

Unternehmensmitteilung

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 11. Oktober 2022

Verkäufe Januar bis September 2022

Anhaltend solides Wachstum in allen Geschäftsbereichen

“Wir sind sehr zufrieden mit dem anhaltend soliden Wachstum in all unseren Geschäftsbereichen in einem nach wie vor schwierigen Umfeld. Wir haben unseren starken Fokus auf die Umsetzung der Strategie unter Beweis gestellt, indem wir das Wachstum unserer Kunden unterstützen und gleichzeitig unsere Innovationsfähigkeit nutzen, um neue Lösungen einzuführen, die unsere Führungsposition in den von uns gewählten Märkten weiter stärken.”
Gilles Andrier, CEO

Verkaufszahlen

In den ersten neun Monaten des Jahres 2022 **erzielte Givaudan einen Gesamtumsatz von CHF 5'458 Millionen**, was einem Anstieg von 6.1% auf vergleichbarer Basis¹ und von 7.7% in Schweizer Franken entspricht.

In einem nach wie vor schwierigen operativen Umfeld behielt Givaudan die gute Geschäftsdynamik bei und hielt den Geschäftsbetrieb sowie die globale Lieferkette auf einem hohen Niveau aufrecht.

Angesichts höherer Produktionskosten im Jahr 2022 ist das Unternehmen voll auf Kurs, in Zusammenarbeit mit seinen Kunden Preiserhöhungen durchzuführen, um den Anstieg der Produktionskosten vollständig auszugleichen.

Riechstoffe & Schönheit verzeichnete Verkäufe von CHF 2'489 Millionen, was einem Anstieg von 5.8% auf vergleichbarer Basis¹ und von 5.9% in Schweizer Franken entspricht, gegenüber einem starken vergleichbaren Wachstum von 8.4% im Jahr 2021.

Bei den Geschäftsbereichen stiegen die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie um 14.8% und die Verkäufe im Segment Konsumgüter um 2.2%, jeweils auf vergleichbarer Basis. In den Bereichen Riechstoffingredienzen und Active Beauty erhöhten sich die Verkäufe um 10.2% auf vergleichbarer Basis.

Bei Riechstoffe & Schönheit wurde das solide Wachstum durch das anhaltend starke Ergebnis in den Geschäftsbereichen Luxusparfümerie und Riechstoffingredienzen sowie durch die Fortsetzung der positiven Wachstumsdynamik im Segment Konsumgüter angetrieben. Bei Active Beauty wurde das einstellige Wachstum gegenüber einem hohen zweistelligen vergleichbaren Wachstum im Jahr 2021 erreicht. In allen Geschäftsbereichen und Kundengruppen wurde das gute Ergebnis durch die

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 11. Oktober 2022

Beschleunigung von Preissmassnahmen im dritten Quartal gestützt, die zusammen mit den Kunden umgesetzt wurden, um den Anstieg der Inputkosten zu kompensieren.

Geschmack & Wohlbefinden verzeichnete Verkäufe von CHF 2'969 Millionen, was einem Anstieg von 6.4% auf vergleichbarer Basis¹ und von 9.3% in Schweizer Franken entspricht, gegenüber einem starken vergleichbaren Wachstum im Vorjahr von 7.2%.

Auf regionaler Ebene verzeichnete Asien-Pazifik trotz der Auswirkungen der fortlaufenden COVID-19-Massnahmen in China einen Zuwachs von 4.2% auf vergleichbarer Basis; die Verkäufe in Europa stiegen um 12.5% und Südasien, Afrika und Naher Osten erzielte ein Plus von 16.6%, jeweils auf vergleichbarer Basis. In Nordamerika gingen die Verkäufe um 2.8% zurück und in Lateinamerika stiegen sie um 17.1%, ebenfalls jeweils auf vergleichbarer Basis.

Nach Segmenten betrachtet, trugen sowohl Getränke, Milchprodukte, Snacks, kulinarische Aromen und Süsswaren zu dem guten Verkaufswachstum bei.

Unsere mittel- und langfristigen Ziele

Im Rahmen unserer 2025 Strategie "Wachstumsfokus im Einklang mit dem Unternehmenszweck" wollen wir gemeinsam mit unseren Kunden Wachstum erzielen, indem wir inspirierende Produkte für mehr Glück und Gesundheit im Leben kreieren und Positives für Natur, Menschen und Gemeinschaften bewirken.

Ehrgeizige Ziele sind ein fester Bestandteil dieser Strategie, wobei das Unternehmen ein organisches Verkaufswachstum von 4–5% auf vergleichbarer Basis und einen freien Cashflow² von mindestens 12% anstrebt. Beide Ziele werden als Durchschnitt über den fünfjährigen Zeitraum des Strategiezyklus gemessen. Zudem beabsichtigen wir, wichtige nichtfinanzielle Ziele in den Bereichen Nachhaltigkeit, Vielfalt und Sicherheit, die im Zusammenhang mit dem Unternehmenszweck von Givaudan stehen, zu erreichen.

Unsere mutigen und ehrgeizigen langfristigen Ziele haben wir in vier Bereichen definiert: Kreationen, Natur, Menschen und Gemeinschaften. Im Rahmen dieser Ambitionen wollen wir unser Geschäft bis 2030 durch Kreationen, die zu mehr Glück und Gesundheit im Leben beitragen, verdoppeln, bis 2050 klimapositiv werden, bis 2025 im Hinblick auf Chancengleichheit zu den weltweit führenden Arbeitgebern zählen und bis 2030 alle Rohstoffe und Dienstleistungen in einer Art und Weise beschaffen, die Mensch und Umwelt schützt.

Anstehende Termine

Investorentag – 20. Oktober 2022

Ganzjahresresultate – 25. Januar 2023

Kontakt

Pierre Bénaich, Head of Investor and Media Relations

T +41 22 780 90 53

E pierre.benaich@givaudan.com

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 11. Oktober 2022

Übersicht

Verkaufszahlen – Januar bis September

In Millionen CHF	2021		2022	Ver- änderung in %			2022	Ver- änderung in %
	Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	Verkäufe LFL	LFL ¹	Auswirkung von Akquisitionen (netto)*	Währungs- effekte	Verkäufe wie ausgewiesen	In CHF
Konzern	5'067	310	5'377	6.1%	140	-59	5'458	7.7%
Riechstoffe & Schönheit	2'351	136	2'487	5.8%	31	-29	2'489	5.9%
Geschmack & Wohlbefinden	2'716	174	2'890	6.4%	109	-30	2'969	9.3%

* Auswirkung von Akquisitionen (netto)
In Millionen CHF

Übernommenes Unternehmen	Verkäufe enthalten ab	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohlbefinden
Custom Essence	Dezember 2021	31	31	
DDW	Dezember 2021	116		116
Nicht fortgeführtes und veräussertes Geschäft		-7		-7
Gesamt		140	31	109

Verkaufszahlen – Juli bis September (nur drittes Quartal)

In Millionen CHF	2021		2022	Ver- änderung in %			2022	Ver- änderung in %
	Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	Verkäufe LFL	LFL ¹	Auswirkung von Akquisitionen (netto)	Währungs- effekte	Verkäufe wie ausgewiesen	In CHF
Konzern	1'694	97	1'791	5.8%	48	-31	1'808	6.7%
Riechstoffe & Schönheit	787	62	849	7.9%	10	-16	843	7.1%
Geschmack & Wohlbefinden	907	35	942	3.9%	38	-15	965	6.4%

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 11. Oktober 2022

Verkäufe Januar – September: Riechstoffe & Schönheit

In Millionen CHF	2021 Verkaufswachstum LFL ¹	2022 Verkaufswachstum LFL ¹
Luxusparfümerie	28.6%	14.8%
Konsumgüter	2.5%	2.2%
Riechstoffingredienzien und Active Beauty	14.8%	10.2%

Verkäufe Januar – September: Geschmack & Wohlbefinden

In Millionen CHF	2021 Verkaufswachstum LFL ¹	2022 Verkaufswachstum LFL ¹
Europa	5.2%	12.5%
Südasien, Naher Osten und Afrika	5.1%	16.6%
Nordamerika	5.0%	-2.8%
Lateinamerika	24.6%	17.1%
Asien-Pazifik	6.8%	4.2%

Verkaufsentwicklung nach Märkten – Januar bis September

In Millionen CHF	2021		2022		Veränderung in %			2022	Veränderung in %
	Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	Verkäufe LFL	LFL ¹	Auswirkung von Akquisitionen (netto)	Währungseffekte	Verkäufe wie ausgewiesen	In CHF	
Wachstumsstarke Märkte	2'148	200	2'348	9.3%	40	-11	2'377	10.7%	
Reife Märkte	2'919	110	3'029	3.8%	100	-48	3'081	5.5%	

Verkaufsentwicklung nach Regionen – Januar bis September

In Millionen CHF	2022	2021	Veränderung in %	Veränderung in %
	Verkäufe wie ausgewiesen	Verkäufe wie ausgewiesen	LFL ¹	In CHF
LATAM	640	550	10.9%	16.6%
APAC	1'337	1'272	4.5%	5.2%
NOAM	1'478	1'393	-2.9%	6.0%
EAME	2'003	1'852	12.6%	8.1%

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 11. Oktober 2022

Hinweise:

- ¹ Like-for-Like (LFL; auf vergleichbarer Basis) wird definiert als: (a) Verkäufe, berechnet auf der Basis der für die Rechnungsstellung verwendeten Wechselkurse aus dem Vorjahr, und (b) ohne die Verkäufe der übernommenen Unternehmen in der Zeitspanne von deren Akquisition bis zum Ende der Berichtsperiode (bis zu 12 Monate nach dem Zeitpunkt ihrer Akquisition) und (c) ohne die Verkäufe der veräusserten Unternehmen in der Zeitspanne von ihrer Veräusserung bis zum Ende der entsprechenden vorherigen Vergleichsperiode.
- ² Der freie Cashflow (Free Cash Flow, FCF) ist der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen, Zins- und Leasingzahlungen sowie Kauf und Verkauf von eigenen Eigenkapitalinstrumenten.