

Unternehmensmitteilung

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 10. Oktober 2024

Verkäufe Januar bis September 2024 Starkes Umsatzwachstum setzt sich fort

“Wir sind sehr zufrieden mit unserer anhaltend starken Leistung, die durch ein hohes Volumen getriebenes Umsatzwachstum in allen Märkten, Segmenten und Kundengruppen erreicht wurde. Die ausgezeichnete Leistung und das Engagement aller Teile der Givaudan-Organisation auf der ganzen Welt haben dafür gesorgt, dass wir die starke und breit gefächerte Nachfrage unserer Kunden weiterhin bedienen können.”

Gilles Andrier, CEO

Verkaufszahlen

In den ersten neun Monaten des Jahres 2024 verzeichnete **Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 5'644 Millionen**. Das entspricht einem Anstieg von 13.0% auf vergleichbarer Basis¹ und von 7.2% in Schweizer Franken.

Givaudan setzte das Jahr mit einer starken Geschäftsdynamik und einer gesunden Produkt-Pipeline fort und konnte ihren Geschäftsbetrieb sowie ihre globale Lieferkette auf einem hohen Niveau halten.

Zu diesem starken Wachstum trugen alle Produktsegmente und Regionen bei, wobei auf vergleichbarer Basis die wachstumsstarken Märkte um 20.9% und die reifen Märkte um 6.6% zulegen.

Riechstoffe & Schönheit verzeichnete Verkäufe von CHF 2'782 Millionen, was einem Anstieg von 15.6% auf vergleichbarer Basis¹ und von 10.8% in Schweizer Franken entsprach.

Bei den Geschäftsbereichen stiegen die Verkäufe von Luxusparfümerie trotz der hohen Vorjahresbasis von 13.7% um 17.8% auf vergleichbarer Basis. Die Verkäufe in den Bereichen Konsumgüter legten um 15.9% sowie Riechstoffingredienzien und Active Beauty um 10.8% auf vergleichbarer Basis zu.

Das hervorragende Wachstum wurde in allen geografischen Regionen und Kundengruppen erzielt.

Geschmack & Wohlbefinden erzielte Verkäufe von CHF 2'862 Millionen, was einem Plus von 10.7% auf vergleichbarer Basis¹ und von 3.9% in Schweizer Franken entspricht.



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 10. Oktober 2024

Auf regionaler Ebene verzeichnete Asien-Pazifik einen Anstieg von 10.1% auf vergleichbarer Basis, Europa erzielte ein Plus von 6.3% und Südasien, Afrika und Naher Osten einen Zuwachs von 17.9% auf vergleichbarer Basis. In Nordamerika stiegen die Verkäufe um 5.1% und in Lateinamerika stiegen sie um 28.9%, ebenfalls jeweils auf vergleichbarer Basis.

Alle Segmente von Snacks, Getränken, Milchprodukten, Süswaren und kulinarischen Aromen trugen zum starken 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

Exkursion für Investoren – 22. bis 23. Oktober 2024
Ganzjahresresultate – 24. Januar 2025

Kontakt

Claudia Pedretti, Head of Investor and Media Relations
T +41 52 354 01 32
E claudia.pedretti@givaudan.com

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 10. Oktober 2024

Übersicht

| Nach Geschäftstätigkeit Januar bis September in Millionen CHF | 2024 | | | 2023 | | | |
|--|--------------|-------------------------|--------------------------|--------------|-------------------------|--------------------------|-------------|
| | Konzern | Riechstoffe & Schönheit | Geschmack & Wohlbefinden | Konzern | Riechstoffe & Schönheit | Geschmack & Wohlbefinden | |
| Verkäufe wie ausgewiesen | 5'644 | 2'782 | 2'862 | 5'265 | 2'511 | 2'754 | |
| – Wachstum in CHF | % | 7.2% | 10.8% | 3.9% | -3.5% | 0.9% | -7.3% |
| – auf vergleichbarer Basis¹ | % | 13.0% | 15.6% | 10.7% | 2.9% | 6.4% | 0.0% |
| Auswirkung von Akquisitionen (netto) (a) | | 17 | 26 | -9 | 9 | 14 | -5 |
| – Auswirkung von Akquisitionen (netto) | % | 0.3% | 1.0% | -0.3% | 0.2% | 0.6% | -0.2% |
| Währungseffekte | | -324 | -146 | -178 | -361 | -152 | -209 |
| – Währungseffekte | % | -6.1% | -5.8% | -6.5% | -6.6% | -6.1% | -7.1% |

(a) Akquisitionen und Veräusserungen

| Januar bis September in Millionen CHF | 2024 | | | 2023 | | |
|---|-----------|-------------------------|--------------------------|----------|-------------------------|--------------------------|
| | Konzern | Riechstoffe & Schönheit | Geschmack & Wohlbefinden | Konzern | Riechstoffe & Schönheit | Geschmack & Wohlbefinden |
| Akquisitionen und Veräusserungen | 17 | 26 | -9 | 9 | 14 | -5 |
| – Amyris | 6 | 6 | | 14 | 14 | |
| – b.kolormakeup & skincare | 20 | 20 | | | | |
| – Nicht fortgeführtes und veräussertes Geschäft | -9 | | -9 | -5 | | -5 |

| Nach Geschäftstätigkeit - Juli bis September (nur Quartal) in Millionen CHF | 2024 | | | 2023 | | | |
|--|--------------|-------------------------|--------------------------|--------------|-------------------------|--------------------------|-------------|
| | Konzern | Riechstoffe & Schönheit | Geschmack & Wohlbefinden | Konzern | Riechstoffe & Schönheit | Geschmack & Wohlbefinden | |
| Verkäufe wie ausgewiesen | 1'907 | 956 | 951 | 1'730 | 839 | 891 | |
| – Wachstum in CHF | % | 10.2% | 13.9% | 6.8% | -4.3% | -0.5% | -7.6% |
| – auf vergleichbarer Basis¹ | % | 14.1% | 16.0% | 12.4% | 4.0% | 6.5% | 1.7% |
| Auswirkung von Akquisitionen (netto) (b) | | 19 | 20 | -1 | -1 | 3 | -4 |
| – Auswirkung von Akquisitionen (netto) | % | 1.1% | 2.4% | -0.1% | -0.1% | 0.4% | -0.4% |
| Währungseffekte | | -87 | -37 | -50 | -148 | -62 | -86 |
| – Währungseffekte | % | -5.0% | -4.5% | -5.5% | -8.2% | -7.4% | -8.9% |

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 10. Oktober 2024

(b) Akquisitionen und Veräusserungen

| Januar bis September in Millionen CHF | 2024 | | | 2023 | | |
|---|-----------|-------------------------|--------------------------|-----------|-------------------------|--------------------------|
| | Konzern | Riechstoffe & Schönheit | Geschmack & Wohlbefinden | Konzern | Riechstoffe & Schönheit | Geschmack & Wohlbefinden |
| Akquisitionen und Veräusserungen | 19 | 20 | -1 | -1 | 3 | -4 |
| – Amyris | | | | 3 | 3 | |
| – b.kolormakeup & skincare | 20 | 20 | | | | |
| – Nicht fortgeführtes und veräussertes Geschäft | -1 | | -1 | -4 | | -4 |

| Verkaufszahlen nach Geschäftsbereichen | 2024 | | 2023 | |
|---|------------------------------------|--|------------------------------------|--|
| | Umsatzwachstum LFL ¹ | | Umsatzwachstum LFL ¹ | |
| Januar bis September, in Millionen CHF | | | | |
| Riechstoffe & Schönheit | 15.6% | | 6.4% | |
| – Luxusparfümerie | 17.8% | | 13.7% | |
| – Konsumgüter | 15.9% | | 5.2% | |
| – Riechstoffingredienzien und Active Beauty | 10.8% | | 1.9% | |
| Geschmack & Wohlbefinden | 10.7% | | 0.0% | |
| – Europa | 6.3% | | 2.9% | |
| – Südasien, Naher Osten und Afrika | 17.9% | | 16.3% | |
| – Nordamerika | 5.1% | | -10.6% | |
| – Lateinamerika | 28.9% | | 13.1% | |
| – Asien-Pazifik | 10.1% | | -2.3% | |

| Verkaufszahlen nach Regionen | 2024 | | | 2023 | | |
|--|--------------------------|--------------------|-------------|--------------------------|--------------------|--------------|
| | Ausgewiesene Verkäufe | LFL ¹ % | CHF % | Ausgewiesene Verkäufe | LFL ¹ % | CHF % |
| Januar bis September, in Millionen CHF | | | | | | |
| LATAM | 672 | 29.5% | 5.7% | 636 | 11.4% | -0.4% |
| APAC | 1'373 | 12.1% | 7.0% | 1'283 | 4.0% | -4.1% |
| NOAM | 1'323 | 5.7% | 3.9% | 1'273 | -9.3% | -13.9% |
| EAME | 2'276 | 13.1% | 9.8% | 2'073 | 8.4% | 3.5% |
| Wachstumsstarke Märkte | 2'618 | 20.9% | 10.5% | 2'370 | 9.3% | -0.3% |
| Reife Märkte | 3'026 | 6.6% | 4.5% | 2'895 | -2.1% | -6.1% |
| Konzern insgesamt | 5'644 | 13.0% | 7.2% | 5'265 | 2.9% | -3.5% |

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 10. Oktober 2024

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.