit einem organischen Wachstum von 21.1%
- Kern-EBIT-Marge von 27.4% und Kern-Reingewinn auf CHF 456 Mio. gestiegen
- Gruppe erwirtschaftete CHF 560 Mio. Cash aus operativer Tätigkeit
- Vorschlag die Dividende auf CHF 6.75 zu erhöhen und Nadia Tarolli Schmidt in den Verwaltungsrat zu wählen
- Ausblick 2022: Organisches Umsatzwachstum im niedrigen zweistelligen Prozentbereich erwartet und eine Profitabilität von rund 26%, inklusive umfangreicher Wachstumsinvestitionen

in CHF Mio. Margenveränderungen gerundet	GJ 2021		GJ 2020	
	IFRS	KERN ¹	IFRS	KERN ¹
Umsatz	2022	2022	1426	1426
Veränderung in CHF		41.8%		(10.7%)
Veränderung vor Wechselkurseffekt		43.8%		(3.9%)
Veränderung organisch		41.7%		(5.6%)
Bruttogewinn	1540	1540	1030	1038
Marge	76.2%	76.2%	72.2%	72.8%
Veränderung in CHF		330 Bp.		(280 Bp.)
Veränderung vor Wechselkurseffekt		360 Bp.		(190 Bp.)
EBITDA	652	652	406	421
Marge	32.3%	32.3%	28.5%	29.5%
Veränderung in CHF		280 Bp.		(210 Bp.)
Veränderung vor Wechselkurseffekt		310 Bp.		(60 Bp.)
EBIT	543	553	157	333
Marge	26.8%	27.4%	11.0%	23.4%
Veränderung in CHF		400 Bp.		(370 Bp.)
Veränderung vor Wechselkurseffekt		440 Bp.		(210 Bp.)
Nettoergebnis	399	456	92	261
Marge	19.7%	22.6%	6.5%	18.3%
Veränderung in CHF		420 Bp.		(290 Bp.)
Gewinn pro Aktie (in CHF)	24.90	28.45	5.75	16.20
Dividende (in CHF)	6.75		5.75	
Free Cashflow	441		295	
Marge	21.8%		20.7%	
Mitarbeitende (Ende Dezember)	9054		7340	

¹ Um einen Vergleich zu den Ergebnissen des operativen Kerngeschäfts zu erleichtern, legt die Straumann Group zusätzlich zu den nach IFRS ausgewiesenen Ergebnissen "Kernergebnisse" vor. Eine detaillierte Erläuterung und Überleitung findet sich auf S. 136 ff. des Geschäftsberichts.

Basel, 15. Februar 2022 – Die Straumann Group erzielte im letzten Jahr einen Umsatz von mehr als CHF 2 Mrd. mit sehr guten Ergebnissen in allen Regionen und Geschäftsbereichen. Dies zeigte sich deutlich in einem starken organischen Wachstum in jedem Quartal. Das jährliche organische Umsatzwachstum belief sich auf 41.7%, ein sehr gutes Ergebnis, das durch einige Währungseffekte beeinträchtigt wurde. Das Ergebnis profitierte vor allem in der ersten Jahreshälfte von der Vergleichsperiode 2020, die von der COVID-19 Krise geprägt war und die damit verbundenen Einschränkungen das Geschäft negativ beeinflussten. Im Jahr 2021 verzeichneten die Zahnarztpraxen einen regen Zulauf an Patienten, vor allem weil die anhaltenden Restriktionen bei den Konsumenten zu mehr verfügbarem Einkommen führten, die für aufwendigere Zahnbehandlungen ausgegeben werden konnten. Das Wachstum der Gruppe erhielt zusätzlichen Schub durch die Anpassungsfähigkeit an das veränderte Umfeld und das breite Angebot an innovativen Lösungen.

Im vierten Quartal 2021 stieg der Umsatz organisch um 21.1% auf CHF 540 Mio. und war damit in absoluten Zahlen das stärkste Quartal überhaupt.

Guillaume Daniellot, Chief Executive Officer: "Insgesamt ist unser Geschäft in allen Bereichen und Regionen sehr stark gewachsen. Ich bin stolz auf unsere Mitarbeitenden und ihre Leistung. Die Zahlen sind der Beweis dafür, was sie jeden Tag leisten. Ihr Einsatz hat dazu beigetragen, dass wir die 2 Mrd. Umsatzmarke überschritten haben. Wir konnten das Geschäft weiter ausbauen und den Zugang zu Zahnbehandlungen verbessern, wodurch wir 3.7 Millionen Lächeln weltweit erreichten. Wir haben Marktanteile gewonnen, indem wir unseren bestehenden Kundenstamm ausbauten, neue Kunden gewonnen und unser Engagement in der Aus- und Weiterbildung sowie die geografische Ausdehnung erhöhten. Für 2022 erwarten wir im Vergleich zum starken Vorjahr ein organisches Umsatzwachstum im niedrigen zweistelligen Prozentbereich und gehen von einer Profitabilität von rund 26% aus, was umfangreiche Wachstumsinvestitionen beinhaltet."

STRATEGISCHE HIGHLIGHTS

Weiterentwickelte Strategie, die Nachhaltigkeit einbezieht, zur Erreichung des Umsatzziels von CHF 5 Mrd. bis 2030

Im Dezember 2021 präsentierte die Straumann Group ihre neue strategische Ausrichtung, um das langfristige Umsatzziel von CHF 5 Mrd. bis 2030 zu erreichen. Die Gruppe ist in den letzten Jahren stark gewachsen und hat die Geschäftsfelder erheblich erweitert. Heute ist die Gruppe in einem potenziellen Markt von CHF 18 Mrd. tätig, die die Implantologie, CAD/CAM-Prothetik, Kieferorthopädie und digitale Geräte umfasst. Mit dem Fokus auf Innovation und Kundennutzen bildet die weiterentwickelte Strategie die Grundlage, um in der Kieferorthopädie und der Implantologie weiter zu wachsen, Geschäftsfelder, die nach Einschätzung der Gruppe noch unterversorgt sind.

Im Jahr 2021 hat der Verwaltungsrat eine Arbeitsgruppe eingesetzt, um das Nachhaltigkeitskonzept der Gruppe zu definieren und die Umsetzung zu beschleunigen. Die Gruppe hat sich unter anderem folgende Ziele gesetzt: 10 Millionen Lächeln von Menschen bis 2030 jährlich zu erreichen, bis 2026 50% der Führungspositionen mit weiblichen Führungskräften zu besetzen sowie 80% der Mitarbeitenden beständigen gute Lern- und

Entwicklungsmöglichkeiten bis 2026 bestätigen. Ein weiteres Ziel ist, dass 100% des Stromverbrauchs bis 2024 aus erneuerbaren Energiequellen stammt.

Peter Hackel, Chief Financial Officer: "Nachhaltigkeit ist eine strategische Geschäftspriorität für die Straumann Group. Unser finanzieller Erfolg basiert auf einem nachhaltigen Geschäftsmodell, und wir müssen unseren Beitrag leisten – heute und für zukünftige Generationen. Im Jahr 2021 haben wir grosse Fortschritte dabei erzielt, unser Engagement für Nachhaltigkeit in Einklang mit unserem Wachstumskurs weiter voranzubringen. Wir wollen ein Vorbild für die Industrie sein und haben unter anderem die Initiative Science Based Target unterzeichnet, um unsere Emissionen gemäss der Klimawissenschaft zu reduzieren."

Stärkung unseres Angebots und neuer Fortbildungs-Campus für die Kieferorthopädie

Im Jahr 2021 stand die Stärkung des Kundennutzens in der Kieferorthopädie im Mittelpunkt. Wichtige Innovationen waren zum Beispiel die Einführung des neuen Clear Aligner Materials ClearQuartz, das dank des patentierten Dreischichtenmaterials Zahnbewegungen kalkulierbarer macht. Die Gruppe brachte zudem eine Reihe neuer Softwarefunktionen für das Behandlungsmanagement und die Fallbearbeitung heraus, zum Beispiel ClearPilot 2.0. Eine weitere Errungenschaft war die Konnektivität von intraoralen Scannern, die nun in die kieferorthopädischen Lösungen der Gruppe integriert werden können. Darüber hinaus hat die Gruppe im Oktober 2021 den Ortho Campus etabliert, um das Angebot weiter zu stärken. Dabei handelt es sich um einen umfassenden Katalog an Online-Tools und Lehrplänen für Fachleute, um Behandlungserfolge sicherzustellen.

Akquisition des japanischen Implant-Concierges Nihon Implant

Im Dezember 2021 unterzeichnete die Straumann Group eine Vereinbarung zur Übernahme einer Mehrheitsbeteiligung an Nihon Implant in Japan, einem führenden Concierge für die Behandlungen von Implantaten in Japan. Nihon Implant bringt Patienten mit Zahnärzten zusammen und überweist diese für Implantatbehandlungen an spezialisierte Kliniken. Zahnärzte profitieren von der Möglichkeit der Kundengewinnung, die ihnen erlaubt, Marketingaktivitäten zu reduzieren. Die Akquisition unterstützt die strategische Priorität der Gruppe, ihre Präsenz beim Endkunden zu stärken und ist ein wichtiger Schlüssel zur Bildung des Bewusstseins für Implantatbehandlungen, um Kunden an Zahnkliniken vermitteln zu können. Die Übernahme wurde im Januar 2022 abgeschlossen.

Starke Unternehmenskultur und erweitertes Führungsteam

Die Fokussierung auf die Unternehmenskultur führte im Jahr 2021 zu einem gruppenweiten Mitarbeiter-Engagement-Score von 80 - ein globaler Benchmark, bei dem die Gruppe zu den besten 25% der Unternehmen weltweit gehört. Das ist eine Verbesserung von 2 Punkten gegenüber dem Jahr 2020, trotz der schwierigen globalen Arbeitsbedingungen aufgrund der Pandemie.

Im Oktober 2021 wurde Christian Ullrich zum ersten Chief Information Officer (CIO) der Straumann Group ernannt. Er ist für die Umsetzung der gruppenweiten digitalen Transformation verantwortlich. Zudem ist die Gruppe dabei, einen Chief Consumer Officer zu rekrutieren. Diese neuen Funktionen zeigen auf, dass die Gruppe kontinuierlich versucht, die relevanten Kompetenzen in der Geschäftsleitung zu erweitern.

ENTWICKLUNG DES GESCHÄFTSJAHRES

In der Implantologie erzielten sowohl das Premium- als auch das Value-Segment ein starkes organisches Wachstum für das gesamte Jahr. Dazu gehört der digitale Bereich und die Kieferorthopädie, die das höchste Wachstum ausgewiesen hat. Alle Geschäftsfelder haben die COVID-19 Herausforderungen des Jahres 2021 erfolgreich gemeistert und diese sogar vorteilhaft genutzt. So konnte zum Beispiel der Aussendienst, der mit Hilfe von Remote-Tools mit Ärzten in Kontakt treten musste, den Kundenstamm um einen zweistelligen Prozentsatz erweitern.

Das neue Premium-Implantat BLX verzeichnete im Jahresverlauf ein starkes Wachstum, während TLX nach der weltweiten Einführung auf dem ITI World Symposium im September einen guten Start hatte. Das Value-Segment mit den Marken Neodent, Anthogyr und Medentika wuchs stark und expandierte geografisch. Das kieferorthopädische Geschäft wuchs schnell, mit einem starken Beitrag von DrSmile, die nun in 10 Ländern vertreten ist. Die Einführung des neuen Clear Aligner Materials ClearQuartz macht dank des patentierten Dreischichtenmaterials Zahnbewegungen kalkulierbarer. Mit der Übernahme von Smilink in Brasilien konnte das Konsumenten-Geschäftsmodell (B2C2B) mit Behandlungen unter zahnärztlicher Aufsicht geografisch weiter wachsen und ist nun auf zwei Kontinenten vertreten. Die Akquisition eröffnete weitere Möglichkeiten, die Partnerschaft mit Zahnärzten auszubauen und das Portfolio an komfortablen, ärztlich geführten Aligner-Behandlungen für Patienten zu stärken.

Höhere Anzahl Mitarbeitende und Investitionen in Innovation und Produktion

Im Zuge des Wachstum erhöhte sich die Anzahl Mitarbeitende auf 9054. Die meisten der neuen Stellen wurden in der Produktion und im Vertrieb geschaffen. Die Gruppe investierte in umfangreiche Projekte zur Erweiterung der Produktionsstandorte für Implantate und Clear Aligner, um der wachsenden Nachfrage nachzukommen.

Für 2021 kündigte die Gruppe einen weiteren Ausbau ihrer Präsenz in China an. In Shanghai wird der erste Campus gebaut und in Arlesheim, Schweiz, entsteht ein neues Technologie- und Innovationszentrum. Um den zukünftigen Bedarf für unsere Lösungen zu decken, wird die Gruppe ein neues CAD/CAM-Fräszentrum in Mansfield, USA, errichten und Kapazitäten an anderen Produktionsstandorten ausbauen. Insgesamt hat die Gruppe im 2021 Investitionsentscheidungen in Höhe von über CHF 300 Mio. für die kommenden Jahre getroffen.

ERGEBNISSE DER REGIONEN IM VIERTEN QUARTAL

EMEA profitiert von starken Leistungen in den etablierten und aufstrebenden Märkten

Die Region EMEA erzielte einen Umsatz von CHF 244 Mio. mit einem organischen Wachstum von 25.8%. Deutschland, Frankreich und Spanien waren die führenden Märkte, aber auch die Schwellenländer trugen zum Wachstum bei. Russland verzeichnete ein starkes Wachstum, da sich BLX im vierten Quartal gut entwickelt hat und die Intraoralscanner Medit und 3Shape eingeführt wurden. Darüber hinaus wurde die Registrierung unserer digitalen Lösung Virtuo Vivo eingeleitet. Der Bereich Kieferorthopädie verzeichnete 2021 in der gesamten Region ein rapides Wachstum und profitierte sowohl von der gestiegenen Nachfrage als auch der lokalen Produktion in Markkleeberg, die beschleunigte Durchlaufzeiten bei der Herstellung von Alignern ermöglicht.

Nordamerika wächst weiterhin solide

Der Umsatz in Nordamerika belief sich im vierten Quartal auf CHF 151 Mio., mit einem organischen Wachstum von 15.1%, was 28% des Gesamtumsatzes der Gruppe im vierten Quartal ausmacht. Sowohl die USA als auch Kanada verzeichneten ein solides zweistelliges Wachstum, wobei letzteres höher ausfiel. Die Leistung wurde von den Challenger Implantat-Marken angetrieben. Vor allem Neodent konnte ein starkes Wachstum verzeichnen und das gesamte Portfolio der Gruppe an digitalen Scannern hat die Nachfrage nach digitalen Lösungen vorangetrieben. Das Kieferorthopädie-Geschäft kann von der Gewinnung allgemein praktizierender Zahnärzte profitieren, was das Wachstum unterstützt.

Asien-Pazifik expandiert geografisch und investiert in Wachstum

Die Region Asien-Pazifik trug im vierten Quartal 20% zum Gesamtumsatz der Gruppe bei und erzielte einen Umsatz von CHF 109 Mio., was einem organischen Wachstum von 17% entspricht. Das BLX Premium-Implantat von Straumann wurde in Australien, Japan und Südasien eingeführt. In China erhielt BLX im Dezember 2021 die Zulassung, während sich die Value-Marke Anthogyr weiter etablierte und im Laufe des Jahres stetig wuchs. Die Eröffnung einer zweiten Niederlassung in Mumbai unterstreicht die hohen Wachstumsraten im indischen Markt.

Lateinamerika wächst in allen Ländern

Lateinamerika war die kleinste, aber am schnellsten wachsende Region mit einem Umsatz von CHF 36 Mio., was 7% des Gruppenumsatzes entspricht. Alle Gebiete in der Region verzeichneten 2021 mindestens ein zweistelliges Wachstum. Der nach wie vor grösste Markt Brasiliens ist stark gewachsen, obwohl andere Länder der Region noch schneller zulegen. Die starke Präsenz von Neodent in seiner Heimatregion erweist sich nicht nur in der Implantologie, sondern auch in der Kieferorthopädie als Vorteil; hier treibt der hohe Bekanntheitsgrad der Marke die Kundenakquise an. Das starke Wachstum des Intraoralscanners Virtuo Vivo in Brasilien und in anderen lateinamerikanischen Ländern verdeutlicht die fortschreitende Digitalisierung in der Region.

UMSATZ NACH REGION	Q4 2021	Q4 2020	GJ 2021	GJ 2020
in CHF Mio.				
Europa, Naher Osten & Afrika (EMEA)	244.1	198.9	891.9	614.9
Veränderung in CHF	22.7%	3.2%	45.1%	(8.3%)
Veränderung vor Wechselkurseffekt	25.8%	8.4%	46.2%	(2.9%)
Veränderung organisch	25.8%	5.9%	41.3%	(6.6%)
% des Gesamtumsatzes der Gruppe	45.2	44.2	44.1	43.1%
Nordamerika	151.3	130.6	590.8	432.0
Veränderung in CHF	15.9%	(2.7%)	36.7%	(10.3%)
Veränderung vor Wechselkurseffekt	15.1%	5.3%	40%	(5.1%)
Veränderung organisch	15.1%	5.3%	40%	(5.2%)
% des Gesamtumsatzes der Gruppe	28.0	29.0	29.2	30.3
Asien/Pazifik	108.8	92.1	408.8	288.6
Veränderung in CHF	18.1%	13.6%	41.7%	(5.2%)
Veränderung vor Wechselkurseffekt	17.0%	17.9%	40.6%	(0.4%)
Veränderung organisch	17.0%	17.9%	40.6%	(0.5%)
% des Gesamtumsatzes der Gruppe	20.1	20.5	20.2	20.2
Lateinamerika	35.9	28.8	130.4	90.3
Veränderung in CHF	24.8%	(22.5%)	44.4%	(34.5%)
Veränderung vor Wechselkurseffekt	30.3%	2.9%	56.8%	(14.9%)
Veränderung organisch	30.3%	2.9%	56.8%	(15.0%)
% des Gesamtumsatzes der Gruppe	6.7	6.4	6.5	6.3
GRUPPE	540.1	450.4	2021.9	1425.9
Veränderung in CHF	19.9%	1.2%	41.8%	(10.7%)
Veränderung vor Wechselkurseffekt	21.1	8.9%	43.8%	(3.9%)
Veränderung organisch	21.1	7.7%	41.7%	(5.6%)

OPERATIVE UND FINANZIELLE SITUATION

Um Vergleiche zu erleichtern, werden zusätzlich zu den Ergebnissen gemäss IFRS die 'Kern'-Ergebnisse ausgewiesen. 2021 wurden folgende Effekte (nach Steuern) als nicht zu den Kernaktivitäten gehörende Posten definiert:

- Die Abschreibung von akquisitionsbezogenen immateriellen Vermögenswerten in Höhe von CHF 8 Mio.
- Die um CHF 49 Mio. erhöhte Verbindlichkeit des an die Verkäufer von DrSmile zu zahlenden bedingten Kaufpreises.

Eine Überleitungstabelle sowie ausführliche Informationen befinden sich auf den Seiten 136ff des Geschäftsberichts 2021 der Straumann Group.

Hohe Nachfrage lässt den Kern-Bruttogewinn auf über 76% steigen

Das starke Umsatzwachstum in allen Geschäftsfeldern hat zu einem Anstieg des Kern-Bruttogewinns um CHF 502 Mio. auf über CHF 1.5 Mrd. geführt. Die hohe Auslastung unserer Produktionsanlagen in Verbindung mit kontinuierlichen Effizienzsteigerungen resultierte in eine Kern-Bruttogewinnmarge von 76%. Das entspricht einem Anstieg von 340 Basispunkten gegenüber dem Vorjahr.

Kern-EBIT-Marge über 27%

Das operative Optimierung in Kombination mit den immer noch günstigen Auswirkungen der Pandemie auf die Werbe- und Reisekosten führte zu einem Anstieg des Kernergebnisses vor Zinsen und Steuern (EBIT) um CHF 220 Mio. auf CHF 553.3 Mio. Dies entspricht einer Kern-EBIT-Marge von 27.4% (+400 Basispunkte).

Aufgrund des Wachstums und der geografischen Expansion der Gruppe, stiegen die Vertriebskosten des Kernergebnisses, zu denen die Gehälter des Aussendienstes, Provisionen und Logistikkosten gehören, um CHF 94 Mio. auf CHF 377 Mio. Trotz der bedeutenden Investitionen, sanken die Vertriebskosten im Verhältnis zum Umsatz um mehr als 100 Basispunkte und trugen zur Verbesserung der Betriebsgewinn-Marge bei.

Die Kern-Verwaltungskosten, die Forschung und Entwicklung (F&E) sowie Marketing-, Verkaufs- und Gemeinkosten beinhalten, stiegen um CHF 175 Mio. auf CHF 616 Mio. Dies ist hauptsächlich auf neue Produkt lancierungen, die Einführung neuer Marken und die Integration von Akquisitionen zurückzuführen. Bezogen auf den Umsatz sanken die Verwaltungskosten um rund 40 Basispunkte.

Kern-Reingewinn-Marge des erreicht 23%

Der Kern-Netto-Finanzaufwand betrug CHF 22 Mio., was die Zinsen auf Leasingverbindlichkeiten, Zinszahlungen und Verluste aus Währungsabsicherungen widerspiegelt. Das Ergebnis der assoziierten Gesellschaften stieg um CHF 8 Mio., was vor allem aus der höheren Bewertung einer Beteiligung im Zuge einer Kapitalerhöhung resultierte. Nach Abzug der Ertragssteuern von CHF 81 Mio., stieg der Nettogewinn um 75% auf CHF 456 Mio, was einer Marge von 23% entspricht. Das unverwässerte Ergebnis pro Aktie stieg um 76% auf CHF 28.45.

Free Cashflow erreicht CHF 441 Mio.

Der Geldfluss aus operativer Tätigkeit betrug CHF 560 Mio. Die Zunahme der Bestände und Forderungen wurde durch höhere Verbindlichkeiten ausgeglichen und führte zu einem Rückgang des Nettoumlaufvermögens um CHF 17 Mio. In konsolidierter Währung blieben die Forderungsausstände im Vergleich zum Vorjahr ungefähr konstant bei 48 Tagen, während die Lagerdauer leicht um 6 auf 166 Tage anstieg.

Aufgrund des Ausbaus der Produktion, der Akquisitionsaktivitäten und der strategischen Initiativen zur digitalen Transformation erhöhte sich der Gesamtmittelabfluss für die Investitionstätigkeit um 21% auf CHF 175 Mio. gegenüber dem Vorjahr. Die Liquidität war am 31. Dezember 2021 mit CHF 880 Mio. hoch und überstieg die zinstragenden Verbindlichkeiten um CHF 376 Mio. (2020: CHF 116 Mio.). Die Bilanzsumme der Gruppe nahm von CHF 2.5 Mrd. per Ende 2020 auf CHF 3.0 Mrd. zum Jahresende 2021 zu.

Anträge an die Generalversammlung: Erhöhung der Dividende, Wahl eines neuen Verwaltungsratsmitglieds und Aktiensplit

Auf der Grundlage des Jahresergebnisses 2021, schlägt der Verwaltungsrat eine Dividende von CHF 6.75 pro Aktie vor, die vorbehaltlich der Zustimmung der Aktionäre am 11. April 2022 zahlbar ist. Der Verwaltungsrat beabsichtigt, die Dividende auch in Zukunft zu erhöhen, vorbehaltlich eines weiterhin guten Geschäftsverlaufs.

Dr. Sebastian Burckhardt hat sich entschieden, nicht mehr für eine Wiederwahl zur Verfügung zu stehen. Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung vom 5. April 2022 die Wahl von Nadia Tarolli Schmidt als neues Verwaltungsratsmitglied vorschlagen. Nadia Tarolli Schmidt hat an der Universität Basel Rechtswissenschaften studiert. Sie ist Partnerin bei der Wirtschaftskanzlei VISCHER AG mit den Kompetenzen Finanzen, Gesundheitswesen und Life Sciences. Die Gruppe wird von ihrer Expertise als unabhängige Anwältin und ihrer Erfahrung in verschiedenen Verwaltungsräten von Unternehmen profitieren. Als neues nicht-exekutives und unabhängiges Verwaltungsratsmitglied wird die Wahl von Nadia Tarolli Schmidt zur einer ausgewogenen Unabhängigkeit des Verwaltungsrats weiter beitragen.

Als Unternehmen mit einem starken Fokus auf Unternehmenskultur und sozialer Verantwortung möchte die Gruppe allen Mitarbeitenden, die zur Teilnahme an Aktienkaufprogrammen berechtigt sind, die Möglichkeit geben, Aktien zu erwerben. Die Gruppe beabsichtigt daher, eine Aktie in zehn aufzuteilen, damit diese für mehr potentielle Aktionärinnen und Aktionäre erschwinglicher wird.

AUSBLICK 2022 (VORBEHALTLICH UNVORHERGESEHENER EREIGNISSE)

Für das Jahr 2022 wird nicht erwartet, dass sich die Pandemie stark auf Patientenbesuche in Zahnarztpraxen auswirkt, falls die Situation unverändert bleibt. Die Gruppe ist bemüht, Unterbrüche in der Lieferkette, inflationäre und geopolitische Entwicklungen und deren potenzielle Auswirkungen auf das Konsumentenverhalten sowie die Folgen für die Behandlungspreise zu antizipieren und begrenzen. Angesichts der weiterentwickelten Strategie und eines leistungsstarken Teams erwartet die Gruppe ein organisches Umsatzwachstum im niedrigen zweistelligen Prozentbereich gegenüber dem starken Vorjahr. Unter Berücksichtigung der voraussichtlichen, umfangreichen Investitionen, die das Wachstum stützen, wird eine Profitabilität von rund 26% erwartet.

Über Straumann

Die Straumann Group (SIX: STMN) ist ein weltweit führendes Unternehmen für Zahnersatz und kieferorthopädische Lösungen, die Lächeln und Vertrauen zurückgeben. Sie vereint globale und internationale Marken wie Anthogyr, ClearCorrect, Dental Wings, Medentika, Neodent, NUVO, Straumann und andere vollständig oder teilweise kontrollierte Gesellschaften und Partner, die für Spitzenleistungen, Innovation und Qualität bei Zahnersatz, in der korrektiven sowie digitalen Zahnmedizin stehen. In Zusammenarbeit mit führenden Kliniken, Instituten und Universitäten erforscht, entwickelt, produziert und liefert die Gruppe Zahnimplantate, Instrumente, CAD/CAM-Prothetik, Biomaterialien und digitale Lösungen für Zahnersatz, Zahnrestauration und zur Vermeidung von Zahnverlusten.

Die Gruppe mit Hauptsitz in Basel (Schweiz) beschäftigt derzeit über 9'000 Mitarbeitende weltweit. Ihre Produkte, Lösungen und Dienstleistungen sind in mehr als 100 Ländern über ein breites Netz von Vertriebsgesellschaften und Partnern erhältlich.

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

Telefon: +41 (0)61 965 11 11

Homepage: www.straumann-group.com

Kontakte:

Corporate Communication

Silvia Dobry: +41 (0)61 965 15 62

Victoria Morgan: +41 (0)61 965 11 77

E-mail: corporate.communication@straumann.com

Investor Relations

Marcel Kellerhals: +41 (0)61 965 17 51

E-mail: investor.relations@straumann.com

MEDIEN- UND ANALYSTENKONFERENZ

Straumann wird die Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2021 Vertretern der Finanzwelt und der Medien im Rahmen einer Webcast-Telefonkonferenz heute um 10.30 Uhr (Schweizer Zeit) präsentieren.

Der Webcast kann auf www.straumann-group.com/webcast mitverfolgt werden und steht anschliessend als Aufzeichnung zur Verfügung.

Teilnehmende, die während der Q&A Runde Fragen stellen möchten, werden gebeten sich vorab für die Telefonkonferenz via Link [Webcast](#) zu registrieren, und die Präsentationsdatei im Anhang dieser Mitteilung herunterzuladen bevor sie sich in die Telefonkonferenz einwählen.

Präsentation

Die Präsentationsfolien der Konferenz stehen im Anhang dieser Mitteilung sowie auf den Webseiten für Medien und Investoren unter www.straumann-group.com zur Verfügung.

GESCHÄFTSBERICHT

Weitere Angaben zu den Geschäftsergebnissen und Finanzdaten 2021 finden sich im Geschäftsbericht 2021 der Straumann Group. Die Jahresrechnung ist ein integraler Bestandteil des Geschäftsberichts, der auf annualreport.straumann.com eingesehen und heruntergeladen werden kann.

WICHTIGE DATEN

Einzelheiten zu bevorstehenden Investor-Relations-Aktivitäten werden im Investorenkalender auf www.straumann.com veröffentlicht.

Datum	Anlass	Standort
2022		
15. Februar	Jahresergebniskonferenz 2021	
16. – 18. Februar	Roadshow Nordamerika (Bank of America)	Virtuell
23. & 25. Februar	Roadshow Europa (Credit Suisse)	Virtuell
16. – 17. März	Roadshow	Paris & London
23. – 24. März	Roadshow	Frankfurt & Amsterdam
5. April	Generalversammlung	
28. April	Ergebnis 1. Quartal 2022	
16. August	Halbjahresergebnis 2022	
2. November	Ergebnis 3. Quartal 2022	

Haftungsausschluss

Diese Mitteilung enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die die gegenwärtigen Ansichten des Managements widerspiegeln. Solche Aussagen unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken, Unsicherheiten und anderen Faktoren, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen oder Errungenschaften der Straumann Group wesentlich von den in dieser Mitteilung genannten oder implizierten abweichen. Die Informationen in dieser Mitteilung entsprechen dem Kenntnisstand zum Zeitpunkt der Veröffentlichung. Straumann übernimmt keinerlei Verpflichtung zur Aktualisierung dieser Aussagen aufgrund neuer Informationen, zukünftiger Ereignisse oder aus sonstigen Gründen. Diese Mitteilung stellt weder ein Angebot zum Verkauf noch eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren dar.