



Medienmitteilung

Genf, 10. Oktober 2019

Verkäufe Januar bis September 2019 Weiterhin ausgezeichnetes Verkaufswachstum

Geschäftsergebnis

In den ersten neun Monaten des Jahres 2019 erzielte Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 4664 Millionen, was einem Anstieg von 6.4% auf vergleichbarer Basis¹ und von 14.5% in Schweizer Franken entspricht.

Die Verkäufe der Division Riechstoffe betragen CHF 2088 Millionen, was einen Zuwachs von 8.5% auf vergleichbarer Basis¹ und 11.2% in Schweizer Franken darstellt.

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 2576 Millionen, ein Plus von 4.6% auf vergleichbarer Basis¹ und 17.4% in Schweizer Franken.

Givaudan setzte das Jahr mit einer guten Geschäftsdynamik fort und konnte das hohe Niveau in ihrer Projektpipeline und bei ihren Geschäftsabschlussraten beibehalten. Das ausgezeichnete Wachstum wurde in allen Produktsegmenten und Regionen erzielt. Unsere strategischen Fokusbereiche Naturstoffe, Gesundheit und Wohlbefinden, Active Beauty, integrierte Lösungen sowie lokale und regionale Kunden verzeichneten ein starkes Wachstum, zu dem auch die kürzlich erworbenen Unternehmen beitrugen.

In Zusammenarbeit mit seinen Kunden setzt das Unternehmen weiterhin erfolgreich Preiserhöhungen durch, um den Anstieg der Produktionskosten vollumfänglich auszugleichen.

Die Ambition des Unternehmens für 2020 besteht darin, durch profitables, verantwortungsbewusstes Wachstum weiteren Mehrwert zu schaffen. Aufbauend auf den ersten drei Jahren des laufenden Strategiezyklus definieren sich die Zielsetzungen von Givaudan bis 2020 über drei strategische Säulen: gemeinsam mit unseren Kunden wachsen, qualitativ erstklassige Leistungen erbringen und Partnerschaften für gemeinsamen Erfolg eingehen.

Im Zuge ihrer 2020 Strategie versucht Givaudan zudem, Mehrwert über gezielte Akquisitionen zu schaffen, die ihre vorhandenen Fähigkeiten ergänzen, den Kunden erfolgreiche Lösungen anzubieten. Seit 2014 hat Givaudan 13 Akquisitionen abgeschlossen, die ganz im Einklang mit den Wachstumssäulen der 2020 Strategie des Unternehmens stehen.

Ehrgeizige Finanzziele sind ein wesentlicher Bestandteil der Strategie von Givaudan. Wir wollen den Markt mit einem Umsatzwachstum von 4% bis 5% und einem freien Cashflow² von 12% bis 17% der Verkäufe übertreffen. Beide Ziele sind als Durchschnitt über den fünfjährigen Zeitraum unseres Strategiezyklus angegeben. Darüber hinaus beabsichtigt Givaudan, die bestehende Dividendenpraxis im Rahmen dieser Zielsetzung beizubehalten.





Genf, 10. Oktober 2019

Verkäufe Januar – September

In Millionen CHF	2018 Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	2019 Verkäufe like-for-like ¹	Veränderung in % auf vergleich- barer Basis ¹	Auswirkung der Akquisition ^a	Währungs- effekte	2019 Verkäufe wie aus- gewiesen	Veränderung in % in CHF
Konzern	4073	261	4334	6.4%	380	-50	4664	14.5%
- Riechstoffe	1878	160	2038	8.5%	75	-25	2088	11.2%
- Aromen	2195	101	2296	4.6%	305	-25	2576	17.4%

a. Auswirkung der Akquisition

In Millionen CHF

Akquirierte Unternehmen	Verkäufe enthalten ab	Konzern	Riechstoffe	Aromen
Centroflora	Mai 2018	5		5
Expressions Parfumées	Juni 2018	39	39	
Naturex	September 2018	306	7	299
Albert Vieille	Mai 2019	11	11	
Golden Frog	September 2019	1		1
drom	September 2019	12	12	
Fragrance Oils	September 2019	6	6	
Total		380	75	305

Verkäufe Juli – September

In Millionen CHF	2018 Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung like-for-like ¹	2019 Verkäufe like-for- like ¹	Veränderung in % auf vergleich- barer Basis ¹	Auswirkung der Akquisitionen	Währungs- effekte	2019 Verkäufe wie aus- gewiesen	Veränderung in % in CHF
Konzern	1399	90	1489	6.5%	96	-15	1570	12.2%
- Riechstoffe	655	54	709	8.3%	25	-7	727	10.8%
- Aromen	744	36	780	4.9%	71	-8	843	13.4%

Entwicklung der Verkäufe nach Märkten – Januar bis September

In Millionen CHF	2018 Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung like-for-like ¹	2019 Verkäufe like-for- like ¹	Veränderung in % auf vergleich- barer Basis ¹	Auswirkung der Akquisitionen	Währungs- effekte	2019 Verkäufe wie aus- gewiesen	Veränderung in % in CHF
Reife Märkte	2343	74	2'417	3.1%	283	-7	2'693	14.9%
Wachstumstarke Märkte	1730	187	1'917	10.8%	97	-43	1'971	13.9%



Genf, 10. Oktober 2019

Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe verzeichnete in den ersten neun Monaten des Jahres 2019 Verkäufe von CHF 2088 Millionen, was einem Anstieg von 8.5% auf vergleichbarer Basis¹ und 11.2% in Schweizer Franken zum Vorjahr entspricht.

Das Verkaufswachstum war zum einen den starken Ergebnissen bei Neugeschäften zu verdanken sowie Preiserhöhungen, welche die höheren Produktionskosten kompensierten.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen auf vergleichbarer Basis¹ um 8.4%. In Schweizer Franken erhöhten sich die Gesamtverkäufe um 9.4% von CHF 1633 Millionen im Vorjahr auf CHF 1796 Millionen.

Luxusparfümerie

Im Bereich Luxusparfümerie stiegen die Verkäufe um 8.0% auf vergleichbarer Basis¹, wobei alle Regionen und Kundengruppen ein Wachstum auswiesen. Diese Zuwächse resultierten aus dem positiven Zusammenwirken neuer Geschäftsabschlüsse und eines Volumenwachstums im bestehenden Geschäft mit Schlüsselkunden.

Konsumgüter

Die Verkäufe im Konsumgütergeschäft stiegen um 8.6% auf vergleichbarer Basis¹. Der Verkaufszuwachs erstreckte sich auf alle Märkte und Kundengruppen.

Die Region Lateinamerika erzielte ein zweistelliges Wachstum, wobei alle Kundengruppen und Produktsegmente dazu beitrugen. Asien-Pazifik verzeichnete aufgrund der starken Vergleichsbasis im Vorjahr ein mittleres einstelliges Wachstum, das durch alle Kundengruppen und Teilregionen unterstützt wurde. In Europa, Afrika und dem Nahen Osten wurde der solide Anstieg der Verkaufszahlen durch alle Kundengruppen angetrieben, und bei den lokalen und regionalen Kunden war das Wachstum zweistellig. Nordamerika wuchs zweistellig, was dem hohen Zuwachs bei den internationalen Kunden geschuldet war.

Auf der Ebene der Produktsegmente trugen alle Segmente zum Verkaufswachstum bei. Im Segment Haushaltspflege resultierte ein zweistelliges Plus, während die Segmente Textilpflege und Körperpflege ein solides Ergebnis verbuchten.

Riechstoffingredienzien und Active Beauty

Die Verkäufe im Bereich Riechstoffingredienzien und Active Beauty stiegen um 9.3% auf vergleichbarer Basis¹. Active Beauty verzeichnete weiterhin einen zweistelligen Zuwachs, der vor allem den starken Ergebnissen bei lokalen und regionalen Kunden und dem Portfolio aus aktiven Wirkstoffen zu verdanken war. Riechstoffingredienzien erzielte in den ersten neun Monaten 2019 gegenüber dem Vorjahreszeitraum ein gutes Wachstum.



Genf, 10. Oktober 2019

Division Aromen

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 2576 Millionen, was einem Wachstum von 4.6% auf vergleichbarer Basis und einem Anstieg von 17.4% in Schweizer Franken entspricht.

Die Verkaufszahlen sind hauptsächlich neuen Geschäftsabschlüssen und der guten Geschäftsdynamik in allen Regionen zuzuschreiben, wofür vor allem lokale und regionale Kunden verantwortlich waren. In den strategischen Fokusbereichen unserer 2020 Strategie – Gesundheit und Wohlbefinden sowie Naturstoffe – verzeichneten die Verkäufe zweistellige und einstellige Zuwächse.

Nach Segmenten betrachtet trugen sowohl Getränke und Snacks als auch kulinarische Aromen und Süßwaren zum Wachstum der Division bei.

Asien-Pazifik

Die Verkäufe in Asien-Pazifik stiegen um 6.7% auf vergleichbarer Basis. Die wachstumsstarken Märkte Südostasiens wuchsen alle zweistellig, während Indien und China ein solides einstelliges Wachstum verbuchten. Von den reifen Märkten hob sich Korea mit zweistelligem Wachstum hervor, und Japan erzielte ein solides Ergebnis.

Auf Segmentebene erzielten in der Region Getränke und kulinarische Aromen das höchste Wachstum.

Europa, Afrika und Naher Osten

Die Verkäufe in Europa, Afrika und im Nahen Osten erhöhten sich um 4.3% auf vergleichbarer Basis. Hohe einstellige Zuwächse resultierten in den reifen Märkten iberische Halbinsel, Italien und Schweiz. Die wachstumsstarken Märkte des Nahen Ostens und Afrikas verzeichneten ein starkes zweistelliges Wachstum, das teilweise durch die schwierigen Marktbedingungen in der Türkei geschmälert wurde.

Das Wachstum stammte in erster Linie von den Segmenten Süßwaren, Getränke, Snacks und kulinarische Aromen.

Nordamerika

Die Verkäufe in Nordamerika sanken trotz des guten Ergebnisses mit lokalen und regionalen Kunden um 1.5% auf vergleichbarer Basis.

Das Ergebnis ist auf neue Geschäftsabschlüsse und den Ausbau des bestehenden Geschäfts in den Bereichen kulinarische Aromen, Snacks, Getränke und Süßwaren zurückzuführen. Die schwächere Entwicklung bei Milchprodukten schmälerte allerdings das Ergebnis.

Lateinamerika

Die Verkäufe in Lateinamerika stiegen über alle Märkte hinweg um 19.7% auf vergleichbarer Basis, getrieben von starken zweistelligen Volumenzuwächsen in Mexiko, Kolumbien, Peru und Argentinien. Das Wachstum wurde von neuen Geschäftsabschlüssen in den Bereichen Getränke, Milchprodukte und Snacks angetrieben.



Genf, 10. Oktober 2019

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)
2. Der freie Cashflow ist der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen, Zins- und Leasingzahlungen.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations

T +41 22 780 90 93

E peter_b.wullschleger@givaudan.com