



Medienmitteilung

Genf, 9. Oktober 2018

Verkäufe Januar bis September 2018 Anhaltend gute Ergebnisse

Geschäftsergebnis

In den ersten neun Monaten des Jahres 2018 erzielte Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 4'073 Millionen, was einem Anstieg von 5.7% auf vergleichbarer Basis¹ und von 8.4% in Schweizer Franken entspricht.

Die Verkäufe der Division Riechstoffe betragen CHF 1'878 Millionen, was einen Zuwachs von 6.6% auf vergleichbarer Basis¹ und 7.9% in Schweizer Franken darstellt.

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 2'195 Millionen, ein Plus von 4.8% auf vergleichbarer Basis¹ und 8.8% in Schweizer Franken.

Ab dem 1. September 2018 berücksichtige Givaudan auch die Verkäufe von Naturex, die in der Division Aromen CHF 35 Millionen und in der Division Riechstoffe CHF 1 Million betragen.

Givaudan setzte das Jahr mit einer guten Geschäftsdynamik fort und konnte das hohe Niveau in ihrer Projektpipeline und bei ihren Geschäftsabschlussraten beibehalten. Dieses gute Wachstum wurde in allen Produktsegmenten und Regionen erzielt. Unsere strategischen Fokusbereiche – natürliche Produkte, Gesundheit und Wohlbefinden, Active Beauty, integrierte Lösungen sowie lokale und regionale Kunden - verzeichneten ein starkes Wachstum, zu dem auch die kürzlich erworbenen Unternehmen beitrugen. In Zusammenarbeit mit seinen Kunden setzt das Unternehmen weiterhin erfolgreich Preiserhöhungen durch, um den Anstieg der Produktionskosten auszugleichen.

Die Ambition des Unternehmens für 2020 besteht darin, durch profitables, verantwortungsbewusstes Wachstum weiteren Mehrwert zu schaffen. Aufbauend auf den ersten beiden Jahren (2016 und 2017) des laufenden Strategiezyklus ruhen die Zielsetzungen von Givaudan bis 2020 auf drei strategischen Säulen: Gemeinsam mit unseren Kunden wachsen, qualitativ erstklassige Leistungen erbringen und Partnerschaften für gemeinsamen Erfolg eingehen. Im Zuge ihrer 2020 Strategie versucht Givaudan zudem, Mehrwert über gezielte Akquisitionen zu schaffen, die ihre Möglichkeiten bei der Bereitstellung erfolgreicher Lösungen für die Kunden erweitern. Seit 2014 hat Givaudan acht Akquisitionen abgeschlossen, die ganz im Einklang mit den Wachstumssäulen der 2020 Strategie des Unternehmens stehen.

Ehrgeizige Finanzziele sind ein wesentlicher Bestandteil der Strategie von Givaudan. Wir wollen den Markt mit einem Umsatzwachstum von 4–5% übertreffen und einen freien Cashflow von 12–17% der Verkäufe erzielen. Beide Ziele sind als Durchschnitt über den fünfjährigen Zeitraum unseres Strategiezyklus angegeben. Darüber hinaus beabsichtigt Givaudan, im Rahmen dieser Zielsetzung die bestehende Dividendenpraxis beizubehalten.





Verkäufe

Januar bis September 2018

In Millionen Schweizer Franken

| | Verkäufe 2017 | LFL ¹ | Auswirkung der Akquisition* | Währung | Verkäufe 2018 | Veränderung in % | |
|----------------|------------------|------------------|-----------------------------------|-----------|------------------|------------------|-------------|
| | | | | | | LFL ¹ | In CHF |
| Konzern | 3'757 | 212 | 113 | -9 | 4'073 | 5.7% | 8.4% |
| Riechstoffe | 1'740 | 115 | 28 | -5 | 1'878 | 6.6% | 7.9% |
| Aromen | 2'017 | 97 | 85 | -4 | 2'195 | 4.8% | 8.8% |

Juli bis September 2018

In Millionen Schweizer Franken

| | Verkäufe 2017 | LFL ¹ | Auswirkung der Akquisition* | Währung | Verkäufe 2018 | Veränderung in % | |
|----------------|------------------|------------------|-----------------------------------|------------|------------------|------------------|-------------|
| | | | | | | LFL ¹ | In CHF |
| Konzern | 1'274 | 73 | 71 | -19 | 1'399 | 5.7% | 9.8% |
| Riechstoffe | 603 | 41 | 21 | -10 | 655 | 6.8% | 8.7% |
| Aromen | 671 | 32 | 50 | -9 | 744 | 4.7% | 10.9% |

* Akquisition von Vika im September 2017, von Centroflora Nutra im Mai 2018, von Expressions Parfumées im Juni 2018 und von Naturex im September 2018

Entwicklung der Verkäufe nach Märkten

Januar bis September 2018

In Millionen Schweizer Franken

| | Verkäufe 2018 | Verkäufe 2017 | Veränderung in % | |
|------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | | | In CHF | LFL ¹ |
| Reife Märkte | 2'343 | 2'143 | 9.5% | 4.0% |
| Wachstumsstarke Märkte | 1'730 | 1'614 | 7.0% | 7.8% |



Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe verzeichnete in den ersten neun Monaten des Jahres 2018 Verkäufe von CHF 1'878 Millionen, was gegenüber dem Jahr 2017 einem Anstieg von 6.6% auf vergleichbarer Basis¹ und 7.9% in Schweizer Franken entspricht. Das im Juni 2018 erworbene Unternehmen Expressions Parfumées trug CHF 27 Millionen zu den Verkäufen bei. Im September 2018 kam Naturex hinzu und trug CHF 1 Million bei.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen auf vergleichbarer Basis¹ um 6.6%. In Schweizer Franken erhöhten sich die Verkäufe von Riechstoffen um 7.8%, von CHF 1'515 Millionen im Vorjahr auf CHF 1'633 Millionen.

Luxusparfümerie

Im Bereich Luxusparfümerie stiegen die Verkäufe infolge des starken Wachstums in allen Regionen um 11.9% auf vergleichbarer Basis¹. Diese Ergebnisse basierten auf der anhaltend hohen Rate neuer Geschäftsabschlüsse und dem Volumenwachstum bei Schlüsselkunden im bestehenden Geschäft.

Konsumgüter

Im Konsumgütergeschäft stiegen die Verkäufe um 5.2% auf vergleichbarer Basis¹. Alle Kundengruppen und Regionen verzeichneten ein ausgewogenes Wachstum.

Auf regionaler Basis trugen in Lateinamerika alle Produktsegmente zum Wachstum bei. Bei den lokalen und regionalen Kunden in der Region wurde ein zweistelliges Wachstum erzielt. Das solide Wachstum in Asien wurde durch alle Kundengruppen, Produktsegmente und Unterregionen unterstützt. In Südostasien wurde eine zweistellige Wachstumsrate erzielt. In Europa, Afrika und dem Nahen Osten wurde der solide Anstieg der Verkaufszahlen durch alle Kundengruppen angetrieben, und bei den lokalen und regionalen Kunden war das Wachstum zweistellig. Alle Unterregionen trugen zu den starken Ergebnissen bei. In Afrika und im Nahen Osten wurde ein zweistelliges Wachstum erzielt. Die Verkäufe in Nordamerika sanken grösstenteils aufgrund des Umsatzrückgangs bei internationalen Kunden im Segment Textilpflege, während bei den lokalen und regionalen Kunden gute Ergebnisse und ein solides Wachstum erzielt wurden.

Auf der Ebene der Produktsegmente trugen alle Segmente zum Verkaufswachstum bei, das von den Segmenten Haushaltspflege, Textilpflege, Mundpflege und Körperpflege vorangetrieben wurde.

Riechstoffingredienzien und Active Beauty

Die Verkäufe im Bereich Riechstoffingredienzien und Active Beauty stiegen um 6.9% auf vergleichbarer Basis¹. Active Beauty verzeichnete weiterhin einen zweistelligen Zuwachs, der vor allem den starken Ergebnissen bei lokalen und regionalen Kunden zu verdanken war. Riechstoffingredienzien erzielte in den ersten neun Monaten 2018 gegenüber dem Vorjahreszeitraum ein gutes Wachstum.



Division Aromen

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 2'195 Millionen, was einem Wachstum von 4.8% auf vergleichbarer Basis¹ und einem Anstieg von 8.8% in Schweizer Franken entspricht. Das im Mai 2018 erworbene Unternehmen Centroflora Nutra trug CHF 6 Millionen zu den Verkäufen bei. Naturex wurde im September 2018 erworben und leistete einen Beitrag von CHF 35 Millionen.

Die Verkaufszahlen beruhen auf neuen Geschäftsabschlüssen und der starken Geschäftsdynamik in allen Regionen. In den strategischen Fokusbereichen unserer 2020 Strategie stiegen die Verkäufe im Bereich Gesundheit und Wohlbefinden zweistellig und im Bereich der natürlichen Produkte um einen hohen einstelligen Prozentsatz.

Nach Segmenten betrachtet trugen sowohl Getränke, Milchprodukte und Süßwaren als auch Snacks zu den positiven Verkaufszahlen bei.

Asien-Pazifik

Die Verkäufe in der Region Asien-Pazifik stiegen um 5.7% auf vergleichbarer Basis¹. In den wachstumsstarken Märkten erzielten Indien und Thailand ein zweistelliges Wachstum, und auch in China und Indonesien war ein starkes Wachstum zu verzeichnen. Von den reifen Märkten hob sich Singapur mit zweistelligem Wachstum hervor, und Japan erzielte positive Ergebnisse.

Bei den lokalen und regionalen Kunden wurde in der gesamten Region erneut starkes Wachstum generiert. Alle Segmente haben erheblich zu diesem Wachstum beigetragen, allen voran Getränke, Milchprodukte, Süßwaren und Snacks.

Europa, Afrika und Naher Osten

Die Verkäufe in Europa, Afrika und im Nahen Osten erhöhten sich um 4.3% auf vergleichbarer Basis¹. In den reifen Märkten Westeuropas und in den wachstumsstarken Märkten Mittel- und Osteuropas wurde überall ein gutes Wachstum erzielt, angeführt von zweistelligen Wachstumsraten in Russland, der Ukraine und Griechenland und gutem einstelligem Wachstum in Polen und der Türkei. In Afrika und dem Nahen Osten trugen Ägypten und Südafrika positiv zum regionalen Ergebnis bei, das teilweise durch die schwierigeren Marktbedingungen im Nahen Osten und in Nigeria geschmälert wurde. Alle Segmente trugen positiv zum Wachstumsergebnis bei.

Nordamerika

Die Verkäufe in Nordamerika wuchsen um 2.1% auf vergleichbarer Basis¹ gegenüber den hohen Vergleichszahlen des Jahres 2017. Das Ergebnis ist in erster Linie auf neue Geschäftsabschlüsse und den Ausbau des bestehenden Geschäfts in den Bereichen Getränke, Milchprodukte und Süßwaren zurückzuführen.

Lateinamerika

Die Verkäufe in Lateinamerika verbesserten sich um 13.5% auf vergleichbarer Basis¹. An diesem Anstieg waren alle Märkte und Segmente in der Region beteiligt, allen voran Brasilien mit einem starken zweistelligen Wachstum, das durch die verbesserte wirtschaftliche Lage unterstützt wurde. Auch in Argentinien, Mexiko und Kolumbien war weiterhin eine gute Verkaufsdynamik festzustellen.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations

T +41 22 780 90 93

E peter_b.wullschleger@givaudan.com

1. Like-for-Like (auf vergleichbarer Basis) ohne Währungseinflüsse und ohne die Auswirkungen von Akquisitionen und Veräusserungen