



VERKÄUFE JANUAR BIS SEPTEMBER 2011  
Anhaltend positive Wachstumsdynamik

**Genf, 11. Oktober 2011** – In den ersten neun Monaten des Jahres 2011 erzielte Givaudan einen Gesamtumsatz von CHF 2'971 Millionen, was gegenüber dem Vorjahr einem Anstieg von 4.7% in Lokalwährungen entspricht. In Schweizer Franken entspricht dies einem Rückgang um 9.5%.

In Zusammenarbeit mit den Kunden setzt Givaudan erfolgreich Preiserhöhungen um, wodurch die Auswirkungen der gestiegenen Rohstoffpreise 2011 zur Hälfte und 2012 gänzlich aufgefangen werden sollten. Givaudan verfügt weiterhin über eine gut gefüllte Projektpipeline und eine Gewinnrate auf kontinuierlich hohem Niveau.

Mittelfristig sind die Hauptziele für die nächsten fünf Jahre ein organisches Wachstum von 4.5-5.5% pro Jahr, bei einem erwarteten Marktwachstum von 2-3%, sowie die weitere Eroberung von Marktanteilen. Durch die konsequente Umsetzung der 5-Säulen-Wachstumsstrategie - Schwellenmärkte, Gesundheit und Wellness, Gewinn von Marktanteilen 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 auf 14-16% des Umsatzes steigern.

Givaudan bekräftigt ihre Absicht, mehr als 60% des freien Cashflows an ihre Aktionäre auszuschütten, sobald der angestrebte Verschuldungsgrad von 25%, der sich aus den Nettoschulden dividiert durch die Nettoschulden plus das gesamte Eigenkapital errechnet, erreicht ist.

**Verkäufe Januar-September 2011**

in Mio. CHF	2011	2010	Veränderung in %	
			in CHF	in Lokalwährungen
Division Riechstoffe	1.395	1.539	(9,4)	4,4
Division Aromen	1.576	1.744	(9,6)	5,0
<b>Total</b>	<b>2.971</b>	<b>3.283</b>	<b>(9,5)</b>	<b>4,7</b>

**Verkäufe Juli-September 2011**

in Mio. CHF	2011	2010	Veränderung in %	
			in CHF	in Lokalwährungen
Division Riechstoffe	468	522	(10,4)	5,3
Division Aromen	498	562	(11,3)	5,5
<b>Total</b>	<b>966</b>	<b>1.084</b>	<b>(10,9)</b>	<b>5,4</b>

## **Division Riechstoffe**

In den ersten neun Monaten des Jahres 2011 verzeichnete die Division Riechstoffe Verkäufe von CHF 1'395 Millionen, was einem Plus von 4.4% in Lokalwährungen und einem Rückgang von 9.4% in Schweizer Franken entspricht. Damit wurden die starken Vergleichszahlen des Vorjahres dank einer guten Verkaufssteigerung in allen drei Geschäftsbereichen übertroffen.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen in Lokalwährungen um 4.2%. In Schweizer Franken entspricht dies einem Rückgang um 10.0% von CHF 1'335 Millionen auf CHF 1'202 Millionen.

Obwohl die Vergleichswerte von 2010 bereits hoch waren, stieg das Umsatzwachstum im Bereich Luxusparfümerie in den ersten neun Monaten des Jahres 2011 um 1.3% in lokalen Währungen an. Das Wachstum in Lateinamerika und Nordamerika wurde durch die Einführung neuer Parfüms gestützt. Die Verkäufe in Europa lagen unter den hohen Vergleichswerten des Vorjahres.

Der Geschäftsbereich Konsumgüter wies in den ersten neun Monaten gegenüber dem starken Wachstum des Vorjahres ein Plus von 5.1% in Lokalwährungen aus. Die gute Geschäftsdynamik war in allen Regionen und Kundengruppen in reifen wie in aufstrebenden Märkten zu spüren. Die Region Asien-Pazifik wies aufgrund des Geschäfts mit internationalen Kunden das stärkste Wachstum auf.

Die Ergebnisse in Lateinamerika waren vor allem auf ein starkes Wachstum in Mexiko zurückzuführen. Europa, Afrika und der Nahe Osten wiesen in sämtlichen Kundensegmenten ein Verkaufsplus aus. In Nordamerika wurde aufgrund eines zweistelligen Umsatzwachstums bei lokalen und regionalen Kunden ein solides Ergebnis erzielt.

Auf Produktsegmentebene stieg der weltweite Umsatz bei der Gewebepflege im zweistelligen Bereich.

Die Verkäufe im Bereich Riechstoff-Ingredienzien zogen um 5.3% in Lokalwährungen an. Dieses solide Ergebnis ist vor allem einem zweistelligen Wachstum in den Schwellenländern zu verdanken, wo die Spezialitäten-Ingredienzien ausgezeichnete Resultate erzielten. Dieses Jahr wurde mit Paradisamide™ - einer lang anhaltenden, frischen Note von tropischen Früchten - eine neuartige Riechstoff-Ingredienz erfolgreich auf den Markt gebracht.

## **Division Aromen**

In den ersten neun Monaten des Jahres 2011 konnte die Division Aromen Verkäufe in Höhe von CHF 1'576 Millionen verzeichnen, was einem Anstieg von 5.0% in Lokalwährungen und einem Rückgang von 9.6% in Schweizer Franken entspricht. Alle Regionen wiesen infolge neuer Geschäftsabschlüsse und eines Ausbaus der vorhandenen Portfolios einen Anstieg aus, wobei die Sparten Getränke, Milchprodukte, kulinarische Aromen und Snacks weltweit weiter expandierten. Das Wachstum fiel in den Schwellenmärkten besonders stark aus, da sich die Dynamik im dritten Quartal verbesserte.

Die Verkäufe in der Region Asien-Pazifik stiegen in Lokalwährungen um 10.7%.

Hauptwachstumstreiber waren die Schwellenmärkte China und Indien sowie die gute Entwicklung in Japan. Das bestehende Geschäft und neue Geschäftsabschlüsse trugen in allen Segmenten zu einer Verbesserung gegenüber dem Vorjahr bei. Dabei war ein aussergewöhnliches Wachstum im zweistelligen Bereich in den Segmenten Getränke, Milchprodukte und Snacks zu verzeichnen.

Die aufstrebenden und reifen Märkte in Europa, Afrika und dem Nahen Osten wiesen insgesamt ein Umsatzwachstum von 4.4% in Lokalwährungen aus. Die Schwellenmärkte fuhren weiterhin solide Gewinne ein, insbesondere im Nahen Osten und Osteuropa. Die reifen Märkte Westeuropas, vor allem Deutschland, Grossbritannien und Spanien, realisierten Gewinne aus neuen Geschäftsabschlüssen und dem Ausbau des bestehenden Geschäfts. In der gesamten Region trugen die Segmente Snacks und Kulinarische Aromen zum Wachstum bei.

Trotz hoher Basiswerte verzeichnete Nordamerika einen Anstieg von 0.9% in Lokalwährungen. Das bestehende Geschäft und neue Geschäftsabschlüsse in den Segmenten Getränke, Kulinarische Aromen und Snacks dienten dabei als Wachstumstreiber. Zudem wies die strategische Säule Food Service ein gutes Ergebnis auf.

Der Umsatz in Lateinamerika stieg um 3.7% in Lokalwährungen und wurde durch ein zweistelliges Wachstum im dritten Quartal gestützt. Neue Geschäftsabschlüsse und das bestehende Geschäft dienten als Grundlage für ein positives Wachstum in den Segmenten Snacks und Süßwaren.

---

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations

Chemin de la Parfumerie 5

1214 Vernier

Switzerland

**T** +41 22 780 9093

**F** +41 22 780 9090

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