



Unternehmensmitteilung

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 28. Januar 2022

Ganzjahresresultate 2021 Starker Auftakt in den Strategiezyklus 2025

- Verkäufe von CHF 6.7 Milliarden, ein Anstieg um 7.1% auf vergleichbarer Basis¹ und um 5.7% in Schweizer Franken
- Starke Verkaufszahlen über alle Märkte und Kundengruppen hinweg
- Alle strategischen Schwerpunktbereiche für 2025 sind auf Kurs und tragen zu den Ergebnissen bei
- EBITDA² von CHF 1'482 Millionen, ein Zuwachs von 6.0% gegenüber 2020
- EBITDA²-Marge von 22.2%, gegenüber 22.1% im Jahr 2020
- Vergleichbare EBITDA³-Marge von 22.5%, gegenüber 22.8% im Jahr 2020
- Nettogewinn von CHF 821 Millionen, ein Zuwachs von 10.5% gegenüber 2020
- Freier Cashflow⁴ von 12.6% der Verkäufe oder CHF 843 Millionen
- Vorgeschlagene Dividende von CHF 66.00 pro Aktie, ein Plus von 3.1% gegenüber dem Vorjahr

Geschäftsergebnis

Im Jahr 2021 verzeichnete Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 6'684 Millionen, was gegenüber 2020 einem Anstieg von 7.1% auf vergleichbarer Basis und von 5.7% in Schweizer Franken entspricht.

Die Verkäufe von Riechstoffe & Schönheit beliefen sich auf CHF 3'091 Millionen, was einem Zuwachs von 6.6% auf vergleichbarer Basis und von 5.8% in Schweizer Franken gleichkommt.

Givaudan Geschmack & Wohlbefinden erzielte Verkäufe von CHF 3'593 Millionen, was einen Anstieg von 7.6% auf vergleichbarer Basis und von 5.7% in Schweizer Franken bedeutet.

Vor dem Hintergrund der anhaltenden globalen Auswirkungen der Covid-19-Pandemie konnte Givaudan ihre gute Geschäftsdynamik beibehalten und den Geschäftsbetrieb sowie die globale Lieferkette trotz fortwährender Lieferengpässe in einigen Bereichen auf hohem Niveau aufrecht- erhalten. Zu diesem starken Verkaufswachstum trugen alle Produktsegmente und Regionen bei, wobei die reifen Märkte um 6.3% und die wachstumsstarken Märkte um 8.3% auf vergleichbarer Basis wuchsen. Bei Riechstoffe & Schönheit verzeichneten im Jahr 2021 die zu Beginn der Covid-19-Pandemie am stärksten betroffenen Produktsegmente, insbesondere Luxusparfümerie und in geringerem Ausmass Active Beauty, exzellente zweistellige Wachstumsraten. Dies ist Ausdruck der starken Konsumentennachfrage in diesen Produktkategorien. Bei Geschmack & Wohlbefinden wurde ein hervorragendes Umsatzwachstum in den Kategorien Getränke, kulinarische Aromen und Snacks erzielt, sowie auch in den strategischen Fokusbereichen pflanzenbasierte Proteine, Gesundheit & Wellness und Naturstoffe. Darüberhinaus, gab es im Bereich Foodservice eine schrittweise Erholung, da in bestimmten Märkten die Einschränkungen für den Verzehr von Speisen und Getränken ausser Haus allmählich gelockert wurden.

Aufgrund höherer Produktionskosten im Jahr 2022 setzt das Unternehmen in Zusammenarbeit mit seinen Kunden Preiserhöhungen durch, um den Anstieg der Produktionskosten vollumfänglich auszugleichen.





Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 28. Januar 2022

“Ich bin sehr zufrieden mit dem erfolgreichen Auftakt in unseren Strategiezzyklus 2025. Alle unsere Geschäfts- und strategischen Fokusbereiche haben zu den starken Finanzergebnissen im Jahr 2021 beigetragen”, sagte CEO Gilles Andrier. “Angesichts der anhaltenden Herausforderungen aufgrund der Covid-19-Pandemie im Jahr 2021 bin ich allen Givaudan Mitarbeitenden auf der ganzen Welt überaus dankbar für ihren unermüdlichen Einsatz und ihr Engagement unsere Kunden zu unterstützen, insbesondere unter den schwierigen Bedingungen, mit denen wir in den letzten zwei Jahren konfrontiert waren.”

Bruttomarge

Der Bruttogewinn stieg um 7.4% von CHF 2'659 Millionen im Jahr 2020 auf CHF 2'855 Millionen im Jahr 2021. Die Bruttomarge wuchs von 42.1% im Jahr 2020 auf 42.7% im Jahr 2021, was vor allem auf die operative Hebelwirkung infolge der stark gestiegenen Verkaufsvolumen sowie eine kontinuierliche Kostendisziplin zurückzuführen war.

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

Das EBITDA² erhöhte sich von CHF 1'397 Millionen im Jahr 2020 um 6.0% auf CHF 1'482 Millionen im Jahr 2021. Die EBITDA-Marge belief sich 2021 auf 22.2%, gegenüber 22.1% im Jahr 2020. Auf vergleichbarer Basis³ betrug die EBITDA-Marge im Berichtsjahr 22.5%, verglichen mit 22.8% im Jahr 2020.

in Millionen CHF	2021			2020		
	Riechstoffe Konzern & Schönheit	Geschmack & Wohlbefinden		Riechstoffe Konzern & Schönheit	Geschmack & Wohlbefinden	
EBITDA wie ausgewiesen	1'482	696	786	1'397	677	720
EBITDA wie ausgewiesen in %	22.2	22.5	21.9	22.1	23.2	21.2
Kosten für Givaudan Business Solutions (GBS) ^a	0	0		-6	-6	
Akquisitions- und Restrukturierungskosten ^b	-22	-2	-20	-39	-7	-32
Vergleichbares EBITDA	1'504	698	806	1'442	690	752
Vergleichbares EBITDA in %	22.5	22.6	22.4	22.8	23.6	22.1

- a. 2020 entstanden dem Konzern Kosten in Höhe von CHF 6 Millionen in Verbindung mit dem Abschluss der Implementierung von Givaudan Business Solutions. 2021 entstanden keine weiteren Kosten.
- b. Die Akquisitions- und Restrukturierungskosten von CHF 22 Millionen (2020: CHF 39 Millionen) sind grösstenteils den vom Konzern getätigten Akquisitionen und der laufenden Optimierung des Produktionsnetzwerks zuzuschreiben.

Betriebsgewinn

Der Betriebsgewinn im Jahr 2021 belief sich auf CHF 1'089 Millionen im Vergleich zu CHF 996 Millionen im Jahr 2020, was einem Anstieg von 9.3% entspricht. Die Betriebsgewinnmarge belief sich 2021 auf 16.3%, gegenüber 15.8% im Jahr 2020.



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 28. Januar 2022

Finanzergebnis

Die Finanzierungskosten im Jahr 2021 betragen CHF 94 Millionen, verglichen mit CHF 86 Millionen im Vorjahr. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf die Erhöhung der Nettoschulden des Konzerns im Zusammenhang mit seinen getätigten Akquisitionen zurückzuführen. Der übrige Nettofinanzaufwand betrug im Jahr 2021 CHF 30 Millionen, verglichen mit CHF 34 Millionen im Jahr 2020.

Der Ertragssteueraufwand lag bei 15% des Gewinns vor Steuern, gegenüber 15% im Vorjahr.

Konzerngewinn

Der Konzerngewinn belief sich im Jahr 2021 auf CHF 821 Millionen gegenüber CHF 743 Millionen im Jahr 2020, was einem Anstieg von 10.5% entspricht. Daraus ergibt sich eine Nettogewinnmarge von 12.3%, verglichen mit 11.8% im Jahr 2020. Der unverwässerte Gewinn pro Aktie lag bei CHF 89.03, verglichen mit CHF 80.59 im Vorjahreszeitraum.

Cashflow

Givaudan erzielte 2021 einen Cashflow aus operativer Tätigkeit von CHF 1'288 Millionen, gegenüber CHF 1'189 Millionen im Jahr 2020.

Das Nettobetriebskapital in Prozent der Verkäufe betrug 24.0% im Vergleich zu 24.4% im Vorjahr.

Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen beliefen sich auf CHF 177 Millionen, gegenüber CHF 180 Millionen im Jahr 2020. Der Konzern investiert weiterhin in die Ausweitung seiner Fähigkeiten in wachstumsstarken Märkten.

2021 wurden CHF 70 Millionen für den Erwerb immaterieller Anlagewerte aufgewendet, verglichen mit CHF 37 Millionen im Vorjahr. Dies ist auf weitere Investitionen des Unternehmens in seine IT-Plattform zurückzuführen, unter anderem im Zusammenhang mit der Integration der vom Konzern getätigten Akquisitionen.

Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte beliefen sich 2021 auf 3.7% der Verkäufe, verglichen mit 3.4% im Vorjahr.

Der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen belief sich im Jahr 2021 auf CHF 1'041 Millionen, gegenüber CHF 972 Millionen im Jahr 2020. Der freie Cashflow⁴ im Jahr 2021 betrug CHF 843 Millionen, gegenüber CHF 811 Millionen für den Vergleichszeitraum 2020. Der freie Cashflow ausgedrückt als Prozentsatz der Verkäufe belief sich 2021 auf 12.6%, gegenüber 12.8% im Vorjahr.

Finanzlage

Die Finanzlage von Givaudan war Ende 2021 weiterhin solide. Die Nettoschulden stiegen von CHF 4'040 Millionen im Dezember 2020 auf CHF 4'394 Millionen im Dezember 2021, bedingt durch die Akquisitionen von DDW und Custom Essence. Ende Dezember 2021 lag der Verschuldungsgrad⁵ bei 51% verglichen mit 50% Ende 2020. Das Verhältnis der Nettoverschuldung zum EBITDA⁶ erhöhte sich von 2.89 im Dezember 2020 auf 2.97 im Dezember 2021.



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 28. Januar 2022

Dividendenvorschlag

Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung am 24. März 2022 vorschlagen, für das Geschäftsjahr 2021 eine Bardividende in Höhe von CHF 66.00 pro Aktie auszuschütten, was einem Anstieg von 3.1% gegenüber 2020 entspricht. Seit der Börsenkotierung von Givaudan im Jahr 2000 an der Schweizer Börse ist dies die 21. Dividendenerhöhung in Folge.

Prognose für 2025: Wachstumsfokus im Einklang mit dem Unternehmenszweck

Givaudan will bis 2025 für alle Anspruchsgruppen eine nachhaltige Wertschöpfung erzielen. Die 2025 Strategie von Givaudan stimmt vollständig mit dem Unternehmenszweck überein: Sie stellt die Kunden weiterhin in den Mittelpunkt der Geschäftstätigkeit, um sie bei der Kreation von Produkten zu unterstützen, die bei den Konsumenten beliebt sind.

Die 2025 Strategie konzentriert sich auf drei Wachstumstreiber – „Expansion des Portfolios“, „mehr Kundennähe“ und „fokussierte Marktstrategien“ – und wird durch vier Wachstumskatalysatoren unterstützt, die im Einklang mit den zentralen Themen des Unternehmenszwecks stehen, nämlich Kreationen, Natur, Menschen und Gemeinschaften. Diese drei Wachstumstreiber und vier Wachstumskatalysatoren werden gestützt durch ein Bekenntnis zu Exzellenz, Innovation und Einfachheit – bei allem, was wir tun.

Ehrgeizige Ziele sind ein fester Bestandteil der 2025 Strategie von Givaudan, in deren Rahmen das Unternehmen ein organisches Umsatzwachstum von 4% bis 5% auf vergleichbarer Basis und einen freien Cashflow⁴ von mindestens 12% anstrebt. Beide Ziele werden als Durchschnitt über den fünfjährigen Zeitraum des Strategiezyklus gemessen. Zudem beabsichtigt das Unternehmen, wichtige nichtfinanzielle Ziele in den Bereichen Nachhaltigkeit, Vielfalt und Sicherheit, die im Zusammenhang mit dem Unternehmenszweck von Givaudan stehen, zu erreichen.

Der Unternehmenszweck von Givaudan

Der Unternehmenszweck „Kreationen für mehr Glück und Gesundheit im Leben mit Liebe für die Natur. Malen wir es uns gemeinsam aus“ steht im Mittelpunkt der Unternehmensstrategie. Zu diesem Zweck hat Givaudan in vier Bereichen – Kreationen, Natur, Menschen und Gemeinschaften – mutige und ehrgeizige Ziele definiert. Im Rahmen dieser Ambitionen will Givaudan sein Geschäft bis 2030 durch Kreationen, die zu mehr Glück und Gesundheit im Leben beitragen, verdoppeln, bis 2050 klimapositiv werden, bis 2025 im Hinblick auf Chancengleichheit zu den weltweit führenden Arbeitgebern zählen und bis 2030 alle Rohstoffe und Dienstleistungen in einer Art und Weise beschaffen, die Mensch und Umwelt schützt.



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 28. Januar 2022

Kennzahlen

Per 31. Dezember abgeschlossenes Geschäftsjahr in Millionen CHF, ausgenommen Gewinn pro Aktie	2021	2020
Konzernverkäufe	6'684	6'322
Verkäufe Riechstoffe & Schönheit	3'091	2'924
Verkäufe Geschmack & Wohlbefinden	3'593	3'398
Bruttogewinn	2'855	2'659
in % der Verkäufe	42.7%	42.1%
EBITDA²	1'482	1'397
in % der Verkäufe	22.2%	22.1%
Betriebsgewinn	1'089	996
in % der Verkäufe	16.3%	15.8%
Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnender Konzerngewinn	821	743
in % der Verkäufe	12.3%	11.8%
Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)	89.03	80.59
Cashflow aus operativer Tätigkeit^a	1'288	1'189
in % der Verkäufe	19.3%	18.8%
Freier Cashflow	843	811
in % der Verkäufe	12.6%	12.8%

a. Nach sorgfältiger Beratung mit den Konzernprüfern hat der Konzern bestimmt, dass der Kauf und Verkauf von eigenen Eigenkapitalinstrumenten eine Finanzierungstätigkeit darstellen, weshalb diese von Geldzufluss (-abfluss) aus Geschäftstätigkeit in Geldzufluss (-abfluss) aus Finanzierungstätigkeit umgruppiert wurden.

in Millionen CHF, ausgenommen Anzahl Mitarbeitende	31. Dezember 2021	31. Dezember 2020
- Umlaufvermögen	3'406	3'299
- Anlagevermögen	8'014	7'359
Vermögenswerte gesamt	11'420	10'658
- Kurzfristige Verbindlichkeiten	2'318	1'796
- Langfristige Verbindlichkeiten	5'161	5'354
- Eigenkapital	3'941	3'508
Verbindlichkeiten und Eigenkapital gesamt	11'420	10'658
Mitarbeiterzahl	16'842	15'852



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 28. Januar 2022

Verkaufszahlen – Januar bis Dezember

in Millionen CHF	2020 Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	2021 Verkäufe LFL ¹	Veränderung in % auf Vergleichsbasis ¹	Auswirkung von Akquisitionen (netto) ^a	Währungseffekte	2021 Verkäufe wie ausgewiesen	Veränderung in % in CHF
Konzern	6'322	452	6'774	7.1%	(12)	(78)	6'684	5.7%
- Riechstoffe & Schönheit	2'924	194	3'118	6.6%	10	(37)	3'091	5.8%
- Geschmack & Wohlbefinden	3'398	258	3'656	7.6%	(22)	(41)	3'593	5.7%

a. Auswirkung von Akquisitionen (netto) in Millionen CHF

Übernommenes Unternehmen	Verkäufe enthalten ab	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohlbefinden
Ungerer	Februar 2020	13	4	9
Kosmetikgeschäft von Indena	Mai 2020	4	4	
Myrissi	April 2021	-	-	
Custom Essence	Dezember 2021	2	2	
DDW	Dezember 2021	10		10
Nicht fortgeführtes und veräussertes Geschäft		(41)		(41)
Gesamt		(12)	10	(22)

Verkaufszahlen – Oktober bis Dezember (nur viertes Quartal)

in Millionen CHF	2020 Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	2021 Verkäufe LFL ¹	Veränderung in % auf Vergleichsbasis ¹	Auswirkung von Akquisitionen (netto)	Währungseffekte	2021 Verkäufe wie ausgewiesen	Veränderung in % in CHF
Konzern	1'532	81	1'613	5.3%	4	1	1'618	5.6%
- Riechstoffe & Schönheit	725	10	735	1.4%	2	3	740	2.1%
- Geschmack & Wohlbefinden	807	71	878	8.8%	2	(2)	878	8.8%



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 28. Januar 2022

Entwicklung der Verkäufe nach Märkten – Januar bis Dezember

in Millionen CHF	2020 Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	2021 Verkäufe LFL ¹	Veränderung in % auf Vergleichsbasis ¹	Auswirkung von Akquisitionen (netto)	Währungseffekte	2021 Verkäufe wie ausgewiesen	Veränderung in % in CHF
Reife Märkte	3'646	230	3'876	6.3%	(9)	(36)	3'831	5.1%
Wachstumsstarke Märkte	2'676	222	2'898	8.3%	(3)	(42)	2'853	6.6%

Entwicklung der Verkäufe nach Regionen – Januar bis Dezember

in Millionen CHF	2021 Verkäufe wie ausgewiesen	2020 Verkäufe wie ausgewiesen	Veränderung in % LFL ¹	Veränderung in % in CHF
LATAM	723	674	14.4%	7.3%
APAC	1'688	1'602	5.7%	5.4%
NOAM	1'824	1'768	4.8%	3.2%
EAME	2'449	2'278	7.8%	7.5%

Givaudan Riechstoffe & Schönheit

Die Verkäufe von Riechstoffe & Schönheit beliefen sich auf CHF 3'091 Millionen, was einem Zuwachs von 6.6% auf vergleichbarer Basis und von 5.8% in Schweizer Franken gleichkommt. Dieses Umsatzwachstum wurde vor allem durch die Erholung in den Geschäftsbereichen Luxusparfümerie und Active Beauty angetrieben, die 2020 besonders stark von der Covid-19-Pandemie betroffen waren.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen auf vergleichbarer Basis um 5.5%. In Schweizer Franken erhöhten sich die Gesamtverkäufe von CHF 2'529 Millionen im Jahr 2020 auf CHF 2'640 Millionen.

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie stiegen auf vergleichbarer Basis um 22.5%, gegenüber einem vergleichbaren Umsatzrückgang von 6.0% im Vorjahr. Nach der erheblichen Beeinträchtigung durch die Covid-19-Pandemie im Jahr 2020 erholten sich die Verkäufe in allen Regionen und über alle Kundengruppen hinweg. Diese Erholung ist vor allem der starken Entwicklung in bestehenden Geschäftsbereichen sowie der beachtlichen Anzahl von Neugeschäften zu verdanken.

Die Verkäufe im Bereich Konsumgüter stiegen um 1.5% auf vergleichbarer Basis gegenüber einem starken Wachstum von 9.1% im Jahr 2020, das hauptsächlich auf die verstärkte Nachfrage nach Haushalts-, Gesundheits- und Körperpflegeprodukten im Zuge der Covid-19-Pandemie zurückzuführen war. Das Verkaufswachstum im Jahr 2021 wurde überwiegend in den wachstumstarken Märkten und über alle Kundengruppen hinweg erzielt.



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 28. Januar 2022

In den Bereichen Riechstoffingredienzien und Active Beauty stiegen die Verkäufe um 14.2% auf vergleichbarer Basis, was dem starken zweistelligen Zuwachs bei Active Beauty und dem hohen einstelligen Anstieg bei Riechstoffingredienzien zu verdanken ist.

Das EBITDA von Riechstoffe & Schönheit stieg von CHF 677 Millionen im Jahr 2020 um 2.7% auf CHF 696 Millionen im Jahr 2021. Dieser Anstieg beruhte im Wesentlichen auf gestiegenen Verkäufen sowie den Wachstums- und Synergiebeiträgen der jüngsten Akquisitionen, wobei der zunehmende Kostendruck in der Lieferkette im gesamten Geschäftsbereich negativ zu Buche schlug.

Die EBITDA-Marge belief sich im Jahr 2021 auf 22.5%, im Vergleich zu 23.2% im Jahr 2020. Auf vergleichbarer Basis resultierte im Jahr 2021 für Riechstoffe & Schönheit eine EBITDA-Marge von 22.6%, gegenüber 23.6% im Jahr 2020.

Der Betriebsgewinn erhöhte sich 2021 von CHF 536 Millionen im Vorjahreszeitraum 2020 auf CHF 547 Millionen. Die Betriebsgewinnmarge belief sich 2021 auf 17.7%, gegenüber 18.4% im Jahr 2020.

Luxusparfümerie

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie stiegen um 22.5% auf vergleichbarer Basis, gegenüber einem Rückgang von 6.0% im Vorjahr. Nach der erheblichen Beeinträchtigung durch die Covid-19-Pandemie im Jahr 2020 erholten sich die Verkäufe in allen Regionen und über alle Kundengruppen hinweg. Diese Erholung ist vor allem der starken Entwicklung in bestehenden Geschäftsbereichen sowie der beachtlichen Anzahl von Neugeschäften zu verdanken.

Alle Regionen erzielten kräftige Verkaufszuwächse, wobei das Umsatzwachstum sowohl in wachstumsstarken als auch in reifen Märkten zweistellig ausfiel. Die Regionen Westeuropa und Naher Osten wiesen die besten Ergebnisse aus, beide verzeichneten jeweils ein Umsatzwachstum im hohen zweistelligen Bereich. Zu den hervorragenden Resultaten trugen alle Kundengruppen bei, wobei im Geschäft mit lokalen und regionalen Kunden sowie mit Kunden von Luxusmarken jeweils ein zweistelliges Wachstum erreicht wurde.

Konsumgüter

Die Verkäufe im Bereich Konsumgüter stiegen um 1.5% auf vergleichbarer Basis gegenüber einem starken Wachstum von 9.1% im Jahr 2020, das hauptsächlich auf die verstärkte Nachfrage nach Haushalts-, Gesundheits- und Körperpflegeprodukten im Zuge der Covid-19-Pandemie zurückzuführen war. Das Verkaufswachstum im Jahr 2021 wurde überwiegend in den wachstumsstarken Märkten und über alle Kundengruppen hinweg erzielt.

Die Region Lateinamerika wies in den meisten Teilregionen und vor allem bei internationalen Kunden ein zweistelliges Wachstum aus. Das Umsatzwachstum in Asien wurde hauptsächlich durch lokale und regionale Kunden generiert, wobei China ein Wachstum im hohen einstelligen Bereich erzielte. Die Verkäufe der Region Europa, Afrika und Naher Osten blieben weitgehend unverändert bei einer hohen Vergleichsbasis im Vorjahr. Die Verkäufe in Nordamerika hingegen gingen nach einem zweistelligen Wachstum im Jahr 2020 leicht zurück.

Auf Ebene der Produktsegmente wurde das Umsatzwachstum vom Segment Textilpflege angeführt, gefolgt vom Körperpflegebereich.



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 28. Januar 2022

Riechstoffingredienzien und Active Beauty

In den Bereichen Riechstoffingredienzien und Active Beauty stiegen die Verkäufe um 14.2% auf vergleichbarer Basis.

Active Beauty verzeichnete im Jahr 2021 eine sehr starke Erholung und wies sowohl für wachstumsstarke als auch reife Märkte ein starkes zweistelliges Wachstum aus. Diese Entwicklung war insbesondere einem hohen zweistelligen Zuwachs bei aktiven Premium-Ingredienzien zu verdanken. Der Bereich Riechstoffingredienzien erzielte 2021 ein starkes einstelliges Wachstum.

Givaudan Geschmack & Wohlbefinden

Die Verkäufe von Geschmack & Wohlbefinden beliefen sich auf CHF 3'593 Millionen, was einem Anstieg von 7.6% auf vergleichbarer Basis und von 5.7% in Schweizer Franken entspricht.

Die hervorragenden Verkaufszahlen wurden von Neugeschäften und der guten Geschäftsdynamik in allen Regionen und Kundengruppen getragen. Die Verkaufszahlen waren in vielen Ländern nach wie vor von den Auswirkungen der Covid-19-Pandemie beeinträchtigt. Doch seit dem zweiten Quartal 2021 wurde eine kontinuierliche Erholung beobachtet, da steigende Impfraten und die schrittweisen Wiederöffnungen zu einer höheren Nachfrage nach Foodservice-Produkten führten, die im Jahr 2020 am stärksten betroffen waren.

In den wichtigen strategischen Fokusbereichen stiegen die Verkäufe bei den pflanzenbasierten Proteinen zweistellig und in den Segmenten Gesundheit & Wellness sowie Naturstoffe im hohen einstelligen Bereich.

Nach Segmenten betrachtet erzielten alle Bereiche kräftige Verkaufszuwächse, insbesondere jedoch die Bereiche Getränke, kulinarische Aromen und Snacks.

Das EBITDA von Geschmack & Wohlbefinden verzeichnete einen Anstieg von 9.2% auf CHF 786 Millionen, im Vergleich zu CHF 720 Millionen im Jahr 2020. Dieser Anstieg wurde durch eine gute operative Hebelwirkung und eine kontinuierliche Kostendisziplin unterstützt. Die EBITDA-Marge kletterte von 21.2% im Jahr 2020 auf 21.9% im Jahr 2021. Auf vergleichbarer Basis verbesserte sich die EBITDA-Marge für Geschmack & Wohlbefinden von 22.1% im Jahr 2020 auf 22.4% im Jahr 2021.

Der Betriebsgewinn stieg von CHF 460 Millionen im Jahr 2020 um 17.8% auf CHF 542 Millionen im Jahr 2021. Die Betriebsgewinnmarge erhöhte sich von 13.5% im Vorjahr auf 15.1% im Jahr 2021.

Asien-Pazifik

Die Verkäufe in Asien-Pazifik stiegen um 7.4% auf vergleichbarer Basis. Unter den wachstumsstarken Märkten verbuchten China und Malaysia einen hohen zweistelligen Zuwachs, gefolgt von einem soliden einstelligen Wachstum in Indonesien und Vietnam. In den reifen Märkten wurde das Wachstum von Singapur, Australien und Korea angetrieben.

Auf der Segmentebene erzielten primär die Bereiche Getränke, Milchprodukte, Snacks und kulinarische Aromen ein Wachstum.



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 28. Januar 2022

Südasien, Afrika und Naher Osten (SAMEA)

Die Verkäufe in Südasien, Afrika und im Nahen Osten erhöhten sich um 6.1% auf vergleichbarer Basis. In Indien, Kamerun und Nigeria wurde ein zweistelliges Plus verzeichnet. Ägypten und Südafrika waren nach wie vor stark durch die Covid-19-Pandemie beeinträchtigt und verzeichneten Zuwächse im mittleren bis hohen einstelligen Bereich.

Das Umsatzwachstum in der Region wurde von den Segmenten Getränke, Milchprodukte und Snacks getragen.

Europa

Die Verkäufe in Europa stiegen um 6.3% auf vergleichbarer Basis. Die reifen Märkte Italiens und Irlands erzielten einen zweistelligen Zuwachs, gefolgt von einem mittleren bis hohen einstelligen Wachstum in Deutschland, Belgien und Spanien. Bei den wachstumsstarken Märkten wurde die ausgezeichnete Geschäftsdynamik durch zweistelliges Wachstum in Russland und Polen beflügelt.

Auf der Segmentebene erzielten primär die Bereiche Getränke, Süswaren, kulinarische Aromen und Snacks ein Wachstum.

Nordamerika

Die Verkäufe in Nordamerika stiegen dank der guten Ergebnisse in den Segmenten Getränke und kulinarische Aromen auf vergleichbarer Basis um 5.8%. Das Ergebnis war auf Neugeschäfte, eine Erholung im Bereich Foodservice sowie das Wachstum im bestehenden Geschäft mit Getränken, Immunprodukten, kulinarischen Aromen und Süswaren zurückzuführen.

Lateinamerika

Die Verkäufe in Lateinamerika stiegen um 19.3% auf vergleichbarer Basis, getrieben von starken zweistelligen Volumenzuwächsen in Mexiko, Brasilien, Kolumbien, Chile und Argentinien über alle Segmente hinweg.

Der Konzern hat die Berichterstattung über die Ergebnisse von Givaudan Geschmack & Wohlbefinden in den einzelnen Regionen mit Wirkung zum 1. Januar 2021 an die Änderungen in der Managementstruktur des Unternehmens angepasst. Zur Information: Das Wachstum in Südasien, Afrika und dem Nahen Osten belief sich im Jahr 2020 auf 0.7% und in Europa auf 1.6%.

Generalversammlung 2022

An der Generalversammlung vom 24. März 2022 stellen sich alle derzeitigen Mitglieder des Verwaltungsrates zur Wiederwahl. Darüber hinaus beantragt der Verwaltungsrat an der Generalversammlung am 24. März 2022 die Wahl von Herrn Tom Knutzen als neues Verwaltungsratsmitglied mit Wirkung ab dem Datum der Generalversammlung. Alle Mitglieder des Verwaltungsrates werden für eine Amtsdauer gewählt, die mit der Generalversammlung 2023 endet.



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 28. Januar 2022

Den integrierten Geschäftsbericht 2021 finden Sie unter www.givaudan.com – investors – financial results – results centre. Weitere Informationen und Abgleichungen der alternativen Leistungsmessgrössen (Alternative Performance Measures) des Konzerns finden Sie im Anhang des 2021 Financial Report.

Eine Telefonkonferenz wird am 28. Januar 2022 um 15.00 Uhr (MEZ) auf www.givaudan.com übertragen.

Hinweise:

1. Like-for-Like (LFL; auf vergleichbarer Basis) wird definiert als: (a) Umsätze, berechnet auf der Basis der für die Rechnungsstellung verwendeten Wechselkurse aus dem Vorjahr und (b) ohne Umsätze der übernommenen Unternehmen in der Zeitspanne von deren Akquisition bis zum Ende der Berichtsperiode (bis zu 12 Monate nach dem Zeitpunkt ihrer Akquisition) und (c) ohne Umsätze der veräusserten Unternehmen in der Zeitspanne von ihrer Veräusserung bis zum Ende der entsprechenden vorherigen Vergleichsperiode.
2. EBITDA steht für Earnings Before Interest (and other financial income [expense], net), Tax, Depreciation and Amortisation = Gewinn vor Zinsen (und sonstigem finanziellem Einkommen und Aufwand), Steuern, Abschreibungen und Amortisationen. Dies entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen, Amortisationen sowie der Wertminderung langlebiger Vermögensgegenstände.
3. Das vergleichbare EBITDA ist das ausgewiesene EBITDA, das um wesentliche einmalige Posten bereinigt wurde, die sich auf das Verständnis der zugrundeliegenden normalen Geschäftstätigkeit auswirken.
4. Der freie Cashflow (Free Cash Flow, FCF) ist der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen, Zins- und Leasingzahlungen sowie Kauf und Verkauf von eigenen Eigenkapitalinstrumenten.
5. Der Verschuldungsgrad wird definiert als die Nettoverschuldung dividiert durch die Summe von Nettoverschuldung und Eigenkapital (gemäss der Definition für den Verschuldungsgrad).
6. Das Verhältnis der Nettoverschuldung zum EBITDA wird wie folgt definiert:
 - Die Nettoverschuldung ergibt sich aus der Gesamtsumme der konsolidierten kurzfristigen und langfristigen Verbindlichkeiten abzüglich flüssiger Mittel.
 - EBITDA steht für Earnings Before Interest (and other financial income [expense], net), Tax, Depreciation and Amortisation = Gewinn vor Zinsen (und sonstigem finanziellem Einkommen und Aufwand), Steuern, Abschreibungen und Amortisationen. Dies entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen, Amortisationen sowie der Wertminderung langlebiger Vermögensgegenstände.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an

Pierre Bénaich, Head of Investor and Media Relations

T +41 22 780 9053

E pierre.benaich@givaudan.com