



HALBJAHRESRESULTATE 2010

Zweistellige Steigerung der Verkäufe und stark erhöhte Rentabilität

- Verkäufe von CHF 2.2 Milliarden; 10.5% Wachstum in Lokalwährungen
- Schwellenmärkte erzielen 41% des Konzernumsatzes
- EBITDA von CHF 529 Millionen, eine Zunahme um 26% in Lokalwährungen
- EBITDA-Marge steigt von 21.2% auf 24.1%
- Anstieg des Konzerngewinns um 108% auf CHF 200 Millionen

Genf, 5. August 2010 – "Givaudan profitierte von ihrer gestärkten Führungsposition infolge der erfolgreichen Integration von Quest. Daraus ergaben sich zahlreiche Neuaufträge und eine starke Verkaufssteigerung in allen Regionen und Kundensegmenten. Auch die Rentabilität erhöhte sich dadurch markant. Wir sind auf dem besten Weg, unsere Ziele zu erreichen," so Gilles Andrier, CEO von Givaudan.

In den ersten sechs Monaten dieses Jahres beliefen sich die Konzernverkäufe auf CHF 2'199 Millionen, was gegenüber dem Vorjahr einem Anstieg von 10.5% in Lokalwährungen und 10.2% in Schweizer Franken entspricht. Die ausgezeichnete Entwicklung des ersten Quartals setzte sich auch im zweiten Quartal fort.

Bei den Verkäufen in den Schwellenmärkten hielt die starke Wachstumsdynamik des Jahres 2009 an. Sie erreichten 41% der Konzernverkäufe.

Die Division Riechstoffe verzeichnete Verkäufe von CHF 1'017 Millionen, was gegenüber der gleichen Vorjahresperiode einem Anstieg von 13.3% in Lokalwährungen und 13.1% in Schweizer Franken entspricht.

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 1'182 Millionen und damit ein Wachstum von 8.1% in Lokalwährungen und 7.8% in Schweizer Franken gegenüber dem Vorjahr.

Bruttomarge

Die Bruttomarge erhöhte sich dank der ausgezeichneten Verkäufe, der fortgesetzten integrationsbedingten Einsparungen und einer besseren Absorbierung der fixen Produktionskosten im Vergleich zum Vorjahr von 44.9% auf 46.8%.

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

Der EBITDA stieg 2010 auf CHF 490 Millionen, nach CHF 388 Millionen im Vorjahr. Auf vergleichbarer Basis resultierte ein EBITDA von CHF 529 Millionen, gegenüber CHF 424 Millionen im Jahr 2009. In Lokalwährungen ergab sich auf vergleichbarer Basis ein Anstieg des EBITDA um 25.9%. Die vergleichbare EBITDA-Marge betrug 24.1% und lag damit deutlich über dem im Vorjahr ausgewiesenen Wert von 21.2%. Die ausgezeichneten Verkaufsergebnisse, die strikte Kostenkontrolle, die fortgesetzten integrationsbedingten Einsparungen und die stabilen Rohstoffkosten trugen alle zu dieser hervorragenden Verbesserung bei.

Betriebsgewinn

Der Betriebsgewinn stieg von CHF 245 Millionen im Vorjahr auf CHF 330 Millionen. Auf vergleichbarer Basis und unter Ausschluss der Integrationskosten in Höhe von CHF 47 Millionen erhöhte sich der Betriebsgewinn von CHF 282 Millionen im Vorjahreszeitraum auf CHF 377 Millionen. In Lokalwährungen ergab sich auf vergleichbarer Basis ein Anstieg des Betriebsgewinns um 35.1%. Die Betriebsgewinnmarge nahm auf vergleichbarer Basis von 14.1% in der Vorjahresperiode auf 17.1% im Jahr 2010 zu.

Finanzergebnis

Die Finanzierungskosten gingen im ersten Halbjahr 2010 auf CHF 54 Millionen zurück, gegenüber CHF 75 Millionen in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Der übrige Nettofinanzaufwand betrug im Jahr 2010 CHF 13 Millionen, verglichen mit CHF 40 Millionen im Jahr 2009. Vor allem gab es keine Wiederholung der im ersten Halbjahr 2009 verbuchten Wertminderungen.

Die Ertragssteuern des Konzerns lagen 2010 bei 24% des Gewinns vor Steuern, gegenüber 26% im Jahr 2009.

Konzerngewinn

In effektiven Zahlen stieg der Konzerngewinn um 108.3% von CHF 96 Millionen im Jahr 2009 auf CHF 200 Millionen im Jahr 2010. Daraus ergibt sich eine Nettogewinnmarge von 9.1%, gegenüber 4.8% im Vorjahr. Der Gewinn pro Aktie stieg von CHF 12.62 im gleichen Vorjahreszeitraum auf CHF 22.58.

Cashflow

Givaudan erzielte in den ersten sechs Monaten 2010 einen Cashflow aus operativer Tätigkeit von CHF 229 Millionen. Im gleichen Vorjahreszeitraum wurden noch CHF 422 Millionen erwirtschaftet. Die starke Verkaufssteigerung führte zu einer Erhöhung des Betriebskapitals, wobei sowohl die Lagerbestände als auch die Forderungen zunahmen. Der prozentuale Anteil des Betriebskapitals an den Verkäufen blieb jedoch unverändert.

Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen beliefen sich auf CHF 33 Millionen und lagen damit deutlich unter dem Vorjahreswert von CHF 43 Millionen. In den Erwerb immaterieller Anlagewerte wurden 2010 CHF 34 Millionen investiert, ein grosser Teil davon in das SAP-basierte ERP-Projekt des Unternehmens. Die Implementierung von SAP wurde in Nordamerika (Riechstoffe) erfolgreich durchgeführt und dürfte in Südamerika bis Ende 2010 abgeschlossen sein.

Der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Investitionen betrug CHF 163 Millionen und lag damit unter dem Vorjahreswert von CHF 344 Millionen. Der freie Cashflow, der definiert ist als der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Investitionen und Zinszahlungen, belief sich im ersten Halbjahr 2010 auf CHF 82 Millionen, gegenüber CHF 256 Millionen im gleichen Vorjahreszeitraum 2009.

Finanzsituation

Die Finanzsituation von Givaudan war Ende Juni 2010 weiterhin solide. Die starke operative Leistung wurde nur durch den Druck auf das Betriebskapital gedämpft, obwohl das prozentuale Verhältnis des Betriebskapitals zu den Verkäufen unverändert blieb. Die Nettoverschuldung stieg von CHF 1'499 Millionen (exklusive Pflichtwandelanleihe) im Dezember 2009 auf CHF 1'716 Millionen im Juni 2010. Diese Zunahme war in erster Linie auf die Dividendenausschüttung in Höhe von CHF 187 Millionen zurückzuführen. Im März 2010 wurden die Pflichtwandelanleihen im Wert von CHF 750 Millionen fällig und die Inhaber dieser Wertpapiere erhielten Givaudan-Aktien. Insgesamt wurden dabei 736'785 neue Aktien an die Inhaber von Pflichtwandelanleihen ausgegeben, wodurch sich die Anzahl der ausstehenden Aktien auf insgesamt 9'233'586 erhöhte.

Ausblick

Givaudan ist zuversichtlich, dass der Konzern aufgrund seiner wachsenden Projektpipeline und neuer Geschäftsabschlüsse auch im Gesamtjahr 2010 ein stärkeres Wachstum als der Gesamtmarkt erzielen wird. Trotz der starken Vergleichsbasis des zweiten Halbjahres 2009 erwartet Givaudan für das ganze Jahr ein Wachstum von 5% in Lokalwährungen. Die Integrationserfolge haben Givaudans einzigartige Plattform für beschleunigtes Wachstum und Leistungssteigerung gestärkt. Das Unternehmen geht davon aus, dass es bis Ende dieses Jahres das angekündigte Einsparungsziel von CHF 200 Millionen und somit auch das vor der Akquisition bestehende Niveau der EBITDA-Marge von 22.7% erreichen kann. Givaudan wird sich in einem

günstigeren Umfeld weiter auf ihre Wachstumsinitiativen konzentrieren, um in Schwellenländern und wichtigen Marktsegmenten zu expandieren.

Kennzahlen

in Mio. CHF	HJ 2010	HJ 2009
ausgenommen Gewinn pro Aktie		
Konzernverkäufe	2'199	1'996
Verkäufe Riechstoffe	1'017	899
Verkäufe Aromen	1'182	1'097
Bruttogewinn	1'029	896
<i>in % der Verkäufe</i>	46.8%	44.9%
EBITDA auf vergleichbarer Basis 1) 2)	529	424
<i>in % der Verkäufe</i>	24.1%	21.2%
EBITDA 1)	490	388
<i>in % der Verkäufe</i>	22.3%	19.4%
Betriebsgewinn auf vergleichbarer Basis 2)	377	282
<i>in % der Verkäufe</i>	17.1%	14.1%
Betriebsgewinn	330	245
<i>in % der Verkäufe</i>	15.0%	12.3%
Konzerngewinn	200	96
<i>in % der Verkäufe</i>	9.1%	4.8%
Gewinn pro Aktie	22.58	12.62

in Mio. CHF	30. Juni 2010	31. Dezember 2009
Umlaufvermögen	2'411	2'389
Anlagevermögen	4'644	4'694
Vermögenswerte gesamt	7'055	7'083
Kurzfristige Verbindlichkeiten	774	1'466
Langfristige Verbindlichkeiten	2'721	2'805
Eigenkapital	3'560	2'812
Verbindlichkeiten und Eigenkapital gesamt	7'055	7'083

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 und der Wertminderung langlebiger Vermögensgegenstände.

2) Der EBITDA auf vergleichbarer Basis schliesst akquisitionsbedingte Restrukturierungsaufwendungen aus. Der Betriebsgewinn auf vergleichbarer Basis schliesst akquisitionsbedingte Restrukturierungsaufwendungen und die Wertminderung langlebiger Vermögensgegenstände aus.

Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe steigerte ihre Verkäufe in den ersten sechs Monaten des Jahres 2010 auf CHF 1'017 Millionen, was einem Wachstum von 13.3% in Lokalwährungen und 13.1% in Schweizer Franken entspricht. Die ausgezeichnete Geschäftsdynamik des ersten Quartals hielt im zweiten Quartal mit einem Wachstum von 12.4% in Lokalwährungen an. Höhere Verkäufe bestehender Produkte und diverse neue Geschäftsabschlüsse mit Schlüsselkunden trugen zu diesem Ergebnis bei. Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen sowohl in Lokalwährungen als auch in Schweizer Franken um 12.9% von CHF 783 Millionen auf CHF 884 Millionen.

Die Verkäufe im Bereich Konsumgüter nahmen in Lokalwährungen um 9.9% zu. Sämtliche Regionen trugen zum starken Wachstum bei. Der Geschäftsbereich Luxusparfümerie steigerte die Verkäufe um 24.2% in Lokalwährungen, was verschiedenen neuen Geschäftsabschlüssen mit Schlüsselkunden, dem guten Erfolg einiger neu lancierter Produkte, der Rückkehr der Kunden zu ihren vor 2009 beobachteten Bestellverhalten und einem teilweisen Wiederaufbau von Lagerbeständen im Einzelhandel zuzuschreiben war. Die Verkäufe von Riechstoff-Ingredienzien trugen mit einem Plus von 15.8% in Lokalwährungen ebenfalls zum soliden Ergebnis der Division bei. Sämtliche Produktkategorien hatten Anteil an diesem Wachstum und profitierten von einem teilweisen Wiederaufbau der Lagerbestände.

Der EBITDA stieg um 23.3% von CHF 159 Millionen auf CHF 196 Millionen. Auf vergleichbarer Basis resultierte ein EBITDA von CHF 226 Millionen. Er lag damit über den CHF 179 Millionen des Vorjahreszeitraums, wofür hauptsächlich die gesteigerten Verkäufe und ein höherer Bruttogewinn verantwortlich waren. In Lokalwährungen nahm der EBITDA auf vergleichbarer Basis um 27.3% zu. Die EBITDA-Marge auf vergleichbarer Basis verbesserte sich auf 22.2%, gegenüber 19.9% im Vorjahr.

Der Betriebsgewinn stieg um 26.1% von CHF 92 Millionen in der Vorjahresperiode auf CHF 116 Millionen. Auf vergleichbarer Basis betrug der Betriebsgewinn CHF 153 Millionen und lag damit über den CHF 112 Millionen des ersten Halbjahres 2009. In Lokalwährungen verzeichnete der Betriebsgewinn auf vergleichbarer Basis einen Zuwachs von 38.4%. Die Betriebsgewinnmarge auf vergleichbarer Basis stieg dank einer starken operativen Leistung von 12.5% im vergangenen Jahr auf 15.0%.

Luxusparfümerie

Der Geschäftsbereich Luxusparfümerie steigerte die Verkäufe um 24.2% in Lokalwährungen, was verschiedenen neuen Geschäftsabschlüssen mit Schlüsselkunden, dem guten Erfolg einiger neu lancierter Produkte, der Rückkehr der Kunden zu den vor 2009 verzeichneten Bestellmustern und einem teilweisen Wiederaufbau der Lagerbestände zuzuschreiben war. Im Gegensatz dazu war die erste Jahreshälfte 2009 von einem deutlichen Lagerbestandsabbau und das gesamte letzte Jahr von einer generell schwachen Verbrauchernachfrage geprägt gewesen. Die gute Verkaufsentwicklung manifestierte sich sowohl in den Schwellenländern als auch in den reifen Märkten sowie in sämtlichen Schlüsselsegmenten.

Mit Blick auf die einzelnen Regionen verzeichneten sowohl Europa als auch Nordamerika hohe zweistellige Zuwachsraten. Der Auftragsbestand bleibt hoch, wurden doch in der ersten Jahreshälfte 2010 zahlreiche Neuabschlüsse akquiriert.

Zahlreiche unserer Kunden wurden für ihre Produkte, die von Givaudan kreiert wurden, ausgezeichnet. In der Kategorie Women's Prestige gewannen Riechstoffe von Givaudan für Lola von Marc Jacobs und Ricci Ricci von Nina Ricci sämtliche Auszeichnungen in den USA und allen Ländern Europas. In der Kategorie Men's Prestige wurden One Million von Paco Rabanne und Artisan von John Varvatos ebenfalls mit zahlreichen Preisen geehrt. Insgesamt wurden 19 Luxusparfümerieprodukte mit von Givaudan entwickelten Riechstoffen im Rahmen verschiedener Anlässe in ganz Europa und den USA ausgezeichnet.

Darüber hinaus wurde MIRIAD® 2.0, ein Programm zur Verbesserung des Konsumentenverständnisses von Givaudan, in den USA als FiFi® Technological Breakthrough of the Year for Fragrance Creation & Formulation geehrt. Miriad® 2.0 ist ein interaktives Wissensmanagement-Tool, das vertieftes Wissen zu Ingredienzien, Konsumenten und Märkten in einem einzigen, weltweit zugänglichen System kombiniert.

Mit dieser Preisverleihung wird Givaudans Fähigkeit gewürdigt, der Stimme der Konsumenten in jeder Phase des Riechstoff-Entwicklungsprozesses Gehör zu verschaffen.

Konsumgüter

Die Verkäufe im Bereich Konsumgüter nahmen in Lokalwährungen um 9.9% zu. Insbesondere die Schwellenländer generierten weiterhin zweistellige Wachstumsraten, während sich auch die reifen Märkte erholten und im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ein substantielles Wachstum verzeichneten.

Die Verkäufe im ersten Halbjahr lagen höher als in irgendeiner Berichtsperiode seit der Übernahme von Quest. Sowohl internationale als auch regionale Kunden trugen zu diesem Erfolg bei.

Die Region Asien-Pazifik erzielte in sämtlichen Kunden- und Produktsegmenten zweistellige Verkaufszuwächse. Insbesondere Indien, Thailand und China verzeichneten ein starkes Verkaufsplus.

Lateinamerika vermeldete ein starkes Wachstum, vor allem in Mexiko, Argentinien und Venezuela. Sowohl die Verkäufe an lokale als auch regionale Kunden generierten zweistellige Wachstumsraten.

Europa, Afrika und der Nahe Osten wiesen im Vorjahresvergleich in sämtlichen Kundensegmenten solide Verkaufssteigerungen aus. Der erfreuliche Geschäftsgang basierte auf zweistelligen Wachstumsraten in den Schwellenländern Mittel- und Osteuropas, Afrikas und des Nahen Ostens sowie auf der Expansion der reifen Märkte.

In Nordamerika resultierte dank einer robusten Entwicklung im Luftpflegesegment sowie soliden Ergebnissen mit internationalen Kunden ein zweistelliges Verkaufsplus.

Weltweit steigerten sämtliche Produktsegmente ihre Verkäufe über das Vorjahresniveau. Die Sparten Haushalts-, Gewebe- und Körperpflege verzeichneten zweistellige Wachstumsraten. Insbesondere das Luftpflegesegment, dessen Verkäufe im Vorjahrszeitraum rückläufig gewesen waren, generierte im zweiten Quartal anhaltend robuste Wachstumsraten im zweistelligen Prozentbereich.

Riechstoff-Ingredienzien

Die Verkäufe im Bereich Riechstoff-Ingredienzien stiegen im Vorjahresvergleich um 15.8% in

Lokalwährungen. Die Verkaufsvolumen entwickelten sich in den ersten beiden Quartalen des laufenden Jahres weiterhin erfreulich. Die Zuwachsraten fielen in sämtlichen Produktkategorien zweistellig aus, wozu auch der Lagerbestandsaufbau von Schlüsselkunden beitrug.

Division Aromen

Die Division Aromen meldete Verkäufe im Wert von CHF 1'182 Millionen. Dies entspricht einem Anstieg von 8.1% in Lokalwährungen und von 7.8% in Schweizer Franken. Die ausgezeichnete Geschäftsdynamik des ersten Quartals verstärkte sich im zweiten Quartal mit einem Wachstum von 8.7% in Lokalwährungen.

In einem sich erholenden Konjunkturumfeld vermochte die Division Aromen in allen vier Regionen zuzulegen. Umfassende neue Geschäftsabschlüsse in den Segmenten Süsswaren, Getränke und Snacks trugen zum Wachstum bei. In sämtlichen Schwellenmärkten resultierten hohe zweistellige Zuwachsraten, womit an die starken Wachstumstrends des ersten Quartals angeschlossen werden konnte. Die reifen Märkte konnten ihre Wachstumsdynamik gegenüber dem ersten Quartal beschleunigen, was steigenden Volumen und neuen Geschäftsabschlüssen insbesondere in Nordamerika zuzuschreiben war.

Der EBITDA stieg um 28.4% von CHF 229 Millionen auf CHF 294 Millionen. Auf vergleichbarer Basis resultierte ein EBITDA von CHF 303 Millionen. Er lag damit über den CHF 245 Millionen des Vorjahreszeitraums, wofür hauptsächlich die gesteigerten Verkäufe, ein höherer Bruttogewinn und eine strikte Ausgabenkontrolle verantwortlich zeichneten. In Lokalwährungen ergab sich auf vergleichbarer Basis ein Anstieg des EBITDA um 24.9%. Die EBITDA-Marge verbesserte sich auf vergleichbarer Basis auf 25.6%, gegenüber 22.3% im vergangenen Jahr.

Der Betriebsgewinn stieg um 39.9% von CHF 153 Millionen in der Vorjahresperiode auf CHF 214 Millionen. Auf vergleichbarer Basis betrug der Betriebsgewinn CHF 224 Millionen und lag damit über den CHF 170 Millionen des ersten Halbjahres 2009. In Lokalwährungen ergab sich auf vergleichbarer Basis ein Anstieg des Betriebsgewinns um 33.5%. Die Betriebsgewinnmarge kletterte auf vergleichbarer Basis von 15.5% im letzten Jahr auf 19.0%.

Die Wachstumsstrategien der Division Aromen wirkten sich weiterhin positiv auf den Geschäftsgang aus, wie die zweistelligen Zuwachsraten in den Schwellenmärkten, bei Geschmackslösungen für die Bereiche Gesundheit und Wohlbefinden sowie bei den anvisierten Schlüsselkunden belegen.

Asien-Pazifik

Die Verkäufe im asiatisch-pazifischen Raum stiegen gegenüber der ersten Jahreshälfte 2009 um 10.6% in Lokalwährungen. Die Schwellenmärkte China, Indien und Thailand verzeichneten starke Zuwächse, die umfangreichen neuen Geschäftsabschlüssen in den Segmenten Getränke, Snacks und Süsswaren zu verdanken waren. Das Wachstum in den reifen Märkten profitierte in den ersten sechs Monaten hauptsächlich von besseren Resultaten in Japan, Südostasien und Korea. Sämtliche wichtigen Segmente trugen zu diesem Ergebnis bei.

Europa, Afrika und Naher Osten

Die Verkäufe in Europa nahmen sowohl in den reifen als auch in den Schwellenmärkten weiter zu. Unter dem Strich resultierte ein Plus von 5.8% in Lokalwährungen. Das Wachstum in den reifen Märkten war West- und Mitteleuropa zuzuschreiben, wo in wichtigen Kategorien neue Geschäftsabschlüsse verzeichnet werden konnten. Die Schwellenmärkte erzielten in den ersten sechs Monaten zweistellige Wachstumsraten. Afrika und der Nahe Osten setzten ihre starke Expansion fort, während sich Polen und Russland angesichts des wieder freundlicheren Wirtschaftumfelds im Vergleich zu 2009 erholten. Bedeutende neue Vertragsabschlüsse in den Sparten Getränke, Süsswaren und Snacks trugen zu diesem Resultat bei.

Nordamerika

Verbesserte Konjunkturbedingungen, Volumensteigerungen und umfangreiche neue Geschäftsabschlüsse in den Segmenten Getränke, Milchprodukte und Süsswaren hatten ein Verkaufsplus von 3.4% in Lokalwährungen zur Folge. Die Verkaufsdynamik verbesserte sich im zweiten Quartal deutlich, und die Pipeline neuer Vertragsabschlüsse ist nun im Vergleich zu den ersten sechs Monaten des Jahres 2009 angewachsen, insbesondere in den Sparten Kulinarische Aromen, Getränke, Snacks und Süsswaren.

Lateinamerika

Obschon die Vergleichswerte bereits hoch waren, erreichte Lateinamerika erneut einen deutlichen Verkaufszuwachs von 26.1%. Das organische Wachstum und umfangreiches, neues Geschäft in allen wichtigen Segmenten trugen zu diesem guten Resultat bei, insbesondere in den Segmenten Getränke, Süßwaren und Snacks.

Am 5. August 2009 um 15.00 Uhr (MEZ) wird auf der Website von Givaudan ein Konferenzgespräch zwischen dem Konzern und Analysten und Investoren übertragen.

Verfügbare Dokumente und Links:

[Halbjahresbericht 2010](#) (englisch)

[Halbjahres-Präsentation 2010](#) (englisch)

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations

5, chemin de la Parfumerie, CH-1214 Vernier

T +41 22 780 9093

F +41 22 780 9090

E peter_b.wullschleger@givaudan.com