



Givaudan mit 7% Umsatzwachstum in den ersten neun Monaten – Gutes Ergebnis für 2000 erwartet

Genf, 11. Oktober 2000 - Givaudan setzte ihr positives Umsatzwachstum im dritten Quartal fort. In den ersten neun Monaten wuchs der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 7%. In Lokalwährungen hingegen wurde eine flache Entwicklung verzeichnet.

Asien/Pazifik und Teile Europas zeigten in beiden Divisionen wiederum das stärkste Wachstum. Auf dem amerikanischen Kontinent präsentierte sich die Marktsituation schwieriger.

Die im ersten Halbjahr zustande gekommenen Geschäftsabschlüsse schlugen sich noch ungenügend im Umsatz nieder.

Die Luxusparfümerie zeigt eine kontinuierlich positive Umsatzentwicklung.

Givaudan erwartet, ausserordentliche Ereignisse vorbehalten, für das ganze Jahr 2000 ein gutes Ergebnis. In einer sich konsolidierenden Industrie strebt Givaudan aktiv die führende Position bezüglich Wachstum, Ertragslage und Innovation an.

Umsatz Januar - September 2000

In Millionen CHF	Januar - September	Januar - September	Veränderung in %	
	2000	1999	CHF	Lokal-währungen
Riechstoffe	856	825	4	(1)
Aromen	933	848	10	1
Total	1789	1673	7	0

Aromen mit 10% Umsatzwachstum

In den ersten neun Monaten erzielte die Division Aromen Verkäufe in der Höhe von CHF 933 Millionen, verglichen mit 1999 entspricht dies einem Umsatzwachstum von 10% in Schweizer Franken und 1% in Lokalwährungen.

Asien/Pazifik und Lateinamerika verzeichneten im dritten Quartal in den Geschäftsbereichen Milchprodukte, kulinarische Produkte und Süswaren die grössten Zuwachsraten.

Asien/Pazifik setzte das starke Umsatzwachstum aus dem ersten Halbjahr fort und erreichte eine zweistellige Zuwachsrate. Sämtliche Geschäftsbereiche wiesen ein positives Wachstum aus; Getränke, Milchprodukte und kulinarische Produkte zeigten auf Grund neuer Geschäftsabschlüsse

und einem starken Wachstum des Chinesischen Marktes sogar zweistellige Zuwachsraten.

Ungeachtet des zweistelligen Wachstums im Mexikanischen Markt und der Erholung in Brasilien blieb die Verkaufsentwicklung auf dem amerikanischen Kontinent flach. Ein schwieriges wirtschaftliches Umfeld in allen anderen Lateinamerikanischen Ländern und ein langsames Wachstum des nordamerikanischen Marktes haben zu diesem Resultat beigetragen. Der Geschäftsbereich Milchprodukte zeigte in der ganzen Region ein positives Wachstum.

Die Verkäufe in Europa verzeichneten in den ersten neun Monaten positives Wachstum. Bedingt durch die schwierigen Märkte in Grossbritannien und in der Türkei entwickelte sich der Umsatz im dritten Quartal weniger gut als im Vorjahr. Sämtliche vier Geschäftsbereiche, Getränke, Süsswaren, Milchprodukte und kulinarische Produkte, trugen zum Wachstum in dieser Region bei, allen voran Getränke und Süsswaren.

Riechstoffe mit 4% Umsatzwachstum

In den ersten neuen Monaten erzielte die Division Riechstoffe Verkäufe in der Höhe von CHF 856 Millionen, verglichen mit 1999 entspricht dies einem Umsatzwachstum von 4% in Schweizer Franken und einer Abnahme von 1% in Lokalwährungen. Ein schwieriges Marktumfeld für unsere Kunden und der Preisdruck im Geschäftsbereich Konsumgüter waren die Gründe für diese Entwicklung.

Die Luxusparfümerie erholte sich im Vergleich zum Vorjahr und verzeichnete sowohl in Schweizer Franken wie auch in Lokalwährungen ein zweistelliges Wachstum.

Der Geschäftsbereich Konsumgüter war vor allem auf dem amerikanischen Kontinent von einer Marktschwäche betroffen. Investitionen in China und Indien sichern unsere führende Rolle in diesen grossen Zukunftsmärkten.

Der Geschäftsbereich Riechstoff-Ingredienzien zeigte, mit Ausnahme der Verkäufe an Roche, ein moderates Wachstum im Vergleich zum Vorjahr.

Neuer Web-Site für Riechstoffe-Ingredienzien

Im dritten Quartal schaltete Givaudan eine Riechstoffe-Ingredienzien Web-Site auf. Diese Web-Site ist ein wichtiger Pfeiler der firmenweiten E-Business-Strategie. Die neue Site richtet sich an die Kurationsabteilungen der weltweiten Riechstoffeindustrie, an Parfümeure und Einkaufsabteilungen. Mit über 300 Riechstoff-Ingredienzien, die Givaudan entwickelt, produziert und selber auch verwendet, gehört der Konzern zu den führenden Anbietern der Industrie. Auf der Site werden Informationen zu den wichtigsten Riechstoff-Ingredienzien angeboten. Zusätzliche Dienstleistungen und kundenspezifische Informationen werden in naher Zukunft das Angebot erweitern.

Givaudan verstärkt seine Position in Indien

Als Teil seiner laufenden Strategie in den Schwellenmärkten in Asien/Pazifik eröffnete Givaudan Ende August eine neue Riechstoffe- und Aromenfabrik in Jigani im indischen Bundesstaat Bangalore. Die neue Fabrik ist mit modernen Mischanlagen für Riechstoffe und Aromen sowie Applikations- und Qualitätskontrolllabors ausgerüstet und verdoppelt die bestehenden Kapazitäten. Zusammen mit den zwei Kreativzentren in Mumbai für Aromen und in Bangalore für Riechstoffe ist Givaudan nun in der Lage, der wachsenden Nachfrage ihrer Schlüsselkunden im Indischen Markt nachzukommen.

Weitere Audkünfte erteilt:

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