Straumann: Stark ins neue Jahr gestartet - 12% organisches Umsatzwachstum im ersten Quartal

Basel, 3. Mai 2016: Mit zweistelligem Wachstum und einem rekordhohen Quartalsumsatz von CHF 223 Mio. startete die Straumann-Gruppe stark ins Jahr 2016. In Schweizer Franken wie auch in Lokalwährungen resultierte ein Umsatzplus von 15%. Ohne die seit 1. März 2015 voll konsolidierte Neodent belief sich das organische Wachstum auf 12%.

Das hohe organische Wachstum in allen Geschäftssegmenten und Regionen der Gruppe ging mit einer zunehmenden Dynamik am Markt für Zahnersatz einher. Die Region EMEA (Europa, Naher Osten & Afrika) leistete den grössten Umsatzbeitrag und erzielte ein Wachstum von 9%; die anderen Regionen wiesen allesamt zweistellige Zuwachsraten aus.

CEO Marco Gadola sagte: „Im 2016 haben wir bereits weitere ermutigende Anzeichen für eine allgemeine Markterholung gesehen; aber auch unser eigener Leistungsausweis ist bemerkenswert. Ermöglicht haben diesen in erster Linie neue Produkte – vor allem unser BLT-Implantat, die neuen prothetischen Optionen und unser umfassendes Portfolio an Biomaterialien. Mit erfolgreichen Marken wie Neodent und Medentika haben wir gleichzeitig unseren Marktanteil im globalen Value-Segment erhöht. Die guten Ergebnisse und ein verbessertes Marktumfeld geben uns das Vertrauen, unsere Umsatzprognose für das Gesamtjahr auf ein organisches Wachstum im hohen einstelligen Bereich anzuheben – vorbehaltlich unvorhersehbarer Ereignisse."

GESCHÄFTSVERLAUF

Implantatlösungen von Straumann erzielten in allen Regionen weiterhin ein zweistelliges Wachstum. Treiber dieses Wachstums waren insbesondere das Straumann Bone Level Tapered (BLT) Implantat sowie das Hochleistungsmaterial Roxolid®, aus dem inzwischen mehr als zwei Drittel aller verkauften Straumann-Implantate gefertigt sind.

Das Geschäft mit restaurativen Lösungen verzeichnete eine hohe Nachfrage nach implantatgetragener Prothetik und insbesondere nach den preiswerten Variobase®-Sekundärteilen. Der schwächere Umsatz mit zahngetragener Prothetik und CADCAM-Ausrüstung konnte so mehr als ausgeglichen werden.

Der Umsatz mit Biomaterialien wuchs zweistellig, da Straumann die Auslieferung der botiss-Produkte in Europa sowie der in Nordamerika einlizenzierten Knochenersatzmaterialien und Membranprodukte weiter vorantrieb. Emdogain, das bewährte Produkt für die parodontale Geweberegeneration, trug ebenfalls zum Wachstum des Bereichs bei.

REGIONEN

Hohe Auftragsvolumen von Distributoren ergänzen gute Ergebnisse in Europa

Mit der weiteren Erholung des Geschäfts in Europa in den letzten zwei Jahren konnte die Region EMEA ein organisches Wachstum von 9% erzielen, was teilweise das schwache Vorjahresquartal widerspiegelt. Der Umsatz in Schweizer Franken stieg im ersten Quartal 2016 um 10% auf CHF 108 Mio., womit die Region knapp die Hälfte des Umsatzes und fast 40% des Wachstums der gesamten Gruppe erwirtschaftete.

Die Nachfrage war breit abgestützt. Bei den Ergebnissen stachen insbesondere Frankreich, die Iberische Halbinsel und Italien heraus – Märkte, in denen überall eine starke Konkurrenz durch Value- und Discount-Anbieter herrscht. Die an der Fachmesse Expodental – die alle zwei Jahre in Spanien stattfindet – erzielten Abschlüsse trugen zu den guten Ergebnissen auf der iberischen Halbinsel bei. Die Gruppe erzielte weitere Fortschritte beim Ausbau ihres Geschäfts mit Praxisketten und „Dental Service-Organisationen“. In Deutschland lagen die Umsätze auf Vorjahresniveau, trotz verminderter Anzahl Arbeitstage im Quartal aufgrund der frühen Osterfeiertage. Die Distributorenmärkte im Nahen Osten verzeichneten aufgrund der Nachfrage nach Premium-Implantaten und von Ausschreibungen im öffentlichen Gesundheitswesen ein starkes Wachstum.

Aufschwung in Nordamerika

Nordamerika verzeichnete nach der leicht schwächeren zweiten Jahreshälfte 2015 einen vielversprechenden Aufschwung. Trotz starker Vergleichszahlen aus dem Vorjahr erzielte die Region ein organisches Wachstum von 13%. In Schweizer Franken resultierte ein Umsatzplus von 15%, das dem besseren Wechselkurs zum US-Dollar zuzuschreiben ist.

Alle Geschäftsfelder trugen zum regionalen Wachstum bei, insbesondere Roxolid und das BLT-Implantat – ein wichtiges Produkt, da 70% der verkauften Implantate in Nordamerika ein konisches Design aufweisen. Mehr als 100‘000 BLT-Implantate wurden bislang in der Region verkauft, und das Potenzial ist noch nicht ausgeschöpft. BLT bleibt dort ein wichtiger Wachstumstreiber.

Im Februar hat Straumann das PURE Ceramic Implantat lanciert, das von Implantologen gut aufgenommen wurde. Obwohl metallfreie Implantatlösungen noch ein Nischenmarkt sind, werden Keramikimplantate mit vergleichbarer Performance und Flexibilität wie ihre Pendants aus Metall den Markt verändern.

Das Portfolio an Implantatlösungen zu attraktiven Preisen von Neodent trug ebenfalls zum starken Wachstum der Region bei.

Asien/Pazifik: Investitionen in China tragen Früchte

Die Region Asien/Pazifik generiert 16% des Gruppenumsatzes und verzeichnete mit 21% das höchste

organische Umsatzwachstum aller Regionen. Den Hauptbeitrag hierzu leistete China, wo die Gruppe weiterhin von einem dynamischen Markt profitiert. Auch Japan erzielte ein zweistelliges Wachstum, was dem BLT-Implantat, Roxolid, SLActive und dem neuen CADCAM-Service zu verdanken war. Auch Südkorea und Australien erzielten gute Ergebnisse.

Guter Geschäftsgang in Lateinamerika

Lateinamerika, das rund 8% zum Umsatz der Gruppe beiträgt, verzeichnete ein organisches Umsatzwachstum von 13%. Die Region profitierte von guten Ergebnissen in Brasilien, wo Neodent trotz verhaltener Marktentwicklung und eines schwierigen Wirtschaftsumfelds ein solides Wachstum erzielte.

Der Wertverlust des brasilianischen Real von 24% gegenüber dem Vorjahr reduzierte den regionalen Umsatz auf knapp CHF 18 Millionen.

OPERATIVE UND STRATEGISCHE FORTSCHRITTE

Neue Markteinführungen und Initiativen

Die Gruppe nutzte internationale Fachmessen in San Diego, Madrid, São Paulo und anderen Städten, um neue Implantat-Lösungen und CADCAM-Ausrüstungen einzuführen und zu bewerben. In Nordamerika wurde am Chicago Midwinter Meeting der von Straumanns Partnerunternehmen Dental Wings entwickelte neue CARES-Intraoralscanner lanciert, und in Madrid wurde die CARES-Fräslösung für Labore vorgestellt. In Brasilien bewarb Neodent die von ihr vertriebene, vollständige Palette von Fräslösungen von Amann Girrbach.

In Monaco kündigte Straumann anlässlich des International Osteology Symposium die Roxolid Lifetime Plus Garantie an. Diese setzt einen neuen Branchenstandard, indem sie einen finanziellen Beitrag an allfällige Ersatzbehandlungskosten leistet.

Vordringen in das globale Value-Segment

Bei der Umsetzung der Strategie, in das globale Value-Segment vorzudringen, machte Straumann weitere Fortschritte. Die Gruppe eröffnete in Grossbritannien eine neue Instradent-Tochtergesellschaft und beteiligte sich mit 30% am französischen Implantathersteller Anthogyr; damit ist Straumann für den Eintritt in das Value-Segment in China gegen Jahresmitte mit dieser Marke bereit.

Um die steigende Nachfrage nach CADCAM-Prothetik – insbesondere von Grosskunden wie dem Netzwerk von ClearChoice in den USA – zu befriedigen, hat die Gruppe ihr Fräszentrum in Arlington (Texas) wesentlich ausgebaut und im April wiedereröffnet.

Generalversammlung genehmigt sämtliche Anträge des Verwaltungsrats, einschliesslich Dividendenerhöhung

An der ordentlichen Generalversammlung der Straumann Holding AG vom 8. April 2016 stimmten die Aktionärinnen und Aktionäre sämtlichen Anträgen des Verwaltungsrats mit grossem Stimmenmehr zu, darunter einer Dividende für 2015 von CHF 4.00 pro Aktie, die am 14. April 2016 ausbezahlt wurde.

AUSBLICK 2016 (vorbehaltlich unvorhergesehener Ereignisse)

Straumann erwartet, dass der globale Implantatmarkt 2016 solide wachsen wird, und ist zuversichtlich, mit einem organischen Wachstum im hohen einstelligen Bereich erneut besser als der Markt abzuschneiden. Trotz weiterer Investitionen in strategische Wachstumsinitiativen sollten das geplante Umsatzwachstum und die zu erwartenden positiven Skaleneffekte dazu beitragen, die Betriebsgewinnmarge weiter zu verbessern[3].

Über Straumann

Straumann (SIX: STMN) mit Hauptsitz in Basel, Schweiz, ist ein weltweit führendes Unternehmen für dentale Implantologie, Zahnerhaltung sowie regenerative Zahnmedizin. Zusammen mit führenden Kliniken, Forschungsinstituten und Hochschulen erforscht und entwickelt Straumann Dentalimplantate, Instrumente und CADCAM-Prothetik für Zahnersatzlösungen sowie Biomaterialien für die Geweberegeneration resp. zur Verhinderung von Zahnverlusten. Insgesamt beschäftigt die Straumann-Gruppe rund 3’500 Mitarbeitende weltweit. Ihre Produkte und Dienstleistungen werden über eigene Vertriebsgesellschaften sowie ein breites Netz von Vertriebsunternehmen in mehr als 100 Ländern verkauft.

[1] “Organisch“ bedeutet reale Veränderung ohne Berücksichtigung von Akquisitions- und Währungseffekten.

[2] Mit der Akquisition von Neodent hat Straumann die Märkte vom „Rest der Welt“ per 1. Januar 2015 in die Regionen EMEA und Lateinamerika umgeschichtet. Neodent ist seit 1. März 2015 vollständig konsolidiert.

[3] Als Vergleichsbasis dient die EBIT-Marge von 23% vor akquisitionsbezogenen Sondereffekten.

Letzte Aktualisierung am Dienstag, 03. Mai 2016