

Unternehmensnachrichten

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 12. Oktober 2023

Verkäufe Januar bis September 2023 Anhaltendes Verkaufswachstum

“Wir freuen uns über unser anhaltendes Verkaufswachstum, mit besonders starken Leistungen in den Bereichen Luxusparfümerie, wachstumsstarke Märkte und Europa. Wir konzentrieren uns weiterhin stark auf Innovationen, um so die einzigartige Differenzierung voranzutreiben, mit deren Hilfe wir das Wachstum unserer Kunden fördern. Gleichzeitig halten wir die Ziele unseres Plans zur Leistungsverbesserung ein. Ich bin sehr stolz auf das anhaltende Engagement der gesamten Givaudan Organisation in diesen nach wie vor schwierigen Zeiten.“ Gilles Andrier, CEO

Verkaufszahlen

In den ersten neun Monaten des Jahres 2023 **verzeichnete Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 5'265 Millionen**. Das entspricht einem Anstieg von 2.9% auf vergleichbarer Basis¹ und einem Rückgang von 3.5% in Schweizer Franken.

In einem für einige Schlüsselmärkte und Segmente nach wie vor schwierigen operativen Umfeld konnte Givaudan die gute Geschäftsdynamik beibehalten und die Produkt-Pipeline, den Geschäftsbetrieb sowie die globale Lieferkette auf einem hohen Niveau aufrechterhalten.

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

Riechstoffe & Schönheit verzeichnete Verkäufe von CHF 2'511 Millionen, was einem Anstieg von 6.4% auf vergleichbarer Basis¹ und von 0.9% in Schweizer Franken entspricht, und zwar gegenüber einem vergleichbaren Wachstum von 5.8% im Jahr 2022.



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 12. Oktober 2023

Bei den Geschäftsbereichen stiegen die Verkäufe von Luxusparfümerie trotz des hohen Vergleichswachstums von 14.8% im Vorjahr um 13.7% auf vergleichbarer Basis. Die Verkäufe in den Bereichen Konsumgüter legten um 5.2% sowie Riechstoffingredienzien und Active Beauty um 1.9% auf vergleichbarer Basis zu.

Das gute Wachstum wurde von der weiter starken Performance im Bereich Luxusparfümerie mit einem anhaltend hohen Neugeschäft sowie den in allen Geschäftsbereichen umgesetzten Preismassnahmen getragen.

Die Verkäufe von Geschmack & Wohlbefinden erreichten CHF 2'754 Millionen, stagnierten somit auf vergleichbarer Basis¹ und verzeichneten in Schweizer Franken einen Rückgang um 7.3%, gegenüber einem vergleichbaren Wachstum von 6.4% im Jahr 2022.

Auf regionaler Ebene verzeichnete Asien-Pazifik einen Rückgang von 2.3% auf vergleichbarer Basis; Europa erzielte ein Plus von 2.9% und Südasien, Afrika und Naher Osten einen Zuwachs von 16.3% auf vergleichbarer Basis. In Nordamerika gingen die Verkäufe um 10.6% zurück und in Lateinamerika stiegen sie um 13.1%, ebenfalls jeweils auf vergleichbarer Basis.

Aus Sicht der Segmente wurden das zweistellige Wachstum bei Snacks und das gute Wachstum bei Süsswaren durch schwächere Volumina in den anderen Segmenten Gesundheit, kulinarische Aromen und Milchprodukte aufgewogen.

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 schützen.

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 12. Oktober 2023

Anstehende Termine

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, 12. Oktober 2023

Übersicht

Verkaufszahlen – Januar bis September

In Millionen CHF	2022		2023	Ver- änderung in %			2023	Ver- änderung in %
	Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	Verkäufe LFL ¹	LFL ¹	Auswirkung von Akquisitionen (netto)	Währungs- effekte	Verkäufe wie ausgewiesen	In CHF
Konzern	5'458	159	5'617	2.9%	9	-361	5'265	-3.5%
Riechstoffe & Schönheit	2'489	160	2'649	6.4%	14	-152	2'511	0.9%
Geschmack & Wohlbefinden	2'969	-1	2'968	0.0%	-5	-209	2'754	-7.3%

* Auswirkung von Akquisitionen (netto)

In Millionen CHF

Akquisitionen und Veräusserungen	Verkäufe enthalten ab	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohlbefinden
Amyris	April 2023	14	14	
Nicht fortgeführtes und veräussertes Geschäft		-5		-5
Gesamt		9	14	-5

Verkaufszahlen – Juli bis September (nur drittes Quartal)

In Millionen CHF	2022		2023	Ver- änderung in %			2023	Ver- änderung in %
	Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	Verkäufe LFL ¹	LFL ¹	Auswirkung von Akquisitionen (netto)	Währungs- effekte	Verkäufe wie ausgewiesen	In CHF
Konzern	1'808	71	1'879	4.0%	-1	-148	1'730	-4.3%
Riechstoffe & Schönheit	843	55	898	6.5%	3	-62	839	-0.5%
Geschmack & Wohlbefinden	965	16	981	1.7%	-4	-86	891	-7.6%

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 12. Oktober 2023

Verkäufe Januar – September: Riechstoffe & Schönheit

In Millionen CHF	2022 Verkaufswachstum LFL ¹	2023 Verkaufswachstum LFL ¹
Luxusparfümerie	14.8%	13.7%
Konsumgüter	2.2%	5.2%
Riechstoffingredienzien und Active Beauty	10.2%	1.9%

Verkäufe Januar – September: Geschmack & Wohlbefinden

In Millionen CHF	2022 Verkaufswachstum LFL ¹	2023 Verkaufswachstum LFL ¹
Europa	12.5%	2.9%
Südasien, Naher Osten und Afrika	16.6%	16.3%
Nordamerika	-2.8%	-10.6%
Lateinamerika	17.1%	13.1%
Asien-Pazifik	4.2%	-2.3%

Verkaufsentwicklung nach Märkten – Januar bis September

In Millionen CHF	2022		2023 Verkäufe LFL ¹	Veränderung in %			2023 Verkäufe wie ausgewiesen	Veränderung in % In CHF
	Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹		LFL ¹	Auswirkung von Akquisitionen (netto)	Währungs- effekte		
Wachstums- starke Märkte	2'377	222	2'599	9.3%	1	-230	2'370	-0.3%
Reife Märkte	3'081	-63	3'018	-2.1%	8	-131	2'895	-6.1%

Verkaufsentwicklung nach Regionen – Januar bis September

In Millionen CHF	2023 Verkäufe wie ausgewiesen	2022 Verkäufe wie ausgewiesen	Veränderung in % LFL ¹	Veränderung in % In CHF
LATAM	636	640	11.4%	-0.4%
APAC	1'283	1'337	4.0%	-4.1%
NOAM	1'273	1'478	-9.3%	-13.9%
EAME	2'073	2'003	8.4%	3.5%

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 12. Oktober 2023

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 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.