

## Unternehmensmitteilung

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 21. Juli 2022

## Halbjahresergebnisse 2022

### Solides Geschäftsergebnis in einem schwierigen Umfeld

- Verkäufe von CHF 3'652 Millionen, ein Anstieg um 6.2% auf vergleichbarer Basis<sup>1</sup> und um 8.3% in Schweizer Franken
- Gute Verkaufszahlen über das gesamte Portfolio und alle Märkte hinweg, trotz hoher Vergleichsbasis aus dem Vorjahr
- Vergleichbares EBITDA<sup>3</sup> von CHF 820 Millionen und damit eine Marge von 22.5% gegenüber 24.2% im Jahr 2021
- Nettogewinn von CHF 440 Millionen
- Freier Cashflow<sup>4</sup> von -4.0% der Verkäufe oder CHF -147 Millionen, bedingt durch höheren Betriebskapitalbedarf und Investitionen
- Erste auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Finanzierungsmassnahme mit der Erneuerung der bestehenden Konzern-Kreditfazilität

---

„Wir sind sehr zufrieden mit unserem soliden Ergebnis, welches wir trotz des nach wie vor schwierigen Umfelds im ersten Halbjahr 2022 erzielt haben. Ich bin stolz darauf, dass wir erneut die Widerstandsfähigkeit unseres Geschäfts unter Beweis gestellt haben, ebenso wie unsere starke Fokussierung darauf, das Wachstum unserer Kunden auf der ganzen Welt zu unterstützen.“

Gilles Andrier, CEO

---

## Verkaufszahlen

**In den ersten sechs Monaten des Jahres 2022 verzeichnete Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 3'652 Millionen**, was einem Anstieg von 6.2% auf vergleichbarer Basis<sup>1</sup> und von 8.3% in Schweizer Franken entspricht.

In einem äusserst schwierigen operativen Umfeld, das durch höhere Produktionskosten und Beeinträchtigungen der Zulieferkette bestimmt war, konnte Givaudan die gute Geschäftsdynamik aufrechterhalten und gleichzeitig ihren Geschäftsbetrieb sowie ihre globale, ausgehende Lieferkette auf hohem Niveau halten. Zu diesem guten Wachstum trugen alle Produktsegmente und Regionen bei, wobei die reifen Märkte um 5.4% und die wachstumsstarken Märkte um 7.4% auf vergleichbarer Basis wuchsen.



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 21. Juli 2022

Angesichts höherer Produktionskosten im Jahr 2022 ist das Unternehmen auf einem guten Weg, in Zusammenarbeit mit seinen Kunden Preiserhöhungen durchzuführen, um den Anstieg der Produktionskosten vollständig auszugleichen.

**Die Verkäufe von Riechstoffe & Schönheit betragen CHF 1'646 Millionen**, was einem Zuwachs von 4.7% auf vergleichbarer Basis<sup>1</sup> und von 5.3% in Schweizer Franken entspricht, gegenüber einem starken Wachstum von 10.1% im Vergleichszeitraum 2021. Das gute Wachstum wurde durch einen weiterhin starken Volumenzuwachs im Bereich Luxusparfümerie bei anhaltend hohem Neugeschäft sowie ein zweistelliges Wachstum bei Riechstoffingredienzien getragen. Der Bereich Konsumgüter kehrte im zweiten Quartal zum Wachstum zurück und die Nachfrage nach Riechstoffingredienzien blieb hoch.

Bei den Geschäftsbereichen stiegen die Verkäufe von Luxusparfümerie und im Segment Konsumgüter um 17.9% beziehungsweise 0.4%, jeweils auf vergleichbarer Basis. Die Verkäufe von Riechstoffingredienzien und Active Beauty legten um 8.0% auf vergleichbarer Basis zu.

**Geschmack & Wohlbefinden erzielte Verkäufe von CHF 2'006 Millionen**, was einem Anstieg von 7.6% auf vergleichbarer Basis<sup>1</sup> und von 10.9% in Schweizer Franken entspricht.

Auf regionaler Ebene verzeichnete Asien-Pazifik einen Zuwachs von 5.1% auf vergleichbarer Basis; Südasiens, Afrika und Naher Osten erzielte ein Plus von 16.9% und Europa einen Anstieg von 14.0% auf vergleichbarer Basis. In Nordamerika gingen die Verkäufe um 0.9% zurück und in Lateinamerika stiegen sie um 17.1%, ebenfalls jeweils auf vergleichbarer Basis.

Wenngleich die Verkaufszahlen in vielen Ländern immer noch von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und von Lieferengpässen betroffen waren, wurde in allen Regionen eine gute Geschäftsdynamik aufrechterhalten. Das Segment Foodservice setzte seine starke Erholung fort und befindet sich nun wieder nahezu auf dem Niveau wie vor der Pandemie. In den wichtigen strategischen Fokusbereichen verzeichneten die Verkäufe bei den pflanzenbasierten Proteinen sowie im Bereich Gesundheit und Wellness zweistellige und im Bereich Naturstoffe solide einstellige Zuwächse.

## Bruttogewinn

Der Bruttogewinn sank um 1.4% von CHF 1'480 Millionen im Jahr 2021 auf CHF 1'459 Millionen im Jahr 2022; in Lokalwährungen stieg er allerdings um 0.4%. Aufgrund des Verwässerungseffekts der zum Ausgleich höherer Produktionskosten durchgeführten Preismassnahmen auf die Bruttomarge sowie der gestiegenen Rohstoff-, Energie- und Transportkosten verringerte sich die Bruttomarge 2022 auf 40.0%, gegenüber 43.9% im Jahr 2021.

## Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA)<sup>2</sup>

Das EBITDA erhöhte sich von CHF 809 Millionen im Vergleichszeitraum des Vorjahres um 0.9% auf CHF 816 Millionen. Die EBITDA-Marge belief sich 2022 auf 22.4%, gegenüber 24.0% im Jahr 2021. Auf vergleichbarer Basis betrug die EBITDA-Marge im Jahr 2022 22.5%, verglichen mit 24.2% im Jahr 2021. Die Auswirkungen höherer Produktionskosten auf den Bruttogewinn und die gestiegenen Frachtkosten für

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 21. Juli 2022

ausgehende Lieferungen konnten im ersten Halbjahr 2022 zum Teil durch eine strikte Kostenkontrolle in allen Geschäftsbereichen ausgeglichen werden.

Das EBITDA von Riechstoffe & Schönheit ging von CHF 375 Millionen in den ersten sechs Monaten 2021 auf CHF 362 Millionen im Jahr 2022 zurück. Die EBITDA-Marge verringerte sich auf 22.0%, gegenüber 24.0% im Jahr 2021. Auf vergleichbarer Basis resultierte im Jahr 2022 für Riechstoffe & Schönheit eine EBITDA-Marge von 22.2%, gegenüber 24.2% im Jahr 2021.

Das EBITDA von Geschmack & Wohlbefinden erhöhte sich um 4.5% auf CHF 454 Millionen, im Vergleich zu CHF 434 Millionen im Jahr 2021. Die EBITDA-Marge sank auf 22.6% im Jahr 2022, im Vergleich zu 24.0% im Jahr 2021. Auf vergleichbarer Basis resultierte im Jahr 2022 für Geschmack & Wohlbefinden eine EBITDA-Marge von 22.7%, gegenüber 24.3% im Jahr 2021.

## Betriebsgewinn

Der Betriebsgewinn stieg um 2.9% auf CHF 631 Millionen im Jahr 2022, gegenüber CHF 613 Millionen im Jahr 2021. In Lokalwährungen wurde der Betriebsgewinn um 5.5% gesteigert. Die Betriebsgewinnmarge sank 2022 im Vergleich zum Vorjahr von 18.2% auf 17.3%.

Der Betriebsgewinn bei Riechstoffe & Schönheit reduzierte sich 2022 gegenüber dem Vorjahreszeitraum von CHF 301 Millionen auf CHF 291 Millionen. Die Betriebsgewinnmarge sank 2022 im Vergleich zum Vorjahr von 19.2% auf 17.7%.

Bei Geschmack & Wohlbefinden stieg der Betriebsgewinn von CHF 312 Millionen im Jahr 2021 um 8.7% auf CHF 340 Millionen im Jahr 2022. Die Betriebsgewinnmarge sank 2022 gegenüber dem Vorjahr von 17.3% auf 16.9%.

## Finanzergebnis

Die Finanzierungskosten beliefen sich im ersten Halbjahr 2022 auf CHF 48 Millionen und blieben damit stabil gegenüber den CHF 46 Millionen im Vergleichszeitraum 2021. Der übrige Nettofinanzaufwand betrug im Jahr 2022 CHF 71 Millionen, verglichen mit CHF 1 Million im Jahr 2021. Der Anstieg ist zurückzuführen auf Mark-to-Market Anpassungen bei Wertpapieren und höhere Devisenkursverluste.

Der Ertragssteueraufwand der Zwischenbilanz lag 2022 bei 14% des Gewinns vor Steuern, gegenüber 15% im Jahr 2021.

## Konzerngewinn

Der Konzerngewinn fiel von CHF 481 Millionen im Jahr 2021 auf CHF 440 Millionen im ersten Halbjahr 2022. Daraus ergibt sich eine Nettogewinnmarge von 12.1%, verglichen mit 14.3% im Jahr 2021. Der unverwässerte Gewinn pro Aktie lag bei CHF 47.74, nach CHF 52.19 im Vorjahreszeitraum.

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 21. Juli 2022

## Cashflow

Givaudan erzielte in den ersten sechs Monaten 2022 einen Cashflow aus operativer Tätigkeit von CHF 131 Millionen, gegenüber CHF 415 Millionen im Jahr 2021.

Das Nettobetriebskapital betrug 29.6% der Verkäufe im Vergleich zu 28.3% im Jahr 2021, infolge höherer Forderungen und Lagerbestände aufgrund des guten Umsatzwachstums und anhaltender Lieferschwierigkeiten vor allem auf der Zulieferseite.

Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen beliefen sich auf CHF 130 Millionen, gegenüber CHF 79 Millionen im Jahr 2021. 2022 wurden CHF 34 Millionen für den Erwerb immaterieller Anlagewerte aufgewendet, verglichen mit CHF 41 Millionen im Vorjahr. Dies ist zurückzuführen auf weitere Investitionen des Unternehmens in seine IT und seine digitale Plattform sowie die Migration aller übernommenen Einheiten auf die Betriebsplattformen von Givaudan.

Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte beliefen sich auf 4.5% der Verkäufe, verglichen mit 3.6% im Jahr 2021.

Der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen betrug CHF -33 Millionen, gegenüber CHF 295 Millionen im Jahr 2021. Der freie Cashflow<sup>4</sup> belief sich im ersten Halbjahr 2022 auf CHF -147 Millionen, im Vergleich zu CHF 186 Millionen im Vergleichszeitraum 2021. Der freie Cashflow ausgedrückt als Prozentsatz der Verkäufe belief sich in den ersten sechs Monaten 2022 auf -4.0%, gegenüber 5.5% im Jahr 2021.

## Finanzlage

Die Finanzlage von Givaudan war Ende Juni 2022 nach wie vor solide. Zudem investiert das Unternehmen weiterhin in künftiges Wachstum, während es zugleich die kurzfristigen Herausforderungen in Bezug auf das Betriebskapital bewältigt. Die Nettoschulden beliefen sich im Juni 2022 auf CHF 5'129 Millionen, verglichen mit CHF 4'394 Millionen Ende Dezember 2021 und CHF 4'727 Millionen im Juni 2021. Das Verhältnis der Nettoverschuldung zum EBITDA<sup>5</sup> lag bei 3.45, im Vergleich zu 2.97 Ende Dezember 2021.

Im Juni 2022 refinanzierte der Konzern seine mehrere Banken umfassende bestehende Kreditfazilität in Höhe von CHF 1.25 Milliarden für einen Zeitraum von fünf Jahren mit der Option auf Verlängerung um zwei Jahre und Aufstockung während der vereinbarten Laufzeit. Die Erneuerung dieser Fazilität ist zudem die erste Finanzierungsmassnahme unter dem Konzernrahmenwerk für eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Finanzierung.

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 21. Juli 2022

## 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, in deren Rahmen das Unternehmen ein organisches Verkaufswachstum von 4% bis 5% auf vergleichbarer Basis<sup>1</sup> und einen freien Cashflow<sup>4</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 zu erreichen, die im Zusammenhang mit dem Unternehmenszweck von Givaudan stehen.

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 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.

## Zusatzinformationen

Der Halbjahresbericht 2022 kann unter [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) heruntergeladen werden:  
[Halbjahresbericht 2022](#), [Finanzübersicht erstes Halbjahr 2022](#)

Am Donnerstag, dem 21. Juli 2022, wird um 15.00 Uhr (MESZ) auf [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) eine Telefonkonferenz übertragen.

Weitere Informationen und Abgleichungen der alternativen Leistungsmessgrössen (Alternative Performance Measures) des Konzerns finden Sie im [Anhang des Halbjahresberichts 2022](#).

### **Anstehende Unternehmenstermine**

Halbjahreskonferenz – 30. August 2022  
Ergebnis drittes Quartal – 11. Oktober 2022  
Investorentag – 20. Oktober 2022  
Ganzjahresresultate – 25. Januar 2023

### **Kontakt**

Pierre Benaich, 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, 21. Juli 2022

## Übersicht

### Kennzahlen

Per 30. Juni abgeschlossenes Halbjahr In Millionen CHF, ausgenommen Gewinn pro Aktie	2022	2021
<b>Konzernverkäufe</b>	<b>3'652</b>	<b>3'373</b>
– Verkäufe Riechstoffe & Schönheit	1'646	1'564
– Verkäufe Geschmack & Wohlbefinden	2'006	1'809
<b>Bruttogewinn</b>	<b>1'459</b>	<b>1'480</b>
– In % der Verkäufe	40.0%	43.9%
<b>EBITDA<sup>2</sup></b>	<b>816</b>	<b>809</b>
– In % der Verkäufe	22.4%	24.0%
<b>Betriebsgewinn</b>	<b>631</b>	<b>613</b>
– In % der Verkäufe	17.3%	18.2%
<b>Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnender Konzerngewinn</b>	<b>440</b>	<b>481</b>
– In % der Verkäufe	12.1%	14.3%
<b>Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)</b>	<b>47.74</b>	<b>52.19</b>
<b>Cashflow aus operativer Tätigkeit</b>	<b>131</b>	<b>415</b>
– In % der Verkäufe	3.6%	12.3%
<b>Freier Cashflow</b>	<b>-147</b>	<b>186</b>
– In % der Verkäufe	-4.0%	5.5%

In Millionen CHF, ausgenommen Anzahl Mitarbeitende	30. Juni 2022	31. Dezember 2021
– Umlaufvermögen	3'942	3'407
– Anlagevermögen	7'972	8'027
<b>Vermögenswerte gesamt</b>	<b>11'914</b>	<b>11'434</b>
– Kurzfristige Verbindlichkeiten	2'872	2'322
– Langfristige Verbindlichkeiten	5'021	5'171
– Eigenkapital	4'021	3'941
<b>Verbindlichkeiten und Eigenkapital gesamt</b>	<b>11'914</b>	<b>11'434</b>
<b>Mitarbeiterzahl</b>	<b>16'815</b>	<b>16'842</b>

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 21. Juli 2022

## EBITDA

In Millionen CHF	2022			2021		
	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohl- befinden	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohl- befinden
<b>EBITDA wie ausgewiesen</b>	<b>816</b>	<b>362</b>	<b>454</b>	<b>809</b>	<b>375</b>	<b>434</b>
<b>EBITDA wie ausgewiesen in %</b>	<b>22.4%</b>	<b>22.0%</b>	<b>22.6%</b>	<b>24.0%</b>	<b>24.0%</b>	<b>24.0%</b>
– Kosten für Givaudan Business Solutions (GBS)				-1	-1	
– Akquisitions- und Restrukturierungskosten <sup>a</sup>	-4	-3	-1	-7	-2	-5
<b>Vergleichbares EBITDA<sup>3</sup></b>	<b>820</b>	<b>365</b>	<b>455</b>	<b>817</b>	<b>378</b>	<b>439</b>
<b>Vergleichbares EBITDA in %</b>	<b>22.5%</b>	<b>22.2%</b>	<b>22.7%</b>	<b>24.2%</b>	<b>24.2%</b>	<b>24.3%</b>

a. Die Akquisitions- und Restrukturierungskosten von CHF 4 Millionen (2021: CHF 7 Millionen) sind grösstenteils den vom Konzern getätigten Akquisitionen und der laufenden Optimierung des Produktionsnetzwerks zuzuschreiben.

## Verkäufe – Januar bis Juni

In Millionen CHF	2021		2022		Verände- rung in %	Verände- rung in %		
	Verkäufe wie ausge- wiesen	Entwick- lung LFL <sup>1</sup>	Ver- käufe LFL	2022				
				LFL <sup>1</sup>	Auswirkung von Akquisitionen (netto)*	Währungs- effekte	Verkäufe wie ausge- wiesen	In CHF
<b>Konzern</b>	<b>3'373</b>	<b>211</b>	<b>3'584</b>	<b>6.2%</b>	<b>92</b>	<b>-24</b>	<b>3'652</b>	<b>8.3%</b>
Riechstoffe & Schönheit	1'564	74	1'638	4.7%	21	-13	1'646	5.3%
Geschmack & Wohlbefinden	1'809	137	1'946	7.6%	71	-11	2'006	10.9%

\* Auswirkung von Akquisitionen (netto)

In Millionen CHF

Übernommenes Unternehmen	Verkäufe enthalten ab	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohlbefinden
Custom Essence	Dezember 2021	21	21	
DDW	Dezember 2021	77		77
Nicht fortgeführtes und veräussertes Geschäft		-6		-6
<b>Total</b>		<b>92</b>	<b>21</b>	<b>71</b>

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 21. Juli 2022

## Verkäufe – April bis Juni (nur zweites Quartal)

In Millionen CHF	2021	Entwicklung LFL <sup>1</sup>	2022	Veränderung in %			2022	Veränderung in % In CHF
	Verkäufe wie ausge- wiesen		Ver- käufe LFL	LFL <sup>1</sup>	Auswirkung von Akquisitionen (netto)	Währungs- effekte	Verkäufe wie ausge- wiesen	
<b>Konzern</b>	<b>1'699</b>	<b>134</b>	<b>1'833</b>	<b>7.9%</b>	<b>46</b>	<b>-7</b>	<b>1'872</b>	<b>10.2%</b>
Riechstoffe & Schönheit	776	54	830	6.9%	11	-5	836	7.7%
Geschmack & Wohlbefinden	923	80	1'003	8.7%	35	-2	1'036	12.2%

## Verkäufe Riechstoffe & Schönheit

In Millionen CHF	2021 Umsatz- wachstum LFL <sup>1</sup>	2022 Umsatz- wachstum LFL <sup>1</sup>
Luxusparfümerie	34.5%	17.9%
Konsumgüter	4.1%	0.4%
Riechstoffingredienzien und Active Beauty	14.4%	8.0%

## Verkäufe Geschmack & Wohlbefinden

In Millionen CHF	2021 Umsatz- wachstum LFL <sup>1</sup>	2022 Umsatz- wachstum LFL <sup>1</sup>
Europa	1.7%	14.0%
Südasien, Naher Osten und Afrika	3.5%	16.9%
Nordamerika	6.1%	-0.9%
Lateinamerika	23.4%	17.1%
Asien-Pazifik	5.1%	5.1%

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 21. Juli 2022

## Entwicklung der Verkäufe nach Märkten – Januar bis Juni

In Millionen CHF	2021		2022		Veränderung in %		2022	Veränderung in %
	Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL <sup>1</sup>	Verkäufe LFL	LFL <sup>1</sup>	Auswirkung von Akquisitionen (netto)	Währungseffekte		
Wachstumsstarke Märkte	1'435	106	1'541	7.4%	29	6	1'576	9.8%
Reife Märkte	1'938	105	2'043	5.4%	63	-30	2'076	7.1%

## Entwicklung der Verkäufe nach Regionen – Januar bis Juni

In Millionen CHF	2022		2021		Veränderung in %	
	Verkäufe wie ausgewiesen	Verkäufe wie ausgewiesen	Verkäufe wie ausgewiesen	Verkäufe wie ausgewiesen	LFL <sup>1</sup>	in CHF
LATAM	420	365	365	365	9.0%	15.3%
APAC	883	851	851	851	2.7%	3.7%
NOAM	984	924	924	924	-1.5%	6.4%
EAME	1'365	1'233	1'233	1'233	13.7%	10.7%

### Hinweise:

1. 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 die Verkäufe 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 die Verkäufe 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. 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.