

Unternehmensmitteilung

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 13. April 2023

Verkäufe im ersten Quartal 2023

Solider Jahresauftakt

“Unsere soliden Verkaufszahlen im ersten Quartal zeigen erneut, wie wichtig die Ausgewogenheit zwischen den verschiedenen Geschäftssegmenten, Regionen und Kundengruppen bei Givaudan ist. Wir haben erneut unseren kontinuierlichen Fokus und Innovationen gezeigt, welche es unseren Kunden erlauben, grossartige Produkte in den Markt zu bringen.“ Gilles Andrier, CEO

Verkaufszahlen

In den ersten drei Monaten des Jahres 2023 **verzeichnete Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 1'773 Millionen**. Das entspricht einem Anstieg von 3.6% auf vergleichbarer Basis und einem Rückgang von 0.4% in Schweizer Franken.

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 weiterhin einige Teile des Geschäfts beeinträchtigte.

Angesichts anhaltend höherer Produktionskosten im Jahr 2023 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 837 Millionen, was einen Zuwachs von 6.8% auf vergleichbarer Basis¹ und einen Anstieg von 3.3% in Schweizer Franken darstellt.

Auf Geschäftsbereichsebene stiegen die Verkäufe von Luxusparfümerie um 20.9% auf vergleichbarer Basis, gegenüber einem hohen vergleichbaren Wachstum von 17.4% im Vorjahr. In den Bereichen Konsumgüter stiegen die Verkäufe um 3.0% und in Riechstoffingredienzien und Active Beauty stiegen die Verkäufe um 5.1%, jeweils auf vergleichbarer Basis.

Das Umsatzwachstum wurde von den Volumensteigerungen im Bereich Luxusparfümerie in Verbindung mit einem anhaltend hohen Neugeschäft vorangetrieben. Preissmassnahmen wurden in allen Geschäftsbereichen umgesetzt. Das Wachstum wurde über alle Kundengruppen hinweg erzielt, wobei insbesondere in den wachstumsstarken Märkten eine starke Entwicklung zu verzeichnen war.



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 13. April 2023

Geschmack & Wohlbefinden erzielte Verkäufe von CHF 936 Millionen, was einem Anstieg von 1.0% auf vergleichbarer Basis¹ und einem Rückgang von 3.5% in Schweizer Franken entspricht.

Auf regionaler Ebene wurden die Verkaufszahlen vor allem von Europa mit einem Anstieg von 6.7% auf vergleichbarer Basis sowie von Südasien, Afrika und dem Nahen Osten mit einem Zuwachs von 23.4% und Lateinamerika mit einem Anstieg von 10.9% auf vergleichbarer Basis getragen. In Nordamerika gingen die Verkäufe um 10.7% auf vergleichbarer Basis zurück und in Asien-Pazifik um 3.8%. Preiserhöhungen wurden in allen Regionen durchgeführt.

Nach Segmenten betrachtet trugen sowohl Snacks, Getränke und Süsswaren zum Wachstum bei.

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 Cashflow² 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 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.

Anstehende Termine

Halbjahresergebnisse – 20. Juli 2023
Halbjahreskonferenz – 30. August 2023
Investorentag – 5-6. Oktober 2023
Verkäufe Januar bis September – 12. Oktober 2023
Ganzjahresresultate – 25. Januar 2024

Kontakt

Pierre Bénaich, Head of Investor and Media Relations
T +41 22 780 90 53
E pierre.benaich@givaudan.com

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 13. April 2023

Übersicht

Verkaufszahlen – Januar bis März

In Millionen CHF	2022		2023	Veränderung in %		2023	Veränderung in %	
	Verkäufe wie ausgewiesen	LFL-Entwicklung ¹	Verkäufe LFL ¹	LFL ¹	Auswirkung von Akquisitionen (netto)	Währungseffekte	Verkäufe wie ausgewiesen	In CHF
Konzern	1'780	64	1'844	3.6%		-71	1'773	-0.4%
Riechstoffe & Schönheit	810	55	865	6.8%		-28	837	3.3%
Geschmack & Wohlbefinden	970	9	979	1.0%		-43	936	-3.5%

Verkäufe Januar bis März: Riechstoffe & Schönheit

In Millionen CHF	2022 Umsatzwachstum LFL ¹	2023 Umsatzwachstum LFL ¹
Luxusparfümerie	17.4%	20.9%
Konsumgüter	-2.3%	3.0%
Riechstoffingredienzen und Active Beauty	8.2%	5.1%

Verkäufe Januar bis März: Geschmack & Wohlbefinden

In Millionen CHF	2022 Umsatzwachstum LFL ¹	2023 Umsatzwachstum LFL ¹
Europa	12.9%	6.7%
Südasiens, Naher Osten und Afrika	10.9%	23.4%
Nordamerika	0.5%	-10.7%
Lateinamerika	14.4%	10.9%
Asien-Pazifik	2.4%	-3.8%

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 13. April 2023

Entwicklung der Verkäufe nach Märkten – Januar bis März

In Millionen CHF	2022		2023	Veränderung in %			2023	Veränderung in %
	Verkäufe wie ausgewiesen	LFL-Entwicklung ¹	Verkäufe LFL ¹	LFL ¹	Auswirkung von Akquisitionen (netto)	Währungseffekte	Verkäufe wie ausgewiesen	In CHF
Wachstumsstarke Märkte	752	72	824	9.7%		-48	776	3.3%
Reife Märkte	1'028	-8	1'020	-0.8%		-23	997	-3.2%

Entwicklung der Verkäufe nach Regionen – Januar bis März

In Millionen CHF	2023	2022	Veränderung in %	Veränderung in %
	Verkäufe wie ausgewiesen	Verkäufe wie ausgewiesen	LFL ¹	In CHF
Lateinamerika	206	197	10.9%	4.4%
Asien-Pazifik	422	424	4.9%	-0.5%
Nordamerika	432	476	-9.5%	-9.3%
Europa, Afrika und Naher Osten	713	683	9.9%	4.4%

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 Beim freien Cashflow (Free Cash Flow, FCF) handelt es sich um den Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen, Zins- und Leasingzahlungen sowie Kauf und Verkauf von eigenen Eigenkapitalinstrumenten.