



## Medienmitteilung

Genf, 25. Januar 2019

## Ganzjahresresultate 2018 Starke Geschäftsdynamik – Investitionen in die Zukunft

- Verkäufe von CHF 5.5 Milliarden, ein Anstieg um 5.6% auf vergleichbarer Basis und 9.4% in Schweizer Franken
- EBITDA von CHF 1'145 Millionen, ein Zuwachs von 5.2% gegenüber 2017
- EBITDA-Marge von 20.7% bei solider zugrunde liegender Geschäftsentwicklung
- Nettogewinn von CHF 663 Millionen
- Freier Cashflow von 12.7% der Verkäufe
- Vorgeschlagene Dividende von CHF 60.00 pro Aktie, ein Plus von 3.4% gegenüber dem Vorjahr
- Givaudan Business Solutions erfüllt Ziele vollumfänglich
- Integration von Naturex schreitet gut voran

### Geschäftsergebnis

Im Jahr 2018 verzeichnete Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 5'527 Millionen, was gegenüber dem Vorjahr einem Anstieg von 5.6% auf vergleichbarer Basis und einer Steigerung von 9.4% in Schweizer Franken entspricht.

Die Verkäufe der Division Riechstoffe lagen bei CHF 2'525 Millionen und erhöhten sich damit um 6.6% auf vergleichbarer Basis und 7.8% in Schweizer Franken.

Die Verkäufe der Division Aromen lagen bei CHF 3'002 Millionen, was einen Zuwachs von 4.6% auf vergleichbarer Basis und 10.8% in Schweizer Franken bedeutet.

Givaudan schloss das Jahr mit einer guten Geschäftsdynamik ab und konnte das hohe Niveau in ihrer Projektpipeline und bei ihren Geschäftsabschlussraten beibehalten. Das gute Wachstum wurde in allen Produktsegmenten und Regionen erzielt. Unsere strategischen Fokusbereiche Naturstoffe, Gesundheit und Wohlbefinden, Active Beauty, integrierte Lösungen sowie lokale und regionale Kunden verzeichneten ein starkes Wachstum, zu dem auch die kürzlich erworbenen Unternehmen beitrugen.

In Zusammenarbeit mit seinen Kunden setzt das Unternehmen weiterhin erfolgreich Preiserhöhungen durch, um den Anstieg der Produktionskosten vollumfänglich auszugleichen.

„Unsere guten Ergebnisse für das Jahr 2018 beweisen, dass wir nach wie vor unsere kurzfristigen Ziele erfüllen und gleichzeitig in den langfristigen Erfolg unseres Geschäfts investieren können“, erklärte CEO Gilles Andrier. „Ich bin mit den Resultaten, die wir 2018 erreicht haben, sehr zufrieden und freue mich über die bedeutenden Fortschritte, die wir bei der Umsetzung der 2020 Strategie erzielt haben.“





Genf, 25. Januar 2019

### Bruttomarge

Der Bruttogewinn stieg um 3.5% von CHF 2'250 Millionen im Jahr 2017 auf CHF 2'329 Millionen im Jahr 2018. Trotz der anhaltenden Produktivitätsgewinne und der Kostendisziplin verringerte sich die Bruttomarge im Jahr 2018 gegenüber dem Vorjahr von 44.5% auf 42.1%. Dies ist auf die gesunkene Bruttomarge in der Division Riechstoffe, die von einem starken und breitgefächerten Anstieg der Rohstoffkosten beeinflusst wurde, zurückzuführen.

### Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA)

Das EBITDA betrug im Jahr 2018 CHF 1'145 Millionen, gegenüber CHF 1'089 Millionen im Jahr 2017, was einem Anstieg von 5.2% in Schweizer Franken und 4.3% in Lokalwährung entspricht. Die EBITDA-Marge belief sich 2018 auf 20.7%, verglichen mit 21.6% im Jahr 2017. Auf vergleichbarer Basis resultierte im Jahr 2018 eine EBITDA-Marge von 21.0%, gegenüber 23.3% im Jahr 2017.

	2018			2017		
	Konzern	Riechstoffe	Aromen	Konzern	Riechstoffe	Aromen
<b>EBITDA wie ausgewiesen</b>	<b>1'145</b>	<b>508</b>	<b>637</b>	<b>1'089</b>	<b>486</b>	<b>603</b>
<b>EBITDA wie ausgewiesen in %</b>	<b>20.7</b>	<b>20.1</b>	<b>21.2</b>	<b>21.6</b>	<b>20.7</b>	<b>22.3</b>
Änderungen bei Pensionsplänen				20	18	2
Kosten für Givaudan Business Solutions (GBS)	-32	-32		-107	-107	
Verkauf des Zurich Innovation Centre (ZIC) <sup>1</sup>	25		25			
Versicherungserträge <sup>2</sup>	20	20				
Akquisitions- und Restrukturierungskosten <sup>3</sup>	-26	-3	-23			
<b>Vergleichbares EBITDA</b>	<b>1'158</b>	<b>523</b>	<b>635</b>	<b>1'176</b>	<b>575</b>	<b>601</b>
<b>Vergleichbares EBITDA in %</b>	<b>21.0</b>	<b>20.7</b>	<b>21.2</b>	<b>23.3</b>	<b>24.5</b>	<b>22.2</b>

1. Die Gruppe schloss eine Vereinbarung über den Verkauf und die Rückmiete (Sale-Lease-Back) des Zurich Innovation Centre (ZIC) für einen Gesamtbetrag von CHF 173 Millionen ab. Davon gingen CHF 100 Millionen im Jahr 2018 ein, der Rest wird im Jahr 2019 folgen. Nach Abzug der anfallenden Veräusserungskosten und Steuern wird ein Verkaufsgewinn von CHF 25 Millionen ausgewiesen.
2. Im Jahresverlauf erhielt die Gruppe Versicherungserträge im Zusammenhang mit historischen Versicherungsansprüchen in den USA.
3. Die Akquisitions- und Restrukturierungskosten von CHF 26 Millionen sind grösstenteils der Akquisition von Naturex und der laufenden Optimierung des Produktionsnetzwerks zuzuschreiben.

### Betriebsgewinn

Der Betriebsgewinn belief sich auf CHF 883 Millionen, was gegenüber den CHF 869 Millionen im Jahr 2017 einer Steigerung von 1.7% entspricht. In Lokalwährung erhöhte sich der Betriebsgewinn um 0.1%. Die Betriebsgewinnmarge ging von 17.2% im Vorjahr auf 16.0% zurück.

### Finanzergebnis

Die Finanzierungskosten betragen 2018 CHF 55 Millionen, verglichen mit CHF 42 Millionen im Vorjahr. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf die Erhöhung der Nettoschulden des Konzerns im Zusammenhang mit der Akquisition von Naturex zurückzuführen. Der übrige Nettofinanzaufwand betrug 2018 CHF 56 Millionen, gegenüber CHF 32 Millionen im Vorjahr. Der Hauptgrund dafür waren höhere Wechselkursverluste in Märkten, in denen Währungen nicht abgesichert werden konnten, insbesondere in Argentinien.



Genf, 25. Januar 2019

Der Ertragssteueraufwand betrug 14% des Gewinns vor Steuern, gegenüber 9% im Vorjahr, in dem geringere Steueraufwendungen in den USA angefallen waren. Ohne Berücksichtigung einmaliger Posten lag der Ertragssteueraufwand 2017 bei 15% des Gewinns vor Steuern.

## **Konzerngewinn**

Der Konzerngewinn sank von CHF 720 Millionen im Jahr 2017 auf CHF 663 Millionen im Jahr 2018. Daraus ergibt sich eine Nettogewinnmarge von 12.0%, gegenüber 14.2% im Jahr 2017. Der unverwässerte Gewinn pro Aktie betrug CHF 71.92, verglichen mit CHF 78.18 im Vorjahr.

## **Cashflow**

Givaudan erzielte 2018 einen Cashflow aus operativer Tätigkeit von CHF 916 Millionen, gegenüber CHF 861 Millionen im Jahr 2017.

Das Betriebskapital lag bei 26.3% der Verkäufe, gegenüber 24.5% im Jahr 2017, was hauptsächlich auf die höheren Lagerbestände bei Naturex zurückzuführen war.

Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen beliefen sich auf CHF 129 Millionen, verglichen mit CHF 189 Millionen im Jahr 2017. Im Jahr 2018 setzte der Konzern sein Investitionsprogramm zur Förderung des Wachstums in wachstumsstarken Märkten fort, insbesondere mit Investitionen in Indien, Singapur und China. Der Konzern schloss eine Vereinbarung über den Verkauf und die Rückmiete (Sale-Lease-Back) des Zurich Innovation Centre für einen Gesamtbetrag von CHF 173 Millionen ab. Davon gingen CHF 100 Millionen im Jahr 2018 ein, der Rest wird im Jahr 2019 folgen.

2018 wurden CHF 55 Millionen für den Erwerb immaterieller Anlagewerte aufgewendet, verglichen mit CHF 53 Millionen im Vorjahr. Dies ist auf weitere Investitionen des Unternehmens in seine IT-Plattform zurückzuführen, unter anderem zur Unterstützung der Einführung von Givaudan Business Solutions.

Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte beliefen sich 2018 auf 3.3% der Verkäufe, verglichen mit 4.8% im Vorjahr. Unter Ausschluss der ZIC-Transaktion hätten die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte 4.2% der Verkäufe betragen.

Der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen belief sich 2018 auf CHF 732 Millionen, gegenüber CHF 619 Millionen im Jahr 2017. Der freie Cashflow – definiert als Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Investitionen und Zinszahlungen – betrug 2018 CHF 703 Millionen, verglichen mit CHF 594 Millionen im Vorjahr. Der freie Cashflow, ausgedrückt als Prozentsatz der Verkäufe, belief sich 2018 auf 12.7%, gegenüber 11.8% im Vorjahr.

## **Finanzlage**

Die Finanzlage von Givaudan war Ende 2018 weiterhin solide. Die Nettoschulden stiegen von CHF 1'074 Millionen im Dezember 2017 auf CHF 2'847 Millionen im Dezember 2018, bedingt durch das Akquisitions- und Investitionsprogramm des Konzerns, einschliesslich Naturex. Ende Dezember 2018 lag der Verschuldungsgrad bei 41%, gegenüber 21% Ende 2017.

Im Jahr 2018 erhielt Givaudan hohe Investment-Grade-Ratings von S&P Global Ratings (A- mit stabilem Ausblick) und von Moody's Investors Service (Baa1 mit stabilem Ausblick).



Genf, 25. Januar 2019

## **Givaudan Business Solutions**

Das Unternehmen befindet sich nun in der Implementierungsphase von Givaudan Business Solutions (GBS), einer globalen Einheit, die erstklassige Prozesse und Dienstleistungen erbringen soll.

Die schrittweise Implementierung von GBS verläuft vollumfänglich nach Plan und hat 2018 erste finanzielle Vorteile in Höhe von CHF 20 Millionen erbracht.

2018 entstanden dem Konzern Kosten in Höhe von CHF 32 Millionen (liquiditätswirksam CHF 64 Millionen) in Verbindung mit der Implementierung von Givaudan Business Solutions, verglichen mit CHF 107 Millionen im Jahr 2017 (liquiditätswirksam CHF 47 Millionen).

## **Naturex**

Givaudan hat die Akquisition von Naturex im September 2018 abgeschlossen und die Finanzergebnisse von Naturex ab dem 1. September 2018 konsolidiert. Naturex ist ein internationaler Marktführer im Bereich Pflanzenextrakte und Entwicklung natürlicher Ingredienzien und Lösungen für die Nahrungsmittel-, Gesundheits- und Schönheitsbranche.

2018 trug Naturex CHF 150 Millionen zu den Verkäufen bei, CHF 146 Millionen in der Division Aromen und CHF 4 Millionen in der Division Riechstoffe. Givaudan strebt für das Portfolio von Naturex ein Verkaufswachstum von jährlich 10% ab 2021 an und will gleichzeitig die Rentabilität und andere wichtige Finanzindikatoren des kombinierten Geschäfts in der Aromendivision bis 2021 auf das Niveau vor der Akquisition bringen.

## **Dividendenvorschlag**

Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung vom 28. März 2019 vorschlagen, für das Geschäftsjahr 2018 eine Bardividende von CHF 60.00 pro Aktie an die Aktionäre auszuschütten. Dies entspricht einem Anstieg von 3.4% gegenüber 2017. Seit der Börsenkotierung von Givaudan im Jahr 2000 an der Schweizer Börse ist dies die 18. Dividendenerhöhung in Folge.

## **Prognose für 2020 – Verantwortungsbewusstes Wachstum. Gemeinsamer Erfolg.**

Die Ambition des Unternehmens für 2020 besteht darin, durch profitables, verantwortungsbewusstes Wachstum weiteren Mehrwert zu schaffen. Aufbauend auf den ersten beiden Jahren (2016 und 2017) des laufenden Strategiezyklus ruhen die Zielsetzungen von Givaudan bis 2020 auf drei strategischen Säulen: gemeinsam mit unseren Kunden wachsen, qualitativ erstklassige Leistungen erbringen und Partnerschaften für gemeinsamen Erfolg eingehen.

Im Zuge ihrer 2020 Strategie versucht Givaudan zudem, Mehrwert über gezielte Akquisitionen zu schaffen, die ihre vorhandenen Fähigkeiten ergänzen, den Kunden erfolgreiche Lösungen anzubieten. Seit 2014 hat Givaudan neun Akquisitionen bekannt gegeben, die ganz im Einklang mit den Wachstumssäulen der 2020 Strategie des Unternehmens stehen.

Ehrgeizige Finanzziele sind ein wesentlicher Bestandteil der Strategie von Givaudan. Wir wollen den Markt mit einem Umsatzwachstum von 4% bis 5% und einem freien Cashflow von 12% bis 17% der Verkäufe übertreffen. Beide Ziele sind als Durchschnitt über den fünfjährigen Zeitraum unseres Strategiezyklus angegeben. Darüber hinaus beabsichtigt Givaudan, die bestehende Dividendenpraxis im Rahmen dieser Zielsetzung beizubehalten.



Genf, 25. Januar 2019

## Kennzahlen

Per 31. Dezember abgeschlossenes Geschäftsjahr, in CHF Mio. ausgenommen Gewinn pro Aktie	2018	2017
<b>Konzernverkäufe</b>	<b>5'527</b>	<b>5'051</b>
Verkäufe Riechstoffe	2'525	2'343
Verkäufe Aromen	3'002	2'708
<b>Bruttogewinn</b>	<b>2'329</b>	<b>2'250</b>
in % der Verkäufe	42.1%	44.5%
<b>EBITDA<sup>1</sup></b>	<b>1'145</b>	<b>1'089</b>
in % der Verkäufe	20.7%	21.6%
<b>Betriebsgewinn</b>	<b>883</b>	<b>869</b>
in % der Verkäufe	16.0%	17.2%
<b>Konzerngewinn</b>	<b>663</b>	<b>720</b>
in % der Verkäufe	12.0%	14.2%
<b>Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)</b>	<b>71.92</b>	<b>78.18</b>
<b>Cashflow aus operativer Tätigkeit</b>	<b>916</b>	<b>861</b>
in % der Verkäufe	16.6%	17.0%
<b>Freier Cashflow</b>	<b>703</b>	<b>594</b>
in % der Verkäufe	12.7%	11.8%

1. EBITDA: 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.

## Verkäufe Januar – Dezember 2018

in Millionen Schweizer Franken	Verkäufe 2017	LFL	Auswirkung der Akquisitionen	Währung	Verkäufe 2018	Veränderung in % LFL* in CHF	
<b>Konzern</b>	<b>5'051</b>	<b>280</b>	<b>249</b>	<b>-53</b>	<b>5'527</b>	<b>5.6%</b>	<b>9.4%</b>
Riechstoffe	2'343	155	50	-23	2'525	6.6%	7.8%
Aromen	2'708	125	199	-30	3'002	4.6%	10.8%

## Verkäufe Oktober – Dezember 2018

in Millionen Schweizer Franken	Verkäufe 2017	LFL	Auswirkung der Akquisitionen	Währung	Verkäufe 2018	Veränderung in % LFL* in CHF	
<b>Konzern</b>	<b>1'294</b>	<b>68</b>	<b>136</b>	<b>-44</b>	<b>1'454</b>	<b>5.3%</b>	<b>12.4%</b>
Riechstoffe	603	40	22	-19	646	6.7%	7.3%
Aromen	691	28	114	-25	808	4.0%	16.8%

## Entwicklung der Verkäufe nach Märkten

Verkäufe Januar bis Dezember 2018 in Mio. Schweizer Franken	2018	2017	Veränderung in % LFL* in CHF	
Reife Märkte	3'176	2'867	3.6%	10.9%
Wachstumsstarke Märkte	2'351	2'184	8.2%	7.4%

\* LFL = Like-for-like (auf vergleichbarer Basis) ohne Währungseinflüsse und ohne die Auswirkungen von Akquisitionen und Veräusserungen.



Genf, 25. Januar 2019

## Division Riechstoffe

Die Verkäufe der Division Riechstoffe lagen bei CHF 2'525 Millionen und erhöhten sich damit um 6.6% auf vergleichbarer Basis und 7.8% in Schweizer Franken. Die Verkäufe der Division beinhalten CHF 46 Millionen von Expressions Parfumées, die im Juni 2018 erworben wurde, und CHF 4 Millionen von Naturex, die im September 2018 erworben wurde.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen auf vergleichbarer Basis um 7.0%. In Schweizer Franken erhöhten sich die Gesamtverkäufe von CHF 2'036 Millionen im Vorjahr auf CHF 2'199 Millionen.

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie stiegen um 10.7% auf vergleichbarer Basis, nach einem starken Wachstum von 7.2% im Vorjahr. Dabei wurde der Zuwachs in allen Regionen und Kundengruppen generiert.

Die Verkäufe im Bereich Konsumgüter erhöhten sich um 6.1% auf vergleichbarer Basis, wobei alle Kundengruppen und Regionen ein ausgewogenes Wachstum verzeichneten; insbesondere wiesen Asien und der Mittlere Osten ein besonders starkes Wachstum auf.

In den Bereichen Riechstoffingredienzien und Active Beauty legten die Verkäufe 4.0% auf vergleichbarer Basis zu. Active Beauty verzeichnete einen hohen einstelligen Zuwachs gegenüber hohen Vergleichszahlen aus dem Vorjahr, während der Bereich Riechstoffingredienzien ein positives Wachstum zeigte, das von Preiserhöhungen gestützt wurde.

Das EBITDA der Division Riechstoffe stieg von CHF 486 Millionen im Jahr 2017 auf CHF 508 Millionen im Jahr 2018. Hauptgründe für diesen Anstieg sind die Senkung der Kosten für Givaudan Business Solutions (GBS), die sich gegenüber CHF 107 Millionen im Jahr 2017 auf CHF 32 Millionen im Jahr 2018 verringerten, sowie Versicherungserträge von CHF 20 Millionen im Zusammenhang mit Umweltausgaben. Diese positiven Faktoren glichen die Auswirkungen einer einzelnen längeren Lieferunterbrechung bei einem wichtigen Lieferanten von Riechstoffingredienzien, die sich im Jahresverlauf auf die Riechstoffindustrie auswirkte, sowie den stark und breitgefächerten Anstieg der Kosten für Rohstoffe, mehr als aus.

In der Folge belief sich die EBITDA-Marge 2018 auf 20.1%, verglichen mit 20.7% im Jahr 2017. Auf vergleichbarer Basis resultierte im Jahr 2018 für die Division Riechstoffe – aufgrund der oben genannten Gründe - eine EBITDA-Marge von 20.7%, gegenüber 24.5% im Jahr 2017.

Der Betriebsgewinn betrug im Jahr 2018 CHF 413 Millionen, im Vergleich zu CHF 396 Millionen im Vorjahr. Die Betriebsgewinnmarge belief sich für 2018 auf 16.4%, gegenüber 16.9% im Vorjahr.

Im Rahmen der 2020 Strategie des Konzerns zur Erweiterung der Fähigkeiten in seinem Riechstoffgeschäft schloss Givaudan die Akquisition des französischen Riechstoffkreateurs Expressions Parfumées im Juni 2018 ab. Zudem gab das Unternehmen im Dezember 2018 bekannt, exklusive Verhandlungen zur Akquisition von Albert Vieille SAS aufgenommen zu haben. Dabei handelt es sich um einen französischen Produzenten von natürlichen Ingredienzien für die Riechstoff- und Aromatherapiemärkte.



Genf, 25. Januar 2019

## **Luxusparfümerie**

Dank Zuwächsen in allen Regionen und Kundengruppen erhöhten sich die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie um 10.7% auf vergleichbarer Basis, nach einem starken Wachstum von 7.2% im Vorjahr. Diese Ergebnisse basierten auf der anhaltend hohen Neugeschäftsrate, der Marktentwicklung der jüngst lancierten Produkte und dem Volumenwachstum bei Schlüsselkunden im bestehenden Geschäft.

Basierend auf den starken Marktanteilsgewinnen der letzten drei Jahre, Akquisitionen und dem anhaltenden Wachstum in wachstumsstarken Märkten ist Givaudan heute der globale Marktführer im Segment Luxusparfümerie.

Die Herren- und Damendüfte von Givaudan erhielten in Lateinamerika, den USA und Europa erneut zahlreiche wichtige Auszeichnungen. Damit wurden die hervorragenden Fähigkeiten unserer Teams gewürdigt, Produkte zu kreieren, die Konsumenten begeistern.

## **Konsumgüter**

Im Bereich Konsumgüter stiegen die Verkäufe um 6.1% auf vergleichbarer Basis. Alle Kundengruppen und Regionen verzeichneten ein Wachstum.

In Lateinamerika trugen alle Kundengruppen zum Wachstum gegenüber dem starken Vorjahresergebnis bei, wobei lokale und regionale Kunden ein zweistelliges Wachstum verzeichneten.

Asien verzeichnete einen starken Anstieg mit einem ausgewogenen Wachstum in allen Kundengruppen und einem zweistelligen Zuwachs in der Teilregion Südasien.

In Europa, Afrika und dem Nahen Osten stiegen die Verkäufe in sämtlichen Kundengruppen und Teilregionen, mit hohen zweistelligen Zuwächsen in den Teilregionen Afrika und Naher Osten. Die Verkäufe in Nordamerika zeigten einen leichten Anstieg gegenüber dem hohen Vorjahreswert, was den Ergebnissen bei lokalen und regionalen Kunden zu verdanken war.

Auf der Ebene der Produktsegmente trugen alle Segmente zum Verkaufswachstum bei, angeführt von den Segmenten Haushaltspflege, Mundpflege, Körperpflege und Textilpflege.

## **Riechstoffingredienzien und Active Beauty**

In den Bereichen Riechstoffingredienzien und Active Beauty erhöhten sich die Verkäufe um 4.0% auf vergleichbarer Basis. Die Verkäufe des Bereichs Active Beauty verzeichneten nach einem starken zweistelligen Wachstum im Jahr 2017 ein hohes einstelliges Wachstum. Dies war der Entwicklung bei lokalen und regionalen Kunden sowie bei Produkten des Bereichs Active Ingredients zu verdanken. Die Verkäufe von Riechstoffingredienzien erreichten 2018 ein positives Wachstum, das durch Preiserhöhungen unterstützt wurde.

## **Division Aromen**

Die Verkäufe der Division Aromen lagen bei CHF 3'002 Millionen, was einen Zuwachs von 4.6% auf vergleichbarer Basis und 10.8% in Schweizer Franken bedeutet. Die Verkäufe der Division beinhalten CHF 9 Millionen der im Mai 2018 erworbenen Centroflora Nutra und CHF 146 Millionen der im September 2018 akquirierten Naturex.



Genf, 25. Januar 2019

Die Verkaufszahlen sind hauptsächlich neuen Geschäftsabschlüssen und der starken Geschäftsdynamik in allen Regionen zuzuschreiben. In den strategischen Fokusbereichen unserer 2020 Strategie stiegen die Verkäufe im Bereich Gesundheit und Wohlbefinden zweistellig und im Bereich Naturstoffe im hohen einstelligen Bereich an.

Nach Segmenten betrachtet leisteten Getränke, Milchprodukte, Süswaren und Snacks den grössten Beitrag zum Wachstum der Division.

Das EBITDA erhöhte sich um 5.7% auf CHF 637 Millionen, im Vergleich zu CHF 603 Millionen im Jahr 2017. Dieser Anstieg wurde durch anhaltende Produktivitätszuwächse und Kostendisziplin unterstützt. Die EBITDA-Marge sank von 22.3% im Vorjahr auf 21.2% im Jahr 2018, was hauptsächlich auf die Auswirkungen der niedrigeren Marge im akquirierten Naturex-Geschäft zurückzuführen ist. Auf vergleichbarer Basis resultierte im Jahr 2018 für die Division Aromen eine EBITDA-Marge von 21.2%, gegenüber 22.2% im Jahr 2017.

Der Betriebsgewinn verringerte sich von CHF 473 Millionen im Jahr 2017 um 0.6% auf CHF 470 Millionen im Jahr 2018. Die Betriebsgewinnmarge belief sich für 2018 auf 15.7%, gegenüber 17.5% im Vorjahr.

## **Asien-Pazifik**

Die Verkäufe in Asien-Pazifik legten um 6.2% auf vergleichbarer Basis zu. Unter den wachstumsstarken Märkten erreichte Indien ein zweistelliges Wachstum, während China, Indonesien und Thailand starke einstellige Zuwächse erzielten.

Das Wachstum in den reifen Märkten wurde durch starkes zweistelliges Wachstum in Singapur und eine positive Dynamik in Japan beflügelt.

Lokale und regionale Kunden legten in der gesamten Region weiter stark zu, während auf Segmentebene Getränke, Milchprodukte, Snacks und Süswaren erheblich zum Wachstum beitrugen.

## **Europa, Afrika und Naher Osten**

Die Verkäufe in Europa, Afrika und im Nahen Osten erhöhten sich um 3.0% auf vergleichbarer Basis. Unter den wachstumsstarken Märkten Afrikas und des Nahen Ostens erzielten Ägypten und Südafrika ein starkes zweistelliges Wachstum, das durch die schwierigen Marktbedingungen in Zentral- und Ostafrika, im Maghreb und im Nahen Osten neutralisiert wurde. Das Wachstum in Mittel- und Osteuropa wurde von einem zweistelligen Zuwachs in der Ukraine und hohen einstelligen Wachstumsraten in der Türkei und Russland vorangetrieben.

In den reifen Märkten Westeuropas resultierten ein zweistelliges Wachstum in Schweden und ein hoher einstelliger Zuwachs in Grossbritannien und Spanien.

Innerhalb der Segmente verzeichneten Getränke, Snacks, Milchprodukte und Süswaren ein gutes Wachstum.

## **Nordamerika**

Die Verkäufe in Nordamerika stiegen im Jahr 2018 um 1.8% auf vergleichbarer Basis gegenüber einem starken Plus von 8.5% im Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis ist auf neue



Genf, 25. Januar 2019

Geschäftsabschlüsse und den Ausbau des bestehenden Geschäfts in den Bereichen Getränke und Süsswaren zurückzuführen.

### **Lateinamerika**

Die Verkäufe in Lateinamerika wuchsen um 14.7% auf vergleichbarer Basis. An diesem Anstieg waren alle Märkte und Segmente in der Region beteiligt, allen voran Brasilien und Kolumbien mit einem starken zweistelligen Wachstum, das durch die verbesserte Wirtschaftslage unterstützt wurde. Aber auch in Argentinien war weiterhin eine gute Verkaufsdynamik festzustellen.

### **Generalversammlung 2018**

An der Generalversammlung vom 28. März 2019 stellen sich alle Mitglieder des Verwaltungsrates zur Wiederwahl.

**Hinweis:** Like-for-like (auf vergleichbarer Basis); dies schliesst Währungseinflüsse und die Auswirkungen von Akquisitionen und Veräusserungen aus.

Der Geschäftsbericht 2018 kann auf [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) abgerufen werden.

Eine Telefonkonferenz wird am 25. Januar 2019 um 15.00 Uhr (MEZ) auf [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) übertragen.

### **Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:**

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations

**T** +41 22 780 9093

**E** [peter\\_b.wullschleger@givaudan.com](mailto:peter_b.wullschleger@givaudan.com)