

Bericht für die ersten neun Monate 2020 – Medienmitteilung

Straumann Group verzeichnet organisches Wachstum von 8% im dritten Quartal

- Umsatz erreicht CHF 976 Mio. in den ersten neun Monaten, ein Rückgang von 15% gegenüber dem Vergleichszeitraum 2019
- Alle Regionen weisen im dritten Quartal Wachstum aus, ausgenommen LATAM, wo die Pandemie später und stärker ausbrach
- Aufschwung dank Nachholbedarf bei restaurativen Eingriffen, Implantatoperationen und Behandlungen mit transparenten Alignern sowie Verkaufserfolg bei digitalen Geräten
- Expansion: Aufnahme der Alignerproduktion in Europa; Akquisition des Distributionsgeschäfts von Artis Bio Tech in Rumänien
- Nutzung der Stärken in den Bereichen digitales Marketing und Fortbildung, um den Share of Voice zu erhöhen und Kunden zu gewinnen
- Die Gruppe bleibt in Bezug auf die Geschäftsentwicklung in den kommenden Monaten vorsichtig, da der Nachfragestau inzwischen vollständig absorbiert ist

UMSATZ NACH REGION

(in CHF Mio.)	Q3 2020	Q3 2019	9M 2020	9M 2019
Europa, Naher Osten & Afrika (EMEA)	148.2	142.6	416.0	477.5
Veränderung CHF in %	3.9	16.8	(12.9)	12.1
Veränderung in LW %	8.9	21.2	(7.5)	16.9
Veränderung organisch ¹ in %	7.4	13.1	(11.5)	13.5
in % des Gruppenumsatzes			42.6	41.5
Nordamerika	118.1	117.1	301.5	347.5
Veränderung CHF in %	0.9	25.5	(13.2)	22.6
Veränderung in LW %	8.8	24.0	(9.0)	20.1
Veränderung organisch ¹ in %	8.8	23.5	(9.2)	19.9
in % des Gruppenumsatzes			30.9	30.2
Asien/Pazifik	80.0	76.2	196.5	223.4
Veränderung CHF in %	4.9	24.4	(12.1)	20.0
Veränderung in LW %	11.0	24.5	(7.2)	21.2
Veränderung organisch ¹ in %	11.0	23.4	(7.3)	20.4
in % des Gruppenumsatzes			20.1	19.4
Lateinamerika	24.1	35.2	61.5	102.7
Veränderung CHF in %	(31.4)	14.0	(40.1)	10.0
Veränderung in LW %	(4.5)	17.7	(21.2)	18.2
Veränderung organisch ¹ in %	(4.5)	17.3	(21.3)	18.1
in % des Gruppenumsatzes			6.3	8.9
GRUPPE	370.4	371.1	975.5	1151.1
Veränderung CHF in %	(0.2)	20.7	(15.3)	16.4
Veränderung in LW %	8.3	22.4	(8.9)	18.8
Veränderung organisch ¹ in %	7.7	18.7	(10.7)	17.1

Basel, 28. Oktober 2020: Die Straumann Group meldete heute ein organisches Umsatzwachstum von 8% für das dritte Quartal, trotz der Auswirkungen von COVID-19 und des hohen Vergleichswerts aus dem Vorjahr (+19%). Infolge der soliden Ergebnisse im dritten Quartal konnte das Minus von 19% im Halbjahresvergleich im Periodenvergleich für die ersten neun Monate auf 11% verringert werden. Dank des Nachholbedarfs bei restaurativen Eingriffen, Implantatoperationen und Behandlungen mit transparenten Alignern im dritten Quartal sowie des Verkaufserfolgs bei digitalen Geräten belief sich der Nettoumsatz für die ersten neun Monate auf CHF 976 Mio.

Die Zahnarztpraxen haben sich gut auf die neuen Sicherheitsstandards eingestellt und sind in den meisten Märkten geöffnet. Obwohl die Behandlungseffizienz noch nicht wieder auf vorpandemischem Niveau ist, konnten viele Praxen den in den vergangenen Monaten entstandenen Behandlungsrückstau reduzieren. In der Folge kehrten alle Regionen im dritten Quartal auf den Wachstumspfad zurück, mit Ausnahme von Lateinamerika, wo sich die Pandemie später und stärker auswirkte. APAC erzielt das höchste Quartalswachstum, gefolgt von Nordamerika und Europa. Der Effekt von Akquisitionen (darunter fällt hauptsächlich die Konsolidierung von DrSmile im September 2020) belief sich auf 60 Basispunkte, während stark negative Währungseinflüsse den in Schweizer Franken ausgewiesenen Umsatz schmälerten. Dieser betrug CHF 370 Mio. und erreichte damit fast das Niveau des Vorjahreszeitraumes.

CEO Guillaume Daniellot kommentierte: „Die meisten Zahnarztpraxen waren im dritten Quartal geöffnet und haben sich gut auf die zusätzlichen Sicherheitsmassnahmen eingestellt. Diese Tatsache und der Nachholbedarf verliehen dem Aufschwung, der bereits im zweiten Quartal eingesetzt hatte, im dritten Quartal neue Dynamik, sodass wir in drei unserer vier Regionen wieder Wachstum verzeichneten. Die entschlossenen Anstrengungen unserer Mitarbeitenden, die Geschäftskontinuität aufrechtzuerhalten und die Nähe zu unseren Kunden zu wahren, um ihnen durch die Krise zu helfen, waren von entscheidender Bedeutung. Zudem konnten wir aufgrund unserer Stärken in den Bereichen digitales Marketing und Fortbildung unseren Share of Voice erhöhen und Kunden hinzugewinnen. Der fortgesetzte Umsatzanstieg seit Juni bietet Grund zu Optimismus, allerdings bleiben wir hinsichtlich der Geschäftsentwicklung in den kommenden Monaten äusserst vorsichtig, da uns die Konjunkturaussichten und die rapide steigenden Infektionsraten Sorgen bereiten.“

GESCHÄFTSVERLAUF

Implantate und **das restaurative Geschäft** waren weiterhin die grössten Umsatztreiber. Die Premiumangebote von Straumann entwickelten sich gut und gewannen Marktanteile hinzu, worin sich ein hoher Markenwert, Innovationskraft und Kundentreue spiegeln. Der Umsatz des Straumann BLX-Implantatsystems erholte sich weiter und erreichte im dritten Quartal vorpandemisches Niveau. Obwohl die ursprüngliche Zielsetzung infolge der Coronakrise unerreichbar wurde, ist die Gruppe zuversichtlich, dass der Umsatz mit dem BLX-Implantatsystem über dem Vorjahreswert liegen wird. Einen weiteren Schub dürften die Markteinführungen in Japan und Taiwan zu Beginn des kommenden Jahres liefern.

Das Nicht-Premium-Geschäft der Gruppe entwickelte sich dank Neodent und Medentika weiterhin schneller als das Premium-Geschäft. Haupttreiber war eine Steigerung des Share of Wallet, insbesondere im Segment der Dentalklinik-Ketten.

Das **digitale** Geschäft zeigte im dritten Quartal ein dynamisches Wachstum, angetrieben vom Umsatz mit Intraoralscannern, insbesondere den TRIOS-Modellen, die nun vollständig ins digitale Ökosystem von Straumann integriert sind und sich nahtlos in den Workflow von ClearCorrect und anderen Lösungen einfügen. Das Geschäft mit CAD/CAM-Fräslösungen reflektierte die Entwicklungen beim Implantatumsatz, während Verbrauchsmaterialien, einschliesslich der Keramiken und Kunstharze für den 3D-Druck, gute Ergebnisse erzielten.

Um die Kommerzialisierung und Entwicklung eines führenden dentalmedizinischen Ökosystems für Zahnmediziner voranzutreiben, hat die Geschäftseinheit ihr Führungsteam mit jungen internen Talenten, die über Erfahrung im Direktverkauf an Kunden verfügen, verstärkt.

Biomaterialien fanden im dritten Quartal ebenfalls auf den Wachstumspfad zurück, worin sich die Zunahme bei Implantatoperationen und -verkäufen spiegelt.

Das **kieferorthopädische Geschäft** verzeichnete im dritten Quartal einen deutlichen Aufschwung, angetrieben von einer hohen Anzahl Neubehandlungen, von denen über die Hälfte ausserhalb des US-amerikanischen Heimmarkts von ClearCorrect generiert wurden. Um die Expansion in Europa und das dynamische Wachstum im DTC-Geschäft von DrSmile zu unterstützen, hat die Gruppe im dritten Quartal eine neue Produktionsstätte in Deutschland in Betrieb genommen, die über eine Kapazität von knapp 10'000 Alignern pro Tag verfügt.

ClearQuartz, das neue mehrschichtige Hochleistungsmaterial für Aligner, das von Bay Materials entwickelt wurde, konnte früher als geplant in den USA, Südafrika und ersten APAC-Märkten eingeführt werden. Dieses proprietäre Material von ClearCorrect wird vorbehaltlich der ausstehenden regulatorischen Zulassungen in den kommenden Monaten in Europa und Lateinamerika eingeführt.

Des Weiteren lancierte ClearCorrect mit ClearPilot ein neues Tool für die digitale Behandlungsplanung, das früher als geplant eingeführt werden konnte und die Fallplanung vereinfacht. Eine weitere Vereinfachung wurde durch die vollständige Integration der TRIOS Intraoralscanner erreicht, die sich nun nahtlos ans Doctor Portal von ClearCorrect anbinden lassen, um die Einreichung von Fällen und Bestellungen zu erleichtern. Dank all dieser Ergänzungen verfügt die Gruppe über eine hoch kompetitive Lösung, um den weltweiten Markt für transparente Aligner zu bedienen.

ERGEBNISSE NACH REGIONEN

EMEA profitiert weiterhin von Stabilität in Deutschland

EMEA als grösste Region der Gruppe meldete für die gesamten ersten neun Monate einen Umsatzrückgang um 12% organisch bzw. um 13% in Schweizer Franken, was die Schwäche des Euro gegenüber dem Schweizer Franken widerspiegelt. Der Umsatz der Region belief sich in der Folge auf CHF 416 Mio.

Der gegen Ende des zweiten Quartals einsetzende Aufschwung hielt auch im dritten Quartal an und sorgte für ein Wachstum des organischen Umsatzes um 7%. Alle grossen Märkte wiesen Zuwächse aus, wobei Italien und Spanien dank der Aufarbeitung des Behandlungsrückstaus einen starken Aufschwung verzeichneten. Deutschland und Frankreich wiesen moderate Zuwächse aus, während die Türkei ein dynamisches Wachstum verbuchte,

angetrieben von den Markteinführungen der Straumann BLX- und Nuvo-Implantate sowie der hohen Umsätze mit digitalen Geräten. Russland und die Distributorenmärkte in Osteuropa verzeichneten eine erfreuliche Geschäftsentwicklung, während Grossbritannien, Portugal und der Nahe Osten weiterhin zu kämpfen hatten.

Nordamerika kehrt zu solidem Wachstum zurück

In Nordamerika belief sich das organische Wachstum in den ersten neun Monaten auf 91% der Vergleichsperiode 2019. Ungünstige Wechselkurse trugen zum Umsatzrückgang von 13% in Schweizer Franken auf CHF 302 Mio. bei.

Nach den starken Rückgängen im zweiten Quartal erholten sich die USA und Kanada im dritten Quartal und wiesen ein solides Wachstum mit einem organischen Umsatzplus von 9% aus. Der Anstieg war dem Abbau des Nachfragerückstaus bei Implantaten und restaurativen Lösungen zu verdanken und wurde durch die starke Nachfrage nach dem im Vorjahr eingeführten Straumann BLX-Implantatsystem vorangetrieben. Das Geschäft mit Premium- und mit Nicht-Premium-Implantaten zog an, wobei sich das Letztere vor allem dank Neodent und dessen Beliebtheit bei Dentalklinik-Ketten besser entwickelte als das Premium-Geschäft. Restaurative Lösungen verzeichneten ebenfalls Wachstum, während der Umsatz mit digitalen Geräten wegen der hohen Verkäufe von TRIOS Intraoralscannern kräftig zulegte.

Starker Aufschwung in China beschert Asien/Pazifik zweistelliges Wachstum im Q3

Asien/Pazifik erzielte weiteres Wachstum des organischen Umsatzes gegenüber dem Vorquartal (von -12% im zweiten auf +11% im dritten Quartal), wodurch sich der Neun-Monats-Umsatz auf CHF 197 Mio. oder 93% der Vergleichsperiode belief.

China, Australien und Neuseeland erholten sich von ihrer rückläufigen Umsatzentwicklung im zweiten Quartal und verbuchten im dritten Quartal zweistellige Zuwächse. Taiwan erzielte ein generell starkes Wachstum. Mit Ausnahme von Singapur wiesen alle anderen Länder der Region pandemiebedingte Umsatzeinbussen aus. Allerdings konnten fast alle von ihnen ihren Umsatz im dritten Quartal gegenüber dem Vorquartal steigern. In Japan ist der vergleichsweise schwache Umsatz auf das aussergewöhnlich starke dritte Quartal 2019 zurückzuführen, in dem die Kunden angesichts bevorstehender Steuererhöhungen ihre Lagerbestände aufstockten.

Der Implantatumsatz zog in der gesamten Region an, angetrieben sowohl von Premium- als auch Nicht-Premium-Implantaten. Letztere generieren deutlich weniger Umsatz als die Premium-Implantate, verzeichnen aber ein schnelleres Wachstum, da Neodent in Australien, Indien, Japan und Thailand Boden gut machte. Auch der Umsatz mit Intraoralscannern stieg, insbesondere mit Carestream-Modellen, die Straumann in China vertreibt.

Lateinamerika erholt sich allmählich

Die anhaltenden Auswirkungen von COVID-19 und stark negative Währungseffekte liessen den Umsatz in den ersten Monaten um 40% in Schweizer Franken auf CHF 62 Mio. sinken. Beinahe die Hälfte des Rückgangs ist auf Wechselkursentwicklungen zurückzuführen, da sich der organische Umsatz um 21% verringerte. Die deutlichsten Auswirkungen zeigte die Pandemie im zweiten Quartal, als der organische Umsatz um 60% zurückging. Im dritten Quartal setzte eine klare Erholung ein, sodass der Quartalsumsatz nur 5% hinter dem Vorjahresquartal zurücklag.

Von allen Ländern der Region konnten im dritten Quartal nur Argentinien und Chile Wachstum erzielen. Die Mehrheit der Länder blieb bis Juli im Lockdown, einige sogar bis September. Doch nun sind die meisten Zahnarztpraxen wieder geöffnet und die Patienten lassen sich behandeln. In Brasilien, dem grössten Markt der Region, erhielt die Gruppe ihre Geschäftstätigkeit im Gegensatz zu anderen Implantatanbietern aufrecht und versorgte ihre Kunden über die landesweit 17 Ladengeschäfte von Neodent. Neodent war im dritten Quartal der grösste Wachstumstreiber der Region, unterstützt durch starke Umsätze mit transparenten Alignern, digitalen Geräten und Kunstharzen für den 3D-Druck. Fortbildungen, die eine gute Einnahmequelle bilden, werden nicht vor dem vierten Quartal wieder angeboten.

Digitales Know-how für mitreissende Kundenerlebnisse

Aufgrund von Reisebeschränkungen und Vorsichtsmassnahmen zum Gesundheitsschutz wurden zahnärztliche Kongresse und Fortbildungen entweder virtuell abgehalten oder ganz abgesagt. Dank ihrer digitalen Stärken richtete die Gruppe zahlreiche virtuelle Foren und Symposien aus, um Wissen zu vermitteln, neue Lösungen vorzustellen und klinische Evidenz zu präsentieren, etwa zu BLX, Sofortversorgung und Zygoma-Implantaten.

Darüber hinaus füllt das Team in Nordamerika das durch Konferenzabsagen entstandene Vakuum mit APEX-(Augmented Personal Experience)-Events, bei denen eine Event-Teilnahme und der Besuch eines Messestandes der Gruppe virtuell vermittelt wird. Zu einem solchen virtuellen Erlebnis gehören interaktive Standführungen, Fortbildungs-Sessions, Paneldiskussionen, Augmented-Reality-Präsentationen der neusten Technologien, spezielle Angebote und interaktive Verkaufstermine – und sogar für die üblichen Cocktails wurde virtuell gesorgt. APEX-Events ergänzen CAMPUS, die umfassende webbasierte Lernumgebung der Gruppe, die fortschrittliche interaktive virtuelle Events mit Live-Messeständen, Webinaren, Expertenrunden und Chats bietet. Die CAMPUS-Aktivitäten im zweiten und dritten Quartal gehörten zu den intensivsten digitalen Initiativen in der Branche.

Auch die Initiativen, mit denen die Gruppe die zunehmende Anzahl Zahnärztinnen erreichen, unterstützen und ermutigen will, wurden auf Online-Kanäle verlegt. Im September begrüsst das Women Implantology Network (WIN) über 3800 Dentalspezialistinnen zum zweiten WIN EMEA Summit, an dem während sieben Tagen Fortbildung, Beratung, Technologie-Updates und Networking-Möglichkeiten geboten wurden. Im Durchschnitt gingen für jedes Webinar etwa 2500 Anmeldungen ein.

Angesichts der Infektionsrisiken in grösseren Menschenansammlungen hat die Gruppe entschieden, nicht an der Internationalen Dental-Schau 2021 in Köln teilzunehmen. Diese soll in einigen Monaten stattfinden. Seit ihrer Einführung hat die IDS wertvolle Marketingmöglichkeiten geboten, doch hat die Gruppe zu starke Bedenken hinsichtlich der Sicherheit und des Wohlbefindens ihrer Mitarbeitenden und Kunden. Zudem befürchtet sie, den Teilnehmenden kein positives Besuchserlebnis bieten zu können.

GESCHÄFTSEXPANSION

Weitere Expansion in Osteuropa

In Rumänien erwarb die Gruppe kürzlich das Geschäft von Artis Bio Tech, einem renommierten nationalen Distributor von Dentalimplantatsystemen. Artis wird die Präsenz der Gruppe in einem Markt mit 120'000 jährlich verkauften Implantaten wesentlich steigern. Dieses

Geschäft stärkt die im April eröffnete lokale Tochtergesellschaft von Straumann beträchtlich, schafft mehr Nähe zu bestehenden Kunden und bietet Chancen, Nutzer von Konkurrenzsystemen für Marken der Straumann Group zu gewinnen.

AUSBLICK 2020 (VORBEHALTLICH UNVORHERGESEHENER EREIGNISSE)

Die Gruppe bleibt angesichts der Sorge um die Konjunkturaussichten, der rapide steigenden Infektionsraten und der Tatsache, dass der Nachfrigestau inzwischen vollständig absorbiert ist, hinsichtlich der Geschäftsentwicklung in den kommenden Monaten vorsichtig.

Die Geschäftsgrundlagen der Gruppe sind intakt. Diese ist zuversichtlich, dass sie – sobald Wirtschaft und Konsumentenvertrauen wieder zur Normalität zurückkehren – als eine noch stärkere Marke und bevorzugter Partner der Kunden aus der Krise hervorgehen wird.

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, 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 7'200 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 Communications

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

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, welche die gegenwärtigen Ansichten des Managements widerspiegeln. Solche Aussagen unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken, Unsicherheiten und weiteren Faktoren, die dazu führen können, dass tatsächliche 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. Die Gruppe übernimmt keinerlei Verpflichtung zur Aktualisierung dieser Aussagen aufgrund neuer Informationen, zukünftiger Ereignisse oder aus sonstigen Gründen.

ANALYSTEN- UND MEDIENKONFERENZ

Straumann wird die Ergebnisse für die ersten neun Monate 2020 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 über diesen Link "[Conference call](#)" zu registrieren. Wir empfehlen, 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.

WICHTIGE DATEN

2020	Anlass	Veranstaltungsort
4. November	ZKB Swiss Equity Conference	Virtuell
5. November	Frankfurt Roadshow (MainFirst)	Virtuell
6. November	Broker Call (Kepler Cheuvreux)	Virtuell
9. November	Exane BNP Paribas MedTech CEO Conference	Virtuell
20. November	Credit Suisse Swiss EQ Mid Cap Conference	Virtuell
25. November	London Roadshow (Bank of America)	Virtuell
30. November	Berenberg European Conference	Virtuell
7. Dezember	J.P. Morgan EU Healthcare CEO Conf Call Series	Virtuell
2021		
16. Februar	Bilanzmedienkonferenz	tba
9. April	Generalversammlung	Congress Center Basel

#

1 Ohne Einflüsse aus der Währungsumrechnung und aus Akquisitionen (hauptsächlich Anthogyr, T-Plus und Zinedent im Jahr 2019 sowie DrSmile im Jahr 2020)