



Medienmitteilung

Genf, 18. Juli 2016

Halbjahresergebnisse 2016 Starkes Verkaufswachstum – nachhaltig hohe Rentabilität

- Verkäufe von CHF 2.3 Milliarden, ein Plus von 6.2% auf vergleichbarer Basis
- Projektpipeline und Geschäftsabschlussraten blieben auf hohem Niveau
- EBITDA lag 2016 bei CHF 638 Millionen
- EBITDA-Marge verbesserte sich auf 27.3% von 25.9% im Jahr 2015
- Nettogewinn von CHF 368 Millionen, Anstieg von 7.6% gegenüber dem Vorjahr
- Freier Cashflow von 7.4% der Verkäufe, im Vergleich zu 11.4% im Jahr 2015
- Veränderungen in der Geschäftsleitung

Geschäftsergebnis

Im ersten Halbjahr 2016 verzeichnete Givaudan Verkäufe von CHF 2'334 Millionen, was einem Anstieg von 6.2% auf vergleichbarer Basis und von 6.9% in Schweizer Franken entspricht.

Die Verkäufe der Division Riechstoffe betragen CHF 1'132 Millionen, ein Zuwachs von 9.7% auf vergleichbarer Basis und von 10.7% in Schweizer Franken.

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 1'202 Millionen, die sich damit um 3.0% auf vergleichbarer Basis und um 3.5% in Schweizer Franken erhöhten.

Bruttomarge

Die Bruttomarge stieg von 46,5% im Vorjahr auf 46,8% im Jahr 2016, was vor allem auf starke Volumensteigerungen und die gute Produktionskostenkontrolle zurückzuführen war.

Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA)

Der EBITDA stieg von CHF 566 Millionen in der Vorjahresperiode um 12.8% auf CHF 638 Millionen. Dies war vor allem der starken Volumensteigerung und der anhaltenden Konzentration auf die Kontrolle der internen Kosten zu verdanken. In den ersten sechs Monaten des Jahres 2016 verbuchte Givaudan nach einer Änderung bei Pensionsplänen einen einmaligen nicht liquiditätswirksamen Gewinn von CHF 55 Millionen. Zur Erinnerung: In den ersten sechs Monaten des Jahres 2015 verzeichnete die Gruppe einen einmaligen nicht liquiditätswirksamen Nettogewinn von CHF 20 Millionen. Der EBITDA in Lokalwährung stieg um 10.7%. Die EBITDA-Marge erhöhte sich 2016 gegenüber dem Vorjahr von 25,9% auf 27,3%.

Betriebsgewinn

Der Betriebsgewinn stieg von CHF 428 Millionen in der Vorjahresperiode um 16.8% auf CHF 500 Millionen. Der Betriebsgewinn in Lokalwährungen konnte um 13,9% gesteigert werden. Die Betriebsgewinnmarge erhöhte sich 2016 gegenüber dem Vorjahr von 19,6% auf 21,4%.

Finanzergebnis

Die Finanzierungskosten betragen im ersten Halbjahr 2016 CHF 27 Millionen, verglichen mit CHF 31 Millionen im Vorjahreszeitraum. Dieser Rückgang ist auf die geringere Nettoverschuldung des Konzerns zurückzuführen. Der übrige Nettofinanzaufwand betrug im Jahr 2016 CHF 18 Millionen, verglichen mit CHF 13 Millionen im Jahr 2015.



Genf, 18. Juli 2016

Der Ertragssteueraufwand im ersten Halbjahr 2016 lag bei 19% des Gewinns vor Steuern. Zur Erinnerung: Im Vorjahr fiel dieser Aufwand nach Änderungen des Schweizer Bilanzrechts und der operativen Konzernstruktur mit 11% deutlich geringer aus. Ohne Berücksichtigung dieser Effekte lag der Ertragssteueraufwand 2015 bei 19% des Gewinns vor Steuern.

Konzerngewinn

Der Nettogewinn für die ersten sechs Monate des Jahres 2016 betrug CHF 368 Millionen, was verglichen mit den CHF 342 Millionen im Vorjahr einem Anstieg um 7.6% entspricht. Daraus ergibt sich eine Nettogewinnmarge von 15.7%, gegenüber 15.6% im Jahr 2015. Der Gewinn pro Aktie betrug CHF 40.00, nach CHF 37.15 im Vorjahreszeitraum.

Cashflow

Givaudan erzielte in den ersten sechs Monaten 2016 einen Cashflow aus operativer Tätigkeit von CHF 237 Millionen, gegenüber CHF 341 Millionen im Jahr 2015. Dies war auf eine temporäre Erhöhung des Betriebskapitals zurückzuführen, welches auf 26.9% der Verkäufe anstieg, verglichen mit 26.3% im Vorjahr.

Die Gesamtinvestitionen in Sachanlagen beliefen sich auf CHF 33 Millionen, gegenüber CHF 57 Millionen im Jahr 2015. 2016 wurden CHF 12 Millionen in den Erwerb immaterieller Anlagewerte investiert, im Vergleich zu CHF 17 Millionen im Jahr 2015. Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte beliefen sich auf 1,9% der Verkäufe, verglichen mit 3,4% im Jahr 2015.

Der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen betrug CHF 192 Millionen, gegenüber einem Vorjahreswert von CHF 267 Millionen. Der freie Cashflow – definiert als der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Investitionen und Zinszahlungen – belief sich im ersten Halbjahr 2016 auf CHF 174 Millionen, nach CHF 248 Millionen im Vergleichszeitraum 2015. Als Prozentsatz der Verkäufe betrug der freie Cashflow in den ersten sechs Monaten 2016 7.4%, verglichen mit 11.4% im Jahr 2015.

Bilanz

Die Bilanz von Givaudan war Ende Juni 2016 weiterhin solide. Die Nettoverschuldung stieg von CHF 677 Millionen im Dezember 2015 auf CHF 986 Millionen im Juni 2016. Der Verschuldungsgrad lag bei 21%, im Vergleich zu 15% am Jahresende 2015. Diese Zunahme war in erster Linie auf die Dividendenausschüttung in Höhe von CHF 495 Millionen im ersten Quartal 2016 zurückzuführen.

Prognose für 2020: Verantwortungsbewusstes Wachstum. Gemeinsamer Erfolg.

Die Ambition des Unternehmens für 2020 besteht darin, durch profitables, verantwortungsbewusstes Wachstum weiteren Mehrwert zu schaffen. Aufbauend auf dem Erfolg der Strategie für die Jahre 2011–2015 ruhen die Zielsetzungen von Givaudan bis 2020 auf drei strategischen Säulen: gemeinsam mit unseren Kunden wachsen, qualitativ erstklassige Leistungen erbringen und Partnerschaften für gemeinsamen Erfolg eingehen.

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 Ambition beizubehalten.

Kennzahlen



Genf, 18. Juli 2016

Per 30. Juni abgeschlossenes Halbjahr in Millionen CHF **ausgenommen Gewinn pro Aktie**

	2016	2015 ^b
Konzernverkäufe	2'334	2'184
Verkäufe Riechstoffe	1'132	1'023
Verkäufe Aromen	1'202	1'161
Bruttogewinn	1'093	1'016
in % der Verkäufe	46.8%	46.5%
EBITDA^a	638	566
in % der Verkäufe	27.3%	25.9%
Betriebsgewinn	500	428
in % der Verkäufe	21.4%	19.6%
Konzerngewinn	368	342
in % der Verkäufe	15.7%	15.6%
Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)	40.00	37.15
Gewinn pro Aktie – verwässert (CHF)	39.62	36.69
Cashflow aus operativer Tätigkeit	237	341
in % der Verkäufe	10.2%	15.6%
Freier Cashflow	174	248
in % der Verkäufe	7.4%	11.4%

in Millionen CHF, ausgenommen Mitarbeiterzahl

	30. Juni 2016	31. Dezember 2015
Umlaufvermögen	2'278	2'279
Anlagevermögen	3'881	4'003
Total Aktiven	6'159	6'282
Kurzfristige Verbindlichkeiten	1'164	1'014
Langfristige Verbindlichkeiten	2'061	1'853
Eigenkapital	2'934	3'415
Verbindlichkeiten und Eigenkapital gesamt	6'159	6'282
Anzahl Mitarbeitende	10'032	9'907

- a. EBITDA: Earnings Before Interest (and other financial income (expense), net), Tax, Depreciation and Amortisation = Gewinn vor Zinsen (und sonstigem finanziellen Einkommen und Aufwand), Steuern, Abschreibungen und Amortisationen. Dies entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen, Amortisationen sowie der Wertminderung langfristiger Vermögensgegenstände.
- b. Die Vorjahreszahlen wurden aufgrund der frühzeitigen Anwendung von IFRS 9 (siehe Anmerkung 3 im Finanzbericht) angepasst.



Genf, 18. Juli 2016

Division Riechstoffe

Die Verkäufe der Division Riechstoffe betragen CHF 1'132 Millionen, ein Zuwachs von 9.7% auf vergleichbarer Basis und von 10.7% in Schweizer Franken. Induchem mit eingeschlossen lag das Wachstum bei 11.0% in Lokalwährung. Die Verkäufe der am 31. August 2015 akquirierten Induchem beliefen sich im ersten Halbjahr 2016 auf CHF 13 Millionen.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen auf vergleichbarer Basis um 10.4%. In Schweizer Franken erhöhten sich die Gesamtverkäufe von CHF 892 Millionen auf CHF 977 Millionen.

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie stiegen um 11.1% auf vergleichbarer Basis, was einem starken Neugeschäft und einer geringen Erosion zu verdanken war.

Die Verkäufe im Konsumgütergeschäft stiegen infolge des guten Ergebnisses in Wachstumsmärkten und des soliden Zuwachses in reifen Märkten um 10.2% auf vergleichbarer Basis.

Die Verkäufe in den Bereichen Riechstoffingredienzien und Active Beauty erhöhten sich um 5.2% auf vergleichbarer Basis. Die Verkäufe der am 31. August 2015 akquirierten Induchem beliefen sich im ersten Halbjahr 2016 auf CHF 13 Millionen. Induchem mit eingeschlossen lag das Wachstum in den Bereichen Riechstoffingredienzien und Active Beauty bei 14.8% in Lokalwährung.

Der EBITDA erhöhte sich von CHF 244 Millionen in den ersten sechs Monaten 2015 auf CHF 351 Millionen in dieser Berichtsperiode. In den ersten sechs Monaten des Jahres 2016 verbuchte die Division nach einer Änderung bei Pensionsplänen einen einmaligen nicht liquiditätswirksamen Gewinn von CHF 55 Millionen. Zur Erinnerung: Die Division hatte in den ersten sechs Monaten 2015 einmalige nicht liquiditätswirksame Aufwendungen von CHF 12 Millionen. Die EBITDA-Marge lag 2016 bei 31.0%, verglichen mit 23.8% im Jahr 2015.

Der Betriebsgewinn wuchs von CHF 181 Millionen im Vorjahreszeitraum um 59% auf CHF 287 Millionen im Jahr 2016. Die Betriebsgewinnmarge erhöhte sich 2016 gegenüber dem Vorjahr von 17,7% auf 25,4%.

Luxusparfümerie

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie stiegen um 11,1% auf vergleichbarer Basis. Neue Geschäftsabschlüsse, welche deutlich über dem Vorjahresniveau lagen, und eine geringe Erosion trugen zu der starken Halbjahresleistung bei.

Mit Blick auf die einzelnen Regionen verzeichnete Nordamerika ein zweistelliges Wachstum. Dies war vor allem den Neueinführungen sowie der anhaltend starken Leistung der bestehenden Produkte zu verdanken. Lateinamerika verzeichnete solide Zuwachsraten mit Neugeschäften und Volumengewinnen bei einer Reihe von bestehenden Kunden, die für solide Ergebnisse sorgten. Die Gewinne in Nord- und Lateinamerika wurden teilweise durch niedrigere Absatzzahlen in den Regionen Europa, Afrika, Naher Osten (EAME) und Asien wieder ausgeglichen, wo die Leistungsverbesserung im zweiten Quartal den bescheidenen Jahresauftakt nicht wettmachen konnte.



Genf, 18. Juli 2016

Bei der Verleihung der wichtigsten Branchenauszeichnungen in den USA und Europa wurden unter anderem folgende Parfüms von Givaudan ausgezeichnet: Tom Ford Noir Pour Femme, Tom Ford Venetian Bergamot, Valentino Donna, Narciso Rodriguez L'Absolu, James Bond 007 for Women, Bottega Veneta Pour Homme Extreme, Armani Privè Ambre Eccentrico, La Collection 34 und Prada Infusion d'OeUILlet.

Konsumgüter

Die Verkäufe im Bereich Konsumgüter stiegen um 10.2% auf vergleichbarer Basis, was auf das zweistellige Plus in Wachstumsmärkten und den soliden Zuwachs in reifen Märkten zurückzuführen war. Zu diesem Ergebnis trugen alle Kundengruppen und Produktsegmente bei.

Lateinamerika erwirtschaftete zweistellige Zuwachsraten bei allen Kundengruppen und Produktsegmenten. Auch Asien konnte ein zweistelliges Wachstum verzeichnen, das von allen Teilregionen getragen wurde und sich auf alle Produktsegmente und Kundengruppen erstreckte. In Europa, Afrika und dem Nahen Osten wurde der Anstieg der Verkaufszahlen durch die guten Ergebnisse bei lokalen, regionalen sowie globalen Kunden angetrieben. In Afrika und im Nahen Osten wurde ein zweistelliges Wachstum erzielt, das von allen Produktsegmenten und Teilregionen getragen wurde. In Nordamerika verzeichneten die Verkäufe gegenüber dem Vorjahr einen weiteren Anstieg, der vor allem durch lokale und regionale Kunden angekurbelt wurde. Im Haushaltspflegesegment konnten hohe Verkaufszahlen verbucht werden.

Auf Ebene der Produktsegmente stiegen die Verkäufe in allen Segmenten. Das Umsatzwachstum wurde angeführt vom Textilpflegesegment mit zweistelligen Zuwachsraten, gefolgt vom Haushaltspflegesegment. Auch die Segmente Mund- und Körperpflege trugen zum Wachstum bei.

Riechstoffingredienzien und „Active Beauty“

Die Verkäufe in den Bereichen Riechstoffingredienzien und Active Beauty stiegen um 5.2% auf vergleichbarer Basis. Die Verkäufe der am 31. August 2015 akquirierten Induchem beliefen sich im ersten Halbjahr 2016 auf CHF 13 Millionen. Die Sparte Riechstoffingredienzien erwirtschaftete in den europäischen und asiatischen Märkten ein starkes Verkaufswachstum. Der Absatz in Lateinamerika lag hingegen unter dem Vorjahresniveau. Induchem mit eingeschlossen lag das Wachstum in den Bereichen Riechstoffingredienzien und Active Beauty bei 14.8% in Lokalwährung.

Division Aromen

Die Division Aromen verzeichnete in den ersten sechs Monaten 2016 Verkäufe von CHF 1'202 Millionen, was einem Anstieg von 3.0% auf vergleichbarer Basis und 3.5% in Schweizer Franken entspricht.

Die Neugeschäfte und die Ausweitung des bestehenden Geschäfts in den Wachstumsmärkten von Argentinien und Brasilien in Lateinamerika sowie Indien, Indonesien, Thailand und Vietnam in der Region Asien-Pazifik wirkten sich positiv auf das Verkaufswachstum aus. Die reifen Märkte in Japan, Korea und Australien erzielten gute Ergebnisse. Europa und Afrika erholten sich im zweiten Quartal trotz der schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen in Westeuropa und der Subsahara-Region. Nordamerika schnitt gegenüber den hohen Vergleichszahlen im Vorjahreszeitraum mit einem soliden Ergebnis ab. Milchprodukte, kulinarische Aromen und Snacks trugen zum Gesamtwachstum bei.



Genf, 18. Juli 2016

Der EBITDA sank von CHF 322 Millionen in den ersten sechs Monaten 2015 in diesem Berichtszeitraum auf CHF 287 Millionen. Die EBITDA-Marge fiel von 27.8% im Vorjahr auf 23.9% im Jahr 2016. Zur Erinnerung: In den ersten sechs Monaten des Jahres 2015 verzeichnete die Division einen einmaligen nicht liquiditätswirksamen Nettogewinn von CHF 32 Millionen. Der Betriebsgewinn verringerte sich 2016 von CHF 247 Millionen im Vorjahr auf CHF 213 Millionen. Die Betriebsgewinnmarge nahm 2016 gegenüber dem Vorjahr von 21,3% auf 17,7% ab.

Am 23. Mai 2016 gab Givaudan ihre Absicht bekannt, im Rahmen ihrer 2020 Strategie zur Stärkung ihrer Fähigkeiten im Bereich der integrierten Lösungen für kulinarische Aromen den Geschäftsbereich Spicetec Flavors & Seasonings von ConAgra Foods zu akquirieren. Da die Transaktion noch nicht abgeschlossen ist, hat die beabsichtigte Akquisition keinen Einfluss auf die Finanzergebnisse per Ende Juni 2016.

Asien-Pazifik

Die Verkäufe der Region Asien-Pazifik stiegen um 4.8% auf vergleichbarer Basis, vor allem dank der Expansion in den Wachstumsmärkten in Indien, Indonesien, Thailand und Vietnam. Die reifen Märkte in Japan, Korea und Australien erzielten gute Ergebnisse. Snacks und Süßwaren erreichten dank des Ausbaus des bestehenden Geschäftsportfolios ein zweistelliges Wachstum, während in den Bereichen Milchprodukte und kulinarische Aromen Neugeschäfte das Verkaufswachstum anführten.

Europa, Afrika und Naher Osten

Die Verkäufe sanken um 0.7% auf vergleichbarer Basis. Trotz des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds konnte die Region im zweiten Quartal eine Zuwachsrate von 2.0% erzielen. Geringere Verkaufszahlen in der Subsahara-Region belasteten die Wachstumsmärkte in Afrika, während die Zuwächse in Osteuropa durch die Entwicklung in Russland neutralisiert wurden. Die reifen Märkte in Westeuropa litten unter Verkaufsrückgängen in Deutschland, Frankreich und Grossbritannien. Snacks und Süßwaren wuchsen infolge von Neugeschäften.

Lateinamerika

Die Verkäufe stiegen um 16.7% auf vergleichbarer Basis, wobei Argentinien, Brasilien und Kolumbien besonders herausragten. In allen Segmenten wurden neue Geschäftsabschlüsse und Zuwächse im bestehenden Geschäft verzeichnet. Wachstumstreiber waren die Sparten Getränke und Snacks.

Nordamerika

Die Verkäufe in der Region Nordamerika stiegen um 0.4% auf vergleichbarer Basis. Neugeschäfte und Zuwächse im bestehenden Geschäft in den Sparten Milchprodukte, kulinarische Aromen und Süßwaren wurden durch geringere Umsätze im Getränkesegment neutralisiert, welches im Vorjahr ein starkes Wachstum verzeichnet hatte.

Veränderungen in der Geschäftsleitung

Givaudan gibt per 1. August 2016 folgende Veränderungen in der Geschäftsleitung bekannt: Adrien Gonckel, Chief Information Officer, wird in den Ruhestand treten. Anne Tayac, derzeit Head of Fragrance Operations, wird zum Mitglied der Geschäftsleitung ernannt. Sie wird für die Entwicklung, Umsetzung und Leitung einer globalen Organisation für Unternehmensdienstleistungen und -lösungen verantwortlich sein.



Genf, 18. Juli 2016

Adrien Gonckel wird nach einer beachtlichen 43-jährigen Karriere, während der er verschiedene leitende Führungspositionen in den IT-Abteilungen von Roche, Roure und Givaudan innehatte, in den Ruhestand treten. Während seiner Tätigkeit leitete Adrien Gonckel erfolgreich die SAP-Implementierung, wandelte die IT-Abteilung in eine globalisierte Organisation um und entwickelte sie nach führenden Standards weiter. Diese Erfolge sind dem Geschäftsverständnis von Adrien Gonckel und der Unterstützung durch das ihm aufgebaute starke Team zu verdanken. Fabien Jaunault, derzeit Head of IT Demand, wird zum Head of Global Information Management & Technology (IM&T) ernannt. In dieser Position ist er für die Innovationsstrategie und das Tagesgeschäft des Unternehmens im Bereich Informationsmanagement und -technologie verantwortlich.

Als Head of Givaudan Business Solutions wird **Anne Tayac** für die Entwicklung von Givaudan Business Solutions (GBS), einer globalen Organisation für Unternehmensdienstleistungen und -lösungen, verantwortlich sein, die schrittweise eingeführt werden soll, um die strategische Säule der 2020 Strategie von Givaudan "Qualitativ erstklassige Leistungen erbringen" zu unterstützen. Givaudan ist bestrebt, auf die sich schnell verändernden Konsumentenwünsche und Markttrends zu reagieren, flexibel zu sein und ein überragendes Kundenerlebnis zu bieten. Die Einführung von Givaudan Business Solutions (GBS) unterstützt das Unternehmen bei der Umsetzung dieses Bestrebens. Die interne Komplexität wird reduziert, den Divisionen und Unternehmensfunktionen werden erstklassige Unternehmensprozesse, -dienstleistungen und -lösungen bereitgestellt und die Exzellenz innerhalb der Organisation wird gefördert. Global IM&T unter der Leitung von Fabien Jaunault ist die erste Funktion, die ab August 2016 in Givaudan Business Solutions integriert wird.

Anne Tayac ist französische Staatsbürgerin und wurde 1968 geboren. Sie begann ihre Karriere in der Qualitätssicherung der Aromen- und Riechstoffindustrie und stiess 1996 zu Givaudan. Sie übernahm Positionen mit zunehmender Verantwortung in den Bereichen Qualitätsmanagement, Kundenbetreuung, Change Management in SAP-Umgebungen und Supply Chain Excellence bei Aromen und Riechstoffen. Zuletzt war sie für die Leitung der Global Fragrance Operations verantwortlich. Anne Tayac besitzt einen Master im Studiengang Aromen und Riechstoffe von der Technischen Universität in Le Havre, Frankreich, sowie einen Master im Studiengang Analytische Kontrolle und Qualität von der Technischen Universität in Marseille, Frankreich.

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

Der Halbjahresbericht 2016 steht auf der Webseite von Givaudan unter www.givaudan.com zur Verfügung. Eine Telefonkonferenz wird am Montag, 18. Juli 2016 um 15.00 Uhr (MEZ) auf www.givaudan.com übertragen.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Peter Wullschleger, Givaudan Media and Investor Relations

T +41 22 780 90 93

E peter_b.wullschleger@givaudan.com