

## Unternehmensmitteilung

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 20. Juli 2023

## Halbjahresergebnisse 2023

### Solides Geschäftsergebnis

- Verkäufe von CHF 3'535 Millionen, ein Anstieg von 2.4% auf vergleichbarer Basis<sup>1</sup> und ein Rückgang um 3.2% in Schweizer Franken
- Die Verkaufszahlen belegen die globale Stärke des Geschäfts von Givaudan mit einem ausgezeichneten Wachstum im Bereich Luxusparfümerie, in wachstumsstarken Märkten sowie in Europa
- Vergleichbares EBITDA<sup>3</sup> von CHF 803 Millionen und damit eine Marge von 22.7% gegenüber 22.5% im Jahr 2022
- Nettogewinn von CHF 449 Millionen, ein Anstieg um 9.0% in Lokalwährungen
- Freier Cashflow<sup>4</sup> von 2.9% der Verkäufe oder CHF 104 Millionen und somit eine Verbesserung von CHF 251 Millionen gegenüber 2022
- Unsere Massnahmen zur Leistungssteigerung sind auf einem guten Weg, erste Ergebnisse wurden bereits erzielt
- Givaudan erhielt von CDP die Note A für die Einbindung von Lieferanten beim Klimaschutz und sicherte sich damit erneut einen Platz im CDP Supplier Engagement Rating Leaderboard

---

“Wir sind mit unserer soliden Leistung im ersten Halbjahr 2023 zufrieden; im Bereich Luxusparfümerie, in den wachstumsstarken Märkten und in Europa wurden besonders gute Ergebnisse erzielt. In einem Umfeld, in dem wir in einigen Schlüsselmärkten und Geschäftssegmenten immer noch mit Herausforderungen konfrontiert sind, freue ich mich sehr darüber, dass wir die Ziele unseres Plans zur Leistungssteigerung erreicht haben und uns nach wie vor insbesondere darauf konzentrieren konnten, das Wachstum unserer Kunden auf der ganzen Welt zu unterstützen.“ Gilles Andrier, CEO

---

## Verkaufszahlen

**In den ersten sechs Monaten des Jahres 2023 verzeichnete Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 3'535 Millionen.** Das entspricht einem Anstieg von 2.4% auf vergleichbarer Basis<sup>1</sup> und einem Rückgang von 3.2% in Schweizer Franken.

In einem für einige Schlüsselmärkte und Segmente nach wie vor schwierigen operativen Umfeld konnte Givaudan die gute Geschäftsdynamik beibehalten und den Geschäftsbetrieb sowie ihre Lieferkette auf einem hohen Niveau aufrechterhalten. Zu dem soliden Wachstum trugen alle Produktsegmente und Regionen bei, wobei die wachstumsstarken Märkte um 8.9% auf vergleichbarer Basis zulegten und die reifen Märkte um 2.6% nachgaben.



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 20. Juli 2023

Angesichts anhaltend höherer Einstandskosten im Jahr 2023 führt das Unternehmen weiterhin in Zusammenarbeit mit seinen Kunden Preiserhöhungen durch, um den Anstieg der Einstandskosten vollständig auszugleichen.

**Die Verkäufe von Riechstoffe & Schönheit betragen CHF 1'672 Millionen**, was einem Zuwachs von 6.4% auf vergleichbarer Basis<sup>1</sup> und von 1.6% in Schweizer Franken entspricht. Das gute Wachstum wurde von der starken Performance im Bereich Luxusparfümerie mit einem anhaltend hohen Neugeschäft sowie den in allen Geschäftsbereichen umgesetzten Preiserhöhungen getragen.

Bei den Geschäftsbereichen stiegen die Verkäufe von Luxusparfümerie trotz des hohen Vergleichswachstums von 17.9% im Vorjahr um 16.2% auf vergleichbarer Basis. Die Verkäufe in den Bereichen Konsumgüter sowie Riechstoffingredienzien und Active Beauty legten um 3.7% beziehungsweise 4.4% auf vergleichbarer Basis zu.

**Geschmack & Wohlbefinden erzielte Verkäufe von CHF 1'863 Millionen**, was einem Rückgang von 0.9% auf vergleichbarer Basis<sup>1</sup> und einem Rückgang von 7.1% in Schweizer Franken entspricht.

Auf regionaler Ebene verzeichnete Asien-Pazifik einen Rückgang von 5.0% auf vergleichbarer Basis; Südasien, Afrika und Naher Osten erzielte ein Plus von 19.1% und Europa einen Zuwachs von 3.6% auf vergleichbarer Basis. In Nordamerika gingen die Verkäufe um 11.7% zurück und in Lateinamerika stiegen sie um 10.5%, ebenfalls jeweils auf vergleichbarer Basis.

Innerhalb der Produktsegmente wurde ein starkes zweistelliges Wachstum bei Snacks und eine gute Dynamik bei Süswaren verzeichnet, während schwächere Volumina in anderen Segmenten gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres zu einem tieferen Verkaufsniveau führten.

## Bruttomarge

Der Bruttogewinn sank um 0.8% von CHF 1'459 Millionen im Jahr 2022 auf CHF 1'448 Millionen im Jahr 2023; in Lokalwährungen stieg er jedoch um 5.4%. Der Verwässerungseffekt der zum Ausgleich höherer Einstandskosten durchgeführten Preismassnahmen auf die Bruttomarge sowie die geringere Kostenabsorption aufgrund der niedrigeren Volumina wurden durch Massnahmen zur Marginsteigerung im Rahmen des zu Jahresbeginn angekündigten und initiierten Konzernprogramms zur Leistungsverbesserung kompensiert. Daraus resultierte für 2023 eine Bruttomarge von 41.0%, gegenüber 40.0% im Jahr 2022.

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

Das EBITDA sank von CHF 816 Millionen im Vergleichszeitraum des Vorjahres um 6.6% auf CHF 763 Millionen. Die EBITDA-Marge belief sich 2023 auf 21.6% verglichen mit 22.4% im Jahr 2022. Auf vergleichbarer Basis stieg die EBITDA-Marge 2023 auf 22.7%, gegenüber 22.5% im Jahr 2022, was ebenfalls auf das Konzernprogramm zur Leistungssteigerung sowie die Fortsetzung eines effektiven Kostenmanagements im gesamten Unternehmen im ersten Halbjahr 2023 zurückzuführen ist.

Das EBITDA von Riechstoffe & Schönheit stieg von CHF 362 Millionen in den ersten sechs Monaten 2022 auf CHF 383 Millionen im Jahr 2023. Die EBITDA-Marge erhöhte sich auf 22.9%, gegenüber 22.0% im

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 20. Juli 2023

Jahr 2022. Auf vergleichbarer Basis resultierte im Jahr 2023 für Riechstoffe & Schönheit eine EBITDA-Marge von 24.3%, gegenüber 22.2% im Jahr 2022.

Das EBITDA von Geschmack & Wohlbefinden sank auf CHF 380 Millionen, im Vergleich zu CHF 454 Millionen im Jahr 2022. Die EBITDA-Marge fiel auf 20.4% im Jahr 2023, im Vergleich zu 22.6% im Jahr 2022. Auf vergleichbarer Basis belief sich die EBITDA-Marge für Geschmack & Wohlbefinden im Jahr 2023 auf 21.3%, gegenüber 22.7% im Jahr 2022.

## Betriebsgewinn

Der Betriebsgewinn ging um 7.2% auf CHF 586 Millionen zurück, verglichen mit CHF 631 Millionen im Jahr 2022. In Lokalwährungen wurde der Betriebsgewinn um 0.2% gesteigert. Die Betriebsgewinnmarge sank 2023 im Vergleich zum Vorjahr von 17.3% auf 16.6%.

Der Betriebsgewinn bei Riechstoffe & Schönheit erhöhte sich 2023 gegenüber dem Vorjahreszeitraum von CHF 291 Millionen auf CHF 313 Millionen. Die Betriebsgewinnmarge stieg von 17.7% im Vorjahr auf 18.7% im Jahr 2023.

Bei Geschmack & Wohlbefinden reduzierte sich der Betriebsgewinn von CHF 340 Millionen im Jahr 2022 um 19.7% auf CHF 273 Millionen im Jahr 2023. Die Betriebsgewinnmarge verringerte sich 2023 gegenüber dem Vorjahr von 16.9% auf 14.6%.

## Finanzergebnis

Die Finanzierungskosten beliefen sich im ersten Halbjahr 2023 auf CHF 61 Millionen, was einem Anstieg gegenüber den CHF 48 Millionen im gleichen Zeitraum des Jahres 2022 entspricht. Massgeblich waren die höheren Zinsaufwendungen, die grösstenteils auf die Anhebung der Kreditzinsen zurückzuführen sind. Der übrige Nettofinanzaufwand betrug im Jahr 2023 CHF 9 Millionen, verglichen mit CHF 71 Millionen im Jahr 2022. Ursache für den Rückgang sind Mark-to-Market-Anpassungen bei Wertpapieren sowie gegenüber dem Vorjahr gesunkene Devisenkursverluste.

Der Ertragssteueraufwand der Zwischenbilanz lag 2023 bei 13% des Gewinns vor Steuern, gegenüber 14% im Jahr 2022.

## Konzerngewinn

Der Konzerngewinn stieg von CHF 440 Millionen im Jahr 2022 auf CHF 449 Millionen im ersten Halbjahr 2023, ein Anstieg von 9% in Lokalwährungen. Daraus ergibt sich eine Nettogewinnmarge von 12.7%, verglichen mit 12.1% im Jahr 2022. Der unverwässerte Gewinn pro Aktie lag bei CHF 48.69, nach CHF 47.74 im Vorjahreszeitraum.

## Cashflow

Givaudan erzielte in den ersten sechs Monaten 2023 einen Cashflow aus operativer Tätigkeit von CHF 340 Millionen, gegenüber CHF 131 Millionen im Jahr 2022.

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 20. Juli 2023

Das Nettobetriebskapital betrug 31.2% der Verkäufe im Vergleich zu 29.6% im Juni 2022, was auf die Währungseffekte der in Schweizer Franken ausgewiesenen Verkäufe zurückzuführen ist. In Lokalwährungen belief sich das Nettobetriebskapital auf 29.3% der Verkäufe, was einem Rückgang von 0.3% gegenüber Juni 2022 entspricht.

Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen beliefen sich auf CHF 103 Millionen, gegenüber CHF 130 Millionen im Jahr 2022. 2023 wurden CHF 25 Millionen für den Erwerb immaterieller Anlagewerte aufgewendet, verglichen mit CHF 34 Millionen im Vorjahr.

Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte beliefen sich auf 3.6% der Verkäufe, verglichen mit 4.5% im Jahr 2022.

Der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen betrug CHF 212 Millionen, gegenüber CHF -33 Millionen im Jahr 2022. Der freie Cashflow<sup>4</sup> lag im ersten Halbjahr 2023 bei CHF 104 Millionen, im Vergleich zu CHF -147 Millionen im Vergleichszeitraum 2022. Der freie Cashflow ausgedrückt als Prozentsatz der Verkäufe belief sich in den ersten sechs Monaten 2023 auf 2.9%, gegenüber -4.0% im Jahr 2022.

## Finanzlage

Die Finanzlage von Givaudan war Ende Juni 2023 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 2023 auf CHF 5'236 Millionen, verglichen mit CHF 4'530 Millionen Ende Dezember 2022 und CHF 5'129 Millionen im Juni 2022. Dies ist hauptsächlich auf die schuldenfinanzierte Übernahme des Geschäfts von Amyris für Kosmetik-Inhaltsstoffe zurückzuführen. Das Verhältnis der Nettoverschuldung zum EBITDA<sup>5</sup> lag bei 3.68, im Vergleich zu 3.07 Ende Dezember 2022 und 3.45 im Juni 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

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 20. Juli 2023

zählen und bis 2030 alle Rohstoffe und Dienstleistungen in einer Art und Weise beschaffen, die Mensch und Umwelt schützt.

## Zusatzinformationen

Der Halbjahresbericht 2023 kann unter [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) heruntergeladen werden:

[Halbjahresbericht 2023](#), [Finanzübersicht erstes Halbjahr 2023](#)

Am Donnerstag, dem 20. Juli 2023, 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 2023.

### **Anstehende Unternehmenstermine**

Halbjahreskonferenz – 30. August 2023

Investorentag – 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 9053

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

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 20. Juli 2023

## Übersicht

### Kennzahlen

Per 30. Juni abgeschlossenes Halbjahr In Millionen CHF, ausgenommen Gewinn pro Aktie	2023	2022
<b>Konzernverkäufe</b>	<b>3'535</b>	<b>3'652</b>
– Verkäufe Riechstoffe & Schönheit	1'672	1'646
– Verkäufe Geschmack & Wohlbefinden	1'863	2'006
<b>Bruttogewinn</b>	<b>1'448</b>	<b>1'459</b>
– In % der Verkäufe	41.0%	40.0%
<b>EBITDA<sup>2</sup></b>	<b>763</b>	<b>816</b>
– In % der Verkäufe	21.6%	22.4%
<b>Betriebsgewinn</b>	<b>586</b>	<b>631</b>
– In % der Verkäufe	16.6%	17.3%
<b>Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnender Konzerngewinn</b>	<b>449</b>	<b>440</b>
– In % der Verkäufe	12.7%	12.1%
<b>Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)</b>	<b>48.69</b>	<b>47.74</b>
<b>Cashflow aus operativer Tätigkeit</b>	<b>340</b>	<b>131</b>
– In % der Verkäufe	9.6%	3.6%
<b>Freier Cashflow</b>	<b>104</b>	<b>-147</b>
– In % der Verkäufe	2.9%	-4.0%

In Millionen CHF, ausgenommen Anzahl Mitarbeitende	30. Juni 2023	31. Dezember 2022
– Umlaufvermögen	3'747	3'707
– Anlagevermögen	7'819	7'802
<b>Vermögenswerte gesamt</b>	<b>11'566</b>	<b>11'509</b>
– Kurzfristige Verbindlichkeiten	2'890	1'925
– Langfristige Verbindlichkeiten	4'730	5'347
– Eigenkapital	3'946	4'237
<b>Verbindlichkeiten und Eigenkapital gesamt</b>	<b>11'566</b>	<b>11'509</b>
<b>Mitarbeiterzahl</b>	<b>16'439</b>	<b>16'676</b>

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 20. Juli 2023

## EBITDA

In Millionen CHF	2023			2022		
	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohlbefinden	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohlbefinden
<b>EBITDA wie ausgewiesen</b>	<b>763</b>	<b>383</b>	<b>380</b>	<b>816</b>	<b>362</b>	<b>454</b>
<b>EBITDA wie ausgewiesen in %</b>	<b>21.6%</b>	<b>22.9%</b>	<b>20.4%</b>	<b>22.4%</b>	<b>22.0%</b>	<b>22.6%</b>
– Akquisitions- und Restrukturierungskosten <sup>a</sup>	-40	-23	-17	-4	-3	-1
<b>Vergleichbares EBITDA<sup>3</sup></b>	<b>803</b>	<b>406</b>	<b>397</b>	<b>820</b>	<b>365</b>	<b>455</b>
<b>Vergleichbares EBITDA in %</b>	<b>22.7%</b>	<b>24.3%</b>	<b>21.3%</b>	<b>22.5%</b>	<b>22.2%</b>	<b>22.7%</b>

- a. Die Akquisitions- und Restrukturierungskosten von CHF 40 Millionen sind grösstenteils dem im Januar 2023 angekündigten Konzernprogramm zur Leistungssteigerung zuzurechnen, das durch organisatorische Vereinfachungen, die Stärkung des Betriebskapitals sowie die Optimierung der Standorte eine höhere operative Leistungsfähigkeit und eine Verbesserung der Marge anstrebt.

## Verkäufe – Januar bis Juni

In Millionen CHF	2022		2023		Veränderung in %			2023	
	Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL <sup>1</sup>	Verkäufe LFL	LFL <sup>1</sup>	Auswirkung von Akquisitionen (netto)*	Währungseffekte	Verkäufe wie ausgewiesen	In CHF	
<b>Konzern</b>	<b>3'652</b>	<b>88</b>	<b>3'740</b>	<b>2.4%</b>	<b>10</b>	<b>-215</b>	<b>3'535</b>	<b>-3.2%</b>	
Riechstoffe & Schönheit	1'646	105	1'751	6.4%	11	-90	1'672	1.6%	
Geschmack & Wohlbefinden	2'006	-17	1'989	-0.9%	-1	-125	1'863	-7.1%	

### \* Auswirkung von Akquisitionen (netto)

In Millionen CHF

Akquisitionen und Veräusserungen	Verkäufe enthalten ab	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohlbefinden
Amyris	April 2023	11	11	
Nicht fortgeführtes und veräussertes Geschäft		-1		-1
<b>Gesamt</b>		<b>10</b>	<b>11</b>	<b>-1</b>

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 20. Juli 2023

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

In Millionen CHF	2022		2023		Veränderung in %			2023	Veränderung in %
	Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL <sup>1</sup>	Verkäufe LFL	LFL <sup>1</sup>	Auswirkung von Akquisitionen (netto)	Währungseffekte	Verkäufe wie ausgewiesen	In CHF	
<b>Konzern</b>	<b>1'872</b>	<b>24</b>	<b>1'896</b>	<b>1.2%</b>	<b>10</b>	<b>-144</b>	<b>1'762</b>	<b>-5.7%</b>	
Riechstoffe & Schönheit	836	50	886	5.9%	11	-62	835	0.0%	
Geschmack & Wohlbefinden	1'036	-26	1'010	-2.6%	-1	-82	927	-10.4%	

## Verkäufe Riechstoffe & Schönheit – Januar bis Juni

In Millionen CHF	2022	2023
	Umsatzwachstum LFL <sup>1</sup>	Umsatzwachstum LFL <sup>1</sup>
Luxusparfümerie	17.9%	16.2%
Konsumgüter	0.4%	3.7%
Riechstoffingredienzen und Active Beauty	8.0%	4.4%

## Verkäufe Geschmack & Wohlbefinden – Januar bis Juni

In Millionen CHF	2022	2023
	Umsatzwachstum LFL <sup>1</sup>	Umsatzwachstum LFL <sup>1</sup>
Europa	14.0%	3.6%
Südasien, Naher Osten und Afrika	16.9%	19.1%
Nordamerika	-0.9%	-11.7%
Lateinamerika	17.1%	10.5%
Asien-Pazifik	5.1%	-5.0%



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 20. Juli 2023

## Entwicklung der Verkäufe nach Märkten – Januar bis Juni

In Millionen CHF	2022		2023		Veränderung in %			2023	Veränderung in %
	Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL <sup>1</sup>	Verkäufe LFL	LFL <sup>1</sup>	Auswirkung von Akquisitionen (netto)	Währungseffekte	Verkäufe wie ausgewiesen	In CHF	
Wachstumsstarke Märkte	1'576	141	1'717	8.9%	4	-140	1'581	0.4%	
Reife Märkte	2'076	-53	2'023	-2.6%	6	-75	1'954	-6.0%	

## Entwicklung der Verkäufe nach Regionen – Januar bis Juni

In Millionen CHF	2023	2022	Veränderung in %	Veränderung in %
	Verkäufe wie ausgewiesen	Verkäufe wie ausgewiesen	LFL <sup>1</sup>	In CHF
LATAM	423	420	11.1%	0.5%
APAC	852	883	3.2%	-3.5%
NOAM	855	984	-10.6%	-13.0%
EAME	1'405	1'365	8.5%	3.0%

### 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 zwölf 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 zugrunde liegenden normalen Geschäftstätigkeit auswirken.
4. 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.
5. Das Verhältnis der Nettoverschuldung zum EBITDA wird wie folgt definiert:

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR  
Genf, 20. Juli 2023

- 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.