



Givaudan: Anhaltend dynamisches Verkaufswachstum im ersten Quartal 2004 (8 April 2004)

Genf, 8. April 2004 – Im ersten Quartal 2004 erzielte Givaudan Verkäufe von CHF 701.6 Millionen und wächst damit 4.1% in Lokalwährungen und 2.4% in Schweizer Franken; klar über dem Markt. Unter Ausschluss der Verkäufe der nicht mehr produzierten Riechstoff-Ingredienzien wuchs Givaudan 6.7% in Lokalwährungen und 4.9% in Schweizer Franken.

Verkäufe Januar – März 2004

in Millionen CHF	2004	2003	Wachstum in %		Wachstum ohne aufgegebene Riechstoff-Ingredienzien in %	
			in CHF	in Lokalwährungen	in CHF	in Lokalwährungen
Division Riechstoffe	278.4	283.7	(1.8)	(0.3)	4.2	5.9
Division Aromen	423.2	401.6	5.4	7.2	n.a.	n.a.
Total	701.6	685.3	2.4	4.1	4.9	6.7

Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe erzielte im ersten Quartal 2004 Verkäufe von CHF 278.4 Millionen. Unter Ausschluss der aufgegebenen Riechstoff-Ingredienzien ergibt dies ein Wachstum von 5.9% in Lokalwährungen und 4.2% in Schweizer Franken.

Die **Luxusparfümerie** erhielt ihre starke Wachstumsdynamik mit zweistelligem Wachstum in Lokalwährungen. Diese Leistung wurde in einem schwachen Marktumfeld dank der Lancierung von zahlreichen neuen Luxusparfums erzielt.

In einem hochkompetitiven Umfeld wuchsen die Verkäufe des Geschäftsbereichs **Konsumgüter** im dritten aufeinanderfolgenden Jahr in allen Regionen über dem Markt. Textilwaschmittel und Wasch- und Duschartikel blieben die grössten Kategorien. Sie verzeichneten zahlreiche Lancierungen von umsatzstarken Produkten.

Die Verkäufe im Geschäftsbereich **Riechstoff-Ingredienzien** entsprechen Givaudan's Strategie der Fokussierung auf patentierte Spezialitäten, die ein zweistelliges Wachstum zeigten. Nichtsdestotrotz verringerte sich der Gesamtumsatz auf Grund der nicht weitergeführten Standard-Ingredienzien, mit denen im ersten Quartal 2002 noch CHF 18 Millionen Umsatz erzielt wurden.

Division Aromen

Die Division Aromen erzielte im ersten Quartal 2004 Verkäufe von CHF 423.2 Millionen und wuchs damit 7.2% in Lokalwährungen und 5.4% in Schweizer Franken. Kulinarische Produkte, Süswaren und Getränke verzeichneten dabei ein starkes Wachstum.

Die Verkäufe in **Nordamerika** zeigten ein gutes Wachstum im Vergleich zu einem starken Vorjahresquartal. Der US-Markt verzeichnete ein hohes einstelliges Wachstum. Die Verkäufe im Bereich Foodservice (Schnellverpflegung) entwickelten sich speziell gut.

Lateinamerika wuchs dank guten Verkäufen in den Bereichen Getränke, Milch- und kulinarische Produkte zweistellig. Mexico, Brasilien und die Andenregion trugen in besonderem Ausmass zu

diesem Resultat bei.

Die Verkäufe in **Asien-Pazifik** waren stabil im Vergleich zu einem starken Vorjahresquartal. Die Verkäufe in China und India entwickelten sich weiterhin gut. Insbesondere Süßwaren und Milchprodukte zeigten in der ganzen Region ein gutes Wachstum.

Europa, Afrika und der Mittlere Osten (EAMO) setzten ihren positiven Verkaufstrend fort. Die Märkte in Osteuropa, auf der iberischen Halbinsel und in Skandinavien verzeichneten sehr gutes Wachstum. Die Verkaufssteigerung im Bereich kulinarische Produkte widerspiegelt das ausgezeichnete Projektportfolio.

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