

# MEDIENMITTEILUNG

## Verkäufe Januar bis September 2014

### Anhaltendes Volumenwachstum in allen Märkten

**Genf, 10. Oktober 2014** – In den ersten neun Monaten des Jahres 2014 erzielte Givaudan Gesamtverkäufe in Höhe von CHF 3'313 Millionen, was gegenüber dem Vorjahr einem Anstieg von 4.5% auf vergleichbarer Basis und einem Rückgang von 0.2% in Schweizer Franken entspricht. Givaudan weist weiterhin eine starke Geschäftsdynamik auf und verfügt über eine gut gefüllte Projektpipeline und anhaltend hohe Geschäftsabschlussraten.

Mittelfristig bestehen die Hauptziele darin, bei einem erwarteten Marktwachstum von 2–3% ein organisches Wachstum von 4.5–5.5% jährlich zu erzielen sowie weitere Marktanteile zu erobern. Durch die konsequente Umsetzung der 5-Säulen-Wachstumsstrategie – Schwellenmärkte, Gesundheit und Wellness, Erhöhung des Marktanteils 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 bei 14–16% des Umsatzes halten.

Givaudan bekräftigt zudem ihre Absicht, mehr als 60% des freien Cashflows an ihre Aktionäre auszuschütten und am mittelfristigen Ziel eines Verschuldungsgrads von unter 25% festzuhalten.

### Verkäufe Januar – September 2014

In Mio. CHF	2014	2013	Veränderung in %	
			in CHF	LFL*
<b>Total Konzernverkäufe</b>	<b>3'313</b>	<b>3'318</b>	<b>(0.2)</b>	<b>4.5</b>
Division Riechstoffe	1'587	1'579	0.5	4.8
Division Aromen	1'726	1'739	(0.8)	4.2
Reife Märkte	1'820	1'839	(1.0)	1.4
Schwellenmärkte	1'493	1'479	0.9	8.3



## Verkäufe Juli – September 2014

In Mio. CHF	2014	2013	Veränderung in %	
			in CHF	LFL*
<b>Total Konzernverkäufe</b>	<b>1'122</b>	<b>1'093</b>	<b>2.6</b>	<b>4.3</b>
Division Riechstoffe	553	532	3.8	4.8
Division Aromen	569	561	1.5	3.9

\*LFL: like-for-like / auf vergleichbarer Basis

## Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe verzeichnete in den ersten neun Monaten des Jahres 2014 Verkäufe von CHF 1'587 Millionen, was einem Anstieg von 4.8% auf vergleichbarer Basis und 0.5% in Schweizer Franken entspricht. Die Verkäufe von Soliance haben seit der Übernahme am 2. Juni 2014 CHF 8 Millionen zum Umsatz beigetragen.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen um 4.2% auf vergleichbarer Basis. In Schweizer Franken sanken die Gesamtverkäufe um 0.9% von CHF 1'399 Millionen im Vorjahr auf CHF 1'386 Millionen.

Der Bereich Luxusparfümerie steigerte seine Verkäufe im ersten Halbjahr um 3.4% auf vergleichbarer Basis. Angetrieben wurde diese Entwicklung durch das starke Wachstum in den Schwellenmärkten, wo Zuwächse beim Neugeschäft und Volumensteigerungen im bestehenden Geschäft das Ergebnis positiv beeinflussten. Diese Zugewinne glichen die rückläufigen Verkäufe in Europa und Nordamerika mehr als aus, da das Neugeschäft in diesen Regionen nicht ausreichte, um die Verkaufserosion zu kompensieren.

Der Geschäftsbereich Konsumgüter wuchs auf vergleichbarer Basis um 4.5% gegenüber den starken Vergleichszahlen des Vorjahreszeitraums. Alle Kundengruppen trugen zu diesem Ergebnis bei. Wichtigster Wachstumstreiber waren die Verkäufe in den Schwellenländern, aber auch die Verkaufszahlen in den reifen Märkten verbesserten sich weiter. In Lateinamerika wurde die zweistellige Verkaufssteigerung durch internationale Kunden in den Segmenten Textil- und Körperpflege vorangetrieben. In Asien konnte in allen Kundensegmenten ein solider Verkaufszuwachs erzielt werden. Das gute Ergebnis wurde durch einen zweistelligen Anstieg in den Sparten Körperhygiene, Deodorants und Haarpflegeprodukte unterstützt.



In Europa, Afrika und dem Nahen Osten wurde der Anstieg der Verkaufszahlen von allen Kundentypen und Produktsegmenten getragen. In Nordamerika blieben die Verkäufe bedingt durch das rückläufige Geschäft mit internationalen Kunden erneut hinter dem Vorjahr zurück. Bei den lokalen und regionalen Kunden zeigte sich dagegen ein solides Wachstum gegenüber dem zweistelligen Anstieg des Vorjahres.

Auf der Ebene der Produktsegmente wurde der Verkaufsanstieg durch das starke Wachstum in den Segmenten Textilpflege und Körperpflege unterstützt, gefolgt von der Sparte Reinigungsmittel. Im Bereich Mundpflege ging das Ergebnis jedoch gegenüber dem starken Vergleichswert des letzten Jahres zurück.

Die Verkäufe im Bereich Riechstoff-Ingredienzien erhöhten sich in den ersten neun Monaten um 8.9% auf vergleichbarer Basis. Die Verkäufe von Spezialitäten-Ingredienzien stiegen im zweistelligen Bereich und auch die anderen Produktgruppen verzeichneten einen soliden Verkaufszuwachs. Die Ergebnisse in den europäischen, asiatischen und nordamerikanischen Märkten lagen deutlich über den Verkäufen im Jahr 2013, in Lateinamerika stagnierten sie hingegen gegenüber dem Vorjahr. Die Verkäufe stiegen in allen Kundenkategorien deutlich an.

## Division Aromen

Die Division Aromen verzeichnete in den ersten neun Monaten des Jahres 2014 Verkäufe von CHF 1'726 Millionen, was einem Anstieg um 4.2% auf vergleichbarer Basis und einem Rückgang um 0.8% in Schweizer Franken entspricht. Diesem Ergebnis lag eine anhaltend gute Leistung in den Schwellenmärkten zugrunde.

In allen grösseren Segmenten konnte ein Wachstum erzielt werden, wobei die Sparten Getränke, Milchprodukte und Snacks besonders stark zulegten. Die Verkäufe im Bereich Gesundheit und Wellness entwickelten sich weiterhin positiv, da Givaudan ihre Geschmackslösungen zur Verstärkung von Süsse, zur Reduktion des Salzgehalts und zum Überdecken von Bitterkeit für ihre Kunden weiter verbessern konnte. In diesem Segment waren vor allem in Lateinamerika zweistellige Zuwächse zu verzeichnen.



## Asien-Pazifik

Die Verkäufe in der Region Asien-Pazifik stiegen um 5.3% auf vergleichbarer Basis. Die Schwellenmärkte in China, Indien, Vietnam und auf den Philippinen trugen mit Zuwächsen im bestehenden Geschäft und bei den Einnahmen aus dem Neugeschäft zur Verkaufssteigerung bei. Indien erzielte in diesem Quartal ein starkes zweistelliges Wachstum. In den reifen Märkten gingen die Verkäufe im Vergleich zum Vorjahr leicht zurück, wobei das gute Wachstum in Australien und Singapur durch die träge Wirtschaftsentwicklung in Japan ausgeglichen wurde. Alle wichtigen Segmente erzielten positive Zuwächse, wobei die Sparten Getränke, kulinarische Aromen und Snacks ein starkes Wachstum verzeichneten.

## Europa, Afrika und Naher Osten

Die Verkäufe stiegen um 2.9% auf vergleichbarer Basis, hauptsächlich aufgrund des Wachstums in den Schwellenmärkten in Afrika und dem Nahen Osten. Die Verkäufe in den reifen Märkten waren etwas höher als im Jahr 2013. Das Wachstum in den Segmenten Getränke, Milchprodukte, kulinarische Aromen und Snacks wurde teilweise durch den Rückgang bei den Süßwaren kompensiert.

## Nordamerika

Die Verkäufe in Nordamerika stiegen um 1.9% auf vergleichbarer Basis. Verantwortlich dafür waren neue Geschäftsabschlüsse und eine Volumensteigerung im bestehenden Geschäft in den Bereichen Getränke, Milchprodukte, Snacks und Süßwaren.

## Lateinamerika

Das Wachstum in Lateinamerika betrug 10.4% auf vergleichbarer Basis. Starke Zuwächse wurden in Argentinien und Brasilien verzeichnet. Neue Geschäftsabschlüsse und die Ausweitung des bestehenden Geschäfts trugen zum Wachstum in allen Segmenten bei, wobei Getränke, Milchprodukte und Snacks aussergewöhnliche Zuwachsraten verzeichneten.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations  
Chemin de la Parfumerie 5  
1214 Vernier  
T +41 22 780 90 93  
E [peter\\_b.wullschleger@givaudan.com](mailto:peter_b.wullschleger@givaudan.com)