

Unternehmensmitteilung

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR

Genf, 14. April 2026

Verkäufe im ersten Quartal 2026

Solider Jahresauftakt

«Wir sind sehr zufrieden mit unserem soliden Start ins Jahr 2026, trotz einer hohen Vergleichsbasis im Vorjahr. In einem Umfeld, in dem die geopolitische Volatilität anhält und die Bedingungen in ausgewählten Endmärkten weiterhin herausfordernd bleiben, tragen die starken natürlichen Absicherungen von Givaudan über die Geschäftssegmente, Regionen und das gesamte Kundenspektrum hinweg weiterhin zur Widerstandsfähigkeit unseres Unternehmens bei. Ich bin sehr beeindruckt vom Engagement aller Givaudan-Mitarbeitenden entlang der gesamten Wertschöpfungskette, die das Wachstum unserer Kunden unterstützen.»

Christian Stammkoetter, CEO

Verkaufszahlen

In den ersten drei Monaten des Jahres 2026 **verzeichnete Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 1'875 Millionen**. Das entspricht einem Anstieg von 2.8% auf vergleichbarer Basis¹ und einem Rückgang von -5.2% in Schweizer Franken.

Givaudan ist mit einem soliden Umsatzwachstum ins Jahr gestartet, gegenüber einem starken vergleichbaren Vorjahreswachstum von 7.4% LFL, und hat seine operative Leistung sowie die Leistung der Lieferkette auf einem hohen Niveau gehalten. In den wachstumsstarken Märkten stiegen die Verkäufe um 4.0% LFL gegenüber einem hohen vergleichbaren Vorjahreswert von 12.8% LFL, während die Verkäufe in den reifen Märkten um 1.7% LFL im Vergleich zu 2.6% LFL im ersten Quartal 2025 zunahmen. Alle Kundengruppen und die meisten Regionen trugen zum Umsatzwachstum bei.

Angesichts höherer Inputkosten im Jahr 2026 implementiert das Unternehmen in Zusammenarbeit mit seinen Kunden Preiserhöhungen, um den Kostenanstieg vollständig auszugleichen.

Die Verkäufe von Riechstoffe & Schönheit betragen CHF 1'004 Millionen, was einen starken Zuwachs von 5.9% auf vergleichbarer Basis und einen Rückgang von -0.6% in Schweizer Franken darstellt verglichen mit einem starken LFL-Wachstum von 9.8% im Vorjahr.



Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 14. April 2026

Auf Geschäftsbereichsebene stiegen die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie trotz des sehr starken Vorjahreswachstums von 16.7% um 9.6% auf vergleichbarer Basis. Die Verkäufe im Bereich Konsumgüter legten um 7.8% auf vergleichbarer Basis zu, verglichen mit einem starken Vorjahreswachstum von 7.9% im ersten Quartal 2025. Die Verkäufe im Bereich Riechstoffingredienzien und Active Beauty gingen um –5.9% auf vergleichbarer Basis zurück, gegenüber einem starken Vergleichswachstum von 7.7% im Vorjahr.

Das gute Umsatzwachstum im Bereich Riechstoffe & Schönheit wurde in den meisten Regionen und allen Kundengruppen erzielt.

Geschmack & Wohlbefinden erzielte Verkäufe in Höhe von CHF 871 Millionen, was einem Rückgang von –0.4% auf vergleichbarer Basis beziehungsweise –10.0% in Schweizer Franken entspricht, verglichen mit einem Wachstum von 5.0% auf vergleichbarer Basis im Vorjahr.

Auf regionaler Ebene – trotz herausfordernder Endmarktbedingungen in einigen Ländern – nahm die Region Asien-Pazifik um 4.1% auf vergleichbarer Basis zu, verglichen mit einem hohen Vorjahreswachstum von 6.1%. In Nordamerika stiegen die Verkäufe leicht um 0.1%, gegenüber 0.5% im ersten Quartal 2025. In Europa gingen die Verkäufe um –0.4% auf vergleichbarer Basis zurück, nach einem starken Vorjahreswachstum von 7.1%. In Südasien, Afrika und dem Nahen Osten sanken sie um –7.1%, verglichen mit einem hohen Vorjahreswachstum von 10.4%. In Lateinamerika gingen die Verkäufe um –3.1% auf vergleichbarer Basis zurück, verglichen mit 5.1% im ersten Quartal 2025.

Auf Segmentebene wurde ein solides Wachstum in den Bereichen Snacks, Milchprodukte und natürliche Farbstoffe erzielt, das durch eine schwächere Performance in den Bereichen Getränke und kulinarischen Aromen aufgewogen wurde.

Unsere mittel- und langfristigen Ziele

Unsere Strategie 2030 «Gemeinsam mit Kunden nachhaltiges Wachstum fördern» bildet unsere Leitlinie für die nächsten fünf Jahre.

Sie wird uns dabei unterstützen, in einem dynamischen Marktumfeld weiterhin erfolgreich zu sein und gemeinsam mit unseren Kunden für nachhaltiges Wachstum durch kreative, hochwertige Produkte und Lösungen zu sorgen, die bei den Konsumenten Anklang finden und sich langfristig bewähren.

In diesem Strategiezyklus wird Givaudan ihre bestehenden Stärken und ihr bewährtes Geschäftsmodell in ihrem Kerngeschäft optimal nutzen und gleichzeitig in angrenzende Bereiche mit hohem Mehrwert expandieren, um künftiges nachhaltiges und profitables Wachstum zu fördern. Das Unternehmen bleibt seinem Unternehmenszweck «im Einklang mit der Natur Kreationen für mehr Glück und Gesundheit im Leben schaffen» treu und wird sich dabei auf drei Wachstumstreiber und drei Wachstumsfaktoren konzentrieren, um sowohl finanziellen als auch nicht-finanziellen Wert zu generieren.

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 14. April 2026

Givaudan strebt ein durchschnittliches Umsatzwachstum von 4–6% auf vergleichbarer Basis und einen durchschnittlichen freien Cashflow² von über 12% über den Fünfjahreszeitraum sowie das Erreichen der mit dem Unternehmenszweck verbundenen Ziele für 2030 in den Bereichen Natur, Menschen und Gemeinschaften an. Dies beinhaltet auch die Reduzierung der Scope-1-, Scope-2- und Scope-3-THG-Emissionen im Einklang mit dem Netto-Null-Standard der SBTi sowie die Beschaffung aller Rohstoffe und Dienstleistungen bis 2030 auf eine Weise, die Umwelt und Mensch schützt. Darüber hinaus wird das Unternehmen auch künftig aktiv nach Akquisitionsmöglichkeiten suchen, die im Einklang mit seinen strategischen Fokusbereichen stehen.

Weitere Informationen

Anstehende Termine

Halbjahresergebnisse – 23. Juli 2026

Sommer-Investorenkonferenz – 27. August 2026

Exkursion für Investoren – 21.–22. September 2026

Verkäufe Januar bis September – 13. Oktober 2026

Ganzjahresresultate – 27. Januar 2027

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, 14. April 2026

Übersicht

KENNZAHLEN

Januar bis März in Millionen CHF	2026			2025			
	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohl- befinden	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohl- befinden	
Verkäufe wie ausgewiesen	1'875	1'004	871	1'977	1'009	968	
Wachstum in CHF	%	-5.2%	-0.6%	-10.0%	8.5%	12.2%	5.0%
auf vergleichbarer Basis¹	%	2.8%	5.9%	-0.4%	7.4%	9.8%	5.0%
Auswirkung von Akquisitionen (netto) ^(a)		24	24	-	18	18	-
Auswirkung von Akquisitionen (netto)	%	1.2%	2.4%	0.0%	1.0%	2.1%	0.0%
Währungseffekte		-182	-89	-93	2	2	-
Währungseffekte	%	-9.2%	-8.9%	-9.6%	0.1%	0.3%	0.0%

(a) Akquisitionen und Veräusserungen

Januar bis März in Millionen CHF	2026			2025		
	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohl- befinden	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohl- befinden
Akquisitionen und Veräusserungen	24	24	-	18	18	-
Belle Aire Creations	18	18				
Vollmens Fragrances	6	6				
b.kolor				18	18	
nicht fortgeführtes und veräussertes Geschäft	-	-	-	-	-	-

VERKAUFZAHLEN NACH GESCHÄFTSBEREICHEN

Januar bis März in %	2026	2025
	Umsatz- wachstum LFL ¹	Umsatz- wachstum LFL ¹
Riechstoffe & Schönheit	5.9%	9.8%
Luxusparfümerie	9.6%	16.7%
Konsumgüter	7.8%	7.9%
Riechstoffingredienzien und Active Beauty	-5.9%	7.7%
Geschmack & Wohlbefinden	-0.4%	5.0%
Europa	-0.4%	7.1%
Südasiens, Naher Osten und Afrika	-7.1%	10.4%
Nordamerika	0.1%	0.5%
Lateinamerika	-3.1%	5.1%
Asien-Pazifik	4.1%	6.1%

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 14. April 2026

VERKAUFSZAHLEN NACH REGIONEN

Januar bis März in Millionen CHF	2026			2025		
	Ausgewiesene Verkäufe	LFL ¹ %	CHF %	Ausgewiesene Verkäufe	LFL ¹ %	CHF %
LATAM	203	-4.6%	-11.7%	230	12.1%	5.5%
APAC	435	6.6%	-6.3%	464	9.1%	10.8%
NOAM	422	1.6%	-7.7%	457	-0.5%	4.6%
EAME	815	3.5%	-1.4%	826	9.6%	10.5%
Wachstumsstarke Märkte	906	4.0%	-5.6%	959	12.8%	16.3%
Reife Märkte	969	1.7%	-4.8%	1'018	2.6%	2.1%
Konzern insgesamt	1'875	2.8%	-5.2%	1'977	7.4%	8.5%

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.