

MEDIENMITTEILUNG

Verkäufe erstes Quartal 2014

Starkes Wachstum auf vergleichbarer Basis, Schwellenmärkte verzeichnen Zuwachs von 9.8%

Genf, 11. April 2014 – In den ersten drei Monaten des Jahres 2014 erzielte Givaudan Gesamtverkäufe in Höhe von CHF 1'087 Millionen, was gegenüber dem Vorjahr einem Anstieg von 5.7% auf vergleichbarer Basis und einem Rückgang von 0.2% in Schweizer Franken entspricht.

Für Givaudan begann das Jahr mit einer starken Geschäftsdynamik, einer gut gefüllten Projektpipeline und Geschäftsabschlussraten auf anhaltend hohem Niveau. Die Wachstumsraten auf vergleichbarer Basis stehen im Einklang mit den mittelfristigen Wachstumszielen des Unternehmens. Die Verkäufe in den Schwellenmärkten verzeichneten einen Anstieg um 9.8% auf vergleichbarer Basis.

Mittelfristig sind die Hauptziele bei einem erwarteten Marktwachstum von 2–3% ein organisches Wachstum von 4.5% - 5.5% jährlich sowie die weitere Eroberung von Marktanteilen. Durch die konsequente Umsetzung der 5-Säulen-Wachstumsstrategie – Schwellenmärkte, Gesundheit und Wellness, Erhöhung des Marktanteils bei ausgewählten Kunden und Segmenten, Forschung und nachhaltige Beschaffung – will Givaudan den Gesamtmarkt übertreffen, ihre branchenführende EBITDA-Marge dauerhaft sichern und gleichzeitig den freien Cashflow bis 2015 zwischen 14–16% der Verkäufe halten. Givaudan bekräftigt ihre Absicht, mehr als 60% des freien Cashflows an ihre Aktionäre auszuschütten und am mittelfristigen Ziel eines Verschuldungsgrades von unter 25% festzuhalten.

Verkäufe Januar – März 2014

in Mio. CHF	2014	2013	Veränderung in %	
			in CHF	auf vergleichbarer Basis*
Total Konzernverkäufe	1'087.2	1'088.9	(0.2)	5.7
Division Riechstoffe	516.0	517.1	(0.2)	5.6
Division Aromen	571.2	571.8	(0.1)	5.8

** auf vergleichbarer Basis bedeutet ohne Währungseinflüsse und ohne die Auswirkungen von Akquisitionen und Veräusserungen*



Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe erzielte Verkäufe von CHF 516 Millionen, was einem Wachstum von 5.6% auf vergleichbarer Basis und einem leichten Rückgang von 0.2% in Schweizer Franken entspricht. Angetrieben wurde dieser Zuwachs von allen Geschäftsbereichen, insbesondere der Luxusparfümerie mit zweistelligen Wachstumszahlen, den Riechstoff-Ingredienzien, die vielversprechend ins Jahr starteten, und dem Konsumgütergeschäft, das ein solides Wachstum gegenüber den starken Vergleichszahlen des Vorjahreszeitraums erzielte.

Die im ersten Quartal verzeichneten starken Verkäufe im Geschäftsbereich Luxusparfümerie führten im Parfümgeschäft (Luxusparfümerie und Konsumgüter) zu einem Wachstum von 5.6% auf vergleichbarer Basis.

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie stiegen um 12.3% auf vergleichbarer Basis. Dieses Ergebnis ist auf neue Geschäftsabschlüsse und unter dem historischen Mittel liegende Erosionsraten zurückzuführen. Die Schwellenmärkte verzeichneten starke zweistellige Wachstumsraten: Lateinamerika, Osteuropa und der Nahe Osten profitierten jeweils sowohl von Neuabschlüssen als auch einem Volumenwachstum der vorhandenen Geschäfte. Die reifen Märkte in Westeuropa und Nordamerika wiesen mit Zuwachsraten bei einer Reihe von Schlüsselkunden ein solides Wachstum aus.

Die Verkäufe im Konsumgütergeschäft stiegen um 4.0% auf vergleichbarer Basis im Verhältnis zu den starken Vergleichszahlen des Vorjahres. Das solide Wachstum wurde in allen Kundensegmenten erzielt. Die Schwellenmärkte konnten gegenüber dem zweistelligen Anstieg im selben Vorjahreszeitraum ein solides Wachstum vorweisen, während die reifen Märkte gegenüber dem Ergebnis im ersten Quartal des Vorjahres einen Wachstumsrückgang verzeichneten.

In Lateinamerika ist das zweistellige Verkaufswachstum internationalen Kunden zu verdanken. In Asien konnten in allen Kundensegmenten ein hoher Verkaufszuwachs erzielt werden. In Europa, Afrika und dem Nahen Osten erstreckte sich das Verkaufswachstum auf alle Kunden und ist insbesondere auf das gute Ergebnis bei lokalen und regionalen Kunden zurückzuführen. In Nordamerika waren die Verkäufe gegenüber dem Vorjahr rückläufig, was vor allem an den internationalen Kunden lag. Lokale und regionale Kunden verzeichneten gegenüber dem zweistelligen Wachstum im Vorjahr einen leichten Verkaufsrückgang.

Der Zuwachs auf Produktebasis war auf erhebliche Verkaufssteigerungen in den Segmenten Körper- und Haushaltspflege, gefolgt von der Sparte Gewebepflege zurückzuführen. Die Verkaufszahlen im Segment Mundpflege blieben hingegen auf dem Niveau des Vorjahres.

Die Verkäufe von Riechstoff-Ingredienzien stiegen um 5.8% auf vergleichbarer Basis, wobei die Vorjahreszahlen infolge eines Verkaufsrückgangs niedrig waren.



Die Regionen Europa und Nordamerika verzeichneten ein moderates Verkaufswachstum, während Asien einen zweistelligen Zuwachs verzeichnete. Ein signifikantes Verkaufswachstum wurde in allen wichtigen Produktsegmenten verzeichnet, insbesondere im Bereich Spezialitäten-Ingredienzien, wo die Verkäufe im zweistelligen Bereich zulegen.

Division Aromen

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 571 Millionen, was einem Wachstum von 5.8% auf vergleichbarer Basis und einem Rückgang von 0.1% in Schweizer Franken entspricht.

In den Schwellenmärkten in Afrika, China, Osteuropa, Indien und Indonesien konnte infolge von Zuwächsen im bestehenden Geschäft und neuen Geschäftsabschlüssen ein Verkaufswachstum verzeichnet werden. Lateinamerika verzeichnete dank wichtiger Märkte ein starkes Wachstum und auch die reifen Märkte in Asien und Europa erwiesen sich mit positiven Ergebnissen im Vergleich zum Vorjahr als widerstandsfähig. In allen Segmenten konnte ein Wachstum erzielt werden, wobei die Sparten Getränke, Milchprodukte und Snacks besonders gute Ergebnisse lieferten.

Die Verkäufe in der Region Asien-Pazifik stiegen um 10.5% auf vergleichbarer Basis. Die Schwellenmärkte China, Indien, Indonesien und Vietnam verzeichneten einen starken Zuwachs im zweistelligen Bereich. Die Verkaufszahlen in den reifen Märkten Korea, Ozeanien und Singapur lagen über dem Vorjahresniveau. Alle wichtigen Geschäftssegmente erzielten ein solides Wachstum, was auf den kontinuierlichen Zufluss neuer Geschäftsabschlüsse und auf organisches Wachstum im bestehenden Geschäft zurückzuführen ist.

In Europe, Afrika und dem Nahen Osten wurde ein Verkaufsplus von 3.5% auf vergleichbarer Basis erzielt. Die Schwellenmärkte lieferten gute Ergebnisse gegenüber dem Vorjahr. Die reifen Märkte West-, Mittel- und Nordeuropas konnten hingegen nur moderate Zuwächse vorweisen. Das Gesamtwachstum wurde durch die Segmente Getränke und Milchprodukte vorangetrieben.

Lateinamerika konnte ein zweistelliges Wachstum in Höhe von 15.4% auf vergleichbarer Basis erzielen und setzte damit den Erfolg des Vorjahres fort. Ausschlaggebend dafür waren die Zuwächse in den grössten Märkten Argentinien und Brasilien. Neuabschlüsse und das Wachstum bei bestehenden Produkten in den Segmenten Getränke, Milchprodukte und Snacks beflügelten das Verkaufsergebnis.

In Nordamerika stiegen die Verkäufe auf vergleichbarer Basis um 0.2%. Allerdings wurden die starken zweistelligen Zuwächse im Bereich Snacks und die guten Ergebnisse in den Sparten Milchprodukte und Süßwaren durch die auf ungünstige Marktbedingungen zurückzuführende Verkaufsschwäche in den Segmenten Kulinarische Aromen und Getränke beeinträchtigt.



Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Peter Wullschleger, Givaudan Media Relations
Chemin de la Parfumerie 5
1214 Vernier
Schweiz
T +41 22 780 9093
F +41 22 780 9090
E peter_b.wullschleger@givaudan.com