



HALBJAHRESERGEBNISSE 2012 Gute Geschäftsdynamik mit stark verbessertem Nettogewinn

- Verkäufe von CHF 2.1 Milliarden, ein Wachstum von 6.9% in Lokalwährungen im Einklang mit der mittelfristigen Prognose
- Volle Projektpipeline und starke Geschäftsabschlussrate in allen Regionen und Segmenten
- Schwellenmärkte machen mittlerweile 43% der Verkäufe aus, Wachstum von 14% in Lokalwährungen
- Vergleichbarer EBITDA stieg um 12% auf CHF 428 Millionen
- Vergleichbare EBITDA-Marge verbesserte sich auf 20.1%
- Nettogewinn von CHF 201 Millionen, Wachstum von 68% gegenüber dem Vorjahr
- Freier Cashflow mit deutlichem Anstieg auf 5.7% der Verkäufe

Genf, 3. August 2012 – Die Gesamtverkäufe von Givaudan beliefen sich für die ersten sechs Monate des Jahres auf insgesamt CHF 2'126 Millionen, was einem Anstieg um 6.9% in Lokalwährungen und 6.0% in Schweizer Franken entspricht. Die Division Riechstoffe verzeichnete Verkäufe von CHF 994 Millionen und damit einen Zuwachs von 8.3% in Lokalwährungen und 7.2% in Schweizer Franken. Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 1'132 Millionen, was einen Anstieg von 5.6% in Lokalwährungen und 5.0% in Schweizer Franken darstellt.

Bruttomarge

Die Bruttomarge sank von 43.0% auf 42.1%. Das Unternehmen verwendete weiterhin einige Rohstoffe, die zum Höchststand des Marktes im Jahr 2011 erworben worden waren. Daneben entstanden Givaudan wie bereits angekündigt höhere Pensionskosten und Zusatzkosten im Zusammenhang mit der Inbetriebnahme der Produktionsstätte für Aromen in Makó, Ungarn.

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

Der EBITDA stieg auf vergleichbarer Basis von CHF 382 Millionen in den ersten sechs Monaten 2011 um 12.0% auf CHF 428 Millionen. Der Anstieg wurde allerdings durch höhere Pensionskosten und die Inbetriebnahme der Produktionsstätte in Makó, Ungarn, gebremst. In Lokalwährungen ergab sich auf vergleichbarer Basis ein Zuwachs des EBITDA um 12.3%. Die EBITDA-Marge erhöhte sich 2012 auf 20.1%, gegenüber 19.1% auf vergleichbarer Basis im Vorjahreszeitraum.

Betriebsgewinn

Der Betriebsgewinn stieg auf vergleichbarer Basis von CHF 231 Millionen in der Vorjahresperiode um 27.7% auf CHF 295 Millionen. In Lokalwährungen ergab sich auf vergleichbarer Basis ein Anstieg des Betriebsgewinns um 27.3%. Die Betriebsgewinnmarge nahm auf vergleichbarer Basis von 11.5% im Jahr 2011 auf 13.9% im Jahr 2012 zu.

Finanzergebnis

Die Finanzierungskosten gingen im ersten Halbjahr 2012 von CHF 39 Millionen im Vorjahreszeitraum auf CHF 35 Millionen zurück. Der übrige Nettofinanzaufwand betrug im Jahr 2012 CHF 14 Millionen, verglichen mit CHF 22 Millionen im Vorjahr, da sich die Absicherungskosten aufgrund des relativ stabilen Währungsumfelds verringerten.

Die Ertragssteuern des Konzerns lagen 2012 bei 18% des Gewinns vor Steuern, gegenüber 22% im Jahr 2011.

Konzerngewinn

Der Nettogewinn für die ersten sechs Monate des Jahres 2012 betrug CHF 201 Millionen, im Vergleich zu CHF 120 Millionen im Vorjahr. Daraus ergibt sich eine Nettogewinnmarge von 9.5%, gegenüber 6.0% im Jahr 2011. Der Gewinn pro Aktie betrug CHF 22.09, verglichen mit CHF 13.19 im Vorjahreszeitraum.

Cashflow

Givaudan erzielte in den ersten sechs Monaten 2012 einen Cashflow aus operativer Tätigkeit von CHF 263 Millionen, gegenüber CHF 50 Millionen im Jahr 2011. Dies war hauptsächlich auf einen höheren EBITDA und einen Abbau von Lagerbeständen zurückzuführen. Das prozentuale Verhältnis des Betriebskapitals zu den Verkäufen stieg leicht an, vorwiegend aufgrund der höheren Forderungen infolge des starken Verkaufswachstums.

Die Gesamtinvestitionen in Sachanlagen beliefen sich auf CHF 63 Millionen, gegenüber CHF 68 Millionen im Jahr 2011. Grösste Investition war nach wie vor die zentralisierte Produktionsstätte für Aromen in Ungarn. In den Erwerb immaterieller Anlagewerte wurden 2012 CHF 37 Millionen investiert, ein grosser Teil davon in das SAP-basierte ERP-Projekt des Unternehmens. Givaudan hat die Implementierung dieses Projekts vor Kurzem weltweit abgeschlossen.

Der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Investitionen betrug CHF 172 Millionen und lag damit über dem Vorjahreswert von CHF (51) Millionen. Der freie Cashflow, der definiert ist als der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Investitionen und Zinszahlungen, belief sich im ersten Halbjahr 2012 auf CHF 122 Millionen, gegenüber CHF (95) Millionen im Vorjahreszeitraum. Als Prozentsatz der Verkäufe betrug der freie Cashflow in den ersten sechs Monaten 2012 5.7%.

Finanzlage

Die Finanzlage von Givaudan war Ende Juni 2012 weiterhin solide. Die Nettoverschuldung stieg von CHF 1'453 Millionen im Dezember 2011 auf CHF 1'553 Millionen im Juni 2012. Diese Zunahme war in erster Linie auf die Dividendenausschüttung in Höhe von CHF 200 Millionen im ersten Quartal 2012 zurückzuführen. Der Verschuldungsgrad lag bei 31%, im Vergleich zu 29% am Jahresende 2011.

Mittelfristige Prognose

Mittelfristig sind die Hauptziele für die nächsten fünf Jahre ein organisches Wachstum von 4.5-5.5% pro Jahr, ein Marktwachstum von 2-3% sowie die weitere Eroberung von Marktanteilen. Durch die konsequente Umsetzung der 5-Säulen-Wachstumsstrategie - Schwellenmärkte, Gesundheit und Wellness, Gewinn von Marktanteilen bei ausgewählten Kunden und Segmenten, Forschung und nachhaltige Beschaffung - will Givaudan den Gesamtmarkt übertreffen, ihre branchenführende EBITDA-Marge dauerhaft sichern und gleichzeitig den freien Cashflow bis 2015 auf 14-16% der Verkäufe steigern.

Givaudan bekräftigt zudem ihre Absicht, mehr als 60% des freien Cashflows an ihre Aktionäre auszuschütten, sobald der angestrebte Verschuldungsgrad von 25% (der sich aus der Nettoverschuldung dividiert durch die Nettoverschuldung plus das gesamte Eigenkapital errechnet) erreicht ist. Das Unternehmen hat beschlossen, zur Berechnung dieser Quote jegliche Auswirkungen auf das Eigenkapital auszuschliessen, die durch die vorgeschlagenen Änderungen des Standards IAS 19 - Leistungen an Arbeitnehmer (revidierte Fassung) entstehen könnten.

Kennzahlen

Per 30. Juni abgeschlossenes Halbjahr in Millionen CHF ausgenommen Gewinn pro Aktie	HJ 2012	HJ 2011
Konzernverkäufe	2'126	2'005
Verkäufe Riechstoffe	994	927
Verkäufe Aromen	1'132	1'078
Bruttogewinn	895	862
<i>in % der Verkäufe</i>	42.1%	43.0%
EBITDA auf vergleichbarer Basis ^{1,2}	428	382
<i>in % der Verkäufe</i>	20.1%	19.1%
EBITDA ¹	428	368
<i>in % der Verkäufe</i>	20.1%	18.4%
Betriebsgewinn auf vergleichbarer Basis ²	295	231
<i>in % der Verkäufe</i>	13.9%	11.5%
Betriebsgewinn	295	215
<i>in % der Verkäufe</i>	13.9%	10.7%
Konzerngewinn	201	120
<i>in % der Verkäufe</i>	9.5%	6.0%
Gewinn pro Aktie - unverwässert (CHF)	22.09	13.19
Gewinn pro Aktie - verwässert (CHF)	21.94	13.12
Cashflow aus operativer Tätigkeit	263	50
<i>in % der Verkäufe</i>	12.4%	2.5%
Freier Cashflow	122	(95)
<i>in % der Verkäufe</i>	5.7%	(4.7)%

¹ EBITDA: **E**arnings **B**efore **I**nterest (and other financial income (expense), net), **T**ax, **D**epreciation and **A**mortisation. [Gewinn vor Zinsen (und sonstigem finanziellem Einkommen und Aufwand) Steuern, Abschreibungen und Amortisationen]. Dies entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen und der Wertminderung langlebiger Vermögensgegenstände.

² Der EBITDA auf vergleichbarer Basis schliesst akquisitionsbedingte

Restrukturierungsaufwendungen aus. Der Betriebsgewinn auf vergleichbarer Basis schliesst akquisitionsbedingte Restrukturierungsaufwendungen und die Wertminderung langlebiger Vermögensgegenstände aus.

in Millionen CHF ausgenommen Anzahl Mitarbeitende	30. Juni 2012	31. Dezember 2011
<i>Umlaufvermögen</i>	2'225	2'469
<i>Anlagevermögen</i>	4246	4247
Vermögenswerte gesamt	6'471	6'716
<i>Kurzfristige Verbindlichkeiten</i>	1'050	1'192
<i>Langfristige Verbindlichkeiten</i>	1'902	2'029
<i>Eigenkapital</i>	3'519	3'495
Verbindlichkeiten und Eigenkapital gesamt	6'471	6'716
Anzahl Mitarbeitende	9'060	8'913

Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe verzeichnete Verkäufe von CHF 994 Millionen, was einem Anstieg von 8.3% in Lokalwährungen und 7.2% in Schweizer Franken entspricht.

Angetrieben wurde das Wachstum durch eine sehr positive Entwicklung im Geschäftsbereich Konsumgüter, insbesondere in den Schwellenmärkten in Lateinamerika und im asiatisch-pazifischen Raum, sowie durch ein mässiges Wachstum im Bereich Luxusparfümerie.

Die Gesamtverkäufe von Parfüms (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen in Lokalwährungen um 10.0%. In Schweizer Franken erhöhten sich die Gesamtverkäufe von CHF 799 Millionen auf CHF 869 Millionen.

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie stiegen um 2.4% in Lokalwährungen. Das Wachstum wurde vorrangig durch neue Geschäfte in Lateinamerika und Europa beflügelt. Auf der Grundlage der guten Ergebnisse in den Regionen Asien-Pazifik und Lateinamerika, insbesondere im Geschäft mit grossen internationalen Kunden, stiegen die Verkäufe im Bereich Konsumgüter um 12.2% in Lokalwährungen.

Der EBITDA stieg auf vergleichbarer Basis von CHF 166 Millionen in den ersten sechs Monaten 2011 um 21.1% auf CHF 201 Millionen. Die EBITDA-Marge erhöhte sich 2012 auf 20.2%, gegenüber 17.9% auf vergleichbarer Basis im Jahr 2011.

Der Betriebsgewinn wuchs auf vergleichbarer Basis von CHF 94 Millionen im Vorjahreszeitraum um 48.9% auf CHF 140 Millionen im Jahr 2012. Die Betriebsgewinnmarge nahm auf vergleichbarer Basis von 10.1% im Jahr 2011 auf 14.1% im Jahr 2012 zu.

Luxusparfümerie

Im Geschäftsbereich Luxusparfümerie stiegen die Verkäufe um 2.4% in Lokalwährungen, was dem starken Zuwachs an neuen Geschäftsabschlüssen zu verdanken war, der die Verkaufserosion mehr als ausgleichen konnte.

Die Verkäufe in Lateinamerika verzeichneten ein starkes zweistelliges Wachstum, das durch neue Geschäftsabschlüsse und das zugrundeliegende Volumenwachstum der vorhandenen Geschäfte vorangetrieben wurde. In Europa war das Verkaufswachstum neuen Geschäftsabschlüssen mit

Schlüsselkunden zu verdanken. Die Verkäufe in Nordamerika gingen zurück, da neue Geschäftsabschlüsse nicht ausreichten, um die Verkaufserosion auszugleichen.

In Bezug auf die Verleihung von Branchenauszeichnungen war Givaudan erneut aussergewöhnlich erfolgreich: Bei der Verleihung der FiFi® Awards in New York gewannen von Givaudan kreierte Riechstoffe 10 von 13 Preisen für Düfte. Zudem wurde iPerfumer2 anlässlich des World Perfumery Congress mit dem "Technological Breakthrough of the Year Award" ausgezeichnet.

Konsumgüter

Die Verkäufe im Konsumgütergeschäft stiegen in den ersten sechs Monaten 2012 um 12.2% in Lokalwährungen, was auf wichtige neue Geschäftsabschlüsse, eine geringe Erosion bestehender Geschäfte und Preiserhöhungen zurückzuführen ist. Nach einem starken ersten Quartal verzeichneten die Verkäufe auch im zweiten Quartal einen zweistelligen Zuwachs und ein positives Wachstum in allen Regionen. Das solide Halbjahresergebnis wurde in allen Kundensegmenten und sowohl in den Schwellen- als auch in den reifen Märkten erzielt.

Die Verkäufe in der Region Asien-Pazifik sowie in Lateinamerika wiesen ein starkes zweistelliges Wachstum auf, das internationalen Kunden sowie deutlichen Zuwächsen bei lokalen und regionalen Kunden zu verdanken ist.

In Europa, Afrika und dem Nahen Osten wurde das moderate Verkaufswachstum durch internationale, regionale und lokale Kunden vorangetrieben. Die Verkäufe in Nordamerika erreichten einen deutlichen Zuwachs mit einem guten Ergebnis bei internationalen Kunden.

Bei den Produkten konnten in allen Segmenten Verkaufszuwächse erzielt werden, wobei die Segmente Gewebe- und Mundpflege einen zweistelligen Zuwachs verzeichneten. Das Segment Körperpflege lieferte ein hohes einstelliges Wachstum mit positiven Zuwächsen in allen Regionen mit Ausnahme von Europa, Afrika und dem Nahen Osten.

Riechstoff-Ingredienzien

Die Verkäufe von Riechstoff-Ingredienzien sanken um 2.1% in Lokalwährungen nach einem schwachen Ergebnis bei Verkäufen von Standard-Ingredienzien. Hingegen verzeichneten Spezialitäten-Ingredienzien insbesondere im asiatisch-pazifischen Raum und in Lateinamerika ein zweistelliges Wachstum. Um die Wettbewerbsfähigkeit unseres Portfolios an Ingredienzien sicherzustellen, wurden mehrere Produkte von Europa an den Standort Pedro Escobedo in Mexiko transferiert.

Division Aromen

Die Division Aromen verzeichnete Verkäufe von CHF 1'132 Millionen, was einem Anstieg von 5.6% in Lokalwährungen und 5.0% in Schweizer Franken entspricht.

Das Verkaufswachstum in der ersten Jahreshälfte wurde durch ein zweistelliges Wachstum in den Schwellenmärkten und gute Zuwächse in den reifen Märkten Nordamerikas und der Region Asien-Pazifik beflügelt. Alle Segmente erlebten eine weltweite Expansion, mit einer starken Entwicklung in den Bereichen Getränke, Süßwaren und Snacks. Die Verkäufe im Bereich Gesundheit und Wellness entwickeln sich weiterhin stark und verzeichnen zweistellige Zuwächse, da wir durch unsere Kompetenzen bei der Verstärkung von Süsse, der Reduktion des Salzgehalts und beim Überdecken von Bitterkeit verbesserte Geschmackslösungen für unsere Kunden entwickeln konnten.

Der Bau der Produktionsstätte im ungarischen Makó in Höhe von CHF 170 Millionen ist abgeschlossen. Mit der Aufnahme der kommerziellen Produktion wird in der zweiten Jahreshälfte gerechnet. Dieses Werk wird eine Best-in-Class-Produktionsstätte für kulinarische Aromen und ein wesentlicher Bestandteil der verbesserten Lieferkette sein, die unsere Wachstumsstrategie in den Schwellenmärkten Osteuropas unterstützt.

Der EBITDA stieg auf vergleichbarer Basis von CHF 216 Millionen in den ersten sechs Monaten 2011 um 5.1% auf CHF 227 Millionen. Die EBITDA-Marge betrug 2012 20.1%, gegenüber 20.0% auf vergleichbarer Basis im Vorjahreszeitraum.

Der Betriebsgewinn stieg auf vergleichbarer Basis von CHF 137 Millionen in der Vorjahresperiode um 13.1% auf CHF 155 Millionen im Jahr 2012. Die Betriebsgewinnmarge nahm auf vergleichbarer Basis von 12.7% im Jahr 2011 auf 13.7% im Jahr 2012 zu.

Asien-Pazifik

Die Verkäufe in der Region Asien-Pazifik stiegen in Lokalwährungen um 6.1%. Sowohl die Schwellenmärkte als auch die reifen Märkte trugen mit höheren Verkaufsvolumen bei bestehenden Produkten und neuen Geschäftsabschlüssen zu diesem guten Ergebnis bei.

Das zweistellige Wachstum der Märkte in den Schwellenländern wurde durch starke Ergebnisse in Indien, Indonesien und Thailand vorangetrieben und durch anhaltend starke Ergebnisse in den reifen Märkten Japan und Korea unterstützt.

Alle Segmente erzielten positive Zuwächse, wobei die Sparten Getränke, Milchprodukte und Snacks aufgrund des Wachstums in den bestehenden Geschäften ein starkes Wachstum verzeichneten.

Europa, Afrika und Naher Osten

Die Verkäufe stiegen um 4.4% in Lokalwährungen. Dabei lieferten die Schwellenmärkte insbesondere in Afrika und Osteuropa ein zweistelliges Wachstum und die Märkte in Westeuropa ein niedriges einstelliges Wachstum mit einer starken Entwicklung in Grossbritannien. Die finanziellen Unsicherheiten in der Eurozone hemmen nach wie vor den allgemeinen Verbrauch von Konsumgütern.

Das Ergebnis wurde durch einen Verkaufszuwachs in den bestehenden Geschäften in den Schwellenmärkten sowie durch Volumenzuwächse unterstützt. Die Segmente Getränke, Snacks und kulinarische Aromen verzeichneten gute Ergebnisse gegenüber dem Vorjahr.

Nordamerika

Getragen vom Wachstum in den Segmenten Getränke und Snacks stiegen die Verkäufe um 3.9% in Lokalwährungen. Volumenzuwächse und neue Geschäftsabschlüsse trugen stark zum Anstieg in diesen Segmenten gegenüber dem Vorjahr bei.

Lateinamerika

Das Wachstum in der Region betrug 12.8% in Lokalwährung. Zuwächse wurden in allen wichtigen Märkten verzeichnet, wobei Argentinien und Mexiko mit dem stärksten Ergebnis an der Spitze standen. Neue Geschäftsabschlüsse und Volumenwachstum trugen zur positiven Entwicklung in den Segmenten Getränke, kulinarische Aromen und Süßwaren bei.

Am 3. August 2012 um 15.00 Uhr (MEZ) wird auf der Website von Givaudan ein Konferenzgespräch zwischen dem Konzern und Analysten und Investoren übertragen.

Verfügbare Dokumente und Links:

[Halbjahresbericht 2012 \(englisch\)](#)

[Halbjahres-Präsentation 2012 \(englisch\)](#)

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations

Chemin de la Parfumerie 5

1214 Vernier

Switzerland

T +41 22 780 9093

F +41 22 780 9090

E peter_b.wullschleger@givaudan.com