



Medienmitteilung

Genf, 10. Oktober 2017

Verkäufe Januar bis September 2017 Anhaltend gute Geschäftsdynamik

Geschäftsergebnis

In den ersten neun Monaten des Jahres 2017 erzielte Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 3'757 Millionen, was gegenüber dem Vorjahreszeitraum einem Anstieg von 3.5% auf vergleichbarer Basis¹ und von 6.8% in Schweizer Franken entspricht.

Die Verkäufe der Division Riechstoffe betragen CHF 1'740 Millionen, was einen Zuwachs von 2.2% auf vergleichbarer Basis und 2.5% in Schweizer Franken darstellt.

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 2'017 Millionen, ein Zuwachs von 4.7% auf vergleichbarer Basis und 10.9% in Schweizer Franken.

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 vor starken Vergleichszahlen erzielt, die im entsprechenden Vorjahreszeitraum 2016 insbesondere in der ersten Jahreshälfte und in der Division Riechstoffe verzeichnet worden waren. In Zusammenarbeit mit seinen Kunden setzt das Unternehmen nach wie vor erfolgreich Preiserhöhungen durch, um den Anstieg der Produktionskosten auszugleichen.

Zudem bekräftigt Givaudan 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. In den drei Monaten bis zum 30. September 2017 schloss das Unternehmen erfolgreich die Akquisition von Vika B.V. ab und kündigte die Übernahme der Ernährungssparte der Centroflora Group (Centroflora Nutra) an. Beide Transaktionen sind eng auf die 2020 Strategie von Givaudan abgestimmt.

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 werden als Durchschnitt über den fünfjährigen Zeitraum unseres Strategiezyklus gemessen. Darüber hinaus beabsichtigt Givaudan, die bestehende Dividendenpraxis im Rahmen der 2020 Ambition beizubehalten.





Verkäufe Januar – September 2017

In Millionen Schweizer Franken	2016 Verkäufe	LFL	Auswirkung der Akquisition	Währung	2017 Verkäufe	Veränderung in %	
						LFL ¹	in CHF
Konzern	3'518	121	142	(24)	3'757	3.5%	6.8%
- Riechstoffe	1'699	36		5	1'740	2.2%	2.5%
- Aromen	1'819	85	142	(29)	2'017	4.7%	10.9%

Verkäufe Juli – September 2017

In Millionen Schweizer Franken	2016 Verkäufe	LFL	Auswirkung der Akquisition	Währung	2017 Verkäufe	Veränderung in %	
						LFL ¹	in CHF
Konzern	1'184	67	31	(8)	1'274	5.7%	7.7%
Riechstoffe	567	35		1	603	6.2%	6.5%
Aromen	617	32	31	(9)	671	5.2%	8.7%

Entwicklung der Verkäufe nach Märkten

Januar – September 2017

In Millionen Schweizer Franken	2017	2016	Veränderung in %	
			in CHF	LFL ¹
Reife Märkte	2'143	1'928	11.1%	4.5%
Wachstumsmärkte	1'614	1'590	1.6%	2.2%

Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe verzeichnete in den ersten neun Monaten des Jahres 2017 Verkäufe von CHF 1'740 Millionen, was einem Anstieg von 2.2% auf vergleichbarer Basis und 2.5% in Schweizer Franken entspricht.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen auf vergleichbarer Basis um 2.6%. In Schweizer Franken erhöhten sich die Verkäufe von Riechstoffen um 3.0% von CHF 1'472 Millionen im Vorjahr auf CHF 1'515 Millionen.

Luxusparfümerie

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie stiegen um 4.8% auf vergleichbarer Basis, was einem starken Neugeschäft in allen Kundengruppen zu verdanken war.

Konsumgüter

Im Bereich Konsumgüter stiegen die Verkäufe um 2.0% auf vergleichbarer Basis dank eines Zuwachses sowohl in den reifen Märkten als auch in den Wachstumsmärkten. Alle Kundengruppen in den reifen Märkten trugen zum Wachstum bei. Die Verkäufe in Lateinamerika erhöhten sich gegenüber den zweistelligen Zuwächsen des Vorjahres, gestützt auf die starken Ergebnisse bei lokalen und regionalen Kunden in sämtlichen Unterregionen.



In Asien gingen die Verkäufe insgesamt gegenüber den hohen Vergleichszahlen des Vorjahres zurück, da das zweistellige Wachstum in Südasien die schwächeren Ergebnisse in Nord- und Südostasien nicht ausgleichen konnte. In Europa, Afrika und dem Nahen Osten konnten die Verkäufe in allen Subregionen dank internationaler Kunden und in Europa dank lokaler und regionaler Kunden gesteigert werden. In Nordamerika wurde bei allen Kundengruppen Wachstum erzielt.

Auf der Ebene der Produktsegmente war der Verkaufsanstieg durch das starke Wachstum in den Segmenten Haushaltspflege und Mundpflege bedingt.

Riechstoffingredienzien und Active Beauty

Die Verkäufe von Riechstoffingredienzien und des Bereichs Active Beauty sanken um 0.7% auf vergleichbarer Basis. Die Verkäufe des Bereichs Active Beauty wuchsen dank der starken Verkäufe von aktiven Kosmetik-Inhaltsstoffen zweistellig. Die Verkäufe von Riechstoffingredienzien sanken gegenüber dem Vorjahr aufgrund geringerer Verkäufe bei einigen Schlüsselkunden.

Division Aromen

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 2'017 Millionen, was einem Wachstum von 4.7% auf vergleichbarer Basis und einem Anstieg von 10.9% in Schweizer Franken entspricht. Unter Einschluss von Activ International, die im Januar 2017 erworben wurde, und Vika B.V., deren Akquisition im September 2017 erfolgreich abgeschlossen wurde, belief sich das Wachstum in lokaler Währung auf 12.5%.

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

Asien-Pazifik konnte ein Wachstum verbuchen, während in Lateinamerika die Verkäufe gegenüber den starken Vergleichszahlen des Jahres 2016 rückläufig waren, was vor allem auf die schwierigen Marktbedingungen in Brasilien zurückzuführen war.

Nach Segmenten betrachtet, trugen sowohl Milchprodukte und kulinarische Aromen als auch Getränke zu der positiven Verkaufsentwicklung bei.

Asien-Pazifik

Die Verkäufe in der Region Asien-Pazifik stiegen um 3.4% auf vergleichbarer Basis. In den wachstumsstarken Märkten wirkten sich neue Geschäftsabschlüsse und die Ausweitung des bestehenden Geschäfts in China, Indien, Thailand und den Philippinen positiv auf das Wachstum aus. Das Ergebnis wurde lediglich durch die schwächeren Verkäufe in Indonesien geschmälert. Die reifen Märkte in der Region setzten ihr Wachstum fort, wobei Singapur und Ozeanien speziell starke Ergebnisse registrierten.

Europa, Afrika und Naher Osten

Die Verkäufe in Europa, Afrika und im Nahen Osten erhöhten sich um 4.8% auf vergleichbarer Basis. Unterstützt wurden die Ergebnisse in der Region durch das zweistellige Wachstum in den wachstumsstarken Märkten des Nahen Ostens und Nordafrikas sowie das gute Wachstum in Mittel- und Osteuropa. Die reifen Märkte Westeuropas trugen zum Wachstum bei, wobei Grossbritannien, die Beneluxstaaten, Italien und die iberische Halbinsel gute Ergebnisse erzielten. Nach Segmenten betrachtet leisteten insbesondere die kulinarischen Aromen und Getränke einen Betrag zu den starken Resultaten.



Lateinamerika

Die Verkäufe in Lateinamerika sanken um 2.4% auf vergleichbarer Basis gegenüber einem starken Wachstum von 17.9% im Vergleichszeitraum des Jahres 2016. Die anhaltend positive Verkaufsdynamik in Argentinien und Mexiko wurde durch die Auswirkungen des anspruchsvollen wirtschaftlichen Umfelds in Brasilien neutralisiert.

Nordamerika

Die Verkäufe in Nordamerika stiegen um 8.6% auf vergleichbarer Basis. Das starke Wachstum war in erster Linie durch Neugeschäfte und Wachstum im bestehenden Geschäft in den Bereichen Milchprodukte, Getränke und kulinarische Aromen bedingt.

¹ LFL = Like-for-like (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 and Investor Relations

T +41 22 780 9093

E peter_b.wullschleger@givaudan.com