



Medienmitteilung

Genf, 9. Oktober 2015

Verkäufe Januar bis September 2015

Verbesserte Ergebnisse in Schwellenmärkten

Geschäftsergebnis

In den ersten neun Monaten des Jahres 2015 erzielte Givaudan Gesamtverkäufe in Höhe von CHF 3'296 Millionen, was gegenüber dem Vorjahr einem Anstieg von 2.0% auf vergleichbarer Basis und einem Rückgang von 0.5% in Schweizer Franken entspricht.

Givaudan rechnet für den Zeitraum von 2010 bis 2015 bei einem erwarteten Marktwachstum von 2–3% mit einem organischen Wachstum von 4.5-5.5% pro Jahr sowie weiteren Marktanteilsgewinnen. 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 bis zum Jahresende 2015 einen freien Cashflow von 14-16% des Umsatzes erreichen.

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 – September 2015

In Mio. CHF	Veränderung in %			
	2015	2014	in CHF	LFL*
Konzernverkäufe	3'296	3'313	-0.5	2.0
- Verkäufe Riechstoffe	1'563	1'587	-1.5	0.7
- Verkäufe Aromen	1'733	1'726	0.4	3.3
- Reife Märkte	1'791	1'820	-1.6	1.0
- Schwellenmärkte	1'505	1'493	0.8	3.3

Verkäufe Juli – September 2015

In Mio. CHF	Veränderung in %			
	2015	2014	in CHF	LFL*
Konzernverkäufe	1'112	1'122	-0.9	3.3
Verkäufe Riechstoffe	540	553	-2.2	2.0
Verkäufe Aromen	572	569	0.4	4.6

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



Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe verzeichnete in den ersten neun Monaten des Jahres 2015 Verkäufe von CHF 1'563 Millionen, was einem Anstieg von 0.7% auf vergleichbarer Basis und einem Rückgang von 1.5% in Schweizer Franken entspricht. Soliance und das jüngst erworbene Unternehmen Induchem mit eingeschlossen, betrug das Wachstum in Lokalwährungen 1.8%. Induchem leistete seit der Akquisition am 31. August 2015 einen Ergebnisbeitrag von CHF 2 Millionen.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen auf vergleichbarer Basis um 1.8%. In Schweizer Franken sanken die Gesamtverkäufe um 1.6% von CHF 1'386 Millionen im Vorjahr auf CHF 1'364 Millionen.

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie erhöhten sich um 1.7% auf vergleichbarer Basis, wozu sowohl die Schwellenmärkte als auch die reifen Märkte beitrugen. Die leicht gesunkenen Verkäufe in Lateinamerika wurden durch das starke zweistellige Wachstum in Asien und im Nahen Osten mehr als ausgeglichen.

Der Geschäftsbereich Konsumgüter wuchs um 1.8% auf vergleichbarer Basis, wobei das starke Wachstum in den Schwellenmärkten die rückläufigen Verkäufe in den reifen Märkten mehr als aufwog. Lateinamerika erzielte trotz starker Vergleichszahlen ein zweistelliges Wachstum, zu dem alle Kundengruppen beitrugen. In Asien wurden die Verkäufe durch das kräftige Wachstum lokaler und regionaler Kunden unterstützt. In Europa, Afrika und dem Nahen Osten wurde der Anstieg der Verkaufszahlen ausserdem durch die soliden Ergebnisse bei lokalen und regionalen Kunden in allen Teilregionen angetrieben. Die Verkäufe in Nordamerika waren niedriger als im letzten Jahr, was vor allem auf die internationalen Kunden zurückzuführen war. Bei den lokalen und regionalen Kunden war hingegen ein starkes Wachstum der Verkäufe zu verzeichnen.

Auf der Ebene der Produktsegmente stiegen die Verkäufe im Segment Textilpflege stark an. Die Segmente Mundpflege, Körperpflege und Haushaltspflege trugen ebenfalls zum Wachstum bei.

Die Verkäufe von Riechstoff- und Kosmetik-Ingredienzien sanken um 7.0% auf vergleichbarer Basis, was vor allem auf den geringeren Absatz von Standard-Ingredienzien und die hohen Vergleichszahlen zurückzuführen war. Die am 2. Juni 2014 akquirierte Soliance und das am 31. August 2015 erworbene Unternehmen Induchem erzielten in den ersten neun Monaten des Jahres 2015 Verkäufe von CHF 27 Millionen, was gegenüber dem Vorjahreszeitraum ein zweistelliges Wachstum in Lokalwährung darstellt. Einschliesslich der jüngst übernommenen Unternehmen betrug das Wachstum bei Riechstoff- und Kosmetik-Ingredienzien 2.2% in Lokalwährung. Alle Produktkategorien der Riechstoff-Ingredienzien gingen zurück, wobei der Geschäftsbereich Spezialitäten-Ingredienzien hiervon am wenigsten betroffen war. Der bereits angekündigte Transfer von Produkten an den Produktionsstandort in Mexiko und den chinesischen Joint-Venture-Partner verläuft planmässig. Dies gewährleistet, dass der Konzern auf dem Markt für Riechstoff-Ingredienzien weiterhin konkurrenzfähig bleibt.



Division Aromen

Die Division Aromen verzeichnete in den ersten neun Monaten des Jahres 2015 Verkäufe von CHF 1'733 Millionen, was einem Anstieg um 3.3% auf vergleichbarer Basis und 0.4% in Schweizer Franken entspricht. Dieser Entwicklung lagen anhaltend gute Ergebnisse in Nord- und Lateinamerika sowie Verbesserungen in den Schwellenmärkten zugrunde.

Das gute Wachstum in den Segmenten Getränke und Milchprodukte war neuen Geschäftsabschlüssen und einem soliden Bestandsgeschäft zu verdanken. Die positive Dynamik in der Sparte Gesundheit und Wellness in allen Regionen setzte sich durch verbesserte Geschmackslösungen für die Kunden der Division fort.

Asien-Pazifik

Die Verkäufe in der Region Asien-Pazifik stiegen um 1.9% auf vergleichbarer Basis. Neue Geschäftsabschlüsse und das Wachstum des bestehenden Geschäfts in China und Indien trugen zu dieser Entwicklung bei. Die reifen Märkte zeigten nach dem bescheidenen Jahresauftakt weiteres Wachstum, wobei insbesondere in Japan gute Ergebnisse resultierten. Die Segmente Snacks und Milchprodukte wuchsen aufgrund neuer Geschäftsabschlüsse.

Europa, Afrika und Naher Osten

Die Verkäufe stagnieren auf vergleichbarer Basis, wobei die Schwellenmärkte während des Quartals angetrieben durch die Märkte in Afrika und dem Nahen Osten ein Wachstum erzielten. In Osteuropa, vor allem in Russland und der Ukraine, leidet das Wachstum weiter unter der schwierigen Wirtschaftslage. Die Ergebnisse in den reifen Märkten haben sich im Laufe des Jahres positiv entwickelt. Die Segmente Milchprodukte, Snacks und kulinarische Aromen wuchsen durch neue Geschäftsabschlüsse und Zugewinne im Bestandsgeschäft.

Nordamerika

Die Verkäufe stiegen um 6.7% auf vergleichbarer Basis. Die starke Dynamik setzte sich im dritten Quartal des Jahres fort. Der kräftige Anstieg der Verkäufe war durch das Wachstum des Bestandsgeschäfts und neue Geschäftsabschlüsse bedingt, wobei die Segmente Getränke, Milchprodukte und Snacks besonders gute Ergebnisse zeigten.

Lateinamerika

Das Wachstum in Lateinamerika betrug 10.4% auf vergleichbarer Basis. Starke Zuwächse wurden in Argentinien, Brasilien und Mexiko verzeichnet. Alle Segmente wuchsen und insbesondere die Segmente Getränke, kulinarische Aromen und Süßwaren erzielten durch neue Geschäftsabschlüsse und den Ausbau des Bestandsgeschäfts eine gute Leistung.

Hinweis: 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 und Investor Relations
Chemin de la Parfumerie 5
1214 Vernier
Schweiz
T +41 22 780 90 93
E peter_b.wullschleger@givaudan.com