



curasan präsentiert strategischen Ausblick bis 2016

curasan präsentiert strategischen Ausblick bis 2016 - Zielumsatz von 7,3 bis 8,0 Millionen Euro - Operativer Break-even auf Monatsbasis im 4. Quartal möglich - Internationales Geschäft maßgeblicher Wachstumstreiber - Die curasan AG (ISIN DE0005494538), ein führender Spezialist für Medizinprodukte aus dem Bereich der Knochen- und Geweberegeneration, hat heute im Rahmen ihrer ordentlichen Hauptversammlung in Aschaffenburg Details zur geplanten Unternehmensstrategie bis Ende 2016 präsentiert. Im Rahmen seiner Unternehmenspräsentation vor den Aktionären der Gesellschaft ging Vorstand Michael Schlenk dabei detailliert darauf ein, wie das Unternehmen das bereits veröffentlichte Ziel erreichen will, im Laufe des vierten Quartals 2016 den operativen Break-even auf Monatsbasis zu erreichen: "Wir haben genau analysiert, von welchem Marktumfeld wir in unseren einzelnen Märkten ausgehen können, wie unser Unternehmen in diesen Märkten aufgestellt ist und welche Chancen und Risiken sich daraus für uns ergeben." Demzufolge geht das Unternehmen auf Basis einer konservativen Planung für das Jahr 2016 beim Umsatz von einem Zielkorridor von 7,3 bis 8,0 Millionen Euro aus. Inwiefern das Unternehmen dabei vom anvisierten Zielumsatz von 7,6 Millionen Euro nach oben oder unten abweichen wird, hängt maßgeblich auch vom weiteren Verlauf des Geschäftsjahres 2015 ab. "In den kommenden zwei Quartalen werden wir die ersten Effekte der von uns eingeleiteten Sales- und Marketing-Maßnahmen auf den Umsatz sehen. Damit wird unsere Planungstiefe dann auch zunehmend detaillierter", erklärt Schlenk. Auf Länder- und Regionalebene rechnet curasan nach aktueller Planung für Deutschland eher mit einem unterdurchschnittlichen Umsatzwachstum von 12 Prozent bis Ende 2016. Grund hierfür ist die aktuelle Struktur des Vertriebsprozesses, die gemeinsam mit den Vertriebspartnern in wesentlichen Teilen überarbeitet wurde. Der positive Effekt dieser Maßnahmen wird sich jedoch erst mit zeitlicher Verzögerung auf den Umsatz auswirken. In den restlichen Märkten Europas geht das Unternehmen von einem auf durchschnittlichem Niveau liegenden Umsatzwachstum von 20 bis 22 Prozent bis Ende 2016 aus. Neben den Kernmärkten Frankreich, Italien, Spanien und Polen verspricht sich das Unternehmen dabei vor allem vom britischen Markt positives Momentum. "Wir merken, dass es vor allem Zeit benötigt, bestehende Vertriebspartnerschaften neu zu definieren und damit die Basis für neues Wachstum zu schaffen, auch wenn wir uneingeschränkt auf positives Feedback bei unseren Partnern stoßen. Im stark wachsenden UK-Markt hatten wir bisher keinen Distributor. Das eröffnet uns die Möglichkeit, hier über neue Partner und Key Account Management, schneller zum Erfolg zu kommen." Außerhalb von Europa sieht sich curasan in einigen Märkten mit der bisherigen Strategie kurzfristig noch gut aufgestellt. Von der Region Asia Pacific erwartet das Management einen Umsatzzuwachs von 23 Prozent bis Ende 2016. In den Einzelmärkten China und Japan kann das Unternehmen hier beispielsweise auf so gut funktionierende Vertriebspartnerschaften zurückgreifen, dass die eigenen begrenzten Management-Kapazitäten der Unterstützung anderer Regionen eingesetzt werden sollen. Ähnliches gilt auch für die Region USA, in der die Tochtergesellschaft curasan Inc. mit einem erwarteten Umsatzzuwachs von 25 Prozent bis Ende 2016 ebenfalls eine erfolgreiche Zukunft prognostiziert wird. Weitere, bereits initiierte Registrierungen im Bereich Orthopädie werden hier ab 2017 für zusätzliches Potenzial sorgen. "Weniger im Fokus werden dagegen Regionen wie Osteuropa oder Latein-Amerika stehen", führt Schlenk weiter aus. "Opportunistische Umsätze nehmen wir hier natürlich gern mit. Die Märkte sind aber entweder zu groß oder zu weit entfernt, was hohe Kosten für die Markterschließung mit sich bringen würde. Große Marketingkampagnen lohnen sich daher frühestens ab 2017/2018. Das Umsatzwachstum wird hier bis Ende 2016 bei maximal sechs Prozent liegen." Ein sehr gutes Chance-Risiko-Verhältnis verspricht sich curasan dagegen von der Region MENA, Middle East & Northern Africa. Vor allem im Mittleren Osten verfügt das Management über ein optimales Netzwerk zu Entscheidungsträgern. "Die politischen Instabilitäten in vielen dieser Länder scheinen das Gesundheitssystem weniger zu tangieren. Wir sehen sehr gute Chancen, unsere Umsätze in dieser Region gemäß Plan um 78 Prozent auf über eine halbe Million Euro deutlich auszuweiten", so Schlenk. Dazu soll das Netzwerk an Vertriebspartnern als auch das Marketing in dieser Region in den kommenden 24 Monaten deutlich verstärkt werden. "Als Europäer haben wir hier einen deutlichen Vorteil in der Wahrnehmung gegenüber unseren US-Konkurrenten. Auch Wirtschaftsembargos gelten in den betroffenen Ländern nicht für Medizinprodukte. Gleichzeitig sind die Eliten dieser meist von Petrodollars finanzierten Länder nur an der hochwertigsten medizinischen Versorgung interessiert." Zur Förderung der geplanten Wachstumsmaßnahmen wird das Unternehmen seine Investitionen in den kommenden Monaten nahezu ausschließlich auf Marketingmaßnahmen und Kernpersonalien beschränken. Bereits Anfang Juni hat das Unternehmen daher einen weiteren Export Manager für die Region Europe eingestellt. Eine weitere Stelle für die Region MENA wird noch im dritten Quartal geschaffen. Darüber hinaus werden sich ab Anfang 2016 zwei neue Product Manager auf internationale Marketing-Kampagnen konzentrieren und ein Project Controller in neu geschaffener Position der Generierung interner Business Intelligence und der kaufmännischen Begleitung der Kampagnen widmen. "Auch wenn uns der Mittelzufluss aus der Vergleichszahlung von Stryker, die heute auf unserem Konto eingegangen ist, ein sehr komfortables Liquiditätspolster verschafft hat, werden wir nur sehr gezielt und in sinnvollem Rahmen Investitionen tätigen. Wir wollen uns die Profitabilität nicht erkaufen, sondern verdienen!", unterstreicht Schlenk als Resümee seines Ausblicks. Eine PDF-Datei der Powerpoint-Präsentation zur Hauptversammlung 2015 wird ab dem 26. Juni auf der Website des Unternehmens unter www.curasan.de zum Download zur Verfügung stehen. Über die curasan AG: Die curasan AG ist im Bereich der Regenerativen Medizin auf Medizinprodukte für die Knochen- und Geweberegeneration spezialisiert. Hier hat das Unternehmen eine zukunftsweisende Produktpipeline an synthetischen Ersatz- und -regenerationsmaterialien aufgebaut. Zahlreiche Patente und eine eindrucksvolle Liste an wissenschaftlichen Dokumentationen belegen den klinischen Erfolg der Produkte und die hohe Innovationskraft der curasan AG. Zu den Anwendern zählen chirurgisch tätige Zahnärzte, Implantologen und Mund-, Kiefer-, Gesichtschirurgen sowie Orthopäden, Traumatologen und Wirbelsäulenchirurgen. Das Unternehmen ist im General Standard an der Frankfurter Börse gelistet (ISIN: DE 000 549 453 8). Kontakt curasan AG: Ingo Middelmenne - Head of Investor Relations +49 6027 40 900-45 - +49 174 90 911 90 - ingo.middelmenne@curasan.com Andrea Weidner - Head of Corporate Communications +49 6027 40 900-51 - andrea.weidner@curasan.com 

Pressekontakt

curasan AG

63801 Kleinostheim

Firmenkontakt

curasan AG

63801 Kleinostheim

Hintergrundinformation zur curasan AG: Die börsennotierte curasan AG (ISIN: DE 000 549 453 8) zählt zu den führenden Unternehmen auf dem Gebiet der Regenerativen Medizin, vor allem bei der Knochen- und Geweberegeneration. Neben dem synthetischen Knochenersatz- und -aufbaumaterial Cerasorb hat das Unternehmen eine zukunftsweisende Produktpipeline aufgebaut. Ziel in den nächsten Jahren ist es, mehrere Medizinprodukte zur Marktreife zu bringen und über gut positionierte Vertragspartner in verschiedenen Teilmärkten zu vertreiben. www.curasan.de