



## Givaudan: Vorjahresvergleich drückt auf erstes Quartal

Genf, 8. April 2005 – Im ersten Quartal 2005 erzielte Givaudan Verkäufe von CHF 668.7 Millionen, 1.6% weniger in Lokalwährungen und 4.7% weniger in Schweizer Franken als im Vorjahr. Der Rückgang der Verkäufe ist hauptsächlich auf das starke Wachstum im Vorjahr zurückzuführen, sowie den Preisrückgang bei einigen Rohmaterialien und die Straffung bei Produkten, die nicht zum Kerngeschäft gehören.

Trotz des herausfordernden ersten Quartals ist Givaudan zuversichtlich, ihre führende Marktposition zu verteidigen und 2005 erneut ein gutes Resultat zu erzielen.

### Verkäufe Januar – März 2005

in Millionen CHF	2005	2004	Wachstum in %	
			in CHF	in Lokalwährungen
<b>Division Riechstoffe</b>	273.1	278.4	(1.9)	0.8
<b>Division Aromen</b>	395.6	423.2	(6.5)	(3.2)
<b>Total</b>	<b>668.7</b>	<b>701.6</b>	<b>(4.7)</b>	<b>(1.6)</b>

### Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe erzielte im ersten Quartal Verkäufe von CHF 273.1 Millionen, was einem Wachstum von 0.8% in Lokalwährungen und einem Rückgang von 1.9% in Schweizer Franken entspricht.

Die Verkäufe der Geschäftseinheit Luxusparfümerie litten unter dem starken Vorjahresergebnis – besonders im Bereich Spezialitäten-Detailhandel – sowie unter verschobenen Markteinführungen. Die Verkäufe von Luxusparfums in Europa lagen unter dem Vorjahresniveau auf Grund schwacher Nachfrage und Lagerabbau im Detailhandel. Der nordamerikanische Markt zeigte im letzten Quartal des vergangenen Jahres eine leichte Erholung, das erste Quartal 2005 aber zeigte erneut schwächere Verkäufe im Vergleich zum Vorjahresquartal.

Der Geschäftsbereich **Konsumgüter** konnte das gute Verkaufswachstum in allen Regionen weiterführen, speziell in Nordamerika. Das Wachstum in dieser Region stammt von nationalen wie auch internationalen Kunden. Die Verkäufe in Asien-Pazifik erfreuten sich eines erneuerten Wachstums, vor allem in China, Thailand, den Philippinen und Korea. In Lateinamerika waren Mexiko und Argentinien massgeblich am guten Wachstum beteiligt. Europa, Afrika und der Mittlere Osten zeigten eine gute Leistung auf Grund neuen Geschäfts mit Schlüsselkunden. Textilwaschmittel und Körperpflegeartikel blieben das grösste Segment, während Haar- und Hautpflegeprodukte starkes Wachstum zeigten.

Die Verkäufe von Spezialitäten im Bereich **Riechstoff-Ingredienzien** verzeichneten wiederum zweistelliges Wachstum. Die neuen Moleküle Javanol und Pharaone erfreuten sich weiterhin einer guten Nachfrage. Entsprechend der Ingredienzienstrategie werden zusätzliche Neueinführungen in den kommenden Monaten das Geschäft beleben, während die Verkäufe von Standardingredienzien weiterhin abnehmen werden.

### Division Aromen

Die Division Aromen verzeichnete im ersten Quartal Verkäufe von CHF 395.6 Millionen. Auf Grund des starken Vorjahresergebnisses ergab dies einen Rückgang von 3.2% in Lokalwährungen und

6.5% in Schweizer Franken. Zusätzlich drückten auch Preisrückgänge für natürliche Rohmaterialien wie Vanille und Zitrusextrakte auf das Ergebnis. Ein dritter Faktor war die Bereinigung des Produkteportfolios der ehemaligen FIS. Das starke Verkaufswachstum in den Schwellenmärkten Asiens und Osteuropas widerspiegeln das Engagement und die Investitionen, die Givaudan in diesen Wachstumsmärkten tätigt.

Die Verkäufe in **Asien-Pazifik** zeigten ein starkes Wachstum, besonders in China und Südasien. Auf Grund neuer Geschäftsabschlüsse zeigten alle Bereiche gutes Wachstum.

In **Lateinamerika** verringerte sich das Wachstum im Vergleich zum starken Vorjahr. Süswaren und Milchprodukte sowie die Märkte von Brasilien und Argentinien trugen wesentlich zum Wachstum in dieser Region bei.

Der Umsatz in **Nordamerika** verringerte sich. Hauptgründe waren die starke Vorjahresbasis, der überdurchschnittliche Lageraufbau im Jahr 2004 sowie niedrigere Preise für einige natürliche Rohmaterialien (Vanille/Zitrus), welche vor allem auf die Verkäufe im Bereich Getränke und Milchprodukte drückten. Süswaren zeigten ein gutes Resultat, während sich im Bereich kulinarische Aromen die Portfolio-Bereinigung auswirkte.

Die Verkäufe in **West-Europa** zeigten eine rückläufige Entwicklung, was zum Teil durch das starke Wachstum in Zentral- und Osteuropa wett gemacht wurde. Givaudan hat hier in den letzten Jahren grössere Investitionen getätigt. Süswaren und Milchprodukte zeigten ansprechendes Wachstum, während die Verkäufe von kulinarischen Aromen leicht zurück gingen.

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)