Brief an die Aktionäre

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Aufbauend auf unserer starken Marktposition startete Sonova mit einem ehrgeizigen Wachstumsplan in das Geschäftsjahr 2022/23. Angesichts unvorhergesehener Herausforderungen, entsprach das Ergebnis nicht vollumfänglich unseren ursprünglichen Erwartungen. Sonova ist dieser Aufgabe jedoch erfolgreich begegnet und weiterhin gut positioniert, um in einem Markt mit starkem Wachstumspotenzial Wert zu schaffen.

In diesem Jahr gab es eine Reihe erfreulicher Entwicklungen. Wir konnten bei der Umsetzung unserer Wachstumsstrategie im Bereich Innovation, Kundennähe sowie bei der Optimierung der Betriebsabläufe bedeutende Fortschritte erzielen. Wir haben unser Audiological-Care-Geschäft sowohl organisch als auch durch Akquisitionen weiter ausgebaut: Nach der Verdoppelung unseres US-Netzwerkes durch die Übernahme von Alpaca im vergangenen Jahr, haben wir die dazugehörigen Fachgeschäfte erfolgreich integriert. Zudem haben wir durch die Übernahme der renommierten HYSOUND-Gruppe unsere Präsenz auf dem schnell wachsenden chinesischen Markt weiter verstärkt. Im Hörgerätegeschäft konnten wir eine Reihe innovativer Lösungen erfolgreich lancieren, darunter die wegweisende Technologieplattform Phonak Lumity, die neue Massstäbe für Sprachverständnis und Hörkomfort setzt. Das Consumer-Geschäft, welches wir von Sennheiser übernommen haben, hat unsere Erwartungen für das erste Jahr nach der Akquisition erfüllt. Zudem haben wir erfolgreich ein neues Marktsegment erschlossen: Einstiegslösungen zur Hörunterstützung.

Die Herausforderungen, mit denen wir uns konfrontiert sahen, waren hauptsächlich durch das makroökonomische Umfeld bedingt. Aufgrund der hohen Inflation, den geopolitischen Spannungen und dem deutlichen Rückgang der Aktienkurse weltweit verringerten sich die diskretionären Konsumausgaben, insbesondere in höherpreisigen Märkten. Gleichzeitig belasteten die gestiegenen Kosten für Transport, Komponenten und Löhne die Margen. Die Stärke des Schweizer Franken wirkte sich während des gesamten Jahres negativ auf die ausgewiesenen Ergebnisse aus. Schliesslich belastete der Wegfall eines Liefervertrags für Hörgeräte mit einem unserer grössten Kunden in den USA massgeblich die Entwicklung im zweiten Geschäftshalbjahr.

Im Rahmen der kontinuierlichen Umsetzung unserer bewährten Strategie haben wir aktiv Massnahmen ergriffen, um diese Herausforderungen zu bewältigen. Konsequentes Kostenmanagement und Optimierungen der Betriebsstrukturen wurden zwecks Förderung der organisatorischen Flexibilität sowie zur Profitabilitätssicherung eingesetzt. Zum Ausgleich des inflationären Kostendrucks – und um der kontinuierlichen

«Dank unserer bewährten Strategie sind wir gut positioniert, um auf Basis unserer marktführenden Stellung weiter zu wachsen."

Robert Spoerry

Verbesserung unserer Lösungen durch Innovation Rechnung zu tragen – haben wir die Preise für unsere Produkte und Dienstleistungen erhöht. Dank dieser Massnahmen und strategischen Initiativen haben wir trotz des schwierigen Marktumfeldes solide Ergebnisse erzielt. Insgesamt sind wir weiterhin von unserer Strategie überzeugt und vertrauen auf ihre Wirksamkeit für die Zukunft. Weitere Informationen hierzu finden Sie im Abschnitt «Strategy and businesses» der englischsprachigen Version dieses Berichtes.

Unsere Strategie setzt vor allem darauf, dass wir Menschen auf ihrem Weg zu gutem Hören zuverlässig zur Seite stehen. Im diesjährigen Bericht erfahren Sie, wie unsere Lösungen den Alltag unserer Kunden und der Hörakustiker, die sie unterstützen, positiv verändern. Vier Beispiele verdeutlichen, welche Rolle jeder unserer Geschäftsbereiche dabei spielt, erstklassige Lösungen für gutes Hören zu schaffen.

Hörgeräte-Segment

Unser Hörgeräte-Segment erzielte einen Umsatzanstieg von 15,7% in Lokalwährungen, dies im Wesentlichen durch Akquisitionen, wobei sich das organische Wachstum auf 2,3% belief. Das Wachstum im Hörgerätegeschäft wurde durch die nachlassende Marktdynamik im Laufe des Jahres, insbesondere in den höherpreisigen Märkten, sowie durch den bereits erwähnten Wegfall des Liefervertrags mit einem grossen Kunden in den USA erheblich gebremst. Ohne Berücksichtigung jenes Vertrages, betrug das organische Wachstum innerhalb des Segments 4,6%. Der Geschäftsbereich Consumer Hearing trug erstmals für das Gesamtjahr zum Segmentergebnis bei. Die Integration des Consumer-Geschäftes, welches wir von Sennheiser übernommen haben, schreitet gut voran und die Akquisition hat unsere Erwartungen erfüllt. Der Geschäftsbereich konnte die starke Dynamik erfolgreicher Produktlancierungen im Markt für Unterhaltungselektronik fortsetzen, obwohl dieser unter der gedämpften Konsumentenstimmung litt. Das Audiological-Care-Geschäft erzielte gute strategische Fortschritte und baute sein Netzwerk auf über 3'900 Fachgeschäfte auf fünf Kontinenten aus; unterstützt wurde dies durch eine starke und ständig wachsende digitale Präsenz.

Mit der im August 2022 lancierten Plattform Phonak Lumity, die vom Markt gut aufgenommen wurde, konnte das Hörgerätegeschäft an den Erfolg der früheren Technologieplattformen Marvel und Paradise anknüpfen. Lumity leistet einen wichtigen Beitrag dazu, dass Menschen aktiv an allen Momenten des Lebens teilnehmen können. Dies indem sie sich eng an die Hörumgebung und die Sprachrichtung anpasst und so die Verständigung und Gespräche selbst bei schwierigsten akustischen Bedingungen erleichtert. Die Plattform wurde in über 40 Ländern eingeführt, zunächst im wiederaufladbaren RIC-Formfaktor von Audéo. Dazu zählt auch Audéo Lumity Life, die zweite Generation des weltweit ersten wiederaufladbaren und wasserdichten Hörgeräts. Im April 2023 kam Phonak Slim™ Lumity hinzu, während Unitron – im Rahmen unserer Strategie, die neuesten Technologien über alle unsere Marken hinweg einzuführen – die neue Plattform Vivante™ lancierte.

Der Geschäftsbereich Consumer Hearing konnte dank einer Reihe erfolgreicher Produkteinführungen seinen Marktanteil im sonst schwierigen Markt für Unterhaltungselektronik erhöhen. Dazu gehören die MOMENTUM True Wireless 3 Earbuds, die neue Massstäbe für Klangqualität, adaptive Geräuschunterdrückung und individuellen Tragekomfort setzen. Ebenso dazu beigetragen haben die MOMENTUM 4 Wireless Over-Ear-Kopfhörer mit Geräuschunterdrückung – ein audiophil inspiriertes Akustiksystem in einem kompakten, ansprechenden Design mit einer herausragenden Akkulaufzeit von über 60 Stunden. Die Lancierung des Sennheiser Conversation Clear Plus ist zudem ein wichtiger Beleg der strategischen Beweggründe für die Akquisition des Consumer-Geschäftes, welchen wir von Sennheiser übernommen haben. Mit diesen kompakten Earbuds wurde eine neue Kategorie etabliert: Einstiegslösungen zur

Hörunterstützung. Sie unterstützen und verbessern das Hören in bestimmten Situationen, wie etwa in belebten Restaurants oder in lauten Situationen am Arbeitsplatz, und bieten dabei ein hervorragendes Klangerlebnis.

Das Audiological-Care-Geschäft erweiterte sein globales Netzwerk in diesem Geschäftsjahr deutlich, sowohl durch Akquisitionen als auch durch Neueröffnungen. Besondere Highlights waren die erfolgreiche Integration von Alpaca in den USA und die Übernahme von HYSOUND in China. Letztere ergänzt unser bestehendes Netzwerk an audiologischen Fachgeschäften in China um eine der führenden landesweiten Ketten mit mehr als 200 Standorten. Unterstützt wird dies durch eine starke digitale Präsenz mit mehreren Vertriebskanälen auf allen wichtigen Online-Plattformen. Zusammen bildet dies eine hervorragende Basis für die weitere Expansion in diesem wachstumsstarken Markt. Das Audiological-Care-Geschäft hat ausserdem sein erfolgreiches Konzept zur digitalen Generierung von Kaufinteresse, dem sogenannten «Digital Lead-Generation Hub», auf fünf grosse Märkte ausgeweitet und verfügt nun über eigene Kapazitäten im Bereich des digitalen Marketing. Anhand dieses Ansatzes werden auch jüngere Kunden angesprochen und die Abschlusserfolgsquote in den Geschäften steigt. Durch kontinuierliche Investitionen in unser digitales Ökosystem erhalten Kunden die Kontrolle darüber, wie sie mit uns interagieren, sowie einen umfassenden und personalisierten Service. Einen weiteren Mehrwehrt schafft das Audiological-Care-Geschäft durch die Erweiterung seines Angebots an medizinischen Leistungen, wie z.B. der SilentCloud™ App. Diese leistungsfähige, medizinisch regulierte App ermöglicht den Nutzern das Selbstmanagement ihres Tinnitus, unterstützt durch geschulte Hörexperten.

Cochlea-Implantate-Segment

Der Umsatz des Cochlea-Implantate-Segments, das wir unter der Marke Advanced Bionics betreiben, stieg im Geschäftsjahr 2022/23 um 2,8% in Lokalwährungen. Die Entwicklung wurde durch das geringer als erwartete Marktwachstum gebremst, was auf den anhaltenden Personalmangel in Spitälern und Gegenwind durch Lieferengpässe zurückzuführen war.

Der Geschäftsbereich Cochlea-Implantate verzeichnete eine weiterhin sehr positive Resonanz und einen Anstieg der Verkaufszahlen für seine 2021 eingeführten, innovativen Soundprozessoren: Naída™ CI Marvel für Erwachsene und Sky CI™ Marvel, der weltweit erste Soundprozessor speziell für Kinder. Nach Erhalt der Zulassung durch die entsprechenden Regulierungsbehörden wurden diese im Laufe des Geschäftsjahrs in acht weiteren Ländern eingeführt. Zudem haben die chinesischen Regulierungsbehörden das Implantat HiRes™ Ultra zugelassen. Dieses verfügt über das dünnste Profil unserer Produktpalette, was das Einsetzen erleichtert. Zudem unterstützt seine Elektronik künftige Fortschritte bei den Soundprozessoren. Wir sind davon überzeugt, das sich daraus grosses Potenzial auf dem wichtigen Wachstumsmarkt China ergibt. Darüber hinaus freuen wir uns, dass wir durch unser unermüdliches Engagement für Produktqualität und -zuverlässigkeit unsere ohnehin schon niedrige Rücklaufquote für externe Komponenten in jedem der letzten drei Jahre deutlich reduzieren konnten.

Finanzergebnis

Im Geschäftsjahr 2022/23 erzielte die Gruppe einen konsolidierten Umsatz von CHF 3'738,4 Mio., ein Anstieg um 14,6% in Lokalwährungen. Durch ungünstige Wechselkursentwicklungen verringerte sich der ausgewiesene Umsatz um CHF 116,3 Millionen, womit ein Umsatzwachstum von 11,1% in Schweizer Franken resultierte. Das Wachstum war hauptsächlich auf Akquisitionen zurückzuführen. Die organische Umsatzentwicklung war insbesondere getrieben durch erfolgreiche Produktlancierungen und eine erfreuliche Entwicklung im Audiological-Care-Geschäft.

Der ausgewiesene Betriebsgewinn vor akquisitionsbedingten Abschreibungen (EBITA) belief sich auf CHF 801,6 Mio., ein Anstieg um 6,7% in Lokalwährungen und ein leichter Rückgang um 0,2% in Schweizer Franken. Bereinigt um Restrukturierungs-, Transaktions- und Integrationskosten sowie bestimmte Kosten für Rechtsfälle, belief sich der EBITA

auf CHF 840,4 Mio. Das entspricht einem Anstieg um 6,1% in Lokalwährungen, und einem Rückgang von 0,5% in Schweizer Franken. Daraus ergibt sich eine Marge von 22,5% (Geschäftsjahr 2021/22: 25,1%). Dieser Margenrückgang widerspiegelt den bereits kommunizierten Verwässerungseffekt aus der Übernahme des Consumer-Geschäftes, welches wir von Sennheiser übernommen haben, die verlangsamte Umsatzentwicklung, der Anstieg der Beschaffungskosten sowie die ungünstige Entwicklung der Wechselkurse. Der bereinigte Gewinn pro Aktie (EPS) betrug CHF 11,14 (2021/22: CHF 10,76), ein Anstieg um 11,5% in Lokalwährungen und um 3,5% in Schweizer Franken.

Dividende und Aktienrückkaufprogramm

Der Verwaltungsrat freut sich, unseren Aktionärinnen und Aktionären eine Dividende in Höhe von CHF 4,60 pro Aktie vorzuschlagen, ein Anstieg um 5% gegenüber dem Vorjahr. Über die letzten zehn Jahre entspricht dies einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate im zweistelligen Bereich.

Der Wert der im Geschäftsjahr 2022/23 unter dem neuen Aktienrückkaufprogramm zurückgekauften Aktien betrug CHF 421,5 Mio.

Nachhaltigkeit (ESG – Umwelt, Soziales und Unternehmensführung)

Wir sind weiterhin überzeugt, dass kontinuierliche, nachweisbare Fortschritte im Hinblick auf ESG-Faktoren einen wesentlichen Beitrag zum langfristigen Erfolg am Markt leisten. Bei der Umsetzung unserer ESG-Strategie IntACT sind wir gut vorangekommen. Diese legt für die wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen Ziele und konkrete Massnahmen fest, die in die Leistungsziele für die variable Vergütung der Geschäftsleitung einfliessen.

Wir haben weitere Massnahmen eingeleitet, um unseren globalen Ausstoss an Treibhausgasen zu verringern und ehrgeizige Klimaziele festgelegt, die uns dazu verpflichten, die CO_2-Emissionen in unserer gesamten Wertschöpfungskette deutlich zu reduzieren. Dies erfolgt im Einklang mit den Standards der Science Based Targets Initiative (SBTi). Einschliesslich des Sennheiser Consumer-Geschäftes und Alpaca für sämtliche Jahre, haben wir unsere Treibhausgasemissionen nach Scope 1, 2 und 3 seit 2019 um 22% reduziert, hauptsächlich aufgrund der Umstellung auf 100% Strom aus erneuerbaren Energien. Im weltweit schwierigen Umfeld der letzten Jahre konnten wir dauerhaft hohe Werte beim Mitarbeiterengagement erzielen – 82% in diesem Jahr. Wichtige Nachhaltigkeitsindizes und Ratingagenturen bestätigen die Erfolge von Sonova im Hinblick auf ESG-Faktoren: Im Dow Jones Sustainability Index 2022 etwa, belegte Sonova unter 268 Unternehmen in der Medizintechnik-Branche den zweiten Platz.

Weitere Informationen und Daten finden Sie in unserem englischsprachigen ESG Report, einschliesslich eines Abschnitts über klimabezogene Offenlegungen auf der Grundlage der Empfehlungen der Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD).

Veränderungen in der Geschäftsleitung und im Verwaltungsrat

Im März 2023 gab Sonova die Ernennung von Katya Kruglova als Group Vice President Human Resources & Communications und Mitglied der Sonova Geschäftsleitung per Mai 2023 bekannt. Sie verfügt über mehr als 25 Jahre internationale Erfahrung in grossen Organisationen. Katya Kruglova tritt die Nachfolge von Claudio Bartesaghi an, bei dem wir uns herzlich für seine wertvolle Arbeit während seiner Zeit bei Sonova bedanken.

Jinlong Wang, seit 2013 nicht exekutives Mitglied des Verwaltungsrats, hat angekündigt, an der Generalversammlung im Juni 2023 nicht mehr zur Wiederwahl zur Verfügung zu stehen. Wir danken ihm herzlich für den wertvollen Beitrag, den er mehr als zehn Jahre lang zur Entwicklung der Sonova Gruppe geleistet hat, insbesondere für seine tiefen Einblicke in den strategisch wichtigen chinesischen Markt.

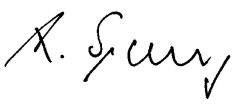
Unter der Annahme, dass alle vom Verwaltungsrat vorgeschlagenen Kandidaten von der Generalversammlung im Juni 2023 wiedergewählt werden, wird die Zahl der Mitglieder wieder neun betragen, dies mit einem Frauenanteil von 33%.

Unser Dank

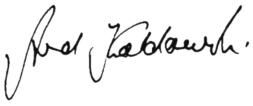
Die globale Gesellschaft durchlebt seit mehreren Jahren anspruchsvolle Zeiten. Dies stellt nicht nur Unternehmen vor grosse Herausforderungen, sondern alle Mitarbeitenden. Zahlreiche exogene Faktoren haben unseren Mitarbeitenden in den letzten Jahren viel abverlangt. Wir sind ihnen zutiefst dankbar, dass sie darauf mit sehr viel Engagement, Agilität und Einsatzbereitschaft reagiert haben. Ebenso danken wir unseren Kunden, die wir auf ihrem Weg zu gutem Hören begleiten dürfen, sowie den Hörakustikern, die sie betreuen. Unser erneuter Dank gilt Ihnen, unseren Aktionärinnen und Aktionären. Ihre Treue in einem Jahr der Ungewissheit stärkt das Vertrauen in unsere Strategie für nachhaltiges, profitables Wachstum.

Ausblick

Die grundlegenden Aspekte von Sonovas Geschäft sind nach wie vor robust, dies trotz der anhaltend volatilen Wirtschaftslage. Dank der bewährten Strategie und kontinuierlicher Innovation ist die Gruppe gut aufgestellt, um die Wachstumschancen im attraktiven Markt für Hörlösungen zu nutzen. In den letzten Monaten zeigte dieser Markt Anzeichen einer Erholung, obwohl kurzfristig weiterhin Unsicherheiten bestehen. Für das Geschäftsjahr 2023/24 erwartet Sonova – unter Annahme konstanter Wechselkurse – beim konsolidierten Umsatz ein Wachstum von 3% – 7% und beim bereinigten EBITA einen Anstieg um 6% – 10%.



Robert Spoerry
Präsident des Verwaltungsrates



Arnd Kaldowski
CEO

«Wird sind nach wie vor überzeugt, dass wir auf dem richtigen Weg sind, um langfristig die attraktiven Chancen unseres Marktes zu nutzen."

Arnd Kaldowski