

Ergebnisse der ersten neun Monate 2018 – Medienmitteilung

Straumann Group: Erneut starkes Ergebnis – Umsatz im 3. Quartal und in den ersten neun Monaten 2018 wächst organisch um 18%

- 23% Umsatzwachstum in CHF in den ersten neun Monaten bzw. 19% im dritten Quartal
- Zweistelliges organisches¹ Wachstum in allen Regionen, angeführt von Nordamerika und APAC
- Lancierung von wichtigen Innovationen, die zum künftigen Wachstum beitragen werden
- Weitere Expansion in attraktive Segmente und Regionen
- Ausblick für organisches Umsatzwachstum im Gesamtjahr auf oberen Zehnprozentbereich angehoben

UMSATZ NACH REGION

(in CHF Millionen)	Q3 2018	Q3 2017	9M 2018	9M 2017
Europa, Naher Osten & Afrika (EMEA)	122.1	107.1	426.0	351.4
<i>Veränderung CHF in %</i>	14.0	20.3	21.2	15.1
<i>Veränderung in LW %</i>	15.2	15.5	16.3	15.2
<i>Veränderung organisch %</i>	11.9	9.9	13.0	10.0
<i>% des Gesamtumsatzes der Gruppe</i>			43.1	43.9
Nordamerika	93.2	72.1	283.3	221.3
<i>Veränderung CHF in %</i>	29.4	16.7	28.0	17.5
<i>Veränderung in LW %</i>	29.0	17.0	29.8	17.2
<i>Veränderung organisch %</i>	19.5	17.0	18.6	17.2
<i>In % des Gesamtumsatzes der Gruppe</i>			28.6	27.6
Asien/Pazifik	61.3	45.7	186.2	138.6
<i>Veränderung CHF in %</i>	34.2	25.8	34.3	24.4
<i>Veränderung in LW %</i>	35.3	30.6	32.3	26.9
<i>Veränderung organisch %</i>	33.1	27.9	30.2	24.2
<i>In % des Gesamtumsatzes der Gruppe</i>			18.8	17.3
Lateinamerika	30.9	33.0	93.4	90.0
<i>Veränderung CHF in %</i>	(6.4)	23.5	3.8	28.3
<i>Veränderung in LW %</i>	13.6	18.9	18.5	15.7
<i>Veränderung organisch %</i>	13.0	18.9	18.1	15.7
<i>In % des Gesamtumsatzes der Gruppe</i>			9.4	11.2
GRUPPE	307.5	257.9	989.0	801.3
<i>Veränderung CHF in %</i>	19.3	20.6	23.4	18.7
<i>Veränderung in LW %</i>	22.6	18.8	23.0	17.7
<i>Veränderung organisch %</i>	18.1	15.9	18.0	14.8

Basel, 30. Oktober 2018: Dank zweistelliger Zuwachsraten in allen Regionen erzielte die Straumann Group sowohl in den ersten neun Monaten als auch im dritten Quartal 2018 ein organisches Wachstum von 18%. In Schweizer Franken stieg der Umsatz um 23% auf CHF 989 Mio.; darin enthalten ist ein vor allem durch ClearCorrect, Dental Wings und BatiGroup

¹ Nicht berücksichtigt sind Währungs- und Akquisitionseffekte (v.a. ClearCorrect, Dental Wings und BatiGroup).

bedingter Akquisitionseffekt von fünf Prozentpunkten. Der positive Währungseffekt der ersten Jahreshälfte wurde durch ungünstige Wechselkurse im dritten Quartal neutralisiert. Für das organische Wachstum von 18% leisteten die Regionen Europa, Naher Osten und Afrika (EMEA) (+12%) sowie Nordamerika (+20%) die grössten Beiträge. Asien/Pazifik blieb die am schnellsten wachsende Region mit einem organischen Wachstum von 33%.

CEO Marco Gadola kommentierte: „Wir haben im dritten Quartal unsere geografische Expansion weiter vorangetrieben und unsere Präsenz im schnell wachsenden Segment der tiefpreisigen Implantate gestärkt. Gleichzeitig haben wir unsere Fähigkeit demonstriert, in unserem Kerngeschäft – der Implantologie – ein starkes künftiges Wachstum voranzutreiben. Erreichen werden wir dies mittels innovativer Lösungen, die den Bedürfnissen der Patienten und Kunden gerecht werden. Hierzu zählen das vollkonische Straumann BLX-Implantat, das wir der Wissenschaftswelt präsentierten, das zweiteilige Straumann PURE Keramikimplantat sowie das Mini-Implantatsystem, das wir im dritten Quartal lancierten. Ausgehend von den anhaltend starken Resultaten heben wir unseren Ausblick für das organische Umsatzwachstum im Gesamtjahr vom mittleren auf den oberen Zehnprozentbereich an.“

GESCHÄFTSVERLAUF

Implantate trugen in den ersten neun Monaten mehr als die Hälfte zum Wachstum der Gruppe bei; angetrieben wurde dieses vom anhaltenden Erfolg der Premium-Lösungen von Straumann, insbesondere des Bone Level Tapered (BLT)-Sortiments. Weitere Impulse stammten von den Nicht-Premium-Marken (insbesondere Neodent, Medentika und Anthogyr), die von der starken Nachfrage in Nordamerika, der Türkei, China und Lateinamerika profitierten.

Ein vergleichbar hohes Wachstum wie die Implantate erzielte das **restaurative** Geschäft, das primär vom Umsatz mit Standard-Sekundärteilen und Kappen profitierte. Die vielseitigen Straumann Variobase-Sekundärteile konnten weitere Marktanteile gewinnen und leisteten den grössten Wachstumsbeitrag.

Das **digitale Geschäft** mit CAD/CAM Hard- und Software, Verbrauchsmaterialien sowie transparenten Alignern verzeichnete in den ersten neun Monaten dank der robusten Entwicklung des Geschäfts mit Intraoralscannern, 3D-Druckern und Fräsmaschinen das stärkste Wachstum. Das Geschäft mit transparenten Alignern wuchs in den etablierten Märkten von ClearCorrect (Australien, Grossbritannien und USA) weiterhin dynamisch. Nach erfolgreichen Pilotprojekten in ersten europäischen Märkten hat ClearCorrect diese auf weitere Länder ausgedehnt. Derzeit läuft die zweite Phase mit der Rekrutierung von Vertriebspersonal. In Nordamerika begann ClearCorrect mit der Vermarktung seiner Aligner gemeinsam mit der Fernüberwachungstechnologie von Dental Monitoring, einem Partner der Gruppe. Diese bietet den Kunden ein praktisches System zur Fernüberwachung der Behandlungsfortschritte per Smartphone.

Bei den **Biomaterialien** verzeichnete Straumann in allen Quartalen eine starke Nachfrage nach Knochentransplantaten und Membranprodukten. Der Umsatz von Emdogain zog im August wieder an, als die normale Versorgung in den USA wieder anlief.

ERGEBNISSE NACH REGIONEN

EMEA profitiert von starker Nachfrage in Schwellenländern

EMEA, die grösste Region der Gruppe, verbuchte in den ersten neun Monaten ein organisches Wachstum von 13% und steuerte 32% zum Umsatzwachstum der Gruppe bei. Akquisitionen trugen weitere 3 Prozentpunkte bei. Mit der Aufwertung des Euro nahm der regionale Umsatz in Schweizer Franken insgesamt um 21% auf CHF 426 Mio. zu.

Angetrieben von kräftigen Zuwächsen in Skandinavien, im Nahen Osten sowie in Osteuropa meldete die Region für das dritte Quartal ein organisches Wachstum von 12%. Mit der grössten Tochtergesellschaft der Region erzielte Deutschland erneut ein robustes Wachstum. Die Gruppe lancierte ihre Marken Neodent und Anthogyr in ausgewählten Märkten im Nahen Osten und stellte am wichtigen EAO-Kongress im Oktober neue klinische Ergebnisse, Technologien und Produkte vor, darunter Grand Morse von Neodent, das vollständige Implantatsortiment von Medentika und die oben erwähnten Innovationen von Straumann.

Nordamerika: weitere Zugänge von Neukunden

Nordamerika meldete für die ersten neun Monate ein organisches Umsatzwachstum von 19%. Der Akquisitionseffekt (v.a. durch ClearCorrect) steuerte 11 Prozentpunkte bei, während der Währungseffekt das Wachstum um 2 Prozentpunkte auf 28% schmälerte. Insgesamt resultierte ein Umsatz von CHF 283 Mio. Robuste Implantat- und Sekundärteil-Verkäufe legten die Basis für dieses Ergebnis, wobei sowohl das Premium- als auch das Nicht-Premium-Implantatgeschäft ein zweistelliges Umsatzwachstum erzielten. Das dynamische Geschäft mit transparenten Alignern trug weiter zum Wachstum bei.

Mit einem anhaltenden regionalen Wachstum von 20% im dritten Quartal festigte die Gruppe ihre Marktposition in den USA weiter. Sie weitete ihr Angebot aus, vergrösserte ihre Präsenz auf dem Nicht-Premium-Markt und nahm der Konkurrenz weitere Marktanteile ab. Auch die Wiederaufnahme des Verkaufs von Emdogain in den USA und die Abarbeitung der entsprechenden Lieferrückstände trugen zum regionalen Wachstum im dritten Quartal bei.

Die Gruppe nutzte die Ende September stattfindende Jahreskonferenz der American Academy of Implant Dentistry (AAID), um das vollkonische Neodent Grand Morse (GM) Implantatsystem auf dem US-Markt einzuführen.

Asien/Pazifik: Auftrieb durch starkes Wachstum in China

Mit einem organischen Wachstum von 30% zeigte APAC in den ersten neun Monaten erneut eine dynamische Entwicklung. Ein positiver Währungseffekt von 2 Prozentpunkten und ein kleiner Akquisitionseffekt hoben das Wachstum in Schweizer Franken auf 34%. Der Umsatz kletterte auf CHF 186 Mio.

China war wiederum der stärkste Wachstumsmotor. Obwohl dort 2017 bereits 1,4 Millionen Implantate verkauft wurden, ist die Durchdringungsrate immer noch vergleichsweise niedrig (ein Zehntel derjenigen von Brasilien). Dies deutet auf ein erhebliches Wachstumspotenzial hin.

Die starke Entwicklung in China, Indien und Japan trieb das regionale organische Wachstum im dritten Quartal auf 33%.

Lateinamerika: zweistelliges Wachstum in einem anspruchsvollen Umfeld

Lateinamerika meldete für die ersten neun Monate ein organisches Wachstum von 18%. Ungünstige Währungseffekte reduzierten das Wachstum in Schweizer Franken bei einem Umsatz von CHF 93 Mio. auf nur 4%. Straumann und auch Neodent erzielten ein robustes Wachstum in Brasilien. Starke Resultate meldeten Mexiko, Argentinien, Chile und Kolumbien.

Das organische Wachstum verlangsamte sich von 21% im ersten Halbjahr auf 13% im dritten Quartal, was die sehr starke Vorjahresperiode widerspiegelt, als Neodent die Grand Morse-Implantatlinie lancierte. In Mexiko und Kolumbien expandierte das Geschäft weiterhin dynamisch. Das Gesamtergebnis wurde indes durch das schwierige Umfeld in Argentinien und Brasilien sowie durch die Abwertung des Peso und des brasilianischen Real belastet.

Ende August eröffnete die Gruppe eine Tochtergesellschaft in Lima, um den wachsenden peruanischen Markt direkt zu betreuen.

GESCHÄFTSERWEITERUNGEN

Position im Segment tiefpreisiger Implantate gestärkt

Mit den im September unterzeichneten Vereinbarungen zur Übernahme der Kontrollmehrheit am taiwanesischen Implantatunternehmen T-Plus wird die Gruppe ihren Anteil von 49% auf rund 60% erhöhen. T-Plus entwickelt und produziert preisgünstige Dentalimplantatsysteme, die von Distributoren in Taiwan und China vertrieben werden. In Asien werden jährlich mehr als sechs Millionen Nicht-Premium-Implantate verkauft, wovon mehr als ein Drittel dem Tiefpreis-Segment zugerechnet werden. Dank T-Plus erhält die Gruppe zusätzliche Produktsortimente, Zulassungen und Marken, um in Taiwan und Festlandchina in dieses Segment einzudringen, sowie eine moderne, zertifizierte Produktionsstätte in Asien. Die Gruppe will T-Plus im späteren Jahresverlauf konsolidieren.

Neue Ansätze für den Allgemeinzahnärztemarkt

Im Hinblick auf eine Ausweitung der derzeitigen Geschäftsfelder testet die Gruppe in Pilotprojekten in Grossbritannien, Deutschland und Italien ein Produktportfolio, das sich auf die Bedürfnisse von Allgemeinzahnärzten fokussiert. Es beinhaltet verschiedene neuartige Ansätze zur Vermeidung von Zahn- und Implantatverlusten sowie zur Verbesserung der Ästhetik. Um dieses Portfolio aufzubauen, hat die Gruppe die Vertriebsrechte für die nachfolgenden Produkte erworben:

Kariesbehandlung

- Soprolife® und Soprocare® (digitale Diagnostik zur Karies-Früherkennung) von Acteon
- Curodont™ Repair (nicht-invasive Kariestherapie) von Credentis
- Carisolv® (Biomaterialien zur Beseitigung von Kariesfäule) von RLS

Biomarker und Biologika zur Diagnose, Behandlung und Prävention von Parodontitis bzw. Periimplantitis

- ParoSafe und Implantsafe von dentagnostics
- Clinplant® von NIBEC
- PerioPatch® und PeriActive® von IZUN Pharma

sowie Y10® von Bright Tonix, ein System zur Zahnaufhellung ohne Bleichmittel und Chemikalien.

Dieses Portfolio, das von einem separaten Vertriebsteam betreut wird, ergänzt das Angebot für Allgemeinzahnärzte, das derzeit transparente Aligners, CAD/CAM-Prothetik und digitale Geräte umfasst. Nähere Informationen zu den Projektfortschritten werden zu gegebener Zeit bekanntgegeben.

INNOVATIONS-UPDATE

Die Gruppe hat im dritten Quartal verschiedene innovative Produkte eingeführt, die das Angebot ästhetischer Lösungen sowie zur Sofortversorgung und für zahnlose Patienten ergänzen.

Zweiteiliges PURE Keramikimplantat erhöht die prothetische Flexibilität

Das zweiteilige PURE Keramikimplantat von Straumann ergänzt die bestehende Monotype-Version (Implantat und Sekundärteil in einem Teil). Das für einen hochästhetischen Zahnersatz entwickelte zweiteilige System erhöht die prothetische Flexibilität, erleichtert die Handhabung und eignet sich für die geführte Implantatinsertion. Keramikimplantate sind derzeit noch ein Nischenmarkt, doch mit der immer grösseren Vielfalt prothetischer Angebote und weiteren klinischen Daten steigt auch deren Beliebtheit. In Deutschland, dem führenden Markt, machen Keramikimplantate rund 5% des Implantatmarktes aus.

Ein neuer Standard für Mini-Implantate

Einteilige Mini-Implantate bieten eine günstige und minimal-invasive Sofort-Lösung für zahnlose Patienten mit reduziertem Kieferknochen. 2017 wurden mehr als eine Million davon eingesetzt, und die Verwendung nimmt rapide zu. Straumann tritt in diesen Markt mit einem differenzierten, hochwertigen Mini-Implantat aus hochfestem Roxolid ein, das einen Durchmesser von bloss 2,4 mm aufweist. Es wurde für sofortigen Zahnersatz konzipiert und zeichnet sich durch die eingebaute Optiloc® Verbindung für hohe Langlebigkeit und geringen Wartungsaufwand aus.

BLX – ein einzigartiges Implantatsystem der nächsten Generation

Mit dem apikal-konischen BLT-Implantat hat Straumann beim sofortigen Zahnersatz mit Implantaten in den letzten Jahren bedeutende Fortschritte erzielen können. BLT weist ein anhaltend starkes Wachstum auf und bietet weiterhin ein bedeutendes Potenzial. Es adressiert jedoch nicht das Segment vollkonischer Implantate, das mittlerweile rund ein Viertel aller gesetzten Implantate umfasst und am schnellsten wächst. Die Gruppe ist hier bereits im Nicht-Premium-Segment präsent und hat Marktanteile gewonnen, etwa mit der neuen Grand Morse-Linie von Neodent.

Das neue vollkonische BLX-Implantat von Straumann schliesst diese Lücke im Premium-Portfolio und ist gut positioniert, um in diesem Segment bedeutende Marktanteile zu erobern. Die Kombination von hoch innovativem Design mit Roxolid® und SLActive® schafft ein einzigartiges Implantatsystem der nächsten Generation, das ein neues Mass an Vertrauen schafft – nicht nur für Sofortversorgungen, sondern auch für eine breite Palette von anderen Indikationen.

Straumann präsentierte das neue Implantat sowie erste Ergebnisse der vorklinischen und klinischen Studien an der jüngsten EAO. Aufgrund der sehr positiven Ergebnisse und bisherigen Reaktion hat die Gruppe mit einer begrenzten Markteinführung begonnen. Eine vollständige Markteinführung ist im Laufe des nächsten Jahres geplant.

AUSBLICK FÜR DAS GESAMTJAHR (vorbehaltlich unvorhergesehener Ereignisse)

Die Gruppe erwartet, dass der globale Dentalimplantatmarkt 4–5% wachsen wird. Sie ist zuversichtlich, dass sie den Markt weiterhin übertreffen und weitere Marktanteile hinzugewinnen kann. Ausgehend von den Ergebnissen der ersten neun Monate erhöht die Gruppe die Erwartungen für das organische Umsatzwachstum im Gesamtjahr vom mittleren auf den oberen Zehnprozentbereich. Unter der Annahme relativ stabiler Wechselkurse dürften das erwartete Umsatzwachstum und die bessere Fixkostenabsorption (operative Hebelwirkung) trotz weiterer Investitionen in Vertrieb und Marketing, Forschung und Entwicklung sowie Logistik zu weiteren Verbesserungen der EBITDA-Marge führen. Aufgrund der höheren Investitionsaufwendungen (Produktionsstandorte) und Amortisationskosten (Akquisitionen) erwartet die Gruppe, dass die Betriebsmarge (EBIT²) unverändert bleibt.

Über Straumann

Die Straumann Group (SIX: STMN) ist ein weltweit führendes Unternehmen im Bereich Zahnersatz und kieferorthopädischer Lösungen, die Lächeln und Vertrauen wiederherstellen. Sie vereint unter ihrem Dach globale und internationale Marken, die für Spitzenleistungen, Innovation und Qualität bei Zahnersatz und in der korrektiven sowie digitalen Zahnmedizin stehen, darunter Straumann, Neodent, Medentika, ClearCorrect, Dental Wings sowie andere Tochtergesellschaften und Beteiligungen. Zusammen mit führenden Kliniken, Forschungsinstituten und Hochschulen erforscht, entwickelt, produziert und liefert die Straumann Group Dentalimplantate, Instrumente, CAD/CAM-Prothetik, Biomaterialien und digitale Lösungen für Zahnersatz und Restauration und zur Verhinderung von Zahnverlusten.

Die Straumann Group hat ihren Hauptsitz in Basel (Schweiz) und beschäftigt derzeit rund 5'700 Mitarbeitende weltweit. Ihre Produkte, Lösungen und Dienstleistungen werden über eigene Vertriebsgesellschaften und 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-group.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

Disclaimer

Diese Mitteilung enthält 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, die zur Folge haben könnten, dass die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen oder

² Ohne Sondereffekte aus der Akquisition von Batigroup

Errungenschaften der Straumann Group wesentlich von den in solchen Aussagen enthaltenen oder implizierten Ergebnissen, Leistungen oder Errungenschaften 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.

Konferenz für Analysten und Medienschaffende

Straumann wird das Ergebnis für die ersten neun Monate 2018 heute um 09.30 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.

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

- Europa und übrige Welt: +41 (0)58 310 50 09
- Grossbritannien: +44 (0) 207 107 0613
- USA: +1 (1) 631 570 56 13

Präsentation

Die Präsentationsfolien der Konferenz stehen auf den Websites für Medien und Investoren unter www.straumann-group.com zur Verfügung.

WICHTIGE TERMINE

Weitere Details zu bevorstehenden Investorenanlässen finden Sie unter www.straumann-group.com (Investor information > Investor calendar).

2018	Anlass	Ort
30. Oktober	Webcast zum Ergebnis 3. Quartal	Webcast
05. November	Corporate Governance-Meetings	Zürich
15. November	Credit Suisse Mid-Cap Conference	Zürich
05. Dezember	Berenberg Equities Conference	Pennyhill (UK)
13. Dezember	Corporate Governance-Meetings	Paris
2019		
19. Februar	Bilanzmedienkonferenz	Basel, Hauptsitz
05. April	Generalversammlung 2019	Kongresszentrum Messe Basel

#