



Ganzjahresresultate 2008 - Givaudan erzielt unter schwierigen Bedingungen solide Ergebnisse

- Anstieg der Verkäufe um 6.7% in Lokalwährungen
- Zunahme der Verkäufe auf vergleichbarer Pro-forma-Basis um 2.5% in Lokalwährungen, unter Ausschluss der Produkterationalisierung
- Integration ist der Planung voraus, Einsparungen von CHF 140 Millionen bis Ende 2008
- Vergleichbare EBITDA-Marge von 20.6% (2007: 20.9%)
- Nettogewinn wuchs auf CHF 111 Millionen
- Gewinn pro Aktie stieg von CHF 13.12 auf CHF 15.61
- Vorgeschlagene Dividende von angestrebten CHF 20.00, zahlbar in bar und in Aktienoptionen

Genf, 17. Februar 2009. Im Jahr 2008 erzielte Givaudan einen Gesamtumsatz von CHF 4'087 Millionen, was gegenüber dem Vorjahr einem Anstieg von 6.7% in Lokalwährungen und einem Rückgang von 1.1% in Schweizer Franken entspricht. Auf einer Pro-forma-Basis und unter Ausschluss der Auswirkungen der laufenden Portfoliorationalisierung stieg der Umsatz in Lokalwährungen um 2.5%. Wird die Portfoliostraffung hingegen mit einbezogen, ergibt sich beim Pro-forma-Umsatz ein Zuwachs um 1.0% in Lokalwährungen bzw. ein Rückgang von 6.4% in Schweizer Franken.

Der Umsatz der Division Riechstoffe betrug CHF 1'898 Millionen, was gegenüber 2007 einem Plus von 7.9% in Lokalwährungen und einem Rückgang von 0.1% in Schweizer Franken entspricht. Auf einer Pro-forma-Basis und ohne den Einfluss aufgegebener Ingredienzien stieg der Umsatz in Lokalwährungen um 1.7%.

Die Division Aromen erzielte einen Umsatz von CHF 2'189 Millionen, was gegenüber dem Vorjahr einen Anstieg von 5.8% in Lokalwährungen und einen Rückgang von 2,0% in Schweizer Franken darstellt. Auf einer Pro-forma-Basis stieg der Umsatz – unter Ausschluss der Rationalisierung im Bereich Standard-Ingredienzien und der Veräusserung des Geschäfts in St. Louis – um 3.1% in Lokalwährungen.

Bruttomarge

Die Bruttogewinnmarge ging aufgrund des aussergewöhnlichen Anstiegs bei den Rohstoff-, Energie- und Transportkosten auf einer Pro-forma-Basis von 47.1% auf 45.6% zurück. Die Preise für Energie und wichtige Rohstoffe fielen zwar gegen Ende 2008 wieder, doch die Auswirkungen

dieses Preisrückgangs auf die Produktionskosten von Givaudan werden sich erst bemerkbar machen, wenn sie die globale Lieferkette vollständig durchlaufen haben.

EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen)

Der EBITDA stieg von CHF 680 Millionen im Jahr 2007 um 12.5% auf CHF 765 Millionen im Jahr 2008. Die EBITDA-Marge im Jahr 2008 betrug auf vergleichbarer Basis 20.6%, gegenüber 20.9% (auf Pro-forma-Basis) im Vorjahr. Die zusätzlichen Integrationseinsparungen in Höhe von CHF 90 Millionen im Jahr 2008 glichen den fortgesetzten Druck auf die Bruttogewinnmarge teilweise aus. Auf vergleichbarer Pro-forma-Basis ergab sich für 2008 ein EBITDA von CHF 842 Millionen, der damit unter den CHF 911 Millionen des Vorjahres lag. Dieser Rückgang war hauptsächlich auf Wechselkursentwicklungen zurückzuführen.

Betriebsgewinn

Der Betriebsgewinn erhöhte sich um 17.7% von CHF 322 Millionen im Vorjahr auf CHF 379 Millionen. Die Betriebsgewinnmarge blieb im Jahr 2008 auf vergleichbarer Basis mit 11.9% unverändert gegenüber 2007. Der vergleichbare Pro-forma-Betriebsgewinn betrug im Jahr 2008 CHF 486 Millionen und lag damit unter dem Pro-forma-Wert des Vorjahres von CHF 521 Millionen. Dies war vor allem auf Wechselkursentwicklungen zurückzuführen.

Finanzergebnis

Die Finanzierungskosten stiegen 2008 gegenüber dem Vorjahr um CHF 12 Millionen auf CHF 153 Millionen. Grund dafür war vor allem die Belastung der Gruppe durch die Finanzierungskosten für die Übernahme von Quest International über volle zwölf Monate. Der sonstige Nettofinanzaufwand betrug im Jahr 2008 CHF 71 Millionen, verglichen mit CHF 16 Millionen im Vorjahr. 2008 hatte Givaudan erhebliche Absicherungskosten sowie einige Wechselkursverluste infolge extremer Währungsschwankungen zu tragen.

Die Ertragssteuern des Konzerns lagen 2008 bei 28% des Gewinns vor Steuern, gegenüber 43% im Jahr 2007. 2007 beeinflusste eine einmalige cashneutrale Steuerberichtigung in Höhe von CHF 28 Millionen den Ertragssteuersatz. Ohne diese Berichtigung hätte der Ertragssteuersatz 26% betragen. Dieser Anstieg des zugrunde liegenden Steuersatzes war die Folge bestimmter Integrationskosten, welche 2008 in verschiedenen Steuergebieten anfielen.

Konzerngewinn

In effektiven Zahlen stieg der Konzerngewinn um 19.4% von CHF 93 Millionen im Jahr 2007 auf CHF 111 Millionen im Jahr 2008. Dies entspricht 2.7% des Umsatzes im Jahr 2008, im Vergleich zu 2.3% im Jahr 2007. Der Gewinn pro Aktie stieg 2008 von CHF 13.12 im Vorjahr auf CHF 15.61. Berichtigt um den Integrationsaufwand und die Amortisation von immateriellen Anlagewerten würde 2008 der Gewinn pro Aktie CHF 51.20 betragen.

Cashflow

Givaudan hat einen operativen Cashflow von CHF 541 Millionen erwirtschaftet, was einem Zuwachs von CHF 9 Millionen gegenüber 2007 entspricht. Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen beliefen sich auf CHF 194 Millionen und waren damit gegenüber 2007 unverändert. Dabei handelte es sich vor allem um Investitionen zur Integration des Quest-Geschäfts. Das Unternehmen schloss die Investition in das Kreationszentrum für Konsumprodukte in den USA ab und erwarb ein zuvor geleastes Gebäude in Paris. In den Erwerb immaterieller Anlagewerte wurden 2008 CHF 76 Millionen investiert, ein grosser Teil davon in das SAP-basierte ERP-Projekt des Unternehmens. In Frankreich, der Schweiz und Deutschland wurde die SAP-Implementierung abgeschlossen, so dass inzwischen 35% der geplanten Endanwender mit dem System arbeiten können. Der operative Cashflow nach Investitionen lag im Jahr 2008 bei CHF 271 Millionen.

Das Cashflow-Management im Laufe des Jahres führte dazu, dass das Unternehmen seine Nettoverschuldung von CHF 2'621 Millionen im Jahr 2007 auf CHF 2'438 Millionen im Jahr 2008 reduzieren konnte.

Dividende

Der Verwaltungsrat wird der Ordentlichen Generalversammlung vom 26. März 2009 vorschlagen, den Aktionären einen Gesamtbetrag von angestrebten CHF 20 je Aktie auszuschütten. Die Ausschüttung wird aus einer Barausschüttung von CHF 10.00 und der Ausgabe einer Aktienoption pro Aktie bestehen. Eine bestimmte Anzahl an Aktienoptionen (das genaue Verhältnis muss noch festgelegt werden) wird das Recht verleihen, durch Zahlung des Ausübungspreises, der nicht weniger als 50% des Aktienpreises zum Zeitpunkt der Ausgabe der Optionen betragen soll, eine Aktie der Givaudan SA zu beziehen. Die Optionen werden für einen begrenzten Zeitraum an der SIX Swiss Exchange gehandelt. Weitere Informationen werden zusammen mit der Einladung zur Ordentlichen Generalversammlung versandt.

Integration von Quest International

Nach dem Abschluss der ersten Integrationsphase, in der es vorwiegend um die kommerzielle Integration ging, hat Givaudan weitere Fortschritte bei der komplexeren Konsolidierung seiner Betriebsstätten gemacht. Insbesondere im Hinblick auf das globale Standortnetzwerk des Unternehmens kamen im Jahr 2008 viele Projekte zu einem erfolgreichen Abschluss, welche die Strategien für zukünftiges Wachstum unterstützen.

In der Division Riechstoffe wurde das bestehende Kreationszentrum in Nordamerika an einen neuen, grösseren Standort in East Hanover, New Jersey, USA, verlagert, der über bessere Einrichtungen für Verbrauchertests verfügt. In Europa haben wir unser Kreationszentrum in Argenteuil, Frankreich ausgebaut und wir werden im Jahr 2009 alle Kreativektivitäten dort konzentrieren.

Die früheren US-Aktivitäten von Quest zur Herstellung von Riechstoffen wurden in einer erweiterten Produktionsstätte in Mount Olive, New Jersey, konsolidiert. Am Produktionsstandort für chemische Ingredienzien in Perdo Escobedo, Mexiko, wo die Produktion bereits begonnen hat, wurde die erste Investitionsphase abgeschlossen. Die Produktionsanlage für Riechstoff-Ingredienzien in Lyon, Frankreich, wird Ende März 2009 geschlossen.

In der Division Aromen wurde die Produktion am Standort Pedro Escobedo in Mexiko eingestellt und an den erweiterten Standort Cuernavaca verlagert. Als weitere Massnahmen im Rahmen des Integrationsplans hat Givaudan infolge des Ausbaus der US-Produktionsstandorte in Devon und East Hanover die Schliessung seiner Produktionsstätte in Owings Mills, USA, angekündigt. In den Entwicklungsmärkten wurde die Produktionskapazität in Indonesien ausgeweitet. Zudem hat Givaudan in Shanghai in den Ausbau ihres wissenschaftlichen und technologischen Labors investiert.

Ausblick

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

Die Integrationserfolge haben Givaudans einzigartige Plattform für beschleunigtes Wachstum und Performancesteigerung gestärkt. Das Unternehmen geht davon aus, dass das angekündigte Einsparungsziel von CHF 200 Millionen bis 2010 erreicht wird und somit auch die angestrebte

EBITDA-Marge von 22.7% von vor der Akquisitionen bis 2010 realisiert werden kann.

Givaudan konzentriert sich in einem schwierigen Umfeld weiter auf seine Wachstumsinitiativen, um seinen Marktanteil in Entwicklungsmärkten und wichtigen Marktsegmenten in den nächsten fünf Jahren zu steigern.

Kennzahlen (aktuell)

in Mio. CHF	2008	2007
ausser Daten zum Aktienpreis		
Verkäufe	4'087	4'132
Verkäufe Riechstoffe	1'898	1'899
Verkäufe Aromen	2'189	2'233
Bruttogewinn	1'862	1'941
<i>in % des Umsatzes</i>	45.6%	47.0%
EBITDA ¹⁾	765	680
<i>in % des Umsatzes</i>	18.7%	16.5%
Betriebsgewinn	379	322
<i>in % des Umsatzes</i>	9.3%	7.8%
Konzerngewinn	111	93
<i>in % des Umsatzes</i>	2.7%	2.3%
Gewinn pro Aktie (unverwässert)	15.61	13.12

in Mio. CHF	31.12.08	31.12.07
<i>Umlaufvermögen</i>	2'180	2'242
<i>Anlagevermögen</i>	4'817	5'655
Vermögenswerte insgesamt	6'997	7'897
<i>Kurzfristige Verbindlichkeiten</i>	1'109	1'013
<i>Langfristige Verbindlichkeiten</i>	3'795	4'202
<i>Eigenkapital</i>	2'093	2'682
Verbindlichkeiten und Eigenkapital gesamt	6'997	7'897

1) EBITDA: Ergebnis vor Zinsen (und sonstigen finanziellem Einkommen), Steuern und Abschreibungen. Das entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen und der Wertminderung langlebiger

Vermögensgegenstände.

Pro-forma-Kennzahlen im Vergleich zu 2007¹⁾

in Mio. CHF	2008	2007 ¹⁾
Verkäufe	4'087	4'366
Verkäufe Riechstoffe	1'898	2'027
Verkäufe Aromen	2'189	2'339
Bruttogewinn	1'862	2'057
<i>in % des Umsatzes</i>	45.6%	47.1%
EBITDA auf vergleichbarer Basis ^{2) 3)}	842	911
<i>in % des Umsatzes</i>	20.6%	20.9%
EBITDA ²⁾	765	911
<i>in % des Umsatzes</i>	18.7%	20.9%
Betriebsgewinn auf vergleichbarer Basis ³⁾	486	521
<i>in % des Umsatzes</i>	11.9%	11.9%
Betriebsgewinn	379	521
<i>in % des Umsatzes</i>	9.3%	11.9%

1) Auf einer bereinigten Proforma-Basis erstellt, die der gemeinsamen Geschäftstätigkeit von Givaudan und Quest International über die jeweiligen Zeiträume bis zum 31. Dezember 2007 entspricht, ausgenommen einmalige, durch den Zusammenschluss mit Quest International entstandene Ausgaben, die Kosten für die Umstrukturierung und die Kosten durch die Handhabung der Transaktion seitens der Buchhaltung, davon ausgehend, dass der Zusammenschluss ab dem 1. Januar 2007 in Kraft sei.

2) EBITDA: Ergebnis vor Zinsen (und sonstigen finanziellem Einkommen), Steuern und Abschreibungen. Das entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen und der Wertminderung langlebiger Vermögensgegenstände.

3) In dem auf vergleichbarer Basis ausgewiesenen EBITDA und Betriebsgewinn für 2007 und 2008 sind die akquisitionsbedingten Restrukturierungskosten nicht enthalten (2007 zusätzlich nicht akquisitionsbedingte Restrukturierungskosten).

Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe erreichte einen Umsatz von CHF 1'898 Millionen, was einem Wachstum von 7.9% in Lokalwährungen und einem Rückgang von 0.1% in Schweizer Franken entspricht. Auf Pro-forma-Basis und unter Ausschluss der Auswirkungen aufgegebener Ingredienzen resultierte ein Plus von 1.7% in Lokalwährungen und ein Rückgang von 6.1% in Schweizer Franken. Die Rationalisierung von Riechstoff-Ingredienzen mit geringerer Wertschöpfung hatte einen

Gesamteffekt von CHF 14 Millionen. Unter Berücksichtigung dieses Effekts ergibt sich beim Pro-forma-Umsatz ein Zuwachs um 1.0% in Lokalwährungen bzw. ein Rückgang von 6.4% in Schweizer Franken.

Das solide Ergebnis wurde getragen durch das über dem Marktdurchschnitt liegende Wachstum im Bereich Luxusparfümerie, der ein ausgezeichnetes zweites Halbjahr verzeichnete, sowie das gute Wachstum bei den Spezialitäten-Ingredienzien und im Geschäftsbereich Konsumgüter.

Der EBITDA stieg von CHF 288 Millionen im Jahr 2007 auf CHF 348 Millionen im Jahr 2008 – ein Zuwachs von 20.8%. Die EBITDA-Marge stieg auf vergleichbarer Basis im Jahr 2008 auf 21.1% an, gegenüber 20.7% (auf Pro-forma-Basis) im Vorjahr. Die zunehmenden Integrationeinsparungen im Jahr 2008 glichen den fortgesetzten Druck auf die Bruttogewinnmarge aus. Auf vergleichbarer Pro-forma-Basis ergab sich für 2008 ein EBITDA von CHF 400 Millionen, der damit hinter den CHF 420 Millionen des Vorjahres zurückblieb.

Der Betriebsgewinn erhöhte sich um 29.7% von CHF 118 Millionen im Vorjahr auf CHF 153 Millionen. Die Betriebsgewinnmarge stieg im Jahr 2008 auf vergleichbarer Basis auf 12.1%, im Vergleich zu 11.5% im Jahr 2007. Der vergleichbare Pro-forma-Betriebsgewinn betrug im Jahr 2008 CHF 230 Millionen und lag damit unter dem Pro-forma-Wert des Vorjahres von CHF 234 Millionen.

Bis zum Jahresende schloss die Division die Zusammenlegung sämtlicher Kreative-, Technologie- und Applikationszentren von Givaudan und dem ehemaligen Unternehmen Quest International in allen wichtigen Märkten ab. Es wurden erhebliche Investitionen getätigt, um das europäische Kreativezentrum für Konsumprodukte in Argenteuil, Frankreich, weiter auszubauen.

Das neue Kreativezentrum für Konsumprodukte in East Hanover, New Jersey, war Ende 2008 vollständig betriebsbereit. Diese neue Einrichtung erweitert die Evaluations-, Labor- und Forschungskapazitäten von Givaudan in Nordamerika erheblich.

Die erste Phase des Ausbaus der Produktionsstätte im US-amerikanischen Mount Olive wurde im Juni abgeschlossen. In der zweiten Phase, die für Mitte 2009 geplant ist, wird Givaudan seine gesamte Produktion von Riechstoffen in Nordamerika konsolidieren. Im Zuge der Strategie zur Schaffung einer wettbewerbsfähigen Ingredienzienpalette für Parfümeure wurde im Oktober die Schliessung des Produktionsstandorts für Standard-Ingredienzien in Lyon, Frankreich, bekannt gegeben, die bis Ende März 2009 abgeschlossen sein soll.

Division Aromen

Die Division Aromen verzeichnete einen Umsatz von CHF 2'189 Millionen, was einem Wachstum von 5.8% in Lokalwährungen und einem Rückgang von 2.0% in Schweizer Franken entspricht. Auf einer Pro-forma-Basis stieg der Umsatz – unter Ausschluss der Aufgabe von Standard-Ingredienzien und der Veräusserung des Geschäfts in St. Louis – um 3.1% in Lokalwährungen. Alle Regionen verzeichneten 2008 ein gutes Umsatzwachstum durch neue Geschäftsabschlüsse in allen Segmenten.

Unter Einbeziehung der Effekte aus der Aufgabe bestimmter Standard-Ingredienzien war ein Pro-forma-Umsatzanstieg von 1.0% in Lokalwährungen bzw. ein Rückgang von 6.4% in Schweizer Franken zu verzeichnen. Die Gesamtauswirkungen aus der Rationalisierung von Aroma-Ingredienzien mit geringerer Wertschöpfung und der Veräusserung der Produktionsstätte in St.

Louis, USA, im Februar 2008 betrug CHF 47 Millionen.

Trotz der ungünstigen wirtschaftlichen Bedingungen stieg der Umsatz in den reifen Märkten Europas und Nordamerikas aufgrund sehr guter Zuwächse beim Neugeschäft. Die Umsätze stiegen in allen Segmenten, angeführt vom zweistelligen Wachstum im Bereich Snacks und hohen einstelligen Zuwächsen in den Segmenten Kulinarische Aromen und Milchprodukte.

Die Segmente Food Service sowie Gesundheit und Wellness verzeichneten ein starkes zweistelliges Wachstum, das in Einklang mit der Wachstumsinitiative der Division stand.

Der EBITDA stieg von CHF 392 Millionen im Jahr 2007 um 6.4% auf CHF 417 Millionen im Jahr 2008. Die EBITDA-Marge auf vergleichbarer Basis war 20.2% im Jahr 2008, gegenüber 21.0% (auf Pro-forma-Basis) im Vorjahr. Auf vergleichbarer Pro-forma-Basis ergab sich für 2008 ein EBITDA von CHF 442 Millionen, der damit hinter den CHF 491 Millionen der Vorjahresperiode zurückblieb.

Der Betriebsgewinn erhöhte sich um 10.8% von CHF 204 Millionen im Vorjahr auf CHF 226 Millionen. Die Betriebsgewinnmarge ging im Jahr 2008 auf vergleichbarer Basis auf 11.7% zurück, im Vergleich zu 12.3% im Jahr 2007. Der vergleichbare Pro-forma-Betriebsgewinn betrug im Jahr 2008 CHF 256 Millionen und lag damit unter dem Pro-forma-Wert des Vorjahres von CHF 287 Millionen.

Im Laufe des Jahres 2008 konzentrierte sich die Division Aromen darauf, im Rahmen ihres Programms TasteEssentials™ gängige und universell beliebte Aromen für Zitrus, Vanille und Huhn auf den Markt zu bringen. Dieses Ziel wurde dank innovativer Verbraucherbeforschung und 2008 eingeführter neuartiger Ingredienzien erreicht. Givaudan konnte damit seine globale Führungsposition in diesen Aromen-Gruppen unter Beweis stellen.

Es wurden zudem neue, innovative Ingredienzien entwickelt, mit denen Aromatiker anspruchsvolle Aromaprofile für Milchprodukte, Tee und Kaffee schaffen können, die sich durch verbesserten Geschmack, hohe Authentizität und Stabilität sowie Kosteneffizienz auszeichnen. Die Produktlinie SunThesis™ für Zitrus-Aromen bietet kostengünstige, authentische, natürliche Ersatzstoffe für Zitronenöle, nachdem die Preise 2008 aufgrund weltweiter Knappheit in die Höhe schnellten.

Fortgesetzte Investitionen in TasteSolutions™, mit denen sich der Salzgehalt reduzieren, Süsse verstärken und Bitterkeit maskieren lässt, führten zur Einführung bahnbrechender Aromensysteme. Daraus resultierte ein zweistelliger Umsatzzuwachs im strategischen Bereich der Gesundheits- und Wellness-Anwendungen.

Das Programm CulinaryTrek™ für Huhn-Aromen wurde auf der Grundlage einer eigenen globalen ethnografischen Studie in zehn reifen und sich entwickelnden Märkten durchgeführt. Durch die Verbindung des hierbei gewonnenen Konsumentenverständnisses mit sensorischer Forschung und Technologie konnten in der Folge neue Aromen entwickelt werden. Das Programm trägt somit dazu bei, den Wettbewerbsvorsprung von Givaudan in diesem Bereich weiter auszubauen.

Im Jahr 2008 fand in Spanien die globale Veranstaltung ChefsCouncil™ der Division Aromen statt, die im Entwicklungszentrum des El Bulli, einem der weltweit angesehensten Restaurants, abgehalten wurde. Ein weiteres Highlight war ein TasteTrek™-Projekt für Zitrusaromen, das in Partnerschaft mit der University of California, Riverside, durchgeführt wurde. Die Universität verfügt über die weltweit grösste Sammlung von Zitrusfrüchten und ist ein wichtiger strategischer Verbündeter von Givaudan. Im letzten Quartal 2008 brachte die Division in Europa ihre Produktreihe ByNature™ mit natürlichen Fleisch- und Geflügelaromen auf den Markt, um die zunehmende Kundennachfrage zu befriedigen. Das bahnbrechende Produktportfolio EverCool™

(Minze und Stoffe mit kühlender Wirkung), das auf patentierten Methoden zur Aromenentwicklung und molekularbiologischer Technologie aufbaut, hat sich in der Anwendung für Kaugummi hervorragend bewährt. Dieser wichtige Erfolg festigt die Führungsposition von Givaudan im Bereich von Stoffen mit kühlenden Eigenschaften.

Aromenabgabesysteme spielen eine entscheidende Rolle bei der Verbesserung der Geschmackperformance in Nahrungsmittel- und Getränkeanwendungen. Mit dem vereinten Know-how von Givaudan und dem früheren Unternehmen Quest wurde PureDelivery™ lanciert, ein Portfolio branchenführender Aromenabgabelösungen.

Am Nachmittag des heutigen 17. Februar 2009 wird um 15.00 MEZ auf der Website von Givaudan unter <http://www.givaudan.com> eine Konferenzschaltung übertragen.

Available Documents and Links:

[Annual & Financial Report 2008](#)

[Full Year 2008 Results Presentation](#)

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