

## Unternehmensnachrichten

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 12. April 2022

# Verkäufe im ersten Quartal 2022

## Positiver Jahresauftakt

---

„Wir freuen uns sehr über unseren guten Start ins Jahr 2022, obwohl das schwierige externe Umfeld viele Teile des Geschäfts betraf. Unser gutes Umsatzwachstum von 4.6% auf vergleichbarer Basis erzielten wir vor dem Hintergrund eines starken Wachstums von 7.7% im Vorjahr auf vergleichbarer Basis. Dies belegt die Stärke unseres Unternehmens und unserer Organisation zur Unterstützung unserer Kunden in aller Welt.“ **Gilles Andrier, CEO**

---

### Verkaufszahlen

In den ersten drei Monaten des Jahres 2022 **verzeichnete Givaudan Verkäufe von CHF 1'780 Millionen**, was einem Zuwachs von 4.6% auf vergleichbarer Basis<sup>1</sup> und von 6.4% in Schweizer Franken entspricht.

Givaudan startete mit einer guten Geschäftsdynamik ins Jahr und konnte ihren Geschäftsbetrieb und ihre globale Lieferkette auf hohem Niveau halten, obwohl das schwierige externe Umfeld viele Teile des Geschäfts betraf.

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

**Die Verkäufe von Riechstoffe & Schönheit betragen CHF 810 Millionen**, was einen Zuwachs von 2.7% auf vergleichbarer Basis<sup>1</sup> und von 2.8% in Schweizer Franken darstellt.

Bei den Geschäftsbereichen stiegen die Verkäufe von Luxusparfümerie um 17.4% auf vergleichbarer Basis, während die Verkäufe von Konsumgütern um 2.3% auf vergleichbarer Basis sanken, und zwar gegenüber einem hohen vergleichbaren Wachstum im Vorjahr von 11.4%. Die Verkäufe von Riechstoffingredienzen und Active Beauty legten um 8.2% auf vergleichbarer Basis zu.

Dieses Umsatzwachstum wurde durch einen weiterhin starken Volumenzuwachs im Bereich Luxusparfümerie bei anhaltend hohem Neugeschäft sowie ein erneut zweistelliges Wachstum bei Active Beauty getragen. Die Nachfrage nach Riechstoffingredienzen war nach wie vor hoch, während die Entwicklung von Konsumgütern durch das starke vergleichbare Wachstum vom Vorjahr beeinträchtigt wurde.



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 12. April 2022

**Geschmack & Wohlbefinden erzielte Verkäufe von CHF 970 Millionen**, ein Plus von 6.4% auf vergleichbarer Basis<sup>1</sup> und von 9.6% in Schweizer Franken.

Auf regionaler Ebene wurden die guten Verkaufszahlen vor allem in Europa mit einem Anstieg von 12.9% auf vergleichbarer Basis, Südasien, Afrika und dem Nahen Osten mit einem Anstieg von 10.9% und Lateinamerika mit einem Anstieg von 14.4% auf vergleichbarer Basis erzielt.

Nach Segmenten betrachtet trugen sowohl Getränke, Milchprodukte, Snacks, kulinarische Aromen und Süswaren zum Wachstum bei. In den wichtigsten strategischen Fokusbereichen stiegen die Verkäufe im Segment alternative Proteine weiterhin zweistellig und bei Gesundheit & Wellness sowie bei Naturstoffen im mittleren einstelligen Bereich.

### **Unsere mittel- und langfristigen Ziele**

Im Rahmen unserer 2025 Strategie "Wachstumsfokus im Einklang mit dem Unternehmenszweck" wollen wir gemeinsam mit unseren Kunden Wachstum erzielen, indem wir inspirierende Produkte für mehr Glück und Gesundheit im Leben kreieren und Positives für Natur, Menschen und Gemeinschaften bewirken.

Ehrgeizige Ziele sind ein fester Bestandteil dieser Strategie, wobei das Unternehmen ein organisches Verkaufswachstum von 4–5% auf vergleichbarer Basis und einen freien Cashflow<sup>2</sup> von mindestens 12% anstrebt. Beide Ziele werden als Durchschnitt über den fünfjährigen Zeitraum des Strategiezyklus gemessen. Zudem beabsichtigen wir, wichtige nichtfinanzielle Ziele in den Bereichen Nachhaltigkeit, Vielfalt und Sicherheit, die im Zusammenhang mit dem Unternehmenszweck von Givaudan stehen, zu erreichen.

Unsere mutigen und ehrgeizigen langfristigen Ziele haben wir in vier Bereichen definiert: Kreationen, Natur, Menschen und Gemeinschaften. Im Rahmen dieser Ambitionen wollen wir unser Geschäft bis 2030 durch Kreationen, die zu mehr Glück und Gesundheit im Leben beitragen, verdoppeln, bis 2050 klimapositiv werden, bis 2025 im Hinblick auf Inklusion zu den weltweit führenden Arbeitgebern zählen und bis 2030 alle Rohstoffe und Dienstleistungen in einer Art und Weise beschaffen, die Mensch und Umwelt schützt.

### **Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an**

Pierre Bénaich, Head of Investor and Media Relations

**T** +41 22 780 90 53

**E** [pierre.benaich@givaudan.com](mailto:pierre.benaich@givaudan.com)

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 12. April 2022

## Kennzahlen

### Verkäufe Januar bis März

in Millionen CHF

	2021	Entwicklung LFL <sup>1</sup>	2022	Veränderung in % auf vergleichbarer Basis <sup>1</sup>	Auswirkung von Akquisitionen und Veräusserungen <sup>a</sup>	Währungseffekte	2022	Veränderung in % in CHF
	Verkäufe wie ausgewiesen		Verkäufe LFL <sup>1</sup>				Verkäufe wie ausgewiesen	
<b>Konzern</b>	<b>1'674</b>	<b>78</b>	<b>1'752</b>	<b>4.6%</b>	<b>46</b>	<b>(18)</b>	<b>1'780</b>	<b>6.4%</b>
Riechstoffe & Schönheit	788	21	809	2.7%	10	(9)	810	2.8%
Geschmack & Wohlbefinden	886	57	943	6.4%	36	(9)	970	9.6%

#### a. Auswirkung von Akquisitionen und Veräusserungen

in Millionen CHF

Übernommenes Unternehmen	Verkäufe enthalten ab	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohlbefinden
Custom Essence	Dezember 2021	10	10	
DDW	Dezember 2021	38		38
Nicht fortgeführtes und veräussertes Geschäft		(2)		(2)
<b>Gesamt</b>		<b>46</b>	<b>10</b>	<b>36</b>

### Verkäufe Januar bis März: Riechstoffe & Schönheit

in Millionen CHF	2021 Umsatzwachstum auf vergleichbarer Basis	2022 Umsatzwachstum auf vergleichbarer Basis
Luxusparfümerie	6.6%	17.4%
Konsumgüter	11.4%	-2.3%
Riechstoffingredienzien und Active Beauty	6.9%	8.2%

### Verkäufe Januar bis März: Geschmack & Wohlbefinden

in Millionen CHF	2021 Umsatzwachstum auf vergleichbarer Basis	2022 Umsatzwachstum auf vergleichbarer Basis
Europa	0.7%	12.9%
Südasien, Naher Osten und Afrika	6.9%	10.9%
Nordamerika	4.0%	0.5%
Lateinamerika	19.4%	14.4%
Asien-Pazifik	8.2%	2.4%

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 12. April 2022

## Entwicklung der Verkäufe nach Märkten – Januar bis März

in Millionen CHF	2021 Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL <sup>1</sup>	2022 Verkäufe LFL <sup>1</sup>	Veränderung in % auf vergleichbarer Basis <sup>1</sup>	Auswirkung von Akquisitionen und Veräusserungen	Währungseffekte	2022 Verkäufe wie ausgewiesen	Veränderung in % in CHF
Reife Märkte	955	58	1'013	6.0%	31	(16)	1'028	7.7%
Wachstumsstarke Märkte	719	20	739	2.7%	15	(2)	752	4.6%

## Entwicklung der Verkäufe nach Regionen – Januar bis März

in Millionen CHF	2021 Verkäufe wie ausgewiesen	2022 Verkäufe wie ausgewiesen	Veränderung in % auf vergleichbarer Basis <sup>1</sup>	Veränderung in % in CHF
LATAM	181	197	5.2%	9.0%
APAC	423	424	-0.6%	0.3%
NA	449	476	-0.5%	6.2%
EAME	621	683	11.7%	9.9%

### Hinweise:

<sup>1</sup> Like-for-Like (LFL, auf vergleichbarer Basis) wird definiert als: (a) Verkäufe, berechnet auf der Basis der für die Rechnungsstellung verwendeten Wechselkurse aus dem Vorjahr und (b) ohne Verkäufe der übernommenen Unternehmen in der Zeitspanne von deren Akquisition bis zum Ende der Berichtsperiode (bis zu zwölf Monate nach dem Zeitpunkt ihrer Akquisition) und (c) ohne Verkäufe der veräusserten Unternehmen in der Zeitspanne von ihrer Veräusserung bis zum Ende der entsprechenden vorherigen Vergleichsperiode.

<sup>2</sup> 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.