AUSZUG AUS DEM GESCHÄFTSBERICHT 2016

WIR SCHAFFEN MÖGLICHKEITEN

Für Studierende: Fortbildungskurse; ITI Academy; Straumann «Smart» Fortbildungskonzept; Unternehmensforen bei wichtigen Veranstaltungen; ITI Study Clubs • **Für Fachärzte:** Peer-to-Peer Programme · **Für Allgemeinzahnärzte:** Partnerschaften mit Fortbildungsinstituten; Straumann Intraoral-Scanner; Praxis-Fräslösungen · **Für Dentallabore:** Straumann Variobase und vorgefräste Sekundärteile; Straumann Motion2 Laborfräsmaschinen; Straumann n!ce Glaskeramik; erweiterte Anbindung mit Straumann CARES Digital Solutions; preiswerte Sekundärteile für alle führenden Implantatsysteme von etkon iDent und Medentika; Vertriebsverträge mit Zirkonzahn und Planmeca • **Für beeinträchtigte Patienten:** kurze und schlanke Roxolid-Implantate; Diabetesforschung · **Für benachteiligte Menschen:** Zahnärztliche Hilfsprogramme in Entwicklungsländern; Straumann AID; Stipendien für angehende Zahnärzte in Kambodscha und Nicaragua · **Für Frauen in der Zahnmedizin:** Straumann-botiss Young Pro Award; Young Professionals Program · **For women in dentistry:** Workshops; Mentoring · **Für Mitarbeitende:** Schaffung neuer Arbeitsplätze; International Talent Programm; Lehrlingsausbildung; Fortbildungsprogramme; Straumann Academy; weltweite Perception-Pulse-Studie · **Für Anleger:** Aktienbruttorendite von 32 % im Jahr 2016; Dividendenerhöhung auf CHF 4.25 · **Für Erfinder:** 100 Ideen auf unserem Innovationsportal · **Für die Forschung:** 77 Publikationen zu Studien in Peer-Review-Fachzeitschriften · **Für Patienten allgemein:** Mehr als 1.5 Millionen behandelte Patienten; neues Lächeln und wiedergewonnenes Vertrauen · **Für unbezahnte Patienten:** Strauman Novaloc Rückhaltesystem; Straumann Pro Arch · **Für ungeduldige Patienten:** «Smile-in-a-box»-Lösung; schnellere Zahnersatzbehandlung und beschleunigte Belastung mit konischen SLActive-Implantaten · **Für Patienten, die metallfreie Lösungen wünschen:** Straumann PURE Ceramic Monotyp-Implantate (und Keramikprothetik) · **Für die Patienten von morgen: Eine volle Innovationspipeline** · **Für kostenbewusste Patienten:** Ein breit gefächertes Angebot erschwinglicher Lösungen von Neodent, Medentika und anderen Marken der Straumann Group · **Für Knochen- und Weichgeweberegeneration:** botiss und Straumann Biomaterialien; Emdogain für die Wundheilung · **Für den kulturellen Wandel:** «Cultural Journey»-Projekt; 29 I-WE Workshops · **Für Unternehmer**: Investitionen in V2R Biomedical · **Für Kunden in Schwellenmärkten:** Akquisition von Equinox in Indien; Eintritt in das chinesische Non-Premium-Segment mit Anthogyr; Niederlassungen in Russland und Argentinien · **Für Sie,** um mehr über uns zu erfahren...

straumanngroup

Höhepunkte 2016
Auf einen Blick

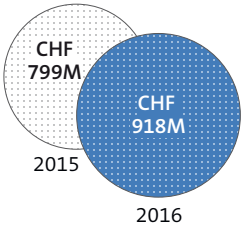
KENNZAHLEN
(in CHF Mio.)

	2016	2015	Veränderung (%)
Umsatz	918	799	15
Bruttogewinn	719	615	17
Betriebsgewinn (EBIT)	227	173	32
ausgenommen Sondereffekte	227	186	22
Reingewinn	230	72	221
ausgenommen Sondereffekte	187	145	29
Geldfluss aus operativer Tätigkeit	185	186	(0)
Investitionen	46	35	33
Free Cashflow	139	151	(8)
Basic EPS (in CHF)	14.68	4.52	225
ausgenommen Sondereffekte	11.94	9.19	30
Mitarbeitende (per Jahresende)	3 797	3 471	9

UMSATZWACHSTUM (ORGANISCH)

+13%

UMSATZ



BETRIEBSGEWINNMARGE

25%

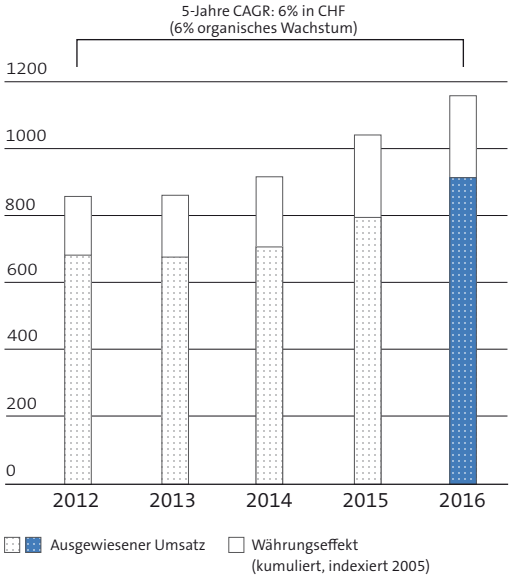
Um 150 Basispunkte erhöht

REINGEWINNMARGE (AUSGENOMMEN SONDEREFFEKTE)

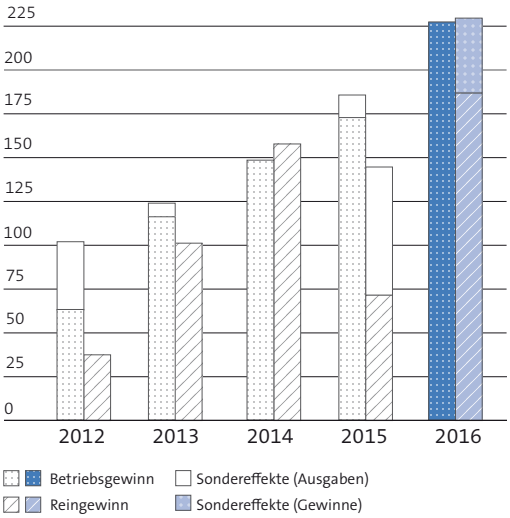
20%

Um 230 Basispunkte erhöht

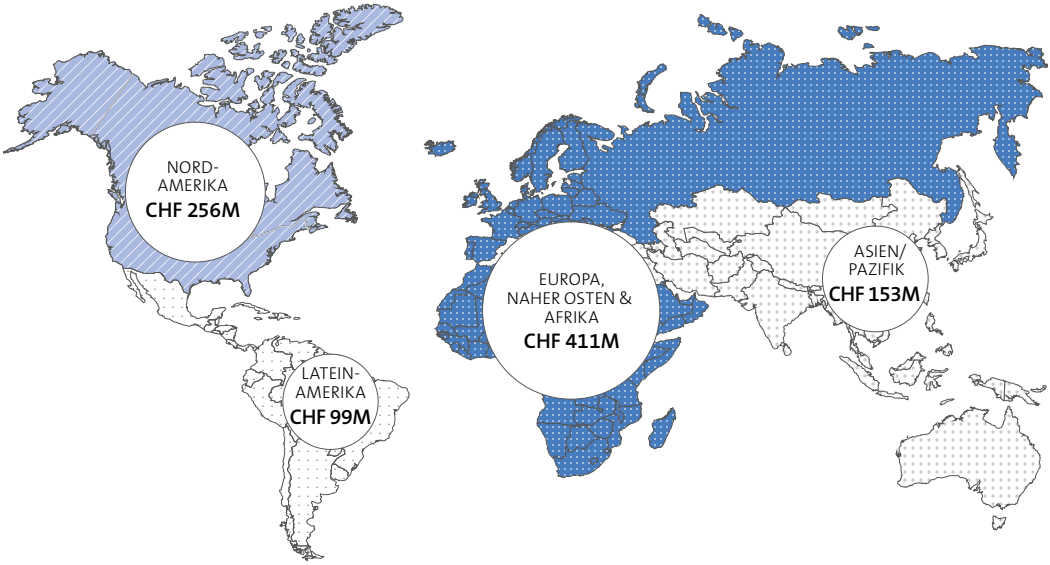
UMSATZ
(in CHF Mio.)



BETRIEBS- UND REINGEWINN
(in CHF Mio.)



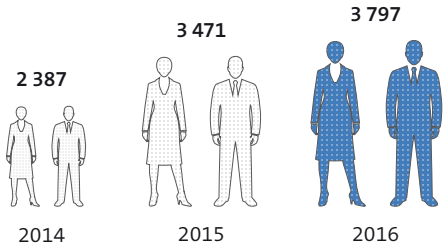
UMSATZ NACH REGIONEN



ORGANISCHES WACHSTUM NACH REGIONEN

NORDAMERIKA	LATEINAMERIKA	EMEA	ASIEN/PAZIFIK
+16%	+15%	+9%	+20%

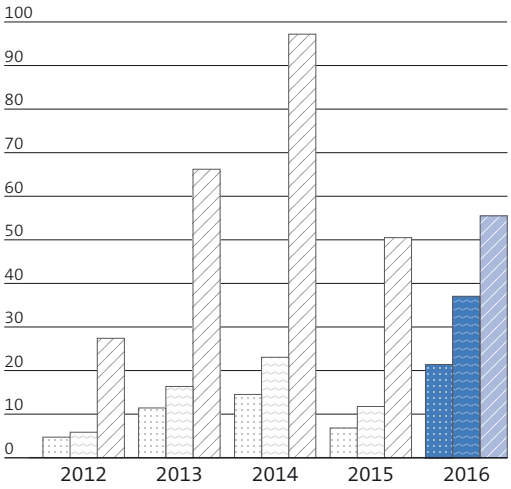
MITARBEITENDE



+326

Mitarbeitende

PROFITABILITÄT
(in CHF Mio.)

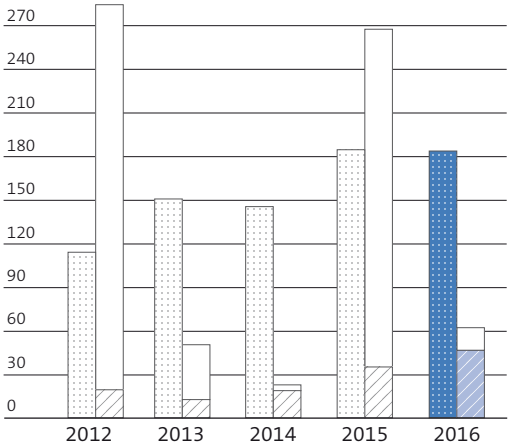


Gesamtkapitalrendite (ROA)
Eigenkapitalrendite (ROE)
Rendite auf eingesetztem Kapital (ROCE)

EIGENKAPITALQUOTE

58%

GELDFLUSS UND INVESTITIONEN
(in CHF Mio.)

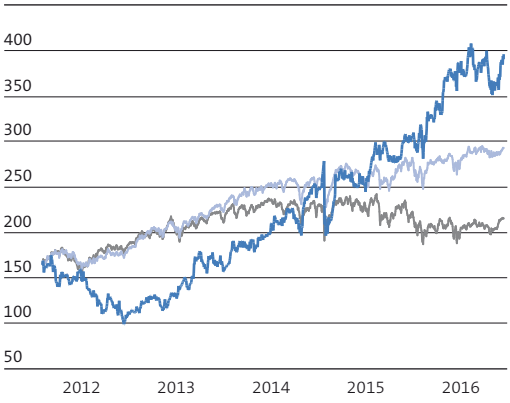


Geldfluss aus operativer Tätigkeit
Übernahmen und Beteiligungen
Investitionen

FREE CASHFLOW MARGE

15%

KURSENTWICKLUNG
(in CHF)



Straumann
Swiss Mid Cap index (SMIM) bereinigt
STOXX® Europe 600 index (in CHF) bereinigt

BASISDATEN

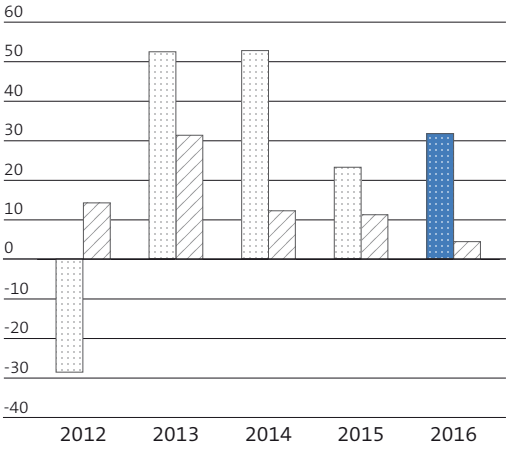
(in CHF)	2016	2015
Gewinn pro Aktie (EPS)[1]	11.94	9.19
Ordentliche Dividende pro Aktie	4.25[2]	4.00
Ausschüttungsquote	36%	44%
Aktienkurs am Jahresende	397.50	305.00

[1] Ausgenommen Sonder- sowie Einmaleffekte
[2] Auszahlbar 2017 vorbehaltlich Zustimmung der Aktionäre

AKTIENKURS

+30%

AKTIEN-BRUTTORENDITE
(in %)



Straumann SMIM Total Return Index

AKTIEN-BRUTTORENDITE

32%

WIR SCHAFFEN MÖGLICHKEITEN FÜR

PATIENTEN

FACHÄRZTE

DENTALLABORE

GHISLAINE – KRANKENSCHWESTER

«Ich habe meinen Kindern schon immer gesagt: Höflichkeit und ein freundliches Lächeln öffnen im Leben viele Türen. Vor meiner Zahnoperation habe ich jedoch nur selten gelächelt und es vermieden, zu sprechen, denn ich wollte nicht, dass man meine Zähne sieht. Bei Leuten, die ich gut kannte, war das kein Problem, doch ich bin Krankenschwester und komme bei meiner Arbeit Menschen sehr nahe. Wenn man beim Betreten eines Krankenzimmers nicht lächeln kann, schliesst sich automatisch eine Tür, und das Verhältnis zwischen Patient und Pflegekraft ist vorbelastet. Ich bin sehr froh, dass dies jetzt nicht mehr so ist». Ghislaine war eine von 15 Patienten, die beim «One Day a Smile»-Hilfsprojekt in der Afopi-Klinik in der Nähe von Paris einen vollständigen Zahnersatz erhielten. Neue, feste Zähne haben das Leben dieser Menschen verändert. Sie haben wieder Freude am Essen; Verdauungsprobleme, Magenschmerzen und Mundgeruch sind verschwunden. Eine Patientin, die wegen ihrer Zähne arbeitslos war und an mangelndem Selbstvertrauen litt, fand schon bald einen Arbeitsplatz; ein anderer Patient konnte erleben, wie sein Unternehmen wuchs. Anstatt beim Sprechen ihren Mund zu bedecken, können die Patienten heute vertrauensvoll und zufrieden lachen.

DR. PEDRO GONÇALVES – MEDIZINISCHER BERATER FÜR EUROPA

Eine unserer erfolgreichsten Initiativen im 2016, um Fachärzten neue Wege aufzuzeigen, war das Straumann Peer-to-Peer Programm, bei dem Dentalspezialisten – die bereits Experten für Implantologie sind – in neuen Produkten und chirurgischen Techniken unterwiesen werden. Dank Dr. Pedro Gonçalves, einem erfahrenen und renommierten Zahnarzt, der seit 2016 bei Straumann ist, hat das Peer-to-Peer Programm seine Reichweite beträchtlich steigern können. Das Team des Peer-to-Peer Programms führte bei sieben chirurgisch-prothetischen Events auf drei Kontinenten neue Kunden an die Lösungen von Straumann heran. Es machte sie beispielsweise mit digitalen Arbeitsprozessen mit dem BLT-Implantat, computergeführter Chirurgie und Implantat-Sofortbelastung sowie mit dem neuen, spannenden Novaloc Rückhaltesystem vertraut.

BRANDON DICKERMAN – DIPLOM-ZAHNTECHNIKER, DICKERMAN DENTAL PROSTHETICS

Eigentlich hatte Brandon Dickerman nicht vor, in die Fussstapfen seiner Grosseltern, der Eltern und seiner Tante zu treten und im Dentallabor der Familie in der Nähe von Boston zu arbeiten. Doch nach seinem Geografie- und Anthropologie-Studium konnte er sich nicht für eine Laufbahn entscheiden. Also nahm er vor sieben Jahren das Angebot seines Grossvaters an, vorübergehend in das Unternehmen einzusteigen. Eine seiner wichtigsten Aufgaben war die Integration von CoDiagnostix, dem System für computergeführte Chirurgie von Straumann, in die Arbeitsabläufe des Labors. Das Computertalent entwickelte sich dank seiner vielfältigen, im Labor erworbenen technischen Fähigkeiten rasch zum Experten. Mit dem Straumann CARES-System, 3D-Druckern und Laborfräsen bietet das Labor heute neben einem vollständigen Prothetikportfolio auch einen vollintegrierten Prothetikservice für computergeführte Chirurgie an. Straumann erkannte das Potenzial von Brandon Dickerman und half ihm, seine Lehr- und Präsentationsfähigkeiten zu erweitern. Heute unterweist er im ganzen Land Zahntechniker und Zahnärzte in der prothetikorientierten computergeführten Chirurgie. 2016 wurde er von den Jahresversammlungen der Academy of Osseointegration und der American Academy of Periodontology als Referent verpflichtet. Unsere Zusammenarbeit mit der Firma Dickerman hat sowohl für ihn persönlich als auch für beide Unternehmen Chancen eröffnet, insbesondere in der digitalen Zahnmedizin.

Brief an die Aktionäre

Marco Gadola (Chief Executive Officer) und Gilbert Achermann (Präsident des Verwaltungsrats)

SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE

2016 war für die Straumann Group erneut ein sehr gutes Jahr. Bezüglich Umsatzwachstum, Betriebsmarge und dem Gewinn von Marktanteilen erzielten wir das beste Ergebnis seit acht Jahren. Wir bauten unsere Führung im Premium-Geschäft aus und rückten im Non-Premium-Segment in die Top 3 der global führenden Implantat-Hersteller auf. Wir erschlossen neue Märkte und Geschäftsfelder, lancierten innovative Produkte sowie Lösungen und schufen neue Arbeitsplätze; so erhöhte sich die Anzahl unserer Mitarbeitenden auf weltweit rund 3'800. Unzähligen Patientinnen und Patienten auf der ganzen Welt halfen wir, ihr Lächeln und ihr Vertrauen zurückzugewinnen. Wir trugen dazu dabei, ihre Lebensqualität zu verbessern und ihnen neue Möglichkeiten zu eröffnen. Gemessen an der Zahl verkaufter Produkte wurde 2016 alle zehn Sekunden eine Patientin oder ein Patienten mit einem Straumann-Produkt behandelt.

Wie unser Geschäftsbericht zeigt, konnten wir auf allen unseren Beziehungsebenen – Kunden, Mitarbeitenden, Partnern, der Gemeinschaft und Anlegern – neue Möglichkeiten eröffnen. Davon hat nicht zuletzt auch unser eigenes Geschäft profitiert.

FINANZ- UND GESCHÄFTSERGEBNISSE

WACHSTUM IN ALLEN DIMENSIONEN

Unsere Aktivitäten mündeten in ein zweistelliges organisches Wachstum von 13%. Einschliesslich der Akquisitionen und einem leicht positiven Währungseffekt stieg der Umsatz in Schweizer Franken insgesamt um 15% auf CHF 918 Mio. Dies ist umso bemerkenswerter, als dass der Gesamtmarkt für Zahnersatz in den letzten zwei Jahren nur 3–4 % wuchs. Mit einem organischen Wachstum, das sich von 9% im Jahr 2015 auf 13% im Jahr 2016 beschleunigte, liessen wir die Konkurrenz deutlich hinter uns.

Ein Blick auf die Entwicklung in den Regionen zeigt, dass Nordamerika (+16%[1]) am meisten zum Wachstum beitrug, während dieses in Asien/Pazifik mit +20%[1] am stärksten ausgeprägt war. In Lateinamerika (+15%[1]) verkauften wir mehr Implantate als irgendwo anders, und in der Region EMEA (Europa, Naher Osten & Afrika), unserem wertmässig grössten Markt, sind wir mit +9%[1] weiterhin solide gewachsen.

Fast zwei Drittel unseres Wachstums generierte unser Geschäft mit Implantaten. Den grössten Anteil daran hatte das Bone Level Tapered (BLT) Implantat. Seit seiner Einführung Ende 2014 hat BLT im grossen Segment

konischer Implantate einen Marktanteil von 4% erreicht; sein Anteil beim Implantat-Absatz von Straumann beträgt mittlerweile ein Viertel. Gleichzeitig verzeichnete unser preislich attraktives Angebot im Non-Premium-Segment ein starkes Wachstum. Wir waren damit in der Lage, Mitbewerbern Geschäfte abzunehmen, womit dieses Segment bereits der zweitwichtigste Treiber unseres Wachstums ist.

Die anderen Erfolgsprodukte sind unsere Hochleistungslegierung Roxolid und unsere SLActive Implantat-Oberflächentechnologie, welche die Heilungszeit verkürzt. Der Hauptvorteil dieser Produktmerkmale und BLT ist, dass sie die Dauer bis zum fertigen Zahnersatz deutlich verkürzen. Diese Produkte sind in allen grossen Märkten verfügbar – ausser in China, wo die behördliche Zulassung noch aussteht. Unser «Tissue Level» SLA Implantat feierte 2016 sein 30-jähriges Jubiläum. Man könnte es als «unser bester Mitarbeiter» bezeichnen, denn es hat mehr Arbeitsstunden geleistet, mehr Verkäufe generiert und mehr Kunden bedient als alle anderen. Es verdient grossen Respekt, ist es doch das am besten dokumentierte Implantat auf dem Markt, und in führenden wissenschaftlichen Studien wird es immer wieder positiv hervorgehoben.[2,3,4]

Unser restaurratives Geschäft ist erstmals seit vielen Jahren wieder zweistellig gewachsen. Dies verdanken wir den enormen Anstrengungen der letzten zwei Jahre, um uns als bevorzugter Partner für Dentallabore zu etablieren. Die Verkäufe bei Standard- und individualisierten CADCAM-Prothetik-Komponenten entwickelten sich sehr positiv. Dazu beigetragen haben einerseits unsere einfachen und günstigen Variobase-Sekundärteile, die in Fräszentren, Dentallaboren und sogar in der Zahnarztpraxis bearbeitet werden können. Anderseits trugen unser neuer Intraoral-Scanner und Labor-Fräslösungen zum Wachstum bei digitalen Lösungen bei.

Variobase, BLT und Pro Arch sind junge Produktfamilien, die zusammen mehr als zwei Drittel zu unserem Wachstum beigetragen haben.

Unser umsatzmässig kleinstes Geschäft mit Biomaterialien wuchs am schnellsten. Die erfolgreiche Zusammenarbeit mit botiss und anderen Partnern ermöglicht es, regenerative Lösungen in fast allen Märkten anzubieten. Wir sind in jeder Produktkategorie mit einer breiten Auswahl an Knochenersatzmaterialien und Produkten für die orale Weichgewebe-Regeneration gut positioniert. Eines der Highlights 2016 war die Neu-Lancierung von Emdogain zur Unterstützung der oralen Wundheilung. Emdogain wirkt schmerzlindernd und abschwellend, reduziert die Risiken von Komplikationen, birgt ästhetische Vorteile und steigert die Zufriedenheit der Patienten.

RENTABILITÄTSZIELE ÜBERTROFFEN

Unsere Wachstumserfolge wurden nicht auf Kosten der Profitabilität erzielt. Unsere Investitionen in die Entwicklung neuer und besserer Behandlungsmethoden setzten wir kontinuierlich fort. Wir entwickelten neue Designs, Prozesse und Behandlungsabläufe, um bestehende Lösungen zu optimieren und den Zugang zu Implantat-Behandlungen noch erschwinglicher, komfortabler, anwendungsfreundlicher und zuverlässiger zu gestalten. Daneben investierten wir weiter in neue Schulungs- und Ausbildungskonzepte, um die Anzahl qualifizierter Behandler auszuweiten und sicherzustellen, dass unsere Produkte erfolgreich angewendet werden. Wir schufen neue Arbeitsplätze und investierten in die Personalentwicklung sowie in unsere Unternehmenskulturprogramme, um auch zukünftig den Erfolg sicherzustellen. Trotz dieser Anstrengungen mit bedeutenden Investitionen in neue Märkte und Segmente erreichten wir unsere Ziele zur Margenausweitung. Der Betriebsgewinn nahm um 22%, der bereinigte Reingewinn um 29% zu. Die entsprechenden Margen erhöhten sich auf 25% bzw. 20%. Der bereinigte Gewinn pro Aktie erhöhte sich von CHF 9.19 auf 11.94.

SOLIDE FINANZIERUNG FÜR WEITERE WACHSTUMSINITIATIVEN

Wir investierten in neue Partnerschaften, strategische Zukäufe und den Ausbau von Produktionskapazitäten. Die Investitionsausgaben (CAPEX) betrugen CHF 46 Mio. Der Free Cashflow erreichte CHF 139 Mio.; davon wurden CHF 40 Mio. für Akquisitionen verwendet. Der Rückkauf eines Aktienpakets von CHF 200 Mio. und die Dividendenausschüttung von CHF 63 Mio. waren die wichtigsten Finanzierungsaktivitäten im vergangenen Jahr. Ende Dezember 2016 standen der Gruppe liquide Mittel von insgesamt CHF 164 Mio. zur Verfügung. Mit einer Eigenkapitalquote von 58% ist die Gruppe solide finanziert, um in zukünftige Wachstumsinitiativen zu investieren.

AUSGEZEICHNETE RENDITE

Unsere guten Ergebnisse, kombiniert mit unserer Strategie, dem Marktpotenzial und anderen Fundamentaldaten, spiegeln sich im Aktienkurs wider. Dieser stieg bis

Ende 2016 um 30% auf CHF 397.50. Damit übertrafen wir den SMIM-Index zum vierten Mal in Folge deutlich. Aufgrund der Resultate und der positiven Entwicklungen im 2016 schlägt der Verwaltungsrat eine erhöhte Dividende von CHF 4.25 pro Aktie vor, zahlbar am 13. April 2017. Der Verwaltungsrat beabsichtigt, die Dividende pro Aktie auch in Zukunft weiter zu erhöhen, sollten die Ergebnisse dies rechtfertigen.

MARKTENTWICKLUNGEN UND TRENDS

Gemäss unserer Einschätzung nach verzeichnete der globale Markt für Zahnersatz im Jahr 2016 ein Wachstum von 3–4%; das Segment der Implantologie hat ein Volumen von CHF 3.5 Milliarden erreicht. Weil wir in den letzten Jahren konstant schneller als der Markt gewachsen sind, konnten wir unsere führende Position festigen und einen Marktanteil von etwa 23% erreichen. Unser Marktanteil in der restaurativen und der regenerativen Zahnmedizin ist zwar kleiner; letztere ist jedoch eng mit Implantat-Behandlungen verbunden. Mit unserem Aussendienst und unserem Technologie-Netzwerk schaffen wir «Cross-Selling»-Op-portunitäten. Der für uns relevante Gesamtmarkt hat einen Umfang von ungefähr CHF 7 Milliarden.

BEDÜRFNISSE VON ZAHNÄRZTINNEN, ALLGEMEINZAHNÄRZTEN UND DENTALKETTEN ERKANNT

Die wichtigsten Trends der vergangenen Jahre setzten sich fort. Bereits früher haben wir darauf hingewiesen, dass mehr Frauen als Männer den Zahnarztberuf ergreifen; aber wahrscheinlich weniger Frauen eine eigene Praxis haben oder in die Implantat-Chirurgie einsteigen wollen.[5,6] Ein frühes Einbinden der Implantatologie in die zahnärztliche Ausbildung wie auch Karriereplanung, Coaching und Mentoring-Programme für Frauen sind zentrale Elemente[7], auf die wir uns 2016 bei der Unterstützung von Zahnärztinnen fokussierten.

Die Anzahl von implantologisch tätigen Allgemeinzahnmedizinern nimmt weiter zu.[8] Um den Zugang zu diesen Ärzten zu verbessern und Schulung und Coaching noch besser zu unterstützen, arbeiten wir mit verschiedenen Organisationen weltweit zusammen und bieten z. B. Ausbildungskurse gemeinsam mit dem ITI an. Zudem setzen wir weiter auf unseren eigenen hochqualifizierten Aussendienst und auf unser internationales «Young Professionals Program», um Straumann zum bevorzugten Partner für Allgemeinzahnärzte und Frauen in der Zahnmedizin zu positionieren. Die Benutzerfreundlichkeit unseres Implantatsystems haben wir kontinuierlich verbessert, so dass auch Allgemeinzahnärzte Implantatlösungen anbieten können.

Ein weiterer Trend, den wir feststellten, ist die weitere Verbreitung von Dentalketten («Dental Service Organizations», DSOs). Diese reichen von Zusammenschlüssen lokaler Zahnärzte bis hin zu internationalen Netzwerken voll integrierter Kliniken. Nachdem wir 2015 erstmals in diesem Segment Fuss fassen konnten, gewannen wir im 2016 in Europa bedeutende Kunden mit auf dieses Segment zugeschnittenen, umfassenden Lösungen verschiedener Marken und Preisniveaus aus einer Hand.

FORTSCHREITENDE DIGITALISIERUNG

Die Digitalisierung verändert fast alles, was wir tun. In der Produktion implementierten wir digitalisierte Arbeitsprozesse, und wir näherten uns unserem Ziel einer papierlosen Fabrik weiter an. Wir entwickelten für die bereits digitalisierten Behandlungsschritte zusätzliche Funktionalitäten und erweiterten die Anbindungsmöglichkeiten sowie unsere Planungs-, Scanner- und Fräswerkzeuge. In der Fortbildung führten wir das auf Online-Module basierende «Smart»-Konzept ein, mit dem sich Zahnärzte zeit- und ortsunabhängig schulen können. Auch unser e-Shop machte Fortschritte: In fast allen Ländern erreichten wir die anvisierten Besucher- und Bestellziele. Digitales Marketing und Social Media bergen ebenfalls grosse Chancen; deshalb haben wir begonnen, auch hier in neue Tools und Anwendungen zu investieren.

STRATEGISCHE ZIELE UND DEREN UMSETZUNG

Unser Ziel für die nächsten Jahre steht fest: Wir wollen im Bereich Zahnersatz der führende globale Anbieter sein. Das bedeutet, wir müssen Antworten auf zahnmedizinische Bedürfnisse finden, noch mehr Menschen Zahnersatz-Behandlungen ermöglichen und Behandlungsstandards weiter verbessern. Wir wollen unseren Kunden noch flexiblere und hochwertigere Lösungen anbieten. Die Strategie, um dieses Ziel zu erreichen, basiert auf drei Pfeilern:

- Die Förderung einer Hochleistungskultur und -organisation
- Wachstumsmärkte und Geschäftsfelder identifizieren und erschliessen
- ein Anbieter von Gesamtlösungen für Zahnersatz werden.

Hierfür haben wir konkrete Initiativen definiert, die wir systematisch überwachen und die im Geschäftsbericht beschrieben werden.

EINE LEISTUNGSORIENTIERTE UNTERNEHMENSKULTUR

Unser künftiger Erfolg basiert darauf, dass wir kontinuierlich einen messbaren Kundennutzen erbringen, dass wir Innovationen sowie Opportunitäten schaffen und uns stetig verbessern. Die Unternehmenskultur ist der Schlüssel hierzu. 2014 kommunizierten wir die Ziele für eine ideale Kultur und starteten die «Cultural Journey» mit einem Programm an Schulungsmodulen, Workshops und anderen Initiativen, um eine Einstellung zu verankern, welche ein Miteinander und permanentes Lernen («Player/Learner») fördert. Wir treiben so den Kulturwandel voran, fördern bestmögliche Leistungen und schaffen noch attraktivere Arbeitsplätze. Ein Drittel unserer Mitarbeitenden nahm bis Ende 2016 an diesem Programm teil, und wir haben uns das Ziel gesetzt, dass bis Ende 2018 alle daran teilgenommen haben.

Kultureller Wandel ist ein langjähriger Prozess, doch wir sehen bereits deutliche Fortschritte. Gemäss unserer weltweit durchgeführten Mitarbeiterbefragung unterstützen 88% der Mitarbeitenden unsere Kulturreise aktiv, und 65% haben bereits positive Auswirkungen beobachtet. Weitere Beweise für den Fortschritt liefert unser operativer Leistungsausweis, die volle Entwicklungs-Pipeline, die Umsetzung unserer strategischen Prioritäten, die Vielzahl eingegangener Partnerschaften sowie unser Engagement zur Talentförderung. All dies ist Ausdruck der Motivation, Kreativität, Offenheit und Dynamik, die unsere Kulturreise hervorbringt.

WACHSTUM IN UNERSCHLOSSENEN MÄRKTEN UND GESCHÄFTSFELDERN

Verschiedene neue Partnerschaften und Zukäufe verbesserten im Jahr 2016 die geographische Ausdehnung der Gruppe. Eines der dringenden Ziele war, in das schnell wachsende Non-Premium-Segment in China vorzustossen. Vor dem Hintergrund langwieriger behördliche Zulassungen unserer eigenen Marken investierten wir in das französische Implantat-Unternehmen Anthogyr, mit dem wir ein zugelassenes System erhielten und auf ein etabliertes Geschäft sowie ein eingespieltes Verkaufsteam zurückgreifen konnten.

Mit der Akquisition von Equinox gelang es uns endlich, in den ebenfalls schnell wachsenden indischen-Markt einzusteigen, wo bis jetzt jährlich pro 10 000 Einwohner nur zwei Implantate eingesetzt werden. Equinox ist Indiens drittgrösstes Implantat-Unternehmen; es bietet uns die Plattform, um unsere Straumann Marke zu lancieren.

In Argentinien und Chile haben wir Tochtergesellschaften gegründet, die sowohl Premium- als auch Non-Premium-Lösungen anbieten. In der Türkei haben wir für das Non-Premium-Segment ein Joint-Venture mit dem bisherigen Vertriebspartner gegründet. In Europa schliesslich reorganisierten wir, um neue Ressourcen für die Ausdehnung nach Ost-Europa, Russland und den Nahen Osten sowie in neue Märkte wie Afrika freizusetzen.

FÜHRENDER ANBIETER IM SCHNELL WACHSENDEN NON-PREMIUM-SEGMENT

Wir sind entschlossen, unsere Führung im Premium-Segment mit innovativen Produkten und Dienstleistungen weiter auszubauen. Unterstützt wird dies durch Forschung, Schulungen und unsere Service-Infrastruktur sowie mit dem Auf- und Ausbau neuer Anwendergruppen. Allerdings wächst das Non-Premium-Geschäft schneller; es nimmt mehr als einen Drittel des Weltmarktes ein. Um unsere Führung insgesamt zu behaupten, müssen wir in allen Segmenten stark sein und Gesamtlösungen für alle Produkt- und Preissegmente anbieten.

In nur wenigen Jahren haben wir es geschafft, mit einem attraktiven Markenportfolio und durch internationale Ausdehnung zu einem der führenden Non-Premium Anbieter zu werden. Die hierfür genutzte Instradent-Plattform erzielte 2016 ein dreistelliges Wachstum. Nach bereits etablierten Niederlassungen in Nordamerika, auf der iberischen Halbinsel und in Italien erweiterten wir unser Vertriebsnetz mit neuen Instradent-Niederlassungen in der Tschechischen Republik und in Grossbritannien. Das neue europäische Vertriebszentrum dient dazu, den Eintritt in neue Märkte zu beschleunigen und den Kundenservice auszubauen; es beherbergt Management-Funktionen, ein Lager und ein Logistikzentrum.

Unsere Absicht, mit der Ausübung einer Wandelanleihe und einer Aktienkaufoption eine beherrschende Beteiligung am koreanischen Implantat-Unternehmen MegaGen zu erlangen, wurde durch die Eröffnung eines Schiedsverfahrens durch MegaGen erschwert. Verzögerungen und ein nachlassender Wille zur Zusammenarbeit

lenkten unsere Aufmerksamkeit auf andere Partner wie Anthogyr oder Zinedent. Medentika ist ein weiterer attraktiver Partner, bei dem wir jetzt eine kontrollierende Mehrheit haben. 2016 übernahmen wir dessen Vertriebsgesellschaften in Deutschland und erhielten so den Zugang zum Value-Segment in diesem wichtigen Markt.

ANBIETER VON GESAMTLÖSUNGEN

Um den grossen Konglomeraten in einem schnell wachsenden und sich stetig konsolidierenden Markt Paroli zu bieten, ist es unsere Strategie, uns als Anbieter von Gesamtlösungen für Zahnersatz zu positionieren – für alle wichtigen Indikationen, ob mit digitalen oder herkömmlichen Methoden. Wir sind uns bewusst, dass wir nicht die Einzigen sind, die eine solche Strategie verfolgen. Deshalb müssen wir agil und schnell in der Umsetzung sein.

Unser Kerngeschäft mit Implantaten umfasst eine umfangreiche Palette an Designs, verschiedene Materialien und Preiskategorien. Dazu kommt ein breites Angebot an CADCAM-Prothetik, eine Vielfalt an Biomaterialien sowie digitale Lösungen auf einer offenen Software-Plattform, die den Behandlungsablauf von A bis Z unterstützen. Um unser Portfolio zu komplementieren, entwickeln wir neue Produkte und Lösungen weiterhin selber. Neue Technologien integrierten wir, indem wir in hoch innovative Unternehmen investierten und strategische Partnerschaften aufbauten. Beispiele dafür sind die Partnerschaften mit botiss und anderen Anbietern, die es uns ermöglichen, eine vollständige Auswahl an Biomaterialien für Implantat-Behandlungen anzubieten. Mit der Übernahme des Vertriebs der botiss-Produkte in Deutschland vertieften wir die bestehende Partnerschaft.

Mit Medentika für Standardprothetik und dem neuen etkon iDent CADCAM-Service sind wir nun in der Lage, Prothetikteile nicht nur für unsere eigenen Marken, sondern als preisgünstige und hochwertige Alternative auch für Implantate konkurrierender Hersteller anzubieten. Solche strategischen Partnerschaften öffneten uns auch die Türen vieler Dentallabore, zu denen wir bisher keinen Zugang hatten. So vertreibt nun beispielsweise Zirkonzahn, ein international aufgestellter Zulieferer für Laborausrüstungen und Prothetik, unsere Variobase-Lösungen.

Wir haben gerade mit der Auslieferung unseres einzigartigen Glaskeramikmaterials «n!ce» begonnen, das Dentallaboren und Zahnärzten z. B. bei der Ästhetik und in der Verarbeitung Vorteile bietet. Um die Marke weltweit aufzubauen, haben wir – zusätzlich zu unseren Verkaufs- und Vertriebskanälen – die globalen Distributionsrechte an Planmeca vergeben, einem führenden Anbieter für Dentalausrüstungen, Software und CADCAM-Lösungen.

Die vielleicht spannendsten Fortschritte haben wir im digitalen Bereich erzielt. Durch die Partnerschaft mit Dental Wings sind wir im Geschäft mit Intraoral-Scannern, und wir haben damit begonnen, CARES-kompatible Labor-Fräsmaschinen von Amann Girrbach unter der Marke Straumann zu verkaufen. Die Kombination unserer kompakten Fräsen mit Intraoral-Scannern ermöglicht es uns, konkurrenzfähige Komplettlösungen auch für Zahnarztpraxen anzubieten.

2017 werden wir weitere validierte Digitallösungen auf den Markt bringen, welche die gesamten Zahnersatz-Arbeitsprozesse abdecken, darunter die geführte Chirurgie, eine Auswahl an Intraoral-Scannern, CADAM-Ausrüstungen und -Dienstleistungen sowie die Option, Prothetikelemente in einem zentralen Fräszentrum, im Dentallabor oder direkt in der Zahnarztpraxis herzustellen.

Diese Schritte tragen mit den von uns neu entwickelten innovativen Schulungskonzepten sowie -Dienstleistungen dazu bei, unser strategisches Ziel zu erreichen, ein Anbieter von Gesamtlösungen zu werden.

STRAUMANN GROUP – UNITED FOR GLOBAL EXCELLENCE IN DENTISTRY

Die Umsetzung der Strategie, weltweit führender Anbieter für Zahnersatzlösungen zu werden, hat dazu beigetragen, dass Straumann heute eine Vielzahl an Unternehmen und Partnern unter dem Konzerndach vereint. Wir sind heute eine wahrlich globale Gruppe mit nationalen und internationalen Unternehmen sowie Marken. Um eine gemeinsame Identität zu schaffen, haben wir die Dachmarke «Straumann Group» mit einer klaren visuellen Identität und Positionierung eingeführt. «Straumann Group» vereint die Partnerunternehmen und deren Marken unter einem Dach. Die Dachmarke erlaubt es, das weltweite Ansehen der Premium-Marke «Straumann» zu nutzen, ohne sie zu kompromittieren.

EIN GUTER ARBEITGEBER UND «CORPORATE CITIZEN»

Die Breite und Nachhaltigkeit unseres Erfolges sind ein Abbild der Qualität sowie der Leistungsbereitschaft unserer Mitarbeitenden und widerspiegeln den bewussten

Schritt hin zu einer entsprechenden Kultur. Die Zahl der Mitarbeitenden hat 2016 um 326 auf fast 3800 zugenommen. Dazu beigetragen haben die Einbindung der akquirierten Unternehmen und die Investitionen in Wachstumsmärkte und -projekte, in den Ausbau der Produktion sowie in Forschung & Entwicklung zur Stärkung unserer Entwicklungs-Pipeline. In Anerkennung dieser Leistungen entschied der Verwaltungsrat im Frühjahr 2016, die vor dem Währungsschock im Januar 2015 in der Schweiz geltenden variablen Vergütungsprogramme wieder vollständig aufzunehmen. Wir sind der Überzeugung, dass die Treue sowie der Einsatz unserer Mitarbeitenden und unsere stetigen Verbesserungen dieses Vorgehen rechtfertigen.

Unser Ziel ist weiterhin die nachhaltige Entwicklung unserer Gruppe. Dies bedeutet, dass wir unseren Betrieb effizient führen und natürliche Ressourcen wirkungsvoll einsetzen, um Abfall zu vermeiden und Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren. Ebenfalls hierzu gehört die Unterstützung karikativer Programme, mit denen wir uns in 15 Ländern dafür einsetzen, Zahnbehandlungen für benachteiligte Menschen zugänglich zu machen.

AUSBLICK

Die anhaltende Konsolidierung in unserer Branche hat im letzten Jahr die Frage aufgeworfen, ob die Straumann Group die kritische Grösse hat, um ihre Führungsposition zu behaupten. Wir waren damals sicher, dass dies der Fall sei. Heute können wir sagen, dass wir durch die Qualität unserer Leistungen, starke Marken, die weltweite Präsenz und mit unserem breiten Angebot noch stärker daran glauben. Ein weiterer Grund hierfür ist unser Erfolgsausweis hinsichtlich erfolgreicher Partnerschaften.

Die Tatsache, dass wir unserem strategischen Ziel, ein globaler Anbieter für Gesamtlösungen zu werden, schon recht nahe gekommen sind, hat uns dazu veranlasst, die nächsten Schritte ins Auge zu fassen. Dies könnte die Erweiterung der bestehenden Geschäftstätigkeit sein; aber auch den Aufbau neuer Opportunitäten in angrenzenden Geschäftsfeldern bedeuten. Einer der Schwerpunkte im Jahr 2017 wird es nun sein, neue Möglichkeiten für Übernahmen, Partnerschaften und den Ausbau des bestehenden Geschäfts auszuloten. Wir werden den Fokus verstärkt auf die weitere Digitalisierung, auf den Wandel in der Kundenstruktur sowie auf neue Materialien und Technologien legen.

Der weitere Aufbau einer leistungsorientierten Kultur wird unsere Priorität bleiben. Um zu verhindern, dass unser Erfolg in Trägheit umschlägt, werden wir den Handlungsdruck aufrechterhalten und das, was wir täglich tun, unvoreingenommen hinterfragen. In unserer sich schnell verändernden Welt müssen wir achtsam und agil bleiben, und vor allem müssen wir Veränderungen selber mitgestalten.

Vorbehaltlich unvorhersehbarer Ereignisse erwarten wir, dass die weltweiten Implantatmärkte ihr Wachstumstempo auch 2017 beibehalten werden. Wir sind zuversichtlich, mit einem organischen Wachstum im hohen einstelligen Bereich schneller als der Markt zu wachsen. Auch mit weiteren Investitionen in strategische Wachstumsinitiativen und unter der Annahme stabiler Wechselkurse sollte das erwartete Umsatzwachstum, verbunden mit positiven Skaleneffekten, zu einer weiteren Verbesserung der Betriebsgewinnmarge (organisch[9]) führen.

Wir danken allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern rund um den Globus für ihren persönlichen Einsatz, ihr Engagement und die harte Arbeit, die sie im Jahr 2016 geleistet haben. Im Namen des Verwaltungsrates danken wir auch Ihnen, den Aktionärinnen und den Aktionären unseres Unternehmens, für Ihre Unterstützung und Ihr anhaltendes Vertrauen.

Herzlichst

Gilbert Achermann
Präsident des Verwaltungsrates

Marco Gadola
Chief Executive Officer

7. Februar 2017

FUSSNOTEN/REFERENZEN

1 Organisches Wachstum
2 Buser D et al.: 10-year survival and success rates of 511 titanium implants with a sand-blasted and acid-etched surface: a retrospective study in 303 partially edentulous patients. Clin Implant Dent Relat Res 2012;14 839-851.
3 Derks J et al.: Effectiveness of implant therapy analyzed in a Swedish population: early and late implant loss. J Dent Res 2015; 94(3) 445-515.
4 Derks J et al.: Effectiveness of implant therapy analyzed in a Swedish population: Prevalence of Peri-implantitis: J Dent Res 2016, 95(1) 43-49.
5 FDI Oral Health Atlas p. 61.
6 Distribution of dentists in the US, by region and state, 2009. American Dental Association. 2011 Apr.
7 Boll A, Fehrke P: Gender aspects of implant dentistry: opportunities and career path. Zahnärztl Implantol 2014;30:267-287.
8 Exevia, 2014, basierend auf Marktanalysen in Deutschland, Italien, Spanien und den USA.
9 Die Effekte der Medentika und Equinox Akquisitionen ausgenommen.

WIR SCHAFFEN MÖGLICHKEITEN FÜR

FRAUEN IN DER ZAHNMEDIZIN

AUFSTREBENDE MÄRKTE

STUDIERENDE

DR. LAURENCE ADRIAENS – ALLGEMEINZAHNÄRZTIN

Die Möglichkeiten von Frauen, eine Karriere in der Implantologie mit ihrer Familie und persönlichen Interessen unter einen Hut zu bringen, sind begrenzt. Dr. Laurence Adriaens ist dies gelungen. Nach ihrer Qualifikation als Zahnärztin absolvierte die in Belgien aufgewachsene junge Frau ein Aufbaustudium in Parodontologie und Implantologie an der Universität Bern in der Schweiz. Sie betreibt mit ihrem Ehemann eine Privatpraxis auf Mallorca und verwendet seit neun Jahren exklusiv Implantate von Straumann. Da sie ihren Patienten immer die bestmögliche Versorgung bieten will, setzt sie sich leidenschaftlich dafür ein, ihr Wissen zu erweitern und mit anderen zu teilen. So lag es nahe, Leiterin der ITI-Study Clubs in Palma de Mallorca zu werden. «Straumann findet immer neue Lösungen mit innovativen Technologien und bietet neben neuen Produkten auch ausgezeichnete Fortbildungsmöglichkeiten – ein solches Angebot findet man als Fachperson nur selten.» Dr. Adriaens nahm begeistert am Straumann Women in Dentistry Workshop 2016 teil. Der Workshop war eine von mehreren Initiativen, die dieser Gruppe von Fachleuten, die in Zukunft die wichtigsten Anbieter zahnärztlicher Leistungen sein werden, neue Wege aufzeigen soll.

DR. SHAHVIR NOORYEZDAN – GRÜNDER UND CEO VON EQUINOX, LEITER STRAUMANN INDIEN

Dr. Shavir Nooryezdan ist praktizierender Zahnarzt mit eigener Zahnklinik in Mumbai und eine anerkannte Autorität für Dentalimplantologie und restaurative Zahnmedizin. Er erkannte den grossen Bedarf an erschwinglichen und wirksamen Zahnersatzlösungen in Indien und gründete 2005 sein eigenes Unternehmen für die Herstellung von Implantaten. Gleichzeitig begann er, Zahnärzte in Implantologie auszubilden. Seither wurde sein Unternehmen Equinox zum drittgrössten Anbieter von Zahnimplantaten in Indien. Schliesslich gewann er Straumann als Investor und globalen Partner. 2016 erwarb Straumann das Unternehmen und verpflichtete Dr. Nooryezdan als Leiter des Straumann-Geschäfts in Indien, die weitere Entwicklung voranzutreiben. Dank seiner Fachkenntnisse und guten Vernetzung sowie der von Equinox geschaffenen Infrastruktur für den Vertrieb konnte Straumann mit seiner Premium-Implantatmarke die Türe zum indischen Markt öffnen.

DENIS JOSÉ SALGADO RODRIGUEZ – STUDENT

In Nicaragua ist die Arbeitslosigkeit hoch, Löhne und Gehälter sind niedrig, und nur wenige können sich ein Studium leisten. Denis José Salgado Rodriguez wuchs dort in extremer Armut auf. Anstatt zur Schule zu gehen, putzte er die Windschutzscheiben von Autos, bis er schliesslich in ein Heim der Wohltätigkeitsorganisation Nuestros Pequeños Hermanos™ (NPH) aufgenommen wurde. Seit zehn Jahren unterstützt Straumann die Sonrisa-Stiftung, eine gemeinnützige Organisation, die Kinder in NPH-Heimen zahnärztlich versorgt. Mit 15 beobachtete Denis den das Heim besuchenden Zahnarzt bei der Arbeit und fasste den Entschluss, ebenfalls diesen Beruf zu ergreifen. In den folgenden Jahren erkannte der Zahnarzt das Talent von Denis und seine Entschlossenheit. Er bat Straumann, dem vielversprechenden jungen Mann ein Stipendium zu gewähren. «Dieses unglaubliche Geschenk hat mein Leben verändert und mir den Glauben an eine bessere Zukunft gegeben. Ich bin jetzt im vierten Jahr meines Zahnmedizinstudiums und kann es immer noch nicht fassen, dass jemand mir eine solche Chance gibt. Ich versuche, das Gute, das ich selbst erfahren durfte, weiterzugeben, indem ich helfe, Patienten kostenlos zu behandeln. Straumann gibt Menschen die Möglichkeit für ein besseres Leben. Ich träume davon, Implantate einsetzen zu können, um anderen zu helfen.»

Konsolidierte Erfolgsrechnung

(in CHF 1 000)	Anhang[1]	2016	2015
Umsatz	4	917 517	798 600
Herstellungskosten der verkauften Produkte		(198 987)	(183 662)
Bruttogewinn		718 530	614 938
Sonstiger Ertrag	21	2 376	2 161
Vertriebskosten		(211 004)	(173 439)
Verwaltungskosten		(282 726)	(271 092)
Betriebsgewinn		227 176	172 568
Finanzertrag	24	35 260	44 115
Finanzaufwand	24	(38 607)	(60 326)
Verlust aus der Konsolidierung von Neodent	24	0	(63 891)
Anteiliges Ergebnis an assoziierten Unternehmen	7	(1 603)	(12 268)
Gewinn vor Steuern		222 225	80 198
Ertragsteuern	18	7 375	(8 687)
REINGEWINN		229 600	71 511
davon zuzurechnen:			
den Aktionären der Muttergesellschaft		229 600	70 679
den nicht beherrschenden Anteilen		0	832
Gewinn pro Aktie unverwässert, den Aktionären der Muttergesellschaft zuzurechnen (in CHF)	25	14.68	4.52
Gewinn pro Aktie verwässert, den Aktionären der Muttergesellschaft zuzurechnen (in CHF)	25	14.60	4.47

[1] Weitere Informationen sind dem separat veröffentlichten Finanzbericht zu entnehmen.

Konsolidierte Bilanz

AKTIVEN

(in CHF 1 000)	Anhang	31. Dez. 2016	31. Dez. 2015
Sachanlagen	5	119 320	105 478
Immaterielle Vermögenswerte	6	314 027	246 500
Anteile an assoziierten Unternehmen	7	61 284	48 232
Finanzielle Vermögenswerte	8	49 907	54 396
Sonstige Forderungen		4 013	2 751
Aktive latente Steuern	18	84 119	43 730
Total Anlagevermögen		632 670	501 087
Vorräte	9	101 957	76 113
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Forderungen	10	181 645	140 598
Finanzielle Vermögenswerte	8	1 105	1 059
Laufende Ertragsteuerguthaben		8 522	9 142
Liquide Mittel	11	164 024	318 297
Total Umlaufvermögen		457 253	545 209
TOTAL AKTIVEN		1 089 922	1 046 296

PASSIVEN

(in CHF 1 000)	Anhang	31. Dez. 2016	31. Dez. 2015
Aktienkapital	12	1 588	1 572
Gewinnvortrag und Reserven		632 093	603 398
Den Aktionären des Mutterunternehmens zuzurechnendes Eigenkapital		633 681	604 970
Unternehmensanleihe	13	199 632	199 520
Sonstige Verbindlichkeiten	15	13 759	6 975
Finanzielle Verbindlichkeiten	14	831	618
Rückstellungen	16	24 511	28 832
Pensionsverpflichtungen	20	46 763	44 496
Passive latente Steuern	18	2 078	1 503
Total langfristiges Fremdkapital		287 574	281 944
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Verbindlichkeiten	17	138 702	124 173
Finanzielle Verbindlichkeiten	14	440	925
Laufende Ertragsteuerverbindlichkeiten		12 739	15 572
Rückstellungen	16	16 785	18 712
Total kurzfristiges Fremdkapital		168 666	159 382
Total Fremdkapital		456 241	441 326
TOTAL PASSIVEN		1 089 922	1 046 296

Konsolidierte Geldflussrechnung

(in CHF 1 000)	Anhang	2016	2015
Reingewinn		229 600	71 511
Anpassungen für:			
Ertragsteueraufwand	18	(7 375)	8 687
Zins- und sonstiges Finanzergebnis		2 574	3 181
Fremdwährungsergebnis		2 156	(259)
Fair-Value-Ergebnis		(1 382)	5 356
Verlust aus der Konsolidierung von Neodent		0	63 891
Anteiliges Ergebnis an assoziierten Unternehmen	7	1 603	12 268
Abschreibungen und Amortisation auf:			
Sachanlagen	5, 22	22 852	25 579
Immaterielle Vermögenswerte	6, 22	9 171	9 455
Veränderung der Rückstellungen, Pensionsverpflichtungen und sonstigen Verbindlichkeiten		(5 761)	(10 482)
Aktienbasierte Vergütungen	19, 23	4 242	3 599
Gewinne aus der Veräusserung von Sachanlagen		0	109
Veränderungen des Nettoumlaufvermögens:			
Veränderung von Vorräten		(19 856)	(740)
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstigen Forderungen		(33 203)	6 383
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstigen Verbindlichkeiten		11 623	14 310
Bezahlte Zinsen		(4 626)	(4 461)
Erhaltene Zinsen		2 305	3 373
Bezahlte Ertragsteuern		(29 180)	(26 162)
Geldfluss aus operativer Tätigkeit		184 743	185 598

(in CHF 1 000)	Anhang	2016	2015
Erwerb von finanziellen Vermögenswerten		(348)	(9 479)
Erwerb von Sachanlagen		(39 170)	(32 063)
Erwerb von immateriellen Vermögenswerten		(7 526)	(3 114)
Erwerb von Anteilen an assoziierten Unternehmen		(15 706)	(14 206)
Erwerb von Geschäftsbetrieben, abzüglich erworbener liquider Mittel		(24 703)	8 083
Bedingte Kaufpreiszahlung		(782)	(3 153)
Rückzahlung von Darlehen		6 244	3 149
Auszahlung von Darlehen		(2 931)	(1 401)
Erhaltene Dividenden von assoziierten Unternehmen		894	3 388
Erlöse aus der Veräusserung von Anlagevermögen		642	700
Geldfluss aus Investitionstätigkeit		(83 386)	(48 096)
Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen		0	(224 532)
Transaktionskosten		(426)	(813)
Dividenden an Aktionäre der Muttergesellschaft	26	(63 152)	(58 564)
Dividenden an nicht beherrschende Anteile		0	(5 016)
Erlöse aus Finanzierungsleasing		0	18
Erlöse aus der Ausübung von Optionen		14 062	13 321
Veräusserung eigener Aktien		2 228	912
Kauf eigener Aktien		(209 763)	0
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit		(257 051)	(274 674)
Fremdwährungseffekt auf liquiden Mitteln		1 421	(3 952)
Nettoveränderung der liquiden Mittel		(154 273)	(141 124)
Liquide Mittel am 1. Januar	11	318 297	459 421
LIQUIDE MITTEL AM 31. DEZEMBER	11	164 024	318 297

WIR SCHAFFEN MÖGLICHKEITEN FÜR

ALLGEMEIN-
ZAHNÄRZTE

DENTALKETTEN

MITARBEITENDE

DR. LIAT MOORE – ALLGEMEINZAHNÄRZTIN

Nachdem sie 13 Jahre in einer Praxis mitgearbeitet hatte, gründete Dr. Liat Moore ihre eigene Zahnarztpraxis in Norwell in den USA. Besonders beeindruckend ist dies angesichts ihrer begrenzten Ressourcen und fehlender Geschäftserfahrung – ganz zu schweigen vom Konkurrenz-Umfeld und der Tatsache, dass sie alleinerziehende Mutter dreier kleiner Kinder ist. Dr. Moore setzt auf stetige Fortbildung und ist bestrebt, über die neuesten Trends in der Zahnmedizin auf dem Laufenden zu bleiben. Dank der Zusammenarbeit mit einem Implantologiespezialisten kann sie moderne Zahnersatzmöglichkeiten anbieten, die sie prothetisch restauriert. 2016 nahm Dr. Moore als Restaurationszahnärztin an einer Peer-to-Peer Veranstaltung von Straumann teil, bei dem ihre Patienten in den Genuss neuester Implantattechnologie und computergeführter Chirurgie kamen. Das innovative Zahnimplantatsystem von Straumann ermöglicht es vielen Allgemeinzahnärzten, Implantatlösungen anzubieten: Sie überweisen ihre Patienten für den chirurgischen Eingriff an einen Spezialisten und nehmen die abschliessende Restauration der Prothetik selber vor. Mit diesem Hintergrund spezialisieren sich später viele Zahnärzte selbst auf das Einsetzen von Implantaten.

KEVIN MOSHER – CEO VON CLEARCHOICE

Als die ClearChoice-Klinikgruppe vor fast zwei Jahren Straumann als bevorzugten Partner wählte, eröffnete sie damit neue Möglichkeiten in Nordamerika, dem weltweit grössten Markt für Zahnersatz. Erstens erhielt die Gruppe so Zugang zum schnell wachsenden Segment der dentalen Serviceorganisationen und Klinikketten. Zweitens übernahm ClearChoice unser Neodent-Portfolio, das in den USA gerade erst auf den Markt gekommen war. Seit dem Beginn unserer Zusammenarbeit mit ClearChoice ist unser Geschäft mit der Klinikgruppe rasant gewachsen. Als innovativer Anbieter von Komplettlösungen, der Produkte, Dienstleistungen und mehr für verschiedenste Budgets und Anforderungen offeriert, ist Straumann auch ein Partner für neue Möglichkeiten. Einer der Visionäre, die das erkannt und diese Gelegenheit ergriffen haben, ist Kevin Mosher, CEO von Clear Choice.

CARMEN BRUMANN – BUCHHALTERIN

Als sie nach der Schule als Auszubildende zu Straumann kam, hatte Carmen Brumann kaum damit gerechnet, hier eine Welt voller Möglichkeiten vorzufinden. Gemeinsam mit ihren Kollegen halfen wir ihr jedoch dabei, eine ganze Reihe von Chancen zu schaffen und wahrzunehmen. Um ihre Kompetenzen zu erweitern und die Berufsaussichten zu verbessern, absolvierte sie neben ihrem Vollzeitjob einen dreijährigen Fortbildungskurs in allgemeinem Management an einer Wirtschaftsfachschule. In Anerkennung ihres Engagements und ihres Einsatzes unterstützte und finanzierte Straumann die Weiterbildung, die Carmen Brumann mit Bestnoten abschloss. Da sie direkt nach der Schule zu arbeiten begonnen hatte, nahm sie anschliessend eine Auszeit von sechs Monaten, um eine Weltreise zu unternehmen. Nach ihrer Rückkehr war Straumann gerne bereit, ihre Anstellung weiterzuführen. 2014 absolvierte Carmen Brumann einen Auslandseinsatz bei Straumann in Grossbritannien und bekam bei ihrer Rückkehr nach Basel grössere Verantwortung übertragen. 2016 trug sie wesentlich zur Gründung unserer neuen europäischen zentralen Buchhaltung bei und übernahm gegen Ende des Jahres zusätzlich eine Sonderaufgabe in Spanien. Carmen Brumann ist ein hervorragendes Beispiel für eine «Player/Learner»-Einstellung und mit ihrer bodenständigen Einstellung für die leistungsorientierte Kultur von Straumann – was auch erklärt, warum sie 2016 von ihren Kollegen zur besten Vertreterin unserer zentralen Verhaltensweisen gewählt wurde.

Fünfjahresübersicht

ERGEBNIS DER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

(in Mio. CHF)	2012	2013	2014	2015	2016
	Angepasst				
Nettoumsatz	686.3	679.9	710.3	798.6	917.5
Wachstum in %	(1.1)	(0.9)	4.5	12.4	14.9
Bruttogewinn	531.5	535.9	558.7	614.9	718.5
Marge in %	77.5	78.8	78.7	77.0	78.3
Betriebsgewinn vor Abschreibungen und Amortisation (EBITDA)	119.5	148.4	176.2	207.6	259.2
Marge in %	17.4	21.8	24.8	26.0	28.3
Wachstum in %	(24.1)	24.3	18.7	17.8	24.9
Betriebsgewinn vor Amortisation (EBITA)	91.5	122.6	153.1	182.0	236.3
Marge in %	13.3	18.0	21.5	22.8	25.8
Wachstum in %	(30.6)	33.9	24.9	18.9	29.8
Betriebsgewinn (EBIT)	63.1	115.8	148.3	172.6	227.2
Marge in %	9.2	17.0	20.9	21.6	24.8
Wachstum in %	(21.1)	83.6	28.1	16.4	31.6
Reingewinn	37.5	101.2	157.8	71.5	229.6
Marge in %	5.5	14.9	22.2	9.0	25.0
Wachstum in %	(47.1)	169.8	56.0	(54.7)	221.1
Unverwässerter Gewinn pro Aktie (in CHF)	2.43	6.55	10.15	4.52	14.68
Wertschöpfung (Economic Profit)[1]	(7.7)	52.7	113.7	27.1	182.2
Veränderung der Wertschöpfung	(37.4)	60.4	59.3	(86.6)	155.1
Veränderung der Wertschöpfung in %	(125.9)	785.3	109.2	(76.2)	572.5
in % vom Nettoumsatz	(1.1)	7.8	16.0	3.4	19.9
Anzahl Mitarbeiter (per Jahresende)	2 517	2 217	2 387	3 471	3 797
Anzahl Mitarbeiter (Durchschnitt)	2 530	2 308	2 302	3 232	3 615
Umsatz pro Mitarbeiter (Durchschnitt) in CHF 1 000	271	295	309	247	254

[1] Werte gemäss Finanzbericht.

FINANZIELLE KENNZAHLEN

(in Mio. CHF)	2012	2013	2014	2015	2016
	Angepasst				
Liquide Mittel	140.5	383.8	459.4	318.3	164.0
Nettoumlaufvermögen (ohne liquide Mittel)	63.0	57.3	64.9	63.3	123.9
in % vom Umsatz	9.2	8.4	9.1	7.9	13.5
Vorräte	63.6	62.3	69.2	76.1	102.0
Lagerdauer (in Tagen)	152	161	149	155	171
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	91.8	93.2	106.8	125.2	148.9
Forderungsausstand (in Tagen)	49	49	51	53	55
Bilanzsumme	776.9	1 019.7	1 160.8	1 046.3	1 089.9
Rendite auf dem eingesetzten Vermögen in % (ROA)	4.7	11.4	14.5	6.8	21.5
Eigenkapital	601.7	631.4	736.8	605.0	633.7
Eigenmittelquote in %	77.4	61.9	63.5	57.8	58.1
Eigenkapitalrendite in % (ROE)	5.9	16.4	23.1	11.8	37.1
Eingesetztes Kapital	187.7	162.3	142.9	341.8	476.2
Rendite auf dem eingesetzten Kapital in % (ROCE)	27.4	66.2	97.2	50.5	55.5
Geldfluss aus operativer Tätigkeit	114.6	151.5	146.2	185.6	184.7
in % vom Umsatz	16.7	22.3	20.6	23.2	20.1
Investitionen	(286.1)	(50.6)	(22.8)	(44.5)	(87.9)
in % vom Umsatz	41.7	7.4	3.2	5.6	9.6
davon Investitionskosten	(19.4)	(12.6)	(18.8)	(35.2)	(46.7)
davon bedingte Kaufpreiszahlungen und Unternehmenszusammenschlüssen	(0.7)	0	(4.0)	4.9	(25.5)
davon aus Anteilen an assoziierten Unternehmen	(266.0)	(38.0)	0	(14.2)	(15.7)
Free Cashflow	95.2	139.2	128.4	151.1	138.7
in % vom Umsatz	13.9	20.5	18.1	18.9	15.1
Dividende	57.9	58.2	58.6	63.2	65.1[1]
Dividende pro Aktie (in CHF)	3.75	3.75	3.75	4.00	4.25[1]
Ausschüttungsquote in % (ohne Sondereffekte)	75.7	53.3	37.1	43.4	35.6

[1] Vorschlag für die Generalversammlung 2017

WIR SCHAFFEN MÖGLICHKEITEN

«Möglichkeiten schaffen» ist eine von acht zentralen Verhaltensweisen zur Förderung unseres nachhaltigen Erfolgs. Im Hinblick auf Innovation, Unternehmertum und Nachhaltigkeit ist sie von so fundamentaler Bedeutung, dass wir sie 2016 zu unserem Schwerpunkt erklärten. Neue Chancen schaffen Werte, und Geschäftsberichte konzentrieren sich auf die Wertschöpfung. In dieser Broschüre gehen wir auf einige der zahlreichen Möglichkeiten ein, die unser Unternehmen und unsere Mitarbeitenden 2016 geschaffen haben und auf die Werte, die wir für unsere Stakeholder auf der ganzen Welt erwirtschaften – heute wie morgen.

ÜBER DIE STRAUMANN GROUP

Die Straumann Group (SIX: STMN) ist eine weltweit führende Unternehmensgruppe für Zahnersatzlösungen, die Lächeln und Vertrauen wiederherstellt. Sie umfasst globale und internationale Marken, die für Höchstleistungen, Innovation und Qualität bei Zahnersatz und Ästhetik stehen, darunter Straumann, Instradent, Neodent und Medentika, etkon und weitere vollständig oder teilweise kontrollierte Unternehmen sowie Partner.
Zusammen mit führenden Kliniken, Instituten und Hochschulen erforscht, entwickelt, produziert und liefert die Gruppe Dentalimplantate, Instrumente, CADCAM-Prothetik, Biomaterialien und digitale Lösungen für Zahnersatz bzw. Restauration und zur Verhinderung von Zahnverlusten.
Die in Basel in der Schweiz ansässige Straumann Group beschäftigt weltweit rund 3'800 Mitarbeitende. Ihre Produkte, Lösungen und Dienstleistungen werden in mehr als 100 Ländern über eigene Vertriebsgesellschaften und ein breites Netz von Vertriebspartnern verkauft.

VERWALTUNGSRAT

Gilbert Achermann; Präsident
Dr. h.c. Thomas Straumann; Vizepräsident
Dr. Sebastian Burckhardt; Audit Committee, Sekretär des Verwaltungsrates
Roland Hess; Audit Committee (Vorsitz)
Ulrich Looser; Compensation Committee (Vorsitz), Audit Committee
Dr. Beat Lüthi; Compensation Committee

GESCHÄFTSLEITUNG

Marco Gadola; Chief Executive Officer
Dr. Peter Hackel; Chief Financial Officer
Dr. Gerhard Bauer; Head Research, Development & Operations
Wolfgang Becker; Head Distributor & Emerging Markets EMEA
Guillaume Daniellot; Head Sales North America
Jens Dexheimer; Head Sales Europe
Frank Hemm; Head Customer Solutions & Education
Dr. Alexander Ochsner; Head Sales Asia/Pacific
Petra Rumpf; Head Instradent & Strategic Alliances
Matthias Schupp; Head Sales Latin America, CEO von Neodent

WARENZEICHEN UND MARKEN

Die in diesem Dokument aufgeführten Warenzeichen oder Marken sind bei der Straumann Holding AG und/oder ihr angeschlossenen Unternehmen in Gebrauch.

DISCLAIMER

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

KONTAKT

Straumann Holding AG
Peter Merian-Weg 12, 4002 Basel
Tel. +41 61 965 11 11, Fax +41 61 965 11 01

Investorenauskünfte
Tel. +41 61 965 13 27
investor.relations@straumann.com

Medienauskünfte
Tel. +41 61 965 13 21 / +41 61 965 15 46
corporate.communication@straumann.com

© 2017, Straumann Holding AG