



## Verkäufe Januar - September 2006: Weiteres Wachstum trotz starker Vergleichsbasis

Genf, 6. Oktober 2006. In den ersten neun Monaten des Jahres 2006 erzielte Givaudan Verkäufe in der Höhe von CHF 2'200.5 Millionen. Dies entspricht einem Wachstum von 3.3% in Lokalwährungen und 5.5% in Schweizer Franken. Trotz eines starken dritten Quartals im Vorjahr und der laufenden Rationalisierung im Bereich der Standard-Ingredienzien konnte Givaudan das gute Wachstumsmomentum erhalten.

Für das Ganzjahresergebnis 2006 bleibt Givaudan zuversichtlich, ein über dem Markt liegendes Verkaufswachstum auszuweisen und die soliden Margen des Ganzjahresergebnisses 2005 halten zu können.

### Verkäufe Januar – September 2006

In Millionen CHF	2006	2005	Wachstum in %	
			in CHF	in Local Currencies
Riechstoffe	918.6	850.9	8.0%	5.7%
Aromen	1281.9	1234.7	3.8%	1.6%
<b>Total</b>	<b>2200.5</b>	<b>2085.6</b>	<b>5.5%</b>	<b>3.3%</b>

### Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe erzielte Verkäufe von CHF 918.6 Millionen, was einem Wachstum von 5.7% in Lokalwährungen und 8.0% in Schweizer Franken entspricht.

Die Verkäufe in der **Luxusparfümerie** wuchsen in allen Regionen zweistellig, vorwiegend auf Grund neuer Geschäftsabschlüsse und geringerer Erosion bei bestehenden Produkten.

Parfüms für **Konsumgüter** zeigten erneut ein signifikant über dem Markt liegendes Wachstum. Die Schwellenmärkte in Europa, Asien-Pazifik und Lateinamerika, wiesen zweistelliges Wachstum aus. In Asien-Pazifik trugen alle Kundenkategorien und im Besonderen der chinesische und indische Markt zum starken Resultat bei. In Lateinamerika zeigten vor allem Argentinien und Mexiko speziell gute Zuwächse mit regionalen und lokalen Kunden. Das Wachstum in Nordamerika stammte vor allem von regionalen Kunden.

Stärkstes Segmentwachstum wiesen Haushalt und Lufthygiene auf, gefolgt von Waschmitteln sowie Haar- und Hautpflegeprodukten.

Im Bereich **Riechstoff-Ingredienzien** wurde die Portfoliooptimierung in Richtung höherwertiger Produkte erfolgreich fortgesetzt. Die Spezialitäten wuchsen weiterhin zweistellig und konnten die Mindereinnahmen der aufgegebenen Standardingredienzien zum Teil wett machen. Der Einfluss der Rationalisierung betrug in den ersten neuen Monaten CHF 14 Millionen (geschätzter Ganzjahreseinfluss CHF 17 Millionen).

#### **Division Aromen**

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 1'281.9 Millionen, ein Wachstum von 1.6% in Lokalwährungen und 3.8% in Schweizer Franken. Im dritten Quartal konnten die Verkäufe in Lokalwährungen gehalten werden, dies trotz der starken Vorjahreszahlen und der laufenden Rationalisierung bei den Standardingredienzien. Die Rationalisierung betraf vorwiegend Nordamerika und Europa (Neunmonatseinfluss CHF 15 Millionen, geschätzter Ganzjahreseinfluss 25 Millionen). Die Schwellenmärkte in Europa, Asien-Pazifik und Lateinamerika erzielten ein starkes Wachstum.

Die Verkäufe in **Asien-Pazifik** zeigten insgesamt einen leichten Rückgang. Diese Entwicklung wurde durch das japanische Getränkesegment verursacht, welches sich jedoch im dritten Quartal dank Neueinführungen zu erholen begann. Die Schwellenmärkte China und Indien dagegen erzielten starkes zweistelliges Wachstum, getragen von bedeutenden, neuen Geschäftsabschlüssen und starkem Wachstum bei bestehenden Aufträgen.

**Lateinamerika** verzeichnete ein starkes einstelliges Verkaufswachstum. Alle Segmente trugen zu diesem Ergebnis bei, Süßwaren und kulinarische Aromen mit einem zweistelligen Wachstum dank neuen Geschäftsabschlüssen. Argentinien und Kolumbien realisierten zweistellige Zuwächse, ergänzt durch gute Verkäufe in Brasilien.

Trotz der laufenden Rationalisierung der Standardingredienzien bei kulinarischen Aromen konnten die Verkäufe in **Nordamerika** auf Vorjahresniveau gehalten werden. Getränke und Süßwaren wuchsen auf Grund neuer Geschäftsabschlüsse weiterhin stark. Gutes Wachstum wurde auch mit bestehenden Produkten im Bereich der Süßwaren erzielt.

Die Verkaufsdynamik des ersten Halbjahres in **Europa** setzte sich im dritten Quartal fort. Alle Segmente zeigten eine vorteilhafte Entwicklung, allen voran Süßwaren mit zweistelligem Wachstum. In den Zentral- und Osteuropa realisierte Givaudan erneut zweistelliges Wachstum, angeführt von Polen, der Türkei und den CIS-Ländern. Dies reflektiert klar die gezielten Investitionen, die Givaudan in diesen schnell wachsenden Ländern tätigt.

Weitere Auskünfte erteilt:

Peter Wullschleger, Givaudan Media Relations  
5, chemin de la Parfumerie, CH-1214 Vernier  
T +41 22 780 90 93, F +41 22 780 90 90  
E-mail: [peter\\_b.wullschleger@givaudan.com](mailto:peter_b.wullschleger@givaudan.com)