



Verkäufe Januar – September 2009: Weitere Zunahme des Verkaufsmomentums

Genf, 9. Oktober 2009 – Das Verkaufsmomentum von Givaudan gewinnt mit einem Wachstumsplus in den letzten beiden Quartalen gegenüber dem Vorjahr weiter an Schwung. Die Verkäufe in den ersten neun Monaten erreichten insgesamt CHF 3'025.5 Millionen, was einem Wachstum von 0.4% in Lokalwährungen und einem Rückgang um 3.9% in Schweizer Franken entspricht. Ohne den Einfluss des veräusserten Geschäfts in der Division Aromen stiegen die Verkäufe in Lokalwährungen um 0.6%.

Givaudan ist weiterhin zuversichtlich, dass der Konzern 2009 aufgrund seiner soliden Projektpipeline und jüngster neuer Geschäftsabschlüsse ein stärkeres Wachstum als der Gesamtmarkt erzielen wird.

Die Integrationserfolge mit Quest haben Givaudans einzigartige Plattform für beschleunigtes Wachstum und Performancesteigerungen gestärkt. Givaudan konzentriert sich weiter auf ihre Wachstumsinitiativen, um ihren Marktanteil in Schwellenländern und wichtigen Marktsegmenten weiter zu steigern.

Das Unternehmen geht davon aus, dass es bis 2010 das angekündigte Einsparungsziel von CHF 200 Millionen und somit auch das vor der Akquisition bestehende Niveau der EBITDA-Marge von 22.7% erreichen kann.

Verkäufe Januar – September

in Mio. CHF	2009	2008	Veränderung in %		
			in CHF	in Lokalwährungen	in Lokalwährungen, ohne Einfluss der Veräusserung
Division Riechstoffe	1'387.6	1'462.7	-5.1%	-0.4%	-0.4%
Division Aromen	1'637.9	1'686.2	-2.9%	1.1%	1.5%
Total	3'025.5	3'148.9	-3.9%	0.4%	0.6%

Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe verzeichnete in den ersten neun Monaten ein Verkaufsvolumen von CHF 1'387.6 Millionen, was einem Minus von 0.4% in Lokalwährungen und 5.1% in Schweizer

Franken entspricht. Die im zweiten Quartal beobachtete Erholung der Verkäufe setzte sich im dritten Quartal mit einem Zuwachs von 3.1% in Lokalwährungen fort. Alle Segmente verzeichneten im dritten Quartal 2009 ein positives Wachstum.

Luxusparfümerie

Die Verkäufe im Luxusparfümeriegeschäft zeigten weiterhin einen Aufwärtstrend und lagen im dritten Quartal leicht über den starken Vergleichszahlen des Vorjahresquartals. Die Regionen Lateinamerika und Asien-Pazifik verzeichneten erneut ein starkes zweistelliges Wachstum. In Europa und Nordamerika stiegen die Verkäufe dank neuer Geschäftsabschlüsse mit Schlüsselkunden und besserer Verkäufe bei den bestehenden Produkten.

Konsumgüter

Der Geschäftsbereich Konsumgüter erzielte in den ersten neun Monaten ein gutes Wachstum, was auf ein anhaltendes zweistelliges Verkaufswachstum in den Märkten der Schwellenländer zurückzuführen war. Die Verkaufszahlen in den reifen Märkten lagen unter Vorjahresniveau.

Die Region Asien-Pazifik erreichte in allen Kundensegmenten ein erfreuliches Wachstum, dies dank neuer Geschäftsabschlüsse und eines Wachstums im bestehenden Geschäft. Insbesondere Indonesien und die Philippinen erzielten einen hervorragenden Verkaufszuwachs. Lateinamerika verzeichnete in allen Kundensegmenten ein starkes zweistelliges Wachstum, wobei Brasilien und Argentinien hervorragende Wachstumszahlen vorweisen konnten. In Europa, Afrika und im Nahen Osten fielen die Verkäufe trotz Zuwächsen im zweiten und dritten Quartal gegenüber den starken Vorjahreszahlen niedriger aus. Die Verkäufe bei den lokalen und regionalen Kunden in den Schwellen- sowie den reifen Märkten dieser Region legten zu. In Nordamerika fielen die Verkaufszahlen unter das Vorjahresniveau, vor allem bedingt durch die Schwäche des Luftpflegesegments.

Weltweit erzielten die Segmente Gewebe- und Mundpflege das beste Ergebnis, gefolgt vom Segment Körperpflege. Die Verkäufe in der Sparte Haushaltspflege und insbesondere im Segment Luftpflege lagen trotz steigender Verkaufsergebnisse im dritten Quartal unter Vorjahresniveau.

Riechstoff-Ingredienzien

Der Geschäftsbereich Riechstoff-Ingredienzien verzeichnete im dritten Quartal starke Verkaufszahlen mit einem Wachstum im einstelligen Bereich. Der im ersten Halbjahr beobachtete Abbau von Lagerbeständen scheint abgeschlossen. Insbesondere bei den Spezialitäten-Ingredienzien erholten sich die Verkäufe. Insgesamt lagen die Verkäufe in den ersten neun Monaten jedoch weiterhin unter Vorjahresniveau.

Division Aromen

Die Division Aromen verzeichnete Verkäufe von CHF 1'637.9 Millionen, was einem Wachstum von 1.1% in Lokalwährungen und einem Rückgang um 2.9% in Schweizer Franken entspricht. Ohne den Einfluss des veräusserten Geschäfts stiegen die Verkäufe in Lokalwährungen um 1.5%. Die Verkaufsdynamik der Division gewann im dritten Quartal weiter an Schwung. Die Verkäufe erreichten einen Zuwachs von 2.9% in Lokalwährungen. In Nordamerika, Mittel- und Osteuropa litt die Verkaufsentwicklung weiterhin unter der schwachen Wirtschaftslage. In den Regionen Asien-Pazifik und Lateinamerika hingegen verzeichnete die Division ein starkes Wachstum.

Asien-Pazifik

Angetrieben durch neue Geschäftsabschlüsse stiegen die Verkäufe in der Region Asien-Pazifik im hohen einstelligen Bereich. Die Märkte der Schwellenländer erreichten zweistellige

Wachstumsraten, mit besonders hohen Verkaufszahlen in China, Indonesien und Indien. Die reifen Märkte liessen in den vergangenen Monaten Anzeichen einer Erholung erkennen. Sämtliche Segmente trugen zu einem starken Wachstum bei.

Europa, Afrika und Naher Osten

Mit der Rückkehr der entwickelten Märkte in die Wachstumszone kam es im dritten Quartal zu einem leichten Anstieg der Verkaufszahlen. Afrika und Naher Osten erzielten ein starkes Wachstum.

Nordamerika

Nordamerika verzeichnete einen Verkaufsrückgang im niedrigen einstelligen Bereich. Neue Geschäftsabschlüsse und neue Technologien in den Bereichen Süsswaren, Getränke und Milchprodukte wirkten dem Volumeneinbruch entgegen. Die schwierige Wirtschaftslage macht unseren Kunden jedoch weiterhin zu schaffen.

Lateinamerika

Lateinamerika verzeichnete ein Verkaufsplus im zweistelligen Bereich. Alle Märkte liegen über Vorjahresniveau. Brasilien, Mexiko, Argentinien und Kolumbien erzielten überaus starke Zuwächse. Die meisten Segmente erreichten ein positives Wachstum, angeführt von der Getränkesparte und dicht gefolgt von den Segmenten Milchprodukte und Kulinarische Aromen, die von neuen Geschäftsabschlüssen profitierten.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Peter Wullschleger, Givaudan Media Relations
5, chemin de la Parfumerie, CH-1214 Vernier
T +41 22 780 90 93, F +41 22 780 90 90
E-Mail: peter_b.wullschleger@givaudan.com