



Medienmitteilung

Genf, Freitag, 10. April 2015

Verkäufe im ersten Quartal 2015 **Stabile Verkaufszahlen und Zuversicht, 2015 einen freien Cashflow** **in Höhe von 14–16% der Verkäufe zu erreichen**

In den ersten drei Monaten des Jahres 2015 erzielte Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 1'091 Millionen, was gegenüber dem Vorjahr einem Anstieg von 0.9% auf vergleichbarer Basis und von 0.4% in Schweizer Franken entspricht.

In einem schwierigen Konjunkturmilieu, das von einer Verlangsamung der Schwellenmärkte in Asien und Osteuropa geprägt war, begann das Jahr für Givaudan trotz starker Vergleichszahlen des Jahres 2014 mit einer stabilen Geschäftsdynamik. Die Projektpipeline und die Geschäftsabschlussraten blieben auf hohem Niveau.

Mittelfristig sind die Hauptziele ein organisches Wachstum von 4.5–5.5% pro Jahr, bei einem erwarteten Marktwachstum von 2–3%, sowie weitere Marktanteilsgewinne. Durch die konsequente Umsetzung der 5-Säulen-Wachstumsstrategie – Schwellenmärkte, Gesundheit und Wellness, Erhöhung des Marktanteils 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 im Jahr 2015 bei 14–16% des Umsatzes halten. Givaudan bekräftigt ihre Absicht, mehr als 60% des freien Cashflows an ihre Aktionäre auszuschütten und am mittelfristigen Ziel eines Verschuldungsgrades von unter 25% festzuhalten.

Verkäufe Januar – März	Veränderung in %			
	2015	2014	in CHF	LFL*
In Mio. CHF				
Konzernverkäufe	1'091	1'087	0.4	0.9
Verkäufe Riechstoffe	519	516	0.7	0.3
Verkäufe Aromen	572	571	0.1	1.5
Reife Märkte	593	600	-1.1	0.3
Schwellenmärkte	498	487	2.1	1.8

*LFL: like-for-like / auf vergleichbarer Basis



Genf, Freitag, 10. April 2015

Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe erzielte Verkäufe von CHF 519 Millionen, was einem Wachstum von 0.3% auf vergleichbarer Basis und einem Anstieg von 0.7% in Schweizer Franken entspricht. Soliance mit eingeschlossen lag das Wachstum bei 2.0% in Lokalwährungen. Die Verkäufe der am 2. Juni 2014 akquirierten Soliance beliefen sich in den ersten drei Monaten des Jahres 2015 auf CHF 8 Millionen, was gegenüber dem Vorjahreszeitraum ein zweistelliges Wachstum darstellt.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen auf vergleichbarer Basis um 0.5%. In Schweizer Franken sanken die Gesamtverkäufe um 0.7% von CHF 453 Millionen im Vorjahr auf CHF 450 Millionen.

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie sanken um 1.8% auf vergleichbarer Basis, nachdem im Vorjahreszeitraum ein zweistelliges Wachstum verzeichnet worden war.

Die Verkäufe in Lateinamerika mussten sich an hohen Vergleichszahlen messen lassen und wurden zudem von einer schwachen Marktnachfrage beeinträchtigt. In Europa und in den Schwellenmärkten im Raum Asien-Pazifik, im Nahen Osten und in Afrika wurde weiterhin ein starkes Wachstum und eine positive Dynamik verzeichnet, da in diesen Regionen hohe Umsätze mit Neukunden generiert wurden.

Die Verkäufe im Bereich Konsumgüter stiegen um 1.1% auf vergleichbarer Basis, wobei das solide Wachstum in den Schwellenmärkten den Wachstumsrückgang in den reifen Märkten mehr als ausgleichen konnte.

In Asien konnte in allen Kundensegmenten und Teilregionen ein hoher Verkaufszuwachs erzielt werden. Die lokalen und regionalen Kunden sorgten für einen zweistelligen Umsatzzuwachs in der Region. In Lateinamerika resultierte nach einem zweistelligen Zuwachs in der Vorjahresperiode ein solides Verkaufswachstum, zu dem alle Kundengruppen beitrugen, allen voran die lokalen und regionalen Kunden mit einem zweistelligen Wachstum. In Europa, Afrika und dem Nahen Osten wurde der Verkaufsanstieg von allen Kundensegmenten unterstützt. Insbesondere ist er auf das gute Ergebnis bei lokalen und regionalen Kunden zurückzuführen. Im Geschäft in Afrika und im Nahen Osten resultierte ein zweistelliges Wachstum. In Nordamerika waren die Verkäufe gegenüber dem Vorjahr rückläufig, was vor allem an den internationalen Kunden lag.



Genf, Freitag, 10. April 2015

Auf der Ebene der Produktsegmente wurde der Verkaufsanstieg durch das starke Wachstum der Textilpflege unterstützt. In den Schwellenmärkten profitierte das Verkaufswachstum von einem starken Ergebnis der Haushalts- und Körperpflege.

Die Verkäufe von Riechstoff-Ingredienzien sanken um 0.6% auf vergleichbarer Basis, nach einem soliden ersten Quartal im Vorjahr.

Givaudan transferiert nach wie vor die Herstellung von Ingredienzien in Länder, in denen das Unternehmen seine Konkurrenzfähigkeit aufrechterhalten kann. Zudem baut Givaudan weiterhin lokale Kapazitäten aus, um die zunehmende Nachfrage nach gewissen Spezialitäten-Ingredienzien erfüllen zu können.

Division Aromen

Die Division Riechstoffe erzielte Verkäufe von CHF 572 Millionen, was einem Wachstum von 1.5% auf vergleichbarer Basis und einem leichten Anstieg von 0.1% in Schweizer Franken entspricht.

Die Schwellenmärkte Brasilien und Indien, Teile von Afrika sowie die reifen Märkte in Nordamerika und Westeuropa wirkten sich trotz starker Vergleichszahlen des Vorjahreszeitraums positiv auf die Division Aromen aus. Die Segmente Milchprodukte und Snacks konnten ein Wachstum verzeichnen.

Die Verkäufe in der Region Asien-Pazifik sanken um 3.1% auf vergleichbarer Basis im Verhältnis zu einer starken zweistelligen Vergleichszahl. Die Schwellenmärkte Indien und Vietnam verzeichneten ein Wachstum, während es in China und Thailand und auf den Philippinen zu einem Rückgang kam. Die reifen Märkte Australien und Japan mussten angesichts der anhaltend schwierigen Marktbedingungen Einbussen hinnehmen. Snacks erzielte ein solides Wachstum, was auf neue Geschäftsabschlüsse und Wachstum im bestehenden Geschäft zurückzuführen ist. Alle anderen Segmente gaben nach.

Die Verkäufe in Europa, Afrika und dem Nahen Osten stagnierten auf vergleichbarer Basis. Die reifen Märkte in Westeuropa erreichten ein solides Wachstum, das durch den Rückgang in den Schwellenmärkten in Afrika, im Nahen Osten, Polen und Russland ausgeglichen wurde. Die Segmente Milchprodukte, Snacks und kulinarische Aromen verbuchten dank neuer Geschäftsabschlüsse und Zuwächsen im bestehenden Geschäft ein Verkaufswachstum.



Genf, Freitag, 10. April 2015

Die Verkäufe in Lateinamerika stiegen um 7.6% auf vergleichbarer Basis, nach einem hohen zweistelligen Wachstum im Vorjahreszeitraum. Wachstumstreiber waren insbesondere Brasilien mit einem starken Verkaufszuwachs und Mexiko, das eine positive Wachstumsdynamik verzeichnete. Neue Geschäftsabschlüsse und Wachstum im bestehenden Geschäft trugen zum allgemeinen Zuwachs in allen Segmenten bei, wobei insbesondere in den Bereichen Süßwaren, kulinarische Aromen und Getränke gute Ergebnisse verzeichnet wurden.

Die Verkäufe in Nordamerika stiegen um 6.2% auf vergleichbarer Basis, getrieben von zweistelligen Zuwächsen bei Getränken und Milchprodukten. Neue Geschäftsabschlüsse und das Wachstum im bestehenden Geschäft trugen zu diesen starken Ergebnissen bei.

Hinweis: Like-for-like (auf vergleichbarer Basis) ohne Währungseinflüsse und ohne die Auswirkungen von Akquisitionen und Veräusserungen

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations

Chemin de la Parfumerie 5

1214 Vernier

T +41 22 780 9093

E peter_b.wullschleger@givaudan.com