



Medienmitteilung

Genf, 11. April 2017

Verkäufe im ersten Quartal 2017 Guter Jahresbeginn

In den ersten drei Monaten des Jahres 2017 erzielte Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 1'242 Millionen, was gegenüber dem Vorjahr einem Anstieg von 3,5% auf vergleichbarer Basis und von 7,7% in Schweizer Franken entspricht.

Givaudan begann das Jahr mit einer guten Geschäftsdynamik und konnte das hohe Niveau in ihrer Projektpipeline und bei ihren Geschäftsabschlussraten beibehalten. Das gute Wachstum wurde trotz der starken Vergleichszahlen erzielt, die im entsprechenden Vorjahreszeitraum 2016 insbesondere in der Division Riechstoffe verzeichnet wurden. In Zusammenarbeit mit seinen Kunden setzt das Unternehmen nach wie vor Preiserhöhungen durch, um den Anstieg der Produktionskosten auszugleichen.

Givaudan bekräftigt ihre Ambition für 2020, durch profitables, verantwortungsbewusstes Wachstum weiteren Mehrwert zu schaffen. Aufbauend auf dem ersten Jahr dieses aktuellen Strategiezyklus, der 2016 begann, beruhen die Zielsetzungen von Givaudan bis 2020 auf drei strategischen Säulen: gemeinsam mit ihren Kunden wachsen, qualitativ erstklassige Leistungen erbringen und Partnerschaften für gemeinsamen Erfolg eingehen.

Ehrgeizige Finanzziele bleiben ein wesentlicher Bestandteil der Strategie von Givaudan. Wir wollen den Markt mit einem Verkaufswachstum 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. Darüber hinaus beabsichtigt Givaudan, die bestehende Dividendenpraxis im Rahmen der 2020 Ambition beizubehalten.

Verkäufe Januar – März

In Mio. CHF	Veränderung in %			
	2017	2016	in CHF	LFL*
Konzernverkäufe	1'242	1'152	7,7	3,5
Verkäufe Riechstoffe	576	561	2,6	2,1
Verkäufe Aromen	666	591	12,6	4,8
Reife Märkte	708	628	12,7	4,9
Wachstumsmärkte	534	524	1,7	1,8

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





Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe erzielte Verkäufe von CHF 576 Millionen, was einem Wachstum von 2,1% auf vergleichbarer Basis und einem Anstieg von 2,6% in Schweizer Franken entspricht.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen auf vergleichbarer Basis um 2,7%. In Schweizer Franken erhöhten sich die Verkäufe um 3,4%, d.h. von CHF 483 Millionen im Jahr 2016 auf CHF 499 Millionen im Jahr 2017.

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie stiegen um 0,9% auf vergleichbarer Basis gegenüber hohen Vergleichszahlen im Vorjahr, insbesondere in Nord- und Lateinamerika. Starke Zuwächse in Westeuropa, dem Nahen Osten und Asien basierten auf einer Kombination aus neuen Geschäftsabschlüssen und organischem Wachstum im etablierten Portfolio. Sie machten die rückläufigen Verkäufe in den Regionen Nordamerika und Lateinamerika mehr als wett.

Die Verkäufe im Bereich Konsumgüter stiegen um 3,2% auf vergleichbarer Basis gegenüber den starken Vergleichszahlen des Vorjahres. Angeführt wurde das Wachstum durch internationale Kunden in reifen sowie wachstumsstarken Märkten.

Die Verkäufe in Lateinamerika erhöhten sich gegenüber den zweistelligen Zuwächsen des Vorjahres, gestützt auf die Ergebnisse, die bei lokalen und regionalen Kunden erreicht wurden. Asien wies im Vergleich zu den hohen Vergleichswerten des Vorjahres leicht rückläufige Verkäufe aus. In Europa, Afrika und dem Nahen Osten stiegen die Verkäufe dank einer soliden Leistung in sämtlichen Unterregionen und allen wichtigen Produktsegmenten. Nordamerika verzeichnete in allen Kundengruppen ein zweistelliges Wachstum und einen starken Anstieg im Segment Haushaltspflege, gefolgt von den Segmenten Körper- und Mundpflege.

Auf der Ebene der Produktsegmente wurde das Wachstum durch ein zweistelliges Plus im Segment Haushaltspflege in allen Kategorien vorangetrieben. Die Segmente Körper- und Mundpflege trugen ebenfalls zum Wachstum bei.

Die Verkäufe in den Bereichen Riechstoff- und Kosmetik-Ingredienzien sanken um 1,7% auf vergleichbarer Basis. Der Bereich Riechstoffingredienzien registrierte rückläufige Gesamtverkäufe, was auf die geringere Volumennachfrage zu Beginn des Jahres zurückzuführen war. Der Bereich Kosmetikingredienzien startete hingegen mit zweistelligen Verkaufszuwächsen gut ins Jahr.



Division Aromen

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 666 Millionen, was einem Wachstum von 4.8% auf vergleichbarer Basis und einem Anstieg von 12,6% in Schweizer Franken entspricht. Unter Einschluss von Spicetec, die im August 2016 erworben wurde, und Activ International, deren Akquisition im Januar 2017 erfolgte, belief sich das Wachstum in lokaler Währung auf 14.1%.

Die Verkäufe wurden von neuen Geschäftsabschlüssen und einer starken Geschäftsdynamik in Nordamerika, Europa sowie im Nahen Osten und Afrika getragen.

Das Wachstum in Asien-Pazifik fiel aufgrund der geringeren Verkaufsdynamik in China bescheidener aus, während der Rückgang in Lateinamerika den starken Vergleichszahlen des Jahres 2016 zuzuschreiben war.

Nach Segmenten betrachtet trugen sowohl Milchprodukte und Getränke als auch kulinarische Aromen und Süswaren zu den positiven Verkaufszahlen bei.

Die Verkäufe in der Region Asien-Pazifik stiegen um 2,0% auf vergleichbarer Basis. Südostasien verzeichnete dank neuer Geschäftsabschlüsse und dem Ausbau des bestehenden Geschäfts ein gutes Wachstum. Dieses wurde aber durch das langsamere Wachstum in China und Indien wieder aufgehoben. Die reifen Märkte setzten ihr Wachstum fort, wobei Ozeanien und Japan speziell starke Ergebnisse registrierten.

Die Verkäufe in Europa, Afrika und im Nahen Osten erhöhten sich um 6,1% auf vergleichbarer Basis. Unterstützt wurden die Ergebnisse in der Region durch das zweistellige Wachstum in den wachstumsstarken Märkten Afrikas und des Nahen Ostens sowie das gute Wachstum in Russland und der Türkei. In den reifen Märkten Westeuropas leisteten Grossbritannien, Deutschland und Frankreich einen Beitrag zur positiven Verkaufsentwicklung der Division.

Die Verkäufe in Lateinamerika sanken um 3,4% auf vergleichbarer Basis gegenüber hohen Vergleichswerten der Vorjahresperiode. Die positive Verkaufsdynamik in Argentinien und Mexiko wurde durch den Einfluss der hohen Vergleichszahlen des ersten Quartals 2016 in Brasilien neutralisiert.

Die Verkäufe in Nordamerika stiegen um 9,2% auf vergleichbarer Basis. Angeführt wurde das starke Wachstum, das vor dem Hintergrund schwächerer Vergleichszahlen im Jahr 2016 erzielt wurde, durch Milchprodukte und Getränke infolge neuer Geschäftsabschlüsse und des Wachstums im bestehenden Geschäft.

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