



Ganzjahresresultate 2006 - Weiterhin führende Position in der Parfum- und Aromenindustrie

- Verkäufe von CHF 2.909 Milliarden, Wachstum von 3.5% in Lokalwährungen
- Bruttogewinn von CHF 1.436 Milliarden, Bruttogewinnmarge von 49.4%
- Verbesserter Betriebsgewinn von CHF 550 Millionen auf vergleichbarer Basis
- Konzerngewinn von CHF 412 Millionen
- Gewinn pro Aktie von CHF 58.62
- Dividende von CHF 18.80 pro Aktie vorgeschlagen (Vorjahr CHF 17.60), Zuwachs 7%

Genf, Schweiz, 20. Februar 2007. Im Berichtsjahr erzielte Givaudan einen Gesamtumsatz von CHF 2.909 Milliarden, was einem Wachstum von 4.7 % in Schweizer Franken und 3.5 % in Lokalwährungen entspricht. Trotz der anhaltenden Produkte-Rationalisierung im Bereich Standardingredienzien, lagen die Wachstumsergebnisse des Unternehmens im sechsten Jahr in Folge über dem Marktdurchschnitt. Die Rationalisierung schlug sich auf die Verkäufe mit CHF 33 Millionen nieder. Abzüglich dieses Streamlining-Effekts hätte das Wachstum in Lokalwährungen bei 4.9 % gelegen.

Die Division Riechstoffe verbuchte einen Umsatz von CHF 1.223 Milliarden; dies entspricht einem Zuwachs um 8.2 % in Schweizer Franken und 6.9 % in Lokalwährungen. Ursache hierfür war die gute Leistung in den Kerngeschäften Luxusparfümerie, Konsumgüter und Riechstoffspezialitäten. Nach der schwachen Entwicklung im letzten Jahr, wuchs die Luxusparfümerie zweistellig. Konsumgüter wuchsen erneut signifikant über dem Markt. Bei den Riechstoff-Ingredienzien wurde die Produkterationalisierung fortgesetzt und die Spezialitäten verzeichneten wiederum ein zweistelliges Wachstum.

Die Division Aromen verzeichnete einen Umsatz von CHF 1.686 Milliarden; dies entspricht einem Zuwachs von 1.2 % in Lokalwährungen und 2.4 % in Schweizer Franken. Die Rationalisierung der Standard-Ingredienzien wirkte sich mit CHF 16 Millionen auf die Aromaverkäufe aus, hauptsächlich in Nordamerika und in Europa, Afrika und im Nahen Osten (EAME). Ohne diesen Effekt hätte das zugrunde liegende Umsatzwachstum bei 2.3 % in Lokalwährungen gelegen. Lateinamerika, EAME und China verzeichneten auch weiterhin ein starkes Wachstum, während die Umsätze in den gesättigten Märkten Nordamerika und Japan zurückgingen. Die Segmente Süsswaren, Milchprodukte und kulinarische Aromen wiesen ein solides Wachstum aus, während das Getränke-segment vor allem in Nordamerika und Japan unter einem Rückgang litt.

Die Bruttomarge konnte 2006 erneut verbessert werden; sie stieg von 48.9 % im Vorjahr auf 49.4 %. Diese solide Leistung unterstreicht erneut die Fähigkeit des Unternehmens, seine Kosten durch Erhöhung der Produktivität und der Effizienz in der Versorgungskette zu reduzieren und den

zunehmenden Preisdruck bei verschiedenen Rohstoffen erfolgreich zu kompensieren. Der Nettogewinn der Gruppe nach Steuern stieg im Vergleich zum bereits sehr starken Vorjahresergebnis noch einmal um 1.5% auf CHF 412 Millionen. Der Gewinn pro Aktie stieg aufgrund der niedrigeren Anzahl ausstehender Aktien und des höheren Nettogewinns von CHF 56.57 auf CHF 58.62. Mit einem Jahresendergebnis von CHF 449 Millionen erwirtschaftete Givaudan 2006 erneut einen soliden Cashflow. Der Eigenkapitalanteil stieg weiter auf 59%.

Der Verwaltungsrat wird der nächsten Generalversammlung am 30. März 2007 in Genf vorschlagen, die ordentliche Dividende von CHF 17.60 für das Jahr 2006 auf CHF 18.80 anzuheben. Somit kann das Unternehmen seine Dividende seit seinem Börsengang im Jahr 2000 zum sechsten Mal in Folge erhöhen.

2006 wurden mehrere Initiativen und Projekte gestartet, um Givaudans Marktposition weiter auszubauen. Im Juli haben beide Divisionen neue Wachstumsstrategien (Accelerated Sales Growth Strategies) vorgestellt. Das Management von Givaudan hat in strategischen Bereichen spezifische Wachstumsmöglichkeiten identifiziert und in der Zwischenzeit bereits entsprechende Initiativen gestartet, um diese zusätzlichen Potenziale auszuschöpfen. Während seiner Sitzungen im Jahr 2006 hat der Verwaltungsrat umfassend verschiedene Optionen analysiert und diskutiert, wie die auf rentables organisches Wachstum ausgerichtete Strategie Givaudans durch wertsteigernde Akquisitionen ergänzt werden kann. Dies resultierte in der am 22. November 2006 angekündigten Übernahme von Quest International, einer Division von ICI Plc. Die Übernahme stimmt mit der auf organisches Wachstum ausgerichteten Strategie überein, und bietet Givaudan gute Möglichkeiten, seine Wachstumspläne noch schneller umzusetzen.

Givaudan ist ausgezeichnet positioniert - in einem Übergangsjahr - ein weiteres gutes Resultat zu erzielen.

Kennzahlen 2006

in Millionen CHF ausser Gewinn pro Aktie	2006	2005
Verkäufe Konzern	2,909	2,778
Riechstoffe	1,223	1,131
Aromen	1,686	1,647
Bruttogewinn	1,436	1,359
<i>in % der Verkäufe</i>	49.4	48.9
EBITDA vergleichbarer Basis ¹⁾³⁾	660	640
<i>in % der Verkäufe</i>	22.7	23.0
EBITDA ¹⁾	628	640
<i>in % der Verkäufe</i>	21.6	23.0
Betriebsgewinn, vergleichbare basis ²⁾	550	534
<i>in % der Verkäufe</i>	18.9	19.2
Betriebsgewinn	514	513
<i>in % der Verkäufe</i>	17.7	18.5
Konzerngewinn	412	406
<i>in % der Verkäufe</i>	14.2	14.6
Gewinn pro Aktie, unverwässert, CHF	58.62	56.57

In Millionen CHF	31 Dezember 2006	31 Dezember 2005
Umlaufvermögen	1,920	1,723
Anlagevermögen	2,780	2,793
Total Aktiven	4,700	4,516
Kurzfristiges Fremdkapital	619	763
Langfristiges Fremdkapital	1,285	1,316
Eigenkapital	2,796	2,437
Total Passiven und Eigenkapital	4,700	4,516

1) EBITDA: Earnings Before Interest (and other financial income), Tax, Depreciation and Amortisation. Entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf Sachanlagen und immateriellen Anlagen sowie Wertminderungen von langlebigen Vermögenswerten.

2) Der vergleichbare Betriebsgewinn 2006 schliesst folgende Kosten aus: Restrukturierungskosten, Wertminderung von langlebigen Vermögenswerten, eine einmalige Einnahme durch Landverkauf und die Nettokosten für die Butteraromen-Gerichtsfälle.

Der vergleichbare Betriebsgewinn 2005 schliesst die Wertminderung von langlebigen Vermögenswerten aus.

3) Der vergleichbare EBITDA 2006 schliesst folgende Kosten aus: Restrukturierungskosten, eine einmalige Einnahme durch Landverkauf und die Nettokosten für die Butteraromen-Gerichtsfälle.

Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe erzielte einen Umsatz von CHF 1.223 Milliarden; dies entspricht einem Zuwachs von 6.9 % in Lokawährungen und 8.2% in Schweizer Franken. Dieses Ergebnis ist auf die guten Leistungen aller drei Hauptgeschäftsbereiche zurückzuführen: Luxusparfümerie, Konsumgüter und Riechstoff-Ingredienzien.

Nach dem stagnierenden Vorjahr verzeichneten die Verkaufszahlen in der Luxusparfümerie ein zweistelliges Wachstum. Die Ergebnisse der Konsumgütersparte lagen deutlich über dem Marktdurchschnitt. Im Bereich Riechstoff-Ingredienzien wurde die Ingredienzien-Produktion weiter rationalisiert, während die Spezialitäten ein zweistelliges Wachstum lieferten.

Der Betriebsgewinn der Division stieg auf CHF 195 Millionen, so dass die operative Marge von 14.2% im Jahr 2005 auf 15.9% stieg. Der günstige Produktemix wirkte sich dank der gestiegenen Umsatzanteil der Bereiche Luxusparfümerie und Riechstoff-Ingredienzien positiv auf die operative Marge aus. Darüber hinaus konnte durch das gestiegene Volumen ein grösserer Anteil der festen Produktionskosten kompensiert werden. Diese positiven Ergebnisse kompensierten zum Teil die weiter gestiegenen Rohstoffpreise, den Preisdruck durch die Kunden sowie die zur Sicherung des ausgezeichneten Wachstumskurses getätigten höheren Investitionen in die Bereiche Marketing und Produktentwicklung.

2006 wurden erhebliche Investitionen getätigt, um den Automatisierungsgrad und die Kapazitäten der Mischanlagen weiter zu erhöhen. Dies wird es Givaudan ermöglichen, ihre in der Industrie einzigartige Servicequalität aufrechtzuerhalten. Die Produktionsanlagen in Mount Olive (USA) wurden ausgebaut und zusätzliche Mischroboter installiert. In Vernier (Schweiz) wurde ein Mischbehälter mit dem branchenweit grössten Fassungsvermögen installiert. Das Parfüm-Kreativteam erhielt Verstärkung von Studierenden, die die Parfümerieschule von Givaudan absolviert haben. Im Herbst startete ein neues Drei-Jahres-Programm mit vielversprechenden jungen Talenten, einem der Grundsteine für den anhaltenden zukünftigen Erfolg.

Division Aromen

2006 verbuchte die Division Aromen einen Umsatz von CHF 1.686 Milliarden; dies entspricht einem Zuwachs von 1.2 % in Lokalwährungen und 2.4 % in Schweizer Franken. Die Rationalisierung der Standard-Ingredienzien wirkte sich mit CHF 16 Millionen auf die Aromaverkäufe aus, hauptsächlich in Nordamerika und in Europa, Afrika und im Nahen Osten (EAME). Ohne diesen Effekt hätte das zugrunde liegende Umsatzwachstum bei 2.3 % in Lokalwährungen gelegen. Lateinamerika, EAME und China verzeichneten auch weiterhin ein starkes Wachstum, während die Umsätze in den gesättigten Märkten Nordamerika und Japan zurückgingen. Die Segmente Süsswaren, Milchprodukte und kulinarische Aromen wiesen ein solides Wachstum aus, während das Getränke-segment vor allem in Nordamerika und Japan unter einem Rückgang litt.

Der Betriebsgewinn belief sich auf CHF 319 Millionen; dies entspricht einem Rückgang der operativen Marge von 21.4% auf 18.9%. Auf vergleichbarer Basis, ohne Berücksichtigung von Restrukturierungskosten, der Wertverminderung von langlebigen Vermögenswerten, einer einmaligen Einnahme durch Landverkauf und der Nettokosten für die Butteraromen-Gerichtsfälle, verminderte sich die operative Marge von 22.6% auf 21.1%. Ursache für diese Entwicklung waren zusätzliche Ausgaben zur Finanzierung der Wachstumsstrategien der Division sowie steigende Rohstoffpreise.

Bedeutende Investitionen festigten Givaudans klare Führungsposition in der Branche. Die Einweihung des Kreative-, Technologie- und Produktionszentrums in Shanghai im November war für Givaudan ein wichtiger Meilenstein in Asien, insbesondere in dem sich rasch entwickelnden Chinesischen Markt.

Heute Nachmittag, 20. Februar 2007, wird um 15.00 Uhr CET eine Telefonkonferenz zwischen Givaudan und Analysten/Investoren auf dem Web übertragen: <http://www.givaudan.com>.

Available Documents and Links:

[Annual Report 2006](#)

[Financial Report 2006](#)

[Full Year 2006 Results Presentation](#)

Weitere Informationen bei:

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