



Medienmitteilung

Genf, 20. Juli 2017

Halbjahresergebnisse 2017 Nachhaltig gute Ergebnisse

- Verkäufe von CHF 2'483 Millionen, ein Anstieg um 2.3% auf vergleichbarer Basis und 6.4% in Schweizer Franken
- Projektpipeline und Geschäftsabschlussraten weiterhin auf hohem Niveau
- EBITDA lag 2017 bei CHF 597 Millionen
- EBITDA-Marge sank auf 24.0% von 27.3% im Jahr 2016
- Nettogewinn von CHF 384 Millionen, eine Zunahme von 4.5% gegenüber dem Vorjahr
- Freier Cashflow von 5.3% der Verkäufe, im Vergleich zu 7.4% im Jahr 2016
- Beginn der Implementierungsphase von Givaudan Business Solutions

Geschäftsergebnis

Im ersten Halbjahr 2017 verzeichnete Givaudan Verkäufe von CHF 2'483 Millionen, was einem Anstieg von 2.3% auf vergleichbarer Basis und 6.4% in Schweizer Franken entspricht.

Die Verkäufe der Division Riechstoffe betrugen CHF 1'137 Millionen, ein Zuwachs von 0.1% auf vergleichbarer Basis und 0.4% in Schweizer Franken.

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 1'346 Millionen, die sich damit um 4.4% auf vergleichbarer Basis und 12.0% in Schweizer Franken erhöhten.

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

Bruttogewinn

Der Bruttogewinn stieg um 3.6% von CHF 1'093 Millionen im Jahr 2016 auf CHF 1'132 Millionen in 2017. Die Auswirkungen der im Juli 2016 durchgeführten Akquisition des Spicetec-Geschäfts konnten durch anhaltende Produktivitätsgewinne teilweise ausgeglichen werden. Die Bruttomarge sank von 46.8% im Jahr 2016 auf 45.6% im Jahr 2017.

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

Der EBITDA sank von CHF 638 Millionen in der Vorjahresperiode um 6.5% auf CHF 597 Millionen. Der Konzern behält seine strikte Kostenkontrolle bei. 2017 entstanden dem Konzern Kosten in Höhe von CHF 24 Millionen in Verbindung mit der Implementierung von 'Givaudan Business Solutions'.





Genf, 20. Juli 2017

Zur Erinnerung: In den ersten sechs Monaten des Jahres 2016 verzeichnete der Konzern im Zusammenhang mit einer Änderung bei den Pensionsplänen einen einmaligen nicht liquiditätswirksamen Nettogewinn von CHF 55 Millionen. Der EBITDA in Lokalwährung sank um 5.3%. Die EBITDA-Marge lag 2017 bei 24.0%, verglichen mit 27.3% im Jahr 2016.

Betriebsgewinn

Der Betriebsgewinn sank von CHF 500 Millionen in der Vorjahresperiode um 2.3% auf CHF 489 Millionen. Der Betriebsgewinn in Lokalwährungen verringerte sich um 0.9%. Die Betriebsgewinnmarge ging von 21.4% im Vorjahr auf 19.7% zurück.

Finanzergebnis

Die Finanzierungskosten betragen im ersten Halbjahr 2017 CHF 21 Millionen, gegenüber CHF 27 Millionen im Vorjahreszeitraum, wobei die niedrigeren Zinsen den Anstieg der Konzernnettoverschuldung kompensierten. Der übrige Nettofinanzaufwand betrug im Jahr 2017 CHF 17 Millionen, verglichen mit CHF 18 Millionen im Jahr 2016.

Der Ertragssteueraufwand der Zwischenbilanz lag 2017 bei 15% des Gewinns vor Steuern, im Vergleich zu 19% im Vorjahreszeitraum.

Konzerngewinn

Der Nettogewinn für die ersten sechs Monate des Jahres 2017 betrug CHF 384 Millionen, was verglichen mit den CHF 368 Millionen im Vorjahr einem Anstieg um 4.5% entspricht. Daraus ergibt sich eine Nettogewinnmarge von 15.5%, gegenüber 15.7% im Jahr 2016. Der Gewinn pro Aktie betrug CHF 41.70, nach CHF 40.00 im Vorjahreszeitraum.

Cashflow

Givaudan erzielte in den ersten sechs Monaten 2017 einen Cashflow aus operativer Tätigkeit von CHF 269 Millionen, gegenüber CHF 237 Millionen im Jahr 2016.

Das Betriebskapital lag relativ stabil bei 27.4% der Verkäufe, im Vergleich zu 26.9% im Jahr 2016.

Die Gesamtnettoinvestitionen in Sachanlagen beliefen sich auf CHF 96 Millionen, gegenüber CHF 33 Millionen im Jahr 2016, in erster Linie bedingt durch den Zeitpunkt von zwei grossen Investitionsprojekten in der Schweiz und in Indien. 2017 wurden CHF 27 Millionen in den Erwerb immaterieller Anlagewerte investiert, im Vergleich zu CHF 12 Millionen im Jahr 2016. Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte beliefen sich auf 5.0% der Verkäufe, verglichen mit 1.9% im Jahr 2016.

Der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen betrug CHF 146 Millionen, gegenüber einem Vorjahreswert von CHF 192 Millionen. Der freie Cashflow – definiert als der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Investitionen und Zinszahlungen – belief sich im ersten Halbjahr 2017 auf CHF 132 Millionen, nach CHF 174 Millionen im Vergleichszeitraum 2016. Als Prozentsatz der Verkäufe betrug der freie Cashflow in den ersten sechs Monaten 2017 5.3%, verglichen mit 7.4% im Jahr 2016.



Genf, 20. Juli 2017

Finanzlage

Die Finanzlage von Givaudan war Ende Juni 2017 weiterhin solide. Die Nettoverschuldung stieg von CHF 930 Millionen im Dezember 2016 auf CHF 1'429 Millionen im Juni 2017. Der Verschuldungsgrad lag bei 28%, im Vergleich zu 19% am Jahresende 2016. Die Hauptgründe für die Zunahme des Verschuldungsgrades hängen mit den jüngsten Akquisitionen des Konzerns, dem Zeitpunkt der mit grösseren Investitionsprojekten zusammenhängenden Ausgaben und der Zahlung der Dividende in Höhe von CHF 515 Millionen im ersten Quartal 2017 zusammen.

In den ersten sechs Monaten 2017 refinanzierte der Konzern seine revolvingierende Kreditfazilität in Höhe von CHF 750 Millionen, ein Jahr vor Fälligkeit der bisherigen Fazilität.

Givaudan Business Solutions

Wie im Juli 2016 bekannt gegeben und in Übereinstimmung mit der Strategie für 2020 beginnt der Konzern nun die Implementierungsphase von Givaudan Business Solutions (GBS), einer globalen Einheit, die erstklassige interne Prozesse und Dienstleistungen erbringen soll.

GBS wird die interne Effizienz erhöhen und praxisbewährte Verfahren aus dem gesamten Unternehmen nutzen, was dem Konzern weiterhin ermöglichen wird, erstklassige Leistungen zu erbringen.

Der Konzern wird bis Mitte 2020 CHF 170 Millionen in die neue GBS-Einheit und die neue Arbeitsweise investieren. Nach der endgültigen Implementierung wird die Investition jährlich Einsparungen in Höhe von CHF 60 Millionen erbringen und es Givaudan ermöglichen, weiterhin in Wachstum und Innovation zu investieren.

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. Darüber hinaus beabsichtigt Givaudan, die bestehende Dividendenpraxis im Rahmen der 2020 Ambition beizubehalten.



Genf, 20. Juli 2017

Kennzahlen

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

	2017	2016
Konzernverkäufe	2'483	2'334
Verkäufe Riechstoffe	1'137	1'132
Verkäufe Aromen	1'346	1'202
Bruttogewinn	1'132	1'093
in % der Verkäufe	45.6%	46.8%
EBITDA^a	597	638
in % der Verkäufe	24.0%	27.3%
Betriebsgewinn	489	500
in % der Verkäufe	19.7%	21.4%
Konzerngewinn	384	368
in % der Verkäufe	15.5%	15.7%
Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)	41.70	40.00
Gewinn pro Aktie – verwässert (CHF)	41.37	39.62
Cashflow aus operativer Tätigkeit	269	237
in % der Verkäufe	10.8%	10.2%
Freier Cashflow	132	174
in % der Verkäufe	5.3%	7.4%

in Millionen CHF, ausgenommen Anzahl Mitarbeitende	30. Juni 2017	31. Dezember 2016
Umlaufvermögen	2'428	2'343
Anlagevermögen	4'189	4'171
Vermögenswerte gesamt	6'617	6'514
Kurzfristige Verbindlichkeiten	1'641	959
Langfristige Verbindlichkeiten	1'916	2'262
Eigenkapital	3'060	3'293
Verbindlichkeiten und Eigenkapital gesamt	6'617	6'514
Mitarbeiterzahl	10'701	10'476

- 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 langlebiger Vermögensgegenstände.



Genf, 20. Juli 2017

Per 30. Juni abgeschlossenes Halbjahr in Millionen CHF

Verkäufe

	2016 Verkäufe	LFL	Auswirkung der Akquisition	Währung	2017 Verkäufe	Veränderung in %	
						LFL*	in CHF
Konzern	2'334	54	111	(16)	2'483	2.3%	6.4%
Riechstoffe	1'132	1	-	4	1'137	0.1%	0.4%
Aromen	1'202	53	111	(20)	1'346	4.4%	12.0%

LFL = Like-for-like (auf vergleichbarer Basis) ohne Währungseinflüsse und ohne die Auswirkungen von Akquisitionen und Veräusserungen.

Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe erzielte Verkäufe in Höhe von CHF 1'137 Millionen, was einem Anstieg von 0.1% auf vergleichbarer Basis und 0.4% in Schweizer Franken entspricht, gegenüber einem Plus von 9.7% bzw. 10.7% im Vorjahreszeitraum.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen auf vergleichbarer Basis um 0.6%, im Vergleich zu 10.4% im Jahr 2016. In Schweizer Franken erhöhten sich die Gesamtverkäufe von CHF 977 Millionen auf CHF 987 Millionen.

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie sanken um 0.4% auf vergleichbarer Basis gegenüber starken 11.1% aus dem Vorjahr.

Die Verkäufe im Konsumgütergeschäft stiegen um 0.8% auf vergleichbarer Basis gegenüber starken 10.2% des Vorjahres, insbesondere in wachstumsstarken Märkten.

In den Bereichen Riechstoffingredienzien und Active Beauty sanken die Verkäufe von 2.7% auf vergleichbarer Basis. Dabei verzeichnete Active Beauty ein gutes Verkaufswachstum, während der Bereich Riechstoffingredienzien niedrigere Verkäufe als im Vorjahr erzielte.

Der EBITDA sank von CHF 351 Millionen in den ersten sechs Monaten 2016 auf CHF 276 Millionen in dieser Berichtsperiode. In den ersten sechs Monaten des Jahres 2017 verbuchte die Division im Zusammenhang mit dem GBS-Projekt Kosten in Höhe von CHF 24 Millionen. Zur Erinnerung: In den ersten sechs Monaten des Jahres 2016 wies die Division infolge einer Änderung bei den Pensionsplänen einen einmaligen nicht liquiditätswirksamen Gewinn von CHF 55 Millionen aus. Die EBITDA-Marge sank von 31.0% in 2016 auf 24.2% in 2017.

Der Betriebsgewinn sank gegenüber 2016 von CHF 287 Millionen auf CHF 231 Millionen, was einem Rückgang um 19,7% entspricht. Die Betriebsgewinnmarge ging von 25.4% im Vorjahr auf 20.3% zurück.



Genf, 20. Juli 2017

Luxusparfümerie

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie sanken um 0.4% auf vergleichbarer Basis, gegenüber den starken Ergebnissen mit zweistelligem Wachstum im Vorjahreszeitraum. Die soliden Neugeschäfte wurden durch die stärkere Erosion in wichtigen Märkten ausgeglichen.

Auf regionaler Basis wurde das in den reifen Märkten erzielte Wachstum durch die schwächeren Verkäufe in wachstumsstarken Märkten aufgehoben. In den reifen Märkten wurde das Verkaufswachstum in Westeuropa durch einen starken Zuwachs an Neugeschäften und im bestehenden Geschäft positiv beeinflusst. Dieses Wachstum konnte die im Vergleich zu den besonders starken Vorjahreszahlen gesunkenen Verkaufszahlen in Nordamerika mehr als ausgleichen. In den wachstumsstarken Märkten konnte eine Kombination von Neugeschäften und Volumensteigerungen in Asien und dem Nahen Osten den Verkaufsrückgang in Lateinamerika in einem schwachen Marktumfeld nicht ausgleichen.

Bei der Verleihung der wichtigsten Branchenauszeichnungen in den USA und Europa wurden unter anderem folgende Parfüms von Givaudan ausgezeichnet: Tom Ford Soleil Blanc, Tom Ford Vert D'Encens, Tom Ford Vert des Bois, John Varvatos Artisan Blu und Comme Des Garçons Black Pepper. Darüber hinaus wurde Narciso Rodriguez For Her bei der Preisverleihung in Frankreich als bester Damenduft der letzten 25 Jahre ausgezeichnet.

Konsumgüter

Die Verkäufe im Konsumgütergeschäft stiegen um 0,8% auf vergleichbarer Basis gegenüber den starken Vorjahreszahlen, insbesondere in wachstumsstarken Märkten. Neben allen Kundengruppen und Produktsegmenten in den reifen Märkten trugen auch die internationalen Kunden in den wachstumsstarken Märkten zum Wachstum bei.

Die Verkäufe in Lateinamerika erhöhten sich gegenüber den zweistelligen Zuwächsen des Vorjahres, gestützt auf die starken Ergebnisse, die bei lokalen und regionalen Kunden in sämtlichen Unterregionen erreicht wurden. Die Verkäufe in Asien gingen im Vergleich zu den zweistelligen Vorjahreszahlen zurück, in erster Linie bedingt durch einen Rückgang in Nord- und Südostasien, während die Unterregion Südasiens zweistelliges Wachstum verzeichnete. In Europa, Afrika und dem Nahen Osten stiegen die Verkäufe in sämtlichen Kundengruppen und allen wichtigen Produktsegmenten. Die Region Nordamerika erzielte in sämtlichen Kundengruppen und in den wichtigsten Produktsegmenten solides Wachstum.

Auf der Ebene der Produktsegmente war der Verkaufsanstieg durch das starke Wachstum im Segment Haushaltspflege bedingt, gefolgt vom Segment Mundpflege.

Riechstoffingredienzien und Active Beauty

In den Bereichen Riechstoffingredienzien und Active Beauty sanken die Verkäufe um 2.7% auf vergleichbarer Basis. Active Beauty verzeichnete gute Verkäufe, in erster Linie zurückzuführen auf lokale und regionale Kunden in den wichtigsten Regionen. Allerdings konnte dadurch der Rückgang der Verkäufe bei den Riechstoffingredienzien nicht ausgeglichen werden.



Genf, 20. Juli 2017

Division Aromen

Die Division Aromen verzeichnete in den ersten sechs Monaten 2017 Verkäufe von CHF 1'346 Millionen, was einem Anstieg von 4.4% auf vergleichbarer Basis und einem Anstieg von 12.0% in Schweizer Franken gegenüber dem Vorjahr entspricht. Unter Einschluss von Spicetec, die im Juli 2016 erworben wurde, und Activ International, deren Akquisition im Januar 2017 erfolgte, belief sich das Wachstum in lokaler Währung auf 13.6%.

Die Umsatzentwicklung wurde von Neugeschäften und der Ausweitung des bestehenden Geschäfts in Nordamerika, Europa, im Nahen Osten und Afrika sowie in Asien getragen.

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

Der EBITDA stieg von CHF 287 Millionen in den ersten sechs Monaten 2016 in diesem Berichtszeitraum auf CHF 321 Millionen. Die EBITDA-Marge lag mit 23.9% 2017 auf dem gleichen Niveau wie im Vorjahreszeitraum. Dabei konnte die margenerwässernde Wirkung der erworbenen Unternehmen durch konsequente Kostenkontrolle ausgeglichen werden. Der Betriebsgewinn legte 2017 von CHF 213 Millionen im Vorjahr auf CHF 258 Millionen zu. Die Betriebsgewinnmarge stieg 2017 gegenüber dem Vorjahr von 17.7% auf 19.2%.

Asien-Pazifik

Die Verkäufe in der Region Asien-Pazifik stiegen um 1.9% auf vergleichbarer Basis, getragen von den wachstumsstarken Märkten Indien, Thailand und den Philippinen, die die geringere Verkaufsdynamik in China ausgleichen konnten. Die reifen Märkte in Japan, Australien und Singapur erzielten gute Ergebnisse. Aus Sicht der Segmente verzeichneten Milchprodukte, Süßwaren und Getränke gutes Wachstum, hauptsächlich aufgrund von Neugeschäften.

Europa, Afrika und Naher Osten

Die Verkäufe stiegen um 4.7% auf vergleichbarer Basis, mit zweistelligem Wachstum in der Türkei, Ägypten, Südafrika und Nigeria und einstelligem Wachstum in den Märkten Mittel- und Osteuropas, die zu den regionalen Ergebnissen beitrugen. Die reifen Märkte Westeuropas legten in moderater Masse zu, angeführt von Grossbritannien und Italien. Innerhalb der Segmentergebnisse verzeichneten kulinarische Aromen und Getränke gutes Wachstum und trugen zur positiven Entwicklung bei.

Lateinamerika

Die Verkäufe in Lateinamerika sanken um 1.6% auf vergleichbarer Basis gegenüber starken 16.7% im Vorjahreszeitraum. Die gute Verkaufsdynamik in Argentinien und Mexiko wurde dabei vom negativen Wachstum in Brasilien aufgehoben, das 2016 ein starkes erstes Halbjahr verzeichnete.



Genf, 20. Juli 2017

Nordamerika

Die Verkäufe in Nordamerika stiegen um 8.9% auf vergleichbarer Basis gegenüber der schwächeren Vorjahresperiode. Das starke Wachstum war in erster Linie durch Neugeschäfte und die Ausweitung des bestehenden Geschäfts im Bereich Milchprodukte, Getränke und kulinarische Aromen bedingt.

Der Halbjahresbericht 2017 kann unter www.givaudan.com heruntergeladen werden. Eine Telefonkonferenz wird am 20. Juli 2017 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