



Medienmitteilung

Genf, 24. Januar 2020

Ganzjahresresultate 2019

Hervorragende Finanzergebnisse – Umsetzung der Prognose bis 2020 verläuft vollständig nach Plan

- Verkäufe von CHF 6.2 Milliarden, ein Anstieg um 5.8% auf vergleichbarer¹ Basis und um 12.2% in Schweizer Franken
- EBITDA² von CHF 1'275 Millionen, ein Zuwachs von 11.4% gegenüber 2018
- Vergleichbare EBITDA-Marge von 21.5%, gegenüber 21.0% im Jahr 2018
- Nettogewinn von CHF 702 Millionen, ein Zuwachs von 6.0% gegenüber 2018
- Cashflow aus operativer Tätigkeit von CHF 1'136 Millionen, ein Plus von 24.0% gegenüber 2018
- Freier Cashflow³ von 12.7% des Umsatzes oder CHF 787 Millionen, ein Anstieg von 11.9%
- Vorgeschlagene Dividende von CHF 62.00 pro Aktie, ein Plus von 3.3% gegenüber dem Vorjahr
- Umsetzung der 2020 Strategie verläuft vollständig nach Plan

Geschäftsergebnis

Im Jahr 2019 verzeichnete Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 6'203 Millionen, was gegenüber dem Vorjahr einem Anstieg von 5.8% auf vergleichbarer Basis und einer Steigerung von 12.2% in Schweizer Franken entspricht.

Die Verkäufe der Division Riechstoffe betragen CHF 2'799 Millionen, ein Zuwachs von 7.3% auf vergleichbarer Basis und von 10.9% in Schweizer Franken.

Die Verkäufe der Division Aromen lagen bei CHF 3'404 Millionen und erhöhten sich damit um 4.5% auf vergleichbarer Basis und um 13.4% in Schweizer Franken.

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

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

„Unsere ausgezeichneten Ergebnisse für das Jahr 2019 belegen die Stärke unseres Geschäfts und unsere Fähigkeit, beständig branchenweit führende Finanzergebnisse zu erzielen und gleichzeitig unsere strategischen Initiativen umzusetzen“, sagte CEO Gilles Andrier. „Ich bin mit den Resultaten, die wir 2019 erzielt haben, sehr zufrieden, und ich bin zuversichtlich, dass wir alle





Genf, 24. Januar 2020

strategischen Ziele, die wir im Rahmen unserer 2020 Strategie festgelegt haben, auch umsetzen werden.“

Bruttomarge

Der Bruttogewinn stieg um 8.7% von CHF 2'329 Millionen im Jahr 2018 auf CHF 2'530 Millionen im Jahr 2019. Das Unternehmen bewahrte eine starke Kostendisziplin und erwirtschaftete weitere Produktivitätsgewinne. Die Bruttomarge verringerte sich im Jahr 2019 gegenüber dem Vorjahr von 42.1% auf 40.8%. Dies ist auf die verwässernde Wirkung der Preismassnahmen, durch die höhere Produktionskosten kompensiert werden sollten, sowie auf die derzeitige Marge von Naturex zurückzuführen, welche niedriger ist als diejenige von Givaudan.

Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA)

Das EBITDA erhöhte sich von CHF 1'145 Millionen im Jahr 2018 um 11.4% auf CHF 1'275 Millionen, während die EBITDA-Marge 2019 mit 20.6% gegenüber 2018 nahezu unverändert war. Auf vergleichbarer Basis⁴ betrug die EBITDA-Marge im Jahr 2019 21.5%, verglichen mit 21.0% im Vorjahr.

2019 entstanden dem Konzern Kosten in Höhe von CHF 31 Millionen in Verbindung mit der Implementierung von Givaudan Business Solutions, verglichen mit CHF 32 Millionen im Jahr 2018.

	2019			2018		
	Konzern	Riechstoffe	Aromen	Konzern	Riechstoffe	Aromen
EBITDA wie ausgewiesen^a	1'275	555	720	1'145	508	637
EBITDA wie ausgewiesen in %	20.6	19.8	21.1	20.7	20.1	21.2
Kosten für Givaudan Business Solutions (GBS)	-31	-31		-32	-32	
Akquisitions- und Restrukturierungskosten ^b	-25	-11	-14	-26	-3	-23
Verkauf des Zurich Innovation Centre (ZIC) ^c				25		25
Versicherungserträge ^d				20	20	
Vergleichbares EBITDA	1'331	597	734	1'158	523	635
Vergleichbares EBITDA in %	21.5	21.3	21.6	21.0	20.7	21.2

a. Die Anwendung IFRS 16 Leasing⁵ führte 2019 zu einem Anstieg des EBITDA von CHF 34 Millionen oder 0.6%. Der Konzern hat die vergleichbaren EBITDA-Zahlen für 2018 nicht angepasst, wie es IFRS 16 erlaubt.

b. Die Akquisitions- und Restrukturierungskosten von CHF 25 Millionen (2018: CHF 26 Millionen) sind grösstenteils vom Konzern getätigten Akquisitionen und der laufenden Optimierung des Produktionsnetzwerks zuzuschreiben.

c. Der Konzern schloss 2018 eine Vereinbarung über den Verkauf und die Rückmiete (Sale-Lease-Back) des Zurich Innovation Centre (ZIC) für einen Gesamtbetrag von CHF 173 Millionen ab. Davon gingen CHF 100 Millionen im Jahr 2018 ein, der Rest folgte im Jahr 2019. Nach Abzug der anfallenden Veräusserungskosten und Steuern wurde ein Verkaufsgewinn von CHF 25 Millionen ausgewiesen.

d. 2018 erhielt der Konzern Versicherungserträge im Zusammenhang mit historischen Versicherungsansprüchen in den USA.

Betriebsgewinn

Der Betriebsgewinn belief sich auf CHF 920 Millionen, was gegenüber CHF 883 Millionen im Jahr 2018 einer Steigerung von 4.2% entspricht. Die Betriebsgewinnmarge belief sich 2019 auf 14.8%, gegenüber 16.0% im Vorjahr.



Genf, 24. Januar 2020

Finanzergebnis

Die Finanzierungskosten betragen 2019 CHF 79 Millionen, verglichen mit CHF 55 Millionen im Vorjahr. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf die Erhöhung der Nettoschulden des Konzerns im Zusammenhang mit von ihm getätigten Akquisitionen zurückzuführen. Der übrige Nettofinanzaufwand betrug 2019 CHF 33 Millionen, gegenüber CHF 56 Millionen im Vorjahr. Zur Erinnerung: 2018 entstanden dem Konzern höhere Wechselkursverluste in Märkten, in denen Währungen nicht abgesichert werden konnten.

Der Ertragssteueraufwand lag bei 13% des Gewinns vor Steuern, gegenüber 14% im Jahr 2018.

Konzerngewinn

2019 betrug der Konzerngewinn CHF 702 Millionen, was gegenüber CHF 663 Millionen im Jahr 2018 einem Anstieg um 6.0% entspricht. Daraus ergibt sich eine Nettogewinnmarge von 11.3%, verglichen mit 12% im Jahr 2018. Der unverwässerte Gewinn pro Aktie betrug CHF 76.17, gegenüber CHF 71.92 im Vorjahr.

Cashflow

Givaudan erzielte 2019 einen Cashflow aus operativer Tätigkeit von CHF 1'136 Millionen, was gegenüber CHF 916 Millionen im Jahr 2018 einem Anstieg um 24.0% entspricht.

Das Betriebskapital in Prozent der Verkäufe verbesserte sich auf 24.0%, im Vergleich zu 26.3% im Jahr 2018.

Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen beliefen sich auf CHF 201 Millionen, gegenüber CHF 129 Millionen im Jahr 2018. Der Konzern setzte sein Investitionsprogramm 2019 fort, um seine Fähigkeiten in wachstumsstarken Märkten auszubauen. 2018 schloss der Konzern eine Vereinbarung über den Verkauf und die Rückmiete (Sale-Lease-Back) des Zurich Innovation Centre (ZIC) für einen Gesamtbetrag von CHF 173 Millionen ab. Davon gingen CHF 100 Millionen im Jahr 2018 ein, der Rest von CHF 73 Millionen ging im Jahr 2019 ein.

2019 wurden CHF 45 Millionen für den Erwerb immaterieller Anlagewerte aufgewendet, verglichen mit CHF 55 Millionen im Vorjahr. Dies ist auf weitere Investitionen des Unternehmens in seine IT-Plattform zurückzuführen, unter anderem zur Unterstützung der Implementierung von Givaudan Business Solutions.

Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte beliefen sich 2019 auf 4.0% der Verkäufe, verglichen mit 3.3% im Jahr 2018. Unter Ausschluss der ZIC-Transaktion hätten die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte 5.1% der Verkäufe betragen, verglichen mit 4.2% im Jahr 2018.

Der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen betrug im Jahr 2019 CHF 890 Millionen, gegenüber einem Vorjahreswert von CHF 732 Millionen. Der freie Cashflow – definiert als der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Investitionen und Zinszahlungen – belief sich 2019 auf CHF 787 Millionen, nach CHF 703 Millionen im Vorjahreszeitraum. Der freie



Genf, 24. Januar 2020

Cashflow, ausgedrückt als Prozentsatz der Verkäufe, belief sich 2019 auf 12.7%, gegenüber 12.7% im Vorjahr.

Finanzlage

Die Finanzlage von Givaudan war Ende 2019 weiterhin solide. Die Nettoschulden stiegen von CHF 2'847 Millionen im Dezember 2018 auf CHF 3'679 Millionen im Dezember 2019, bedingt durch die Einführung von IFRS 16 sowie die vom Konzern getätigten Akquisitionen. Ende Dezember 2019 lag der Verschuldungsgrad⁶ bei 47%, gegenüber 41% Ende 2018.

Givaudan Business Solutions

Das Unternehmen befindet sich nun in der Endphase der Implementierung von Givaudan Business Solutions (GBS), einer globalen Einheit, die erstklassige interne Prozesse und Dienstleistungen erbringen soll.

Die schrittweise Implementierung von GBS verläuft vollumfänglich nach Plan, und die neue Organisation erbringt nach wie vor die angestrebten finanziellen Vorteile. Givaudan Business Solutions hat seinen Tätigkeitsbereich bereits auf zusätzliche Geschäftsbereiche ausgedehnt und begonnen, einigen der übernommenen Unternehmen Dienstleistungen und Lösungen bereit zu stellen.

2019 entstanden dem Konzern Kosten in Höhe von CHF 31 Millionen in Verbindung mit der Implementierung von Givaudan Business Solutions, verglichen mit CHF 32 Millionen im Jahr 2018.

Ungerer

Am 8. November 2019 gab Givaudan den Abschluss einer Vereinbarung über die Akquisition von Ungerer & Company bekannt, einem US-amerikanischen Hersteller von Aromen, Riechstoffen und Spezialitäten-Ingredienzien.

Die Vorbereitungen für den Abschluss der Transaktion schreiten wie geplant voran; dieser ist für das erste Quartal 2020 vorgesehen.

Dividendenvorschlag

Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung vom 25. März 2020 vorschlagen, für das Geschäftsjahr 2019 eine Bardividende von CHF 62.00 pro Aktie an die Aktionäre auszuschütten. Dies entspricht einem Anstieg von 3.3% gegenüber 2018. Seit der Börsenkotierung von Givaudan im Jahr 2000 an der Schweizer Börse ist dies die 19. Dividendenerhöhung in Folge.

Prognose für 2020 – Verantwortungsbewusstes Wachstum. Gemeinsamer Erfolg.

Die Ambition des Unternehmens für 2020 besteht darin, durch profitables, verantwortungsbewusstes Wachstum weiteren Mehrwert zu schaffen. Für den Konzern beginnt nun das letzte Jahr dieses strategischen Planungszyklus. Dabei beruhen die Zielsetzungen von Givaudan bis 2020 auf drei strategischen Säulen: gemeinsam mit unseren Kunden wachsen, qualitativ erstklassige Leistungen erbringen und Partnerschaften für gemeinsamen Erfolg eingehen.



Genf, 24. Januar 2020

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 15 Akquisitionen bekannt gegeben, die ganz im Einklang mit den Wachstumssäulen der 2020 Strategie 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 Cashflow 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.

Givaudan's Unternehmenszweck

Der Unternehmenszweck "Kreationen für mehr Glück und Gesundheit im Leben – im Einklang mit der Natur. Mahlen wir es uns gemeinsam aus", steht im Mittelpunkt seiner Strategie. Zu diesem Zweck hat Givaudan in vier Bereichen – Kreationen, Natur, Menschen und Gemeinschaft - mutige und ehrgeizige Ziele definiert. Zu diesen Ambitionen gehört die Verdopplung des Geschäfts durch Kreationen, die bis 2030 zu einem glücklicheren und gesünderen Leben beitragen, vor dem Jahr 2050 klimapositiv zu werden, bis 2025 zu einem führenden Arbeitgeber für Inklusivität zu werden, und bis 2030 alle Materialien und Dienstleistungen verantwortungsbewusst zu beschaffen, so dass Umwelt und Menschen geschützt werden.

Kennzahlen

Per 31. Dezember abgeschlossenes Geschäftsjahr, in CHF Mio. ausgenommen Gewinn pro Aktie		
	2019	2018
Konzernverkäufe	6'203	5'527
Verkäufe Riechstoffe	2'799	2'525
Verkäufe Aromen	3'404	3'002
Bruttogewinn	2'530	2'329
in % des Umsatzes	40.8%	42.1%
EBITDA²	1'275	1'145
in % des Umsatzes	20.6%	20.7%
Betriebsgewinn	920	883
in % des Umsatzes	14.8%	16.0%
Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnender Konzerngewinn	702	663
in % des Umsatzes	11.3%	12.0%
Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)	76.17	71.92
Cashflow aus operativer Tätigkeit	1'136	916
in % des Umsatzes	18.3%	16.6%
Freier Cashflow	787	703
in % des Umsatzes	12.7%	12.7%



Genf, 24. Januar 2020

Verkäufe – Januar bis Dezember

In Millionen CHF	2018 Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	2019 Verkäufe LFL ¹	Veränderung in % LFL ¹	Auswirkung von Akquisitionen ^a	Währungs-effekte	2019 Verkäufe wie ausgewiesen	Veränderung in % in CHF
Konzern	5'527	319	5'846	5.8%	435	-78	6'203	12.2%
- Riechstoffe	2'525	185	2'710	7.3%	127	-38	2'799	10.9%
- Aromen	3'002	134	3'136	4.5%	308	-40	3'404	13.4%

a. Auswirkung von Akquisitionen in Mio. CHF

Übernommenes 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	15	15	
Golden Frog	September 2019	4		4
drom	September 2019	44	44	
Fragrance Oils	September 2019	22	22	
Total		435	127	308

Verkäufe – Oktober bis Dezember

In Millionen CHF	2018 Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	2019 Verkäufe LFL ¹	Veränderung in % LFL ¹	Auswirkung von Akquisitionen	Währungs-effekte	2019 Verkäufe wie ausgewiesen	Veränderung in % in CHF
Konzern	1'454	58	1'512	4.0%	55	-28	1'539	5.9%
- Riechstoffe	646	25	671	3.8%	52	-13	710	10.0%
- Aromen	808	33	841	4.1%	3	-15	829	2.6%

Entwicklung der Verkäufe nach Märkten – Januar bis Dezember

In Millionen CHF	2018 Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	2019 Verkäufe LFL ¹	Veränderung in % LFL ¹	Auswirkung von Akquisitionen	Währungs-effekte	2019 Verkäufe wie ausgewiesen	Veränderung in % in CHF
Reife Märkte	3'176	78	3'254	2.4%	307	-17	3'544	11.6%
Wachstumsstarke Märkte	2'351	241	2'592	10.2%	128	-61	2'659	13.1%



Genf, 24. Januar 2020

Division Riechstoffe

Die Verkäufe der Division Riechstoffe betragen CHF 2'799 Millionen, ein Zuwachs von 7.3% auf vergleichbarer Basis und von 10.9% in Schweizer Franken. Das Verkaufswachstum war sowohl den starken Ergebnissen der Neugeschäfte zu verdanken, als auch den Preiserhöhungen, welche die höheren Produktionskosten kompensieren sollten.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen auf vergleichbarer Basis um 7.2%. In Schweizer Franken erhöhten sich die Verkäufe von Riechstoffen von CHF 2'199 Millionen im Vorjahr auf CHF 2'427 Millionen.

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie stiegen um 5.0% auf vergleichbarer Basis, nach einem starken Wachstum von 10.7% im Vorjahr. Dabei wurde der Zuwachs sowohl in reifen als auch wachstumsstarken Märkten verzeichnet.

Die Verkäufe im Bereich Konsumgüter erhöhten sich um 7.8% auf vergleichbarer Basis, wobei alle Kundengruppen und Märkte ein Wachstum verzeichneten. Vor allem Nord- und Lateinamerika wiesen einen besonders starken Zuwachs auf.

In den Bereichen Riechstoffingredienzien und Active Beauty legten die Verkäufe 8.1% auf vergleichbarer Basis zu. Dies ist dem zweistelligen Zuwachs bei Active Beauty und der guten Verkaufsdynamik bei Riechstoffingredienzien zu verdanken.

Das EBITDA der Division Riechstoffe stieg von CHF 508 Millionen im Jahr 2018 um 9.4% auf CHF 555 Millionen im Jahr 2019. Hauptgründe für diesen Anstieg waren das starke Verkaufswachstum, der Beitrag der akquirierten Unternehmen. Die EBITDA-Marge betrug 19.8% im Jahr 2019, verglichen mit 20.1% im Vorjahr. Auf vergleichbarer Basis verbesserte sich die EBITDA-Marge der Division Riechstoffe im Jahr 2019 auf 21.3%, gegenüber 20.7% im Jahr 2018.

Im Jahr 2019 verbuchte die Division im Zusammenhang mit dem GBS-Projekt Kosten in Höhe von CHF 31 Millionen, gegenüber CHF 32 Millionen im Vorjahr.

Der Betriebsgewinn belief sich 2019 auf CHF 433 Millionen, nach CHF 413 Millionen im Jahr 2018. Die Betriebsgewinnmarge betrug im Jahr 2019 15.5%, gegenüber 16.4% im Vorjahr.

Luxusparfümerie

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie stiegen um 5.0% auf vergleichbarer Basis, nach einem starken Wachstum 2018. Dabei wurde der Zuwachs sowohl in reifen als auch wachstumsstarken Märkten verzeichnet. Diese Ergebnisse basierten auf der hohen Neugeschäftsrate über alle Kundengruppen hinweg sowie auf der starken Marktentwicklung der jüngst lancierten Produkte.

In den reifen Märkten wurden die Verkaufszahlen in Westeuropa durch einen starken Zuwachs an neuen Geschäftsabschlüssen beflügelt, in Nordamerika hielt die positive Dynamik dank der guten Ergebnisse des bestehenden Geschäfts mit Schlüsselkunden an. Die Verkäufe in wachstums-



Genf, 24. Januar 2020

starken Märkten wurden durch hohe einstellige Zuwächse im Nahen Osten und neues Wachstum in Lateinamerika in der zweiten Jahreshälfte unterstützt.

Zu verdanken war dieses Wachstum auch den zahlreichen Auszeichnungen, die wir in Lateinamerika, den USA und Europa erhielten. Vielen unserer Parfümeure wurde Anerkennung dafür gezollt, dass sie zur Schaffung von Produkten beitrugen, die die Konsumenten begeistern.

Konsumgüter

Im Bereich Konsumgüter stiegen die Verkäufe um 7.8% auf vergleichbarer Basis. Alle Kundengruppen und Märkte verzeichneten ein Wachstum.

Die Region Lateinamerika erzielte ein zweistelliges Wachstum, zu dem alle Kundengruppen und Produktsegmente beitrugen. Asien verzeichnete aufgrund der starken Vergleichsbasis im Vorjahr ein mittleres einstelliges Wachstum, das durch alle Kundengruppen und Unterregionen unterstützt wurde.

In Europa, Afrika und dem Nahen Osten wurde der solide Anstieg der Verkaufszahlen durch alle Kundengruppen angetrieben, wobei lokale und regionale Kunden ein zweistelliges Wachstum verzeichneten. Die Verkäufe in Nordamerika stiegen zweistellig, was dem hohen Zuwachs bei den internationalen Kunden zu verdanken 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

In den Bereichen Riechstoffingredienzien und Active Beauty erhöhten sich die Verkäufe um 8.1% auf vergleichbarer Basis. Active Beauty verzeichnete ein zweistelliges Verkaufswachstum, das allen Kundengruppen und der starken Entwicklung bei aktiven Wirkstoffen zu verdanken war. Riechstoffingredienzien erzielte 2019 gegenüber dem schwächeren Vorjahr ein gutes Wachstum.



Genf, 24. Januar 2020

Division Aromen

Die Verkäufe der Division Aromen lagen bei CHF 3'404 Millionen und erhöhten sich damit um 4.5% auf vergleichbarer Basis und um 13.4% in Schweizer Franken.

Die Verkaufszahlen sind hauptsächlich neuen Geschäftsabschlüssen und der starken Geschäftsdynamik in allen Regionen zuzuschreiben, wofür vor allem regionale und lokale Kunden verantwortlich waren. In den strategischen Fokusbereichen unserer 2020 Strategie – Gesundheit und Wohlbefinden sowie Naturstoffe – verzeichneten die Verkäufe zweistellige bzw. einstellige Zuwächse. Nach Segmenten betrachtet leisteten Getränke, kulinarische Aromen, Snacks und Süßwaren den grössten Beitrag zum Wachstum der Division.

Das EBITDA erhöhte sich um 12.9% auf CHF 720 Millionen, im Vergleich zu CHF 637 Millionen im Jahr 2018. Dieser Anstieg wurde durch die Umsetzung von Synergien aus der Integration übernommener Unternehmen sowie durch anhaltende Produktivitätszuwächse und Kostendisziplin unterstützt. Die EBITDA-Marge sank von 21.2% im Vorjahr auf 21.1% im Jahr 2019, was hauptsächlich auf die Auswirkungen der niedrigeren Marge im akquirierten Naturex-Geschäft zurückzuführen ist. Auf vergleichbarer Basis resultierte im Jahr 2019 für die Division Aromen eine EBITDA-Marge von 21.6%, gegenüber 21.2% im Jahr 2018.

Der Betriebsgewinn stieg von CHF 470 Millionen im Jahr 2018 um 3.6% auf CHF 487 Millionen im Jahr 2019. Die Betriebsgewinnmarge ging von 15.7% im Vorjahr auf 14.3% zurück.

Asien-Pazifik

Die Verkäufe in Asien-Pazifik legten um 6.4% auf vergleichbarer Basis zu. Unter den wachstumsstarken Märkten erreichten Indonesien, Malaysia, Thailand, Vietnam und die Philippinen ein zweistelliges Wachstum, während China und Indien starke einstellige Zuwächse erzielten. In den reifen Märkten wurde das Wachstum durch die guten Ergebnisse in Japan und Südkorea vorangetrieben.

Wachstum wurde über alle Kundengruppen in der Region hinweg erzielt, während auf Segmentebene Getränke, kulinarische Aromen und Süßwaren erheblich zum Wachstum beitrugen.

Europa, Afrika und Naher Osten

Die Verkäufe in Europa, Afrika und im Nahen Osten erhöhten sich um 4.4% auf vergleichbarer Basis. Die wachstumsstarken Märkte Afrikas und des Nahen Ostens verzeichneten ein zweistelliges Wachstum, das durch die starken Ergebnisse in Ägypten, Südafrika, Nigeria und Marokko unterstützt wurde. Mittel- und Osteuropa verzeichneten ein einstelliges Wachstum, das von Polen, Russland und Österreich angeführt und teilweise durch die schwierigen Marktbedingungen in der Türkei geschmälert wurde.

In den reifen Märkten Westeuropas erreichten die Beneluxländer, Italien und Spanien einen hohen einstelligen Zuwachs. Innerhalb der Segmente verzeichneten Getränke, kulinarische Aromen, Snacks und Süßwaren ein gutes Wachstum.



Genf, 24. Januar 2020

Nordamerika

Die Verkäufe in Nordamerika sanken trotz des guten Ergebnisses mit lokalen und regionalen Kunden um 1.6% auf vergleichbarer Basis. Neue Geschäftsabschlüsse und das Wachstum des bestehenden Geschäfts in den Segmenten Getränke, kulinarische Aromen und Snacks wurden durch die schwierigeren Marktbedingungen im Bereich Milchprodukte geschmälert.

Lateinamerika

Die Verkäufe in Lateinamerika verbesserten sich um 19.2% auf vergleichbarer Basis, wobei alle Märkte und Segmente in der Region ein starkes Ergebnis erzielten. Das starke zweistellige Volumenwachstum wurde von Mexiko und Kolumbien angeführt und durch die gute Verkaufsdynamik in Brasilien und Argentinien zusätzlich unterstützt. Auf Segmentebene wurde das Wachstum von neuen Geschäftsabschlüssen in den Bereichen Getränke, Snacks und Milchprodukte angetrieben.

Generalversammlung 2020

An der Generalversammlung vom 25. März 2020 stellen sich alle derzeitigen Mitglieder des Verwaltungsrates zur Wiederwahl. Ausserdem wird der Verwaltungsrat der Generalversammlung der Aktionäre am 25. März 2020 vorschlagen, Olivier Filliol und Sophie Gasperment als neue Verwaltungsratsmitglieder zu wählen; Olivier Filliol mit Wirkung ab dem Datum der Generalversammlung der Aktionäre und Sophie Gasperment mit Wirkung ab dem 1. September 2020. Alle Verwaltungsratsmitglieder werden für den Zeitraum bis zum Ende der Generalversammlung 2021 gewählt.

Den integrierten Geschäftsbericht 2019 finden Sie unter www.givaudan.com – investors – online annual report – download centre. Weitere Informationen und Abgleichungen der alternativen Leistungsmessgrössen (Alternative Performance Measures) des Konzerns finden Sie im Anhang des 2019 Financial Report.

Eine Telefonkonferenz wird heute am 24. Januar 2020 um 15.00 Uhr (MEZ) auf www.givaudan.com [übertragen](#).

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 zwölf Monate nach dem Zeitpunkt ihrer Akquisition).
2. EBITDA (Earnings Before Interest (and other financial income [expense], net), Tax, Depreciation and Amortisation) wird definiert als Gewinn vor Zinsen (und sonstigem finanziellem Einkommen und Aufwand), Steuern, Abschreibungen und Amortisationen. Dies entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen, Amortisationen sowie der Wertminderung von langlebigen Vermögensgegenständen.
3. Der freie Cashflow (Free Cash Flow, FCF) ist der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen, Zins- und Leasingzahlungen.
4. Das vergleichbare EBITDA ist das ausgewiesene EBITDA, das um wesentliche einmalige Posten bereinigt wurde, die sich auf das Verständnis der zugrunde liegenden üblichen Geschäftstätigkeit auswirken.



Genf, 24. Januar 2020

5. Die Übernahme von IFRS 16 "Leasingverhältnisse" wirkt sich auf den Konzern wie folgt aus:

In Millionen CHF	2019			
	EBITDA	Netto- verschuldung	Ver- schuldungsgrad	FCF
Wie zum 31. Dezember 2019 ausgewiesen	1'275	3'679	47%	787
In % der Verkäufe	20.6%			12.7%
Auswirkung der Übernahme von IFRS 16:				
- Anstieg des EBITDA	0.6%			
- Anstieg der Nettoverschuldung / des Verschuldungsgrades		441	3%	
Wie vor der Übernahme von IFRS 16 ausgewiesen	20.0%	3'238	44%	12.7%

6. Der Verschuldungsgrad wird definiert als die Nettoverschuldung dividiert durch die Summe von Nettoverschuldung und Eigenkapital (gemäss der Definition für den Verschuldungsgrad).

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations

T +41 22 780 90 53

E peter_b.wullschleger@givaudan.com