

Bericht zum Capital Market Day 2021 – Medienmitteilung

Straumann Group präsentiert Weiterentwicklung der Strategie zur Erreichung des langfristigen Umsatzziels von CHF 5 Mrd.

- Ambitioniertes Ziel, bis 2030 einen Umsatz von CHF 5 Mrd. zu erreichen, mit einer durchschnittlichen organischen Wachstumsrate von mindestens 10%, einer – abhängig von Investitionen – erwarteten Kern-EBIT-Marge von 25-30% für die nächsten Jahre und einer kontinuierlichen Erhöhung der Bruttodividende
- Kultur bleibt ein wichtiger Pfeiler mit einem Mitarbeiter-Engagement-Score von 80 im Jahr 2021 – und unter den besten 25% von Unternehmen
- Kerngeschäft Implantologie ist gut positioniert, um zu wachsen und die Führungsposition von 29% Marktanteil im Premium- und Value-Segment durch Innovationen und geographischer Ausweitung auszubauen
- Das Kieferorthopädiegeschäft soll durch die Entwicklung eines höheren Kundennutzens, die Ausweitung der geografischen Präsenz und die Förderung komplementärer Geschäftsmodelle wachsen
- Digitale Transformation zur Gestaltung neuer digitaler Behandlungswege und Kundenservice, um ein digitales Unternehmen für die Mundgesundheit zu werden
- Wachsende Bedeutung von Dentalkliniken in einem sich konsolidierenden Markt
- Neues Nachhaltigkeitskonzept in die Geschäftsstrategie integriert, einschliesslich des Ziels, bis 2024 100% Strom aus erneuerbaren Energiequellen zu erzeugen, und im 2022 ein Ziel zu setzen, bis wann keine Kohlenstoffemissionen mehr verursacht werden

Basel, 16. Dezember 2021: Am heutigen Capital Market Day wird die Straumann Group ihre weiterentwickelte Strategie für langfristiges Wachstum vorstellen. Die Gruppe hat in den letzten Jahren ein starkes Wachstum erzielt und dabei sowohl die Konkurrenz als auch den Markt übertroffen. Die neue Strategie legt den Grundstein dafür, dass das Unternehmen diesen Weg fortsetzen kann. Seit 2013, als die Straumann Group noch ein reines Implantologieunternehmen war, hat sie ihre Geschäftstätigkeit deutlich ausgebaut. Heute ist die Gruppe in einem potenziellen Markt von CHF 18 Mrd. tätig, der Implantologie, CAD/CAM-Prothetik, Kieferorthopädie und digitale Geräte umfasst.

Der Produktemix und die Umsatzströme von Straumann haben sich seit 2013, als die Region EMEA den grössten Teil zum Umsatz beisteuerte, stark diversifiziert. Heute stammt mehr als die Hälfte des Umsatzes aus Regionen ausserhalb der EMEA-Region, wobei etwa ein Viertel des Umsatzes aus den Regionen LATAM und APAC kommt. Es wird erwartet, dass dieser Anteil aufgrund der strategisch anhaltenden geografischen Expansion in allen Geschäftsbereichen weiter zunehmen wird.

Guillaume Daniellot, CEO der Straumann Group, sagte: "Die weiterentwickelte Strategie wird sicherstellen, dass wir unser Wachstums- und Umsatzziel von CHF 5 Mrd. und 10 Millionen «Lächeln» bis 2030 erreichen. Die Strategie umfasst drei wichtige Schritte. Wir werden uns von einem produkt- zu einem kundenorientierten Unternehmen entwickeln, von einem Anbieter von umfassenden Lösungen für die ästhetische Zahnmedizin zu einem Unternehmen für digitale Mundgesundheit, und schliesslich hin zu einem Unternehmen mit

diversifizierten Geschäftsmodellen, um verschiedene Stakeholder und Kunden im Gesundheitswesen anzusprechen. Wir werden uns auf Kultur, digitale Transformation und Nachhaltigkeit konzentrieren, um unsere vier strategischen Prioritäten - Ausbau unserer Führungsrolle bei Implantaten, Marktführer in der Kieferorthopädie zu werden, Gewinnung strategischer Zielsegmente und Präsenz bei Endkunden - umzusetzen."

Eine Unternehmenskultur für Höchstleistungen, um das Wachstum der Gruppe zu beschleunigen und die ehrgeizigen Ziele zu erreichen

Die starke Ausrichtung der Gruppe auf Kunden und Patienten bedeutet kontinuierliche Investitionen in Innovation und Dienstleistungen. Die Gruppe baut ihre Kultur kontinuierlich aus, um das zukünftige Wachstum zu unterstützen. Diese starke Fokussierung auf die Unternehmenskultur führte 2021 zu einem gruppenweiten Mitarbeiter-Engagement-Score von 80 - ein Wert, mit dem das Unternehmen zu den besten 25% an Unternehmen weltweit gehört.

Digitale Transformation vorantreiben

Die digitale Disruption ist allgegenwärtig und wird durch COVID-19 noch beschleunigt. In der Dentalbranche verändern digitale Technologien die Kommunikation mit dem Patienten, das Praxismanagement, die Diagnostik und auch die Behandlungen selbst. Die Übernahme digitaler Innovationen bedeutet schnellere, effizientere Behandlungen und bessere Ergebnisse – zum Vorteil von Zahnärzten, Technikern und Patienten. In den Bereichen Zahnersatz und Zahnkorrektur ist die Straumann Group bei der Digitalisierung von Behandlungsabläufen mit an vorderster Front. Zu den Bereichen, wo die Gruppe am aktivsten ist, gehören CAD/CAM-Ausrüstungen sowie Verbrauchsmaterialien und Dienstleistungen, wobei die Strategie darin besteht, offene Systeme und Konnektivität anstelle von geschlossenen Plattformen bereitzustellen.

Eine wichtige Säule der digitalen Transformationsstrategie der Gruppe, um die Kundenbeziehungen zu stärken und positive Kundenerfahrungen zu bieten, wird die Entwicklung einer benutzerfreundlichen, einzigen digitalen Plattform für alle Lösungen der Gruppe und ihrer Partner sein.

Marktführerschaft bei Implantaten ausbauen

Zahnimplantate sind nach wie vor das Kerngeschäft der Gruppe mit einem Marktanteil von 29% in einem Markt von CHF 5.2 Mrd. Das bedeutet, dass mehr als jedes vierte Zahnimplantat, das weltweit eingesetzt wird, ein Implantat der Straumann Group ist. Die Strategie verschiedener Marken ermöglicht eine Präsenz in allen Preissegmenten und bietet Lösungen sowohl im Premium- als auch im Value-Segment. Innovation ist nach wie vor ein starker Treiber für das Premium-Segment, insbesondere bei Implantaten für die Sofortversorgung und vollkonischen Implantaten. Dagegen wird die geografische Expansion der wichtigste Wachstumsmotor im Value-Segment sein. In beiden Segmenten ist die Schulung und Ausbildung ein entscheidender Faktor um den Zugang zu Fachleuten und letztlich zu den Endkunden im Gesundheitswesen zu erhöhen.

Führend in der Kieferorthopädie zu werden

Die Gruppe hat 2017 mit der Übernahme des US-Unternehmens ClearCorrect begonnen, ihr Kieferorthopädiegeschäft aufzubauen. Seitdem wurden erhebliche Investitionen getätigt, um

das Angebot aus Sicht der Produkte, des digitalen Portfolios, des schnellen Service und der internationalen Expansion weiter zu stärken. Mit einem potenziellen Weltmarkt von CHF 5.3 Mrd. und einem Marktanteil im niedrigen einstelligen Bereich hat die Gruppe hohes Aufwärtspotenzial. Die Ausweitung des Angebots auf zusätzliche Segmente von Kunden und Konsumenten im Gesundheitswesen, die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und die geografische Ausdehnung werden das ClearCorrect-Geschäft für künftiges Wachstum sehr gut positionieren. Die Präsenz von Straumann in der Kieferorthopädie ist von 13 im Jahr 2017 auf 46 Märkte im Jahr 2021 gewachsen.

Strategische Kundensegmente gewinnen

Die Konsolidierung ist ein wichtiger Trend in der Zahnmedizin, die zu weniger unabhängigen Einzelpraxen führen wird. Dentalklinikketten (DSO) sind auf dem Vormarsch, insbesondere in Nordamerika, Europa und China. Im Jahr 2015 wurden ~7% der Implantate von Zahnärzten in Dentalkliniken gesetzt. Dieser Anteil wird in den sechs Jahren bis 2021 auf ~15% ansteigen. Bis 2025 werden schätzungsweise* ~30% der Implantate in den Kernmärkten von Zahnärzten einer Dentalklinik gesetzt. Implantate, Clear Aligner und ästhetische Zahnbehandlungen sind die wichtigsten Wachstumstreiber für dieses zentrale Kundensegment. Straumanns Dienstleistungspalette kann auf das Geschäftswachstum der einzelnen Dentalklinikketten zugeschnitten werden. Das schliesst die Kieferorthopädie und Implantologie, aber auch digitale Lösungen, Kundenzufriedenheits-Management, strategische Kundenentwicklung sowie Schulung und Ausbildung ein.

Aufbau einer direkten Präsenz beim Endkunden

Die Kunden im Gesundheitswesen bilden sich weiter, stellen höhere Ansprüche und übernehmen die Verantwortung für ihre Entscheidungen bei Behandlungen. Digitale Berührungspunkte und das Patientenerlebnis während des gesamten Behandlungsverlaufs werden immer wichtiger. Auf dem Markt für Clear Aligner tragen die Fortschritte bei den digitalen Simulationen von Lächeln, bei der Planung der Behandlung und sogenannte Teledentistry-Lösungen zu mehr Bewusstsein bei und machen den Zugang zu den Behandlungen einfacher und bequemer. Das führt unmittelbar zu Direct-to-Consumer-Aktivitäten. Um diesem Trend Rechnung zu tragen, hat die Gruppe damit begonnen, durch die Übernahme von DrSmile im Jahr 2020 und Smilink im Jahr 2021 eine Präsenz direkt beim Konsumenten aufzubauen. Es ist eine strategische Priorität, die Präsenz beim Endkunden weiterzuentwickeln, und die Gruppe ist dabei, einen Chief Consumer Officer zu rekrutieren.

Neues Nachhaltigkeitskonzept

Die Straumann Group hat zum Ziel, das Leben der Menschen nachhaltig zu verbessern. Der Erfolg beruht auf einem Handeln, das auf Nachhaltigkeit ausgerichtet ist und die Lebensqualität von heute und die zukünftiger Generationen erhöht.

Peter Hackel, CFO der Straumann Group, sagte: "Das neue Nachhaltigkeitskonzept ist eine strategische Geschäftspriorität, die in der Tradition des Unternehmens verwurzelt ist und darauf abzielt, auf verantwortungsvolle Art und Weise langfristigen Wert für alle Stakeholder zu schaffen. Die Gruppe strebt danach, ein Vorbild in ihrer Branche zu werden."

Das Nachhaltigkeitskonzept basiert auf den Ergebnissen von Interviews mit mehr als 80 internen und externen Stakeholdern. Darin ist die Verpflichtung verankert, die Mundgesundheit voranzutreiben, Mitarbeitende zu befähigen, und als Unternehmen den Planeten und die Gesellschaft zu respektieren und verantwortungsvoll zu handeln. Die Straumann Group will das Potenzial im Leben der Menschen fördern. Dazu gehört 10 Millionen «Lächeln» von Menschen zu erreichen bis 2030, 35% Schulungs- und Ausbildungsaktivitäten in Ländern mit niedrigem und mittlerem Einkommen beizubehalten, die Geschlechterparität in Führungspositionen bis 2026 zu erreichen, 100% Strom aus erneuerbaren Energien bis 2024 zu beziehen und im Jahr 2022 ein Ziel zu setzen bis wann das Netto-Null-Emissionsziel erreicht werden kann.

Wachstumsambitionen (vorbehaltlich unvorhergesehener Ereignisse)

Mit der bedeutenden Ausweitung sowohl der Geschäftstätigkeit als auch der geografischen Präsenz operiert die Gruppe in einem potenziellen Markt von CHF 18 Mrd. Um das von der Gruppe angestrebte Umsatzziel von CHF 5 Mrd. bis 2030 zu erreichen, ist eine durchschnittliche organische Wachstumsrate von mindestens 10% pro Jahr erforderlich. Die Strategie erfordert auch kontinuierliche Wachstumsinvestitionen, die je nach Umfang der Investitionen in den nächsten Jahren zu einer Kern-EBIT-Marge bei konstanten Wechselkursen im Bereich von 25-30% führen werden. Die Gruppe wird weiterhin jährlich eine Prognose abgeben und strebt eine kontinuierliche Erhöhung der Bruttodividende an.

* Straumann Group Schätzung

Über die Straumann Group

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, kieferorthopädische Zahnschienen, Biomaterialien und digitale Lösungen für Zahnkorrektur, Zahnersatz, Zahnrestauration und zur Vermeidung von Zahnverlusten.

Die Gruppe mit Hauptsitz in Basel (Schweiz) beschäftigt derzeit über 8'000 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

Jana Erdmann: +41 (0)61 965 12 39

E-mail: corporate.communication@straumann.com

Investor Relations

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

E-mail: investor.relations@straumann.com

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 des Managements über zukünftige Ereignisse und Ergebnisse zum Zeitpunkt der Veröffentlichung. Diese unterliegen Risiken und Unsicherheiten, einschliesslich, aber nicht beschränkt auf die zukünftige globale Wirtschaftsentwicklung, Pandemien, Wechselkurse, gesetzliche Bestimmungen, Marktbedingungen, Aktivitäten von Mitbewerbern und andere Faktoren, die ausserhalb der Kontrolle von Straumann liegen. Sollten eines oder mehrere dieser Risiken oder Ungewissheiten eintreten oder sollten sich die zugrunde liegenden Annahmen als falsch erweisen, können die tatsächlichen Ergebnisse erheblich von den prognostizierten oder erwarteten Ergebnissen abweichen. Straumann stellt die Informationen in dieser Mitteilung zum gegenwärtigen Zeitpunkt zur Verfügung und übernimmt keine Verpflichtung, die darin enthaltenen Aussagen aufgrund neuer Informationen, zukünftiger Ereignisse oder aus anderen Gründen zu aktualisieren. Diese Mitteilung stellt weder ein Angebot zum Verkauf noch eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren dar.