



Medienmitteilung

Genf, 18. Juli 2019

Halbjahresergebnisse 2019 Ausgezeichnetes Verkaufswachstum – auf gutem Weg zur Erreichung der Prognose für 2020

- Verkäufe von CHF 3'094 Millionen, ein Anstieg um 6.3% auf vergleichbarer Basis¹ und 15.7% in Schweizer Franken
- Projektpipeline und Geschäftsabschlussraten weiterhin auf hohem Niveau
- Strategische Fokusbereiche und erworbene Unternehmen trugen massgeblich zum Wachstum bei
- EBITDA von CHF 660 Millionen im Jahr 2019 entspricht einem Anstieg von 9.9% im Vergleich zu 2018
- EBITDA-Marge von 21.3% bei solider zugrunde liegender Geschäftsentwicklung
- Nettogewinn von CHF 380 Millionen, eine Zunahme von 2.3% gegenüber dem Vorjahr
- Freier Cashflow von 4.8% der Verkäufe, gegenüber 4.2% im Jahr 2018
- Projekt zur Integration von Naturex schreitet gut voran
- Gute Fortschritte und Realisierung aller angestrebten Vorteile bei Givaudan Business Solutions

Geschäftsergebnis

Im ersten Halbjahr 2019 verzeichnete Givaudan Verkäufe von CHF 3'094 Millionen, was einem Anstieg von 6.3% auf vergleichbarer Basis und 15.7% in Schweizer Franken entspricht.

Die Verkäufe der Division Riechstoffe lagen bei CHF 1'361 Millionen und erhöhten sich damit um 8.6% auf vergleichbarer Basis und 11.3% in Schweizer Franken.

Die Verkäufe der Division Aromen erreichten CHF 1'733 Millionen, was einen Zuwachs von 4.4% auf vergleichbarer Basis und 19.4% in Schweizer Franken bedeutet.

Givaudan setzte das Jahr mit einer guten Geschäftsdynamik fort und konnte das hohe Niveau in der Projektpipeline und bei den Geschäftsabschlussraten beibehalten. Das ausgezeichnete 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 auszugleichen.





Genf, 18. Juli 2019

“Unsere guten Ergebnisse für das erste Halbjahr 2019 bestätigen die Widerstandsfähigkeit unseres Geschäfts und unsere Fähigkeit, stets eine branchenführende finanzielle Leistung zu erzielen“, sagte CEO Gilles Andrier. “Ich bin mit unseren Resultaten sehr zufrieden und freue mich über die stetigen Fortschritte, die wir bei der Umsetzung der Ziele unserer 2020 Strategie gemacht haben.”

Bruttogewinn

Der Bruttogewinn stieg um 7.8% von CHF 1'182 Millionen im Jahr 2018 auf CHF 1'274 Millionen im Jahr 2019. Trotz anhaltender Produktivitätszuwächse und Kostendisziplin sank die Bruttomarge im Jahr 2019 gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 44.2% auf 41.2%. Dies war vor allem durch die gestiegenen Produktionskosten und die niedrigere Marge von Naturex bedingt.

Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA)²

Das EBITDA erhöhte sich um 9.9% auf CHF 660 Millionen, nach CHF 601 Millionen im ersten Halbjahr 2018. Die EBITDA-Marge lag bei 21.3%, verglichen mit 22.5% im Vorjahr. Auf vergleichbarer Basis resultierte im Jahr 2019 eine EBITDA-Marge von 22.3%, gegenüber 23.4% im Jahr 2018.

In 2019 entstanden dem Konzern Kosten in Höhe von CHF 19 Millionen in Verbindung mit der Implementierung von Givaudan Business Solutions, verglichen mit CHF 25 Millionen im Jahr 2018.

In Millionen CHF	2019			2018		
	Konzern	Riechstoffe	Aromen	Konzern	Riechstoffe	Aromen
EBITDA wie ausgewiesen^a	660	270	390	601	250	351
EBITDA wie ausgewiesen in %	21.3	19.8	22.5	22.5	20.4	24.2
Kosten für Givaudan Business Solutions (GBS)	-19	-19		-25	-25	
Akquisitions- und Restrukturierungskosten ^b	-11		-11			
Vergleichbares EBITDA³	690	289	401	626	275	351
Vergleichbares EBITDA in %	22.3	21.3	23.1	23.4	22.4	24.2

a. Die Anwendung von IFRS 16 Leasing führte zu einer Erhöhung des EBITDA um CHF 11 Mio. oder 0,4% im Jahr 2019⁴. Der Konzern hat die vergleichbaren EBITDA-Zahlen für 2018 nicht angepasst, wie es IFRS 16 erlaubt.

b. Die Akquisitions- und Restrukturierungskosten von CHF 11 Millionen sind grösstenteils der Akquisition von Naturex und der laufenden Optimierung des Produktionsnetzwerks zuzuschreiben.

Betriebsgewinn

Der Betriebsgewinn blieb mit CHF 491 Millionen auf einem ähnlichen Niveau wie im Vorjahr (CHF 489 Millionen). In Lokalwährung erhöhte sich der Betriebsgewinn um 2.3%. Die Betriebsgewinnmarge ging von 18.3% im Jahr 2018 auf 15.9% im Jahr 2019 zurück.

Finanzergebnis

Die Finanzierungskosten betragen in der ersten Jahreshälfte 2019 CHF 36 Millionen, verglichen mit CHF 23 Millionen im Vorjahreszeitraum. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf die Erhöhung der Nettoschulden des Konzerns im Zusammenhang mit der Akquisition von Naturex zurückzuführen. Der übrige Nettofinanzaufwand betrug im Jahr 2019 CHF 18 Millionen, verglichen mit CHF 35 Millionen im Jahr 2018. Zur Erinnerung: Im Jahr 2018 hatte der Konzern höhere Wechselkursverluste in Märkten zu tragen, in denen keine Währungsabsicherung möglich war. Der Ertragssteueraufwand der Zwischenbilanz lag in 2019 bei 13% des Gewinns vor Steuern, im Vergleich zu 14% im Vorjahreszeitraum.



Genf, 18. Juli 2019

Konzerngewinn

Der Nettogewinn für die ersten sechs Monate des Jahres 2019 betrug CHF 380 Millionen, was verglichen mit den CHF 371 Millionen im Vorjahr einem Anstieg um 2.3% entspricht. Daraus ergibt sich eine Nettogewinnmarge von 12.3%, gegenüber 13.9% im Jahr 2018. Der Gewinn pro Aktie betrug CHF 41.24, nach CHF 40.26 im Vorjahreszeitraum.

Cashflow

Givaudan erzielte in den ersten sechs Monaten 2019 einen Cashflow aus operativer Tätigkeit von CHF 271 Millionen, gegenüber CHF 269 Millionen im Jahr 2018.

Das Nettobetriebskapital lag relativ stabil bei 27.3% der Verkäufe, im Vergleich zu 28.7% im Jahr 2018.

Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen beliefen sich auf CHF 77 Millionen, verglichen mit CHF 122 Millionen im Jahr 2018, da der Konzern weiter in die Ausweitung seiner Fähigkeiten in wachstumsstarken Märkten investiert. Im Jahr 2018 schloss der Konzern 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 und CHF 60 Millionen in den ersten sechs Monaten des Jahres 2019 in die Kapitalflussrechnung ein. Der Rest wird in der zweiten Jahreshälfte 2019 folgen.

In 2019 wurden CHF 17 Millionen für den Erwerb immaterieller Anlagewerte aufgewendet, verglichen mit CHF 21 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 auf 3.0% der Verkäufe, verglichen mit 5.3% im Jahr 2018. Unter Ausschluss des Effektes der ZIC-Transaktion hätten die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte 4.6% der Verkäufe betragen.

Der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen betrug CHF 177 Millionen, was einem Anstieg um 40% gegenüber dem Vorjahreswert von CHF 126 Millionen entspricht. Der freie Cashflow⁵ belief sich im ersten Halbjahr 2019 auf CHF 148 Millionen, nach CHF 113 Millionen im Vergleichszeitraum 2018, ein Anstieg um 31%. Als Prozentsatz der Verkäufe betrug der freie Cashflow in den ersten sechs Monaten 2019 4.8%, verglichen mit 4.2% im Jahr 2018.

Finanzlage

Die Finanzlage von Givaudan war Ende Juni 2019 weiterhin solide. Die Nettoverschuldung stieg von CHF 2'847 Millionen im Dezember 2018 auf CHF 3'710 Millionen im Juni 2019. Der Anstieg ist auf die Übernahme von IFRS 16⁴ und die Ausschüttung der Jahresdividende von CHF 552 Millionen im ersten Quartal 2019 zurückzuführen. Der Verschuldungsgrad⁶ lag bei 49%, im Vergleich zu 41% am Jahresende 2018.

Givaudan Business Solutions

Die Implementierung von Givaudan Business Solutions (GBS), einer globalen Organisationseinheit, die erstklassige interne Prozesse und Dienstleistungen erbringt, ist inzwischen weit fortgeschritten.



Genf, 18. Juli 2019

Die schrittweise Implementierung von GBS verläuft nach Plan, und die neue Organisation erbringt weiterhin die erwarteten finanziellen Vorteile.

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2019 entstanden dem Konzern Kosten in Höhe von CHF 19 Millionen in Verbindung mit der Implementierung von Givaudan Business Solutions, verglichen mit CHF 25 Millionen im Vorjahreszeitraum.

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.

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2019 trug Naturex CHF 235 Millionen zu den Verkäufen bei, CHF 229 Millionen in der Division Aromen und CHF 6 Millionen in der Division Riechstoffe. Die Integration von Naturex in Givaudan schreitet wie geplant voran, und das Geschäft von Naturex begann in den ersten sechs Monaten von 2019 gegenüber dem ersten Halbjahr 2018 wieder zu wachsen.

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.

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 drei Jahren des laufenden Strategiezyklus definieren sich die Zielsetzungen von Givaudan bis 2020 über drei strategische 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 vorhandenen Fähigkeiten zu ergänzen, um den Kunden erfolgreiche Lösungen anzubieten. Seit 2014 hat Givaudan elf 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, 18. Juli 2019

Kennzahlen

Per 30. Juni abgeschlossenes Halbjahr in Mio. CHF, ausgenommen Gewinn pro Aktie	2019	2018
Konzernverkäufe	3'094	2'674
- Verkäufe Riechstoffe	1'361	1'223
- Verkäufe Aromen	1'733	1'451
Bruttogewinn	1'274	1'182
- in % der Verkäufe	41.2%	44.2%
EBITDA²	660	601
- in % der Verkäufe	21.3%	22.5%
Betriebsgewinn	491	489
- in % der Verkäufe	15.9%	18.3%
Konzerngewinn	380	371
- in % der Verkäufe	12.3%	13.9%
Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)	41.24	40.26
Gewinn pro Aktie – verwässert (CHF)	40.94	39.84
Cashflow aus operativer Tätigkeit	271	269
- in % der Verkäufe	8.8%	10.1%
Freier Cashflow⁵	148	113
- in % der Verkäufe	4.8%	4.2%

in Millionen CHF, ausgenommen Anzahl Mitarbeitende	30. Juni 2019	31. Dezember 2018
- Umlaufvermögen	3'209	3'121
- Anlagevermögen	6'555	6'147
Vermögenswerte gesamt	9'764	9'268
- Kurzfristige Verbindlichkeiten	2'090	1'350
- Langfristige Verbindlichkeiten	4'315	4'195
- Eigenkapital	3'359	3'723
Verbindlichkeiten und Eigenkapital gesamt	9'764	9'268
Mitarbeiterzahl	13'886	13'598



Genf, 18. Juli 2019

Verkäufe – Januar bis Juni

In Millionen CHF	2018 Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	2019 Verkäufe LFL ¹	Ver- änderung in % LFL ¹	Auswirkung von Akquisi- tionen	Währungs- effekte	2019 Verkäufe wie ausgewiesen	Ver- änderung in % in CHF
Konzern	2'674	169	2'843	6.3%	284	-33	3'094	15.7%
- Riechstoffe	1'223	105	1'328	8.6%	50 ^a	-17	1'361	11.3%
- Aromen	1'451	64	1'515	4.4%	234	-16	1'733	19.4%

a. In den Auswirkungen von Akquisitionen der Division Riechstoffe sind Verkäufe in Höhe von CHF 39 Millionen der Einheit Expressions Parfumées enthalten, die von Givaudan erworben und ab Juni 2018 in die Konzernergebnisse einbezogen wurde.

Entwicklung der Verkäufe nach Märkten – Januar bis Juni

In Millionen CHF	2018 Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	2019 Verkäufe LFL ¹	Ver- änderung in % LFL ¹	Auswirkung von Akquisi- tionen	Währungs- effekte	2019 Verkäufe wie ausgewiesen	Ver- änderung in % in CHF
Reife Märkte	1'531	54	1'585	3.5%	215	2	1'802	17.8%
Wachstums- starke Märkte	1'143	115	1'258	10.0%	69	-35	1'292	13.0%

Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe erzielte Verkäufe von CHF 1'361 Millionen, was einem Anstieg von 8.6% auf vergleichbarer Basis und von 11.3% in Schweizer Franken gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. Die Verkäufe der Division beinhalten CHF 6 Millionen von Naturex, die im September 2018 erworben wurde, und CHF 5 Millionen von Albert Vieille, die im Mai 2019 erworben wurde. Der Anstieg der Verkäufe war bei Expressions Parfumées, die 2018 akquiriert wurde, in den ersten sechs Monaten des Jahres besonders hoch.

Angetrieben wurde der Anstieg der Verkäufe sowohl durch Preiserhöhungen zum Ausgleich der gestiegenen Produktionskosten als auch durch die starke Zunahme neuer Geschäftsabschlüsse.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen auf vergleichbarer Basis um 8.7%. In Schweizer Franken erhöhten sich die Gesamtverkäufe von CHF 1'057 Millionen im Jahr 2018 auf CHF 1'131 Millionen.

Im Bereich Luxusparfümerie stiegen die Verkäufe um 8.5% auf vergleichbarer Basis. Ausgehend von starken Vorjahreszahlen nahm das Wachstum sowohl in reifen als auch in wachstumsstarken Märkten zu.



Genf, 18. Juli 2019

Die Verkäufe im Konsumgütergeschäft stiegen um 8.7% auf vergleichbarer Basis. Das Wachstum wurde in wachstumsstarken und reifen Märkten erzielt und erstreckte sich über alle Kundengruppen und Regionen hinweg.

In den Bereichen Riechstoffingredienzien und Active Beauty legten die Verkäufe 8.2% auf vergleichbarer Basis zu. Dies ist dem zweistelligen Zuwachs bei Active Beauty und der guten Verkaufsdynamik bei Riechstoffingredienzien zu verdanken.

Das EBITDA der Division Riechstoffe stieg von CHF 250 Millionen in den ersten sechs Monaten 2018 auf CHF 270 Millionen im Berichtszeitraum. Der Anstieg ist vor allem durch höhere Verkäufe und den Beitrag der jüngsten Akquisitionen bedingt. Die EBITDA-Marge sank 2019 leicht auf 19.8% gegenüber 20.4% im Jahr 2018. Grund dafür waren vor allem die gestiegenen Rohstoffkosten. Auf vergleichbarer Basis resultierte im Jahr 2019 für die Division Riechstoffe eine EBITDA-Marge von 21.3%, gegenüber 22.4% im Jahr 2018.

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2019 verbuchte die Division im Zusammenhang mit dem GBS-Projekt Kosten in Höhe von CHF 19 Millionen, gegenüber CHF 25 Millionen im Vorjahreszeitraum.

Der Betriebsgewinn wuchs von CHF 203 Millionen im Vorjahreszeitraum um 5.0% auf CHF 213 Millionen im Jahr 2019. Die Betriebsgewinnmarge ging von 16.6% im Jahr 2018 auf 15.7% im Jahr 2019 zurück.

Luxusparfümerie

Im Bereich Luxusparfümerie stiegen die Verkäufe um 8.5% auf vergleichbarer Basis. Ausgehend von starken Vorjahreszahlen nahm das Wachstum sowohl in reifen als auch in wachstumsstarken Märkten zu. Diese Zuwächse basierten auf der hohen Rate neuer Geschäftsabschlüsse in allen Kundensegmenten und den starken Marktergebnissen der jüngsten Neueinführungen.

Mit Blick auf die einzelnen Regionen trugen sowohl die reifen als auch die wachstumsstarken Märkte zum Wachstum bei. In Westeuropa wurde die Verkaufsentwicklung durch den hohen Eingang von neuen Geschäftsabschlüssen angetrieben, während in Nordamerika die positive Dynamik und das bestehende Volumenwachstum bei den Grosskunden anhielten. In den wachstumsstarken Märkten standen den zweistelligen Verkaufszahlen in Asien und dem Nahen Osten zum Teil niedrigere Verkäufe in Lateinamerika gegenüber, die den starken Vergleichszahlen aus dem Vorjahr geschuldet waren.

Zu verdanken war dieses Wachstum auch den zahlreichen Auszeichnungen, die wir in Lateinamerika, den USA und Europa erhielten. Vielen unserer Parfümeure wurde Anerkennung dafür gezollt, dass sie zur Schaffung von Produkten beitrugen, die die Konsumenten begeistern.

Konsumgüter

Die Verkäufe im Konsumgütergeschäft stiegen um 8.7% auf vergleichbarer Basis. Das Wachstum wurde in wachstumsstarken und reifen Märkten erzielt und erstreckte sich über alle Kundengruppen und Regionen hinweg.



Genf, 18. Juli 2019

Die Region Lateinamerika erzielte ein zweistelliges Wachstum, zu dem alle Kundengruppen und Produktsegmente beitrugen. Asien erzielte ausgehend von einem soliden Vergleichszeitraum 2018 ein Wachstum im mittleren einstelligen Bereich, das durch internationale Kunden in allen Teilregionen angetrieben wurde. Die Teilregion Südostasien verzeichnete trotz hoher Vergleichszahlen ein zweistelliges Wachstum, und die Teilregion Südostasien wies ebenfalls ein solides Wachstum aus. In Europa, Afrika und dem Nahen Osten stiegen die Verkäufe dank guter Ergebnisse in allen Teilregionen, Kundengruppen und Produktsegmenten, einschliesslich eines zweistelligem Zuwachses in der Teilregion Afrika und Naher Osten. Nordamerika wuchs dank des starken Anstiegs von Verkäufen an internationale Kunden zweistellig.

Auf der Ebene der Produktsegmente trugen alle Segmente zum Umsatzwachstum bei, vor allem mit dem zweistelligen Zuwachs im Segment Haushaltspflege und dem soliden Wachstum der Segmente Textilpflege und Körperpflege.

Riechstoffingredienzien und Active Beauty

In den Bereichen Riechstoffingredienzien und Active Beauty erhöhten sich die Verkäufe um 8.2% auf vergleichbarer Basis. Active Beauty erzielte ausgehend von einem starken Vergleichswert ein zweistelliges Wachstum der Verkäufe, das durch alle Kundenarten und das starke Wachstum bei den aktiven Inhaltsstoffen unterstützt wurde. Riechstoffingredienzien erzielte in den ersten sechs Monaten des Jahres ein gutes Wachstum.

Division Aromen

Die Verkäufe der Division Aromen lagen bei CHF 1'733 Millionen, was einen Zuwachs von 4.4% auf vergleichbarer Basis und 19.4% in Schweizer Franken bedeutet. Die Verkäufe der Division beinhalten CHF 229 Millionen von Naturex, die im September 2018 erworben wurde.

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 einstellig an.

Nach Segmenten betrachtet leisteten Getränke, Süsswaren, kulinarische Aromen und Snacks den grössten Beitrag zum Wachstum der Division.

Das EBITDA erhöhte sich um 11.1% auf CHF 390 Millionen, im Vergleich zu CHF 351 Millionen im Jahr 2018. Dieser Anstieg wurde durch anhaltende Produktivitätszuwächse und Kostendisziplin unterstützt. Die EBITDA-Marge sank von 24.2% im Vorjahr auf 22.5% im Jahr 2019, was hauptsächlich auf die Auswirkungen der niedrigeren Marge im akquirierten Naturex-Geschäft zurückzuführen ist. Auf vergleichbarer Basis resultierte im Jahr 2019 für die Division Aromen eine EBITDA-Marge von 23.1%, gegenüber 24.2% im Jahr 2018.

Der Betriebsgewinn verringerte sich von CHF 286 Millionen im Jahr 2018 um 3.0% auf CHF 278 Millionen im Jahr 2019. Die Betriebsgewinnmarge belief sich für 2019 auf 16.0%, gegenüber 19.7% im Vorjahr.



Genf, 18. Juli 2019

Asien-Pazifik

Die Verkäufe in Asien-Pazifik legten um 6.2% auf vergleichbarer Basis zu. Die wachstumsstarken Märkte Indonesien, Malaysia, Philippinen und Vietnam verzeichneten zweistellige Zuwächse, während Indien einen Anstieg im hohen einstelligen Bereich erzielte. Der Anstieg der Verkäufe in China fiel im Vergleich zum hohen Vorjahreswert solide aus.

In den reifen Märkten wurde das Wachstum durch gute Ergebnisse in Japan, Korea und Australien angetrieben. Lokale und regionale Kunden legten in der gesamten Region weiter stark zu, während auf der Segmentebene Getränke und kulinarische Aromen erheblich zum Wachstum beitrugen.

Europa, Afrika und Naher Osten

Die Verkäufe in Europa, Afrika und im Nahen Osten erhöhten sich um 2.8% auf vergleichbarer Basis. Unter den wachstumsstarken Märkten Afrikas und des Nahen Ostens erzielten die Maghreb-Region, Ägypten und Südafrika ein zweistelliges Wachstum, gefolgt vom Nahen Osten mit einem starken einstelligen Wachstum. Dem Wachstum in Mittel- und Osteuropa, das von Polen, Bulgarien und der Tschechischen Republik angeführt wurde, standen als dämpfende Elemente ein hoher Vergleichswert in Russland und die wirtschaftliche Situation in der Türkei gegenüber.

In den reifen Märkten Westeuropas resultierten ein zweistelliges Wachstum in Spanien und Portugal und ein guter einstelliger Zuwachs in Grossbritannien, Italien und der Schweiz. Die Segmente Getränke und Süßwaren erzielten ein gutes Wachstum.

Nordamerika

Auf vergleichbarer Basis gingen die Verkäufe in Nordamerika trotz der guten Ergebnisse, die mit lokalen und regionalen Kunden erzielt wurden, um 1.0% zurück. Auf der Segmentebene stand dem guten Wachstum bei kulinarischen Aromen und Süßwaren eine schwächere Entwicklung im Segment Milchprodukte gegenüber.

Lateinamerika

Die Verkäufe in Lateinamerika wuchsen um 22.8% auf vergleichbarer Basis. An diesem Anstieg waren alle Märkte und Segmente in der Region beteiligt. Das starke Wachstum wurde durch Brasilien, Mexiko, Argentinien und Kolumbien angeführt. Auf der Segmentebene wurde das Wachstum durch das zweistellige Ergebnis bei Getränken, Snacks und Milchprodukten angetrieben.

Der Halbjahresbericht 2019 kann unter www.givaudan.com heruntergeladen werden. Am Donnerstag, dem 18. Juli 2019, wird um 15.00 Uhr (MEZ) auf www.givaudan.com eine Telefonkonferenz übertragen.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations

T +41 22 780 90 93

E peter_b.wullschleger@givaudan.com



Genf, 18. Juli 2019

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).
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. Die Übernahme von IFRS 16 "Leasingverhältnisse" wirkt sich auf den Konzern wie folgt aus:

In Millionen CHF	2019			
	EBITDA	Netto- verschuldung	Verschuldungs- grad	FCF
Wie zum 30. Juni 2019 ausgewiesen	660	3'710	49%	148
In % der Verkäufe	21.3%			4.8%
Auswirkung der Übernahme von IFRS 16:				
- Anstieg des EBITDA	0.4%			
- Anstieg der Nettoverschuldung / des Verschuldungsgrads		405	3%	
Wie vor der Übernahme von IFRS 16 ausgewiesen	20.9%	3'305	46%	4.8%

5. Der freie Cashflow (Free Cash Flow, FCF) ist der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen, Zins- und Leasingzahlungen.
6. Der Verschuldungsgrad wird definiert als die Nettoverschuldung dividiert durch die Summe von Nettoverschuldung und Eigenkapital (gemäss der Definition für den Verschuldungsgrad).

Weitere Informationen und Überleitungen auf die alternativen Leistungsmessgrössen des Konzerns finden Sie im Anhang [Alternative Leistungsmessgrössen](#) (auf Englisch).