



Medienmitteilung

Genf, 12. April 2016

Verkäufe im ersten Quartal 2016

Guter Jahresauftakt

In den ersten drei Monaten des Jahres 2016 erzielte Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 1'152 Millionen, was gegenüber dem Vorjahr einem Anstieg von 5.8% auf vergleichbarer Basis und von 5.6% in Schweizer Franken entspricht.

Für Givaudan begann das Jahr dynamisch, mit einer gut gefüllten Projektpipeline und Geschäftsabschlussraten auf anhaltend hohem Niveau. Das gute Wachstum ist auch auf die relativ niedrigen Vergleichszahlen im Jahr 2015 zurückzuführen.

Die Ambition des Unternehmens für 2020 besteht darin, durch profitables und verantwortungsbewusstes Wachstum weiteren Mehrwert zu schaffen. Aufbauend auf dem Erfolg der Strategie für die Jahre 2011–2015 basiert Givaudans Ambition für 2020 auf drei strategischen Säulen: gemeinsam mit unseren Kunden zu wachsen, qualitative erstklassige Leistungen zu erbringen, und Partnerschaften einzugehen, in denen wir gemeinsamen Erfolg erzielen.

Ehrgeizige Finanzziele sind ein wesentlicher Bestandteil der Strategie von Givaudan. Wir wollen den Markt mit einem Umsatzwachstum von 4–5% übertreffen und einen freien Cashflow von 12–17% der Verkäufe erzielen. Beide Ziele sind als Durchschnitt über den fünfjährigen Zeitraum unseres Strategiezyklus angegeben. Givaudan beabsichtigt, die bestehende Dividendenpraxis im Rahmen der 2020 Strategie beizubehalten.

Verkäufe Januar – März	Veränderung in %			
	2016	2015	in CHF	LFL*
In Mio. CHF				
Konzernverkäufe	1'152	1'091	5.6	5.8
Verkäufe Riechstoffe	561	519	8.1	8.3
Verkäufe Aromen	591	572	3.4	3.5
Reife Märkte	628	593	5.9	2.0
Wachstumsmärkte	524	498	5.2	10.3

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



Genf, 12. April 2016

Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe erzielte Verkäufe von CHF 561 Millionen, was einem Wachstum von 8.3% auf vergleichbarer Basis und einem Anstieg von 8.1% in Schweizer Franken entspricht. Induchem mit eingeschlossen lag das Wachstum bei 9.5% in Lokalwährungen. Die Verkäufe der am 31. August 2015 akquirierten Induchem beliefen sich in den ersten drei Monaten des Jahres 2016 auf CHF 6.1 Millionen.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen auf vergleichbarer Basis um 9.5%. In Schweizer Franken erhöhten sich die Gesamtverkäufe um 7.4%, d.h. von CHF 450 Millionen im Jahr 2015 auf CHF 483 Millionen im Jahr 2016.

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie stiegen um 10.1% auf vergleichbarer Basis, was durch Neugeschäfte und eine relativ geringe Erosionsrate unterstützt wurde. In den Wachstumsmärkten wurde der Zuwachs in erster Linie durch Lateinamerika getragen. In den reifen Märkten wurde der Verkaufsrückgang in Westeuropa aufgrund der schwächeren Jahresendverkäufe durch das zweistellige Wachstum in Nordamerika mehr als ausgeglichen.

Die Verkäufe im Bereich Konsumgüter stiegen um 9.3% auf vergleichbarer Basis, was auf das zweistellige Ergebnis in Wachstumsmärkten und den soliden Zuwachs in reifen Märkten zurückzuführen war. Zu diesem Ergebnis trugen alle Kundengruppen und Produktsegmente bei.

Die Region Lateinamerika erzielte in sämtlichen Kunden- und Produktsegmenten ein zweistelliges Wachstum. Der starke Umsatzzuwachs in Asien wurde in allen Teilregionen erreicht und erstreckte sich auf alle Produktsegmente. Besonders hervorzuheben ist das zweistellige Umsatzwachstum bei lokalen und regionalen Kunden. Auch in den Teilregionen Nord- und Südostasien entwickelte sich der Umsatz ausgezeichnet. In Europa, Afrika und dem Nahen Osten war der solide Verkaufsanstieg in allen Produktsegmenten auf die zweistelligen Zuwächse bei lokalen und regionalen Kunden zurückzuführen. Die Region Afrika-Naher Osten verzeichnete ein zweistelliges Verkaufswachstum. Die Verkäufe in Nordamerika stiegen gegenüber dem Vorjahr ebenfalls an, was auf das zweistellige Plus bei lokalen und regionalen Kunden zurückzuführen war.

Auf der Ebene der Produktsegmente stiegen die Verkäufe in allen Produktsegmenten an. Dies wurde durch das zweistellige Wachstum in den Segmenten Textil- und Haushaltspflege, gefolgt von den Segmenten Mund- und Körperpflege unterstützt.

Die Verkäufe in den Bereichen Riechstoff- und Kosmetik-Ingredienzien stiegen um 1.1% auf vergleichbarer Basis. Die Gesamtverkäufe im Bereich Riechstoff-Ingredienzien stagnierten. Der Bereich Kosmetik-Ingredienzien verzeichnete ein starkes einstelliges Umsatzwachstum. Die Verkäufe der am 31. August 2015 akquirierten Induchem beliefen sich in den ersten drei Monaten des Jahres 2016 auf CHF 6.1 Millionen.

Division Aromen

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 591 Millionen, was einem Wachstum von 3.5% auf vergleichbarer Basis und einem Anstieg von 3.4% in Schweizer Franken entspricht.



Genf, 12. April 2016

Trotz der schwierigen Wirtschaftslage in den Wachstumsmärkten in Afrika und Osteuropa erzielte die Division Aromen ein gutes Wachstum. Die Neugeschäfte und die Ausweitung des bestehenden Geschäfts in den Wachstumsmärkten von Argentinien, Brasilien, Indien und Indonesien sowie die starken Ergebnisse in den reifen Märkten Japan, Südkorea und Nordamerika wirkten sich positiv auf die Verkäufe aus. Die Segmente Getränke, Snacks und Süsswaren trugen zum allgemeinen Verkaufswachstum bei.

Die Verkäufe in Asien-Pazifik stiegen um 6.7% auf vergleichbarer Basis. Die Wachstumsmärkte legten dank der gesunden Neugeschäfte und eines moderaten Wachstums im bestehenden Geschäft in Indien, Indonesien und Thailand zu. Die reifen Märkte verzeichneten ebenfalls starke Zuwächse, die durch Neugeschäfte in Nordasien unterstützt wurden, während die Verkäufe in Ozeanien stagnierten. Es konnte in allen Segmenten ein Wachstum erzielt werden. Besonders starke Ergebnisse lieferten die Segmente Getränke, Milchprodukte, Snacks und Süsswaren aufgrund von neuen Geschäftsabschlüssen und Zuwächsen im bestehenden Geschäft.

Die Verkäufe in Europa, Afrika und dem Nahen Osten gingen um 3.0% auf vergleichbarer Basis zurück. Das schwierige Konjunkturmilieu in der Region trug zu dem Rückgang bei. Die Wachstumsmärkte in Afrika litten unter den Rückgängen in der Subsahara-Region, während die Zuwächse in Osteuropa durch die sinkenden Verkaufszahlen in Russland und der Türkei relativiert wurden. Die reifen Märkte in Westeuropa verzeichneten in Frankreich, Deutschland und Grossbritannien Verkaufsrückgänge.

Die Verkäufe in Lateinamerika stiegen um 17.2% auf vergleichbarer Basis. Argentinien, Brasilien, Kolumbien und Uruguay erzielten besonders starke Ergebnisse, die durch die rückläufigen Verkaufszahlen in Mexiko und die anhaltenden wirtschaftlichen Probleme in Venezuela relativiert wurden. In allen Segmenten wurden neue Geschäftsabschlüsse und Zuwächse im bestehenden Geschäft verzeichnet. Wachstumstreiber waren die Segmente Getränke, kulinarische Aromen und Snacks.

Die Verkäufe in Nordamerika stiegen um 3.2% auf vergleichbarer Basis. Nach den starken Ergebnissen im Jahr 2015 war das Ergebnis der Region im Jahr 2016 auf das zweistellige Wachstum bei Milchprodukten sowie das starke einstellige Plus bei kulinarischen Aromen und Snacks infolge von Neugeschäften und dem Wachstum im bestehenden Geschäft zurückzuführen.

Hinweis: Like-for-like (auf vergleichbarer Basis); dies schliesst Währungseinflüsse und die Auswirkungen von Akquisitionen und Veräusserungen aus.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations

T +41 22 780 9093

E peter_b.wullschleger@givaudan.com