



Medienmitteilung

Genf, 26. Januar 2018

Ganzjahresresultate 2017 **Starkes Finanzergebnis – Investitionen in die Zukunft**

- Verkäufe von CHF 5.1 Milliarden, ein Anstieg um 4.9% auf vergleichbarer Basis und 8.3% in Schweizer Franken
- EBITDA von CHF 1'089 Millionen
- Nettogewinn von CHF 720 Millionen, eine Zunahme von 11.7% gegenüber dem Vorjahr
- Freier Cashflow von 11.8% der Verkäufe
- Vorgeschlagene Dividende von CHF 58.00 pro Aktie, ein Plus von 3.6% gegenüber dem Vorjahr
- Planmässiger Fortschritt von Givaudan Business Solutions

Geschäftsergebnis

Im Jahr 2017 verzeichnete Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 5'051 Millionen, was gegenüber dem Vorjahr einem Anstieg von 4.9% auf vergleichbarer Basis und einer Steigerung von 8.3% in Schweizer Franken entspricht.

Die Verkäufe der Division Riechstoffe lagen bei CHF 2'343 Millionen und erhöhten sich damit um 4.5% auf vergleichbarer Basis und 5.1% in Schweizer Franken.

Die Verkäufe der Division Aromen lagen bei CHF 2'708 Millionen, was einen Zuwachs von 5.3% auf vergleichbarer Basis und 11.3% in Schweizer Franken bedeutet.

Givaudan schloss das Jahr mit einer guten Geschäftsdynamik ab und konnte das hohe Niveau in ihrer Projektpipeline und bei ihren Geschäftsabschlussraten beibehalten. Das gute Wachstum wurde über alle Produktsegmente und Regionen hinweg erzielt. Auch die kürzlich erworbenen Unternehmen trugen alle positiv zum Ergebnis bei. In Zusammenarbeit mit seinen Kunden setzt das Unternehmen weiterhin erfolgreich Preiserhöhungen durch, um den Anstieg der Produktionskosten vollumfänglich auszugleichen.

Bruttomarge

Die Bruttomarge belief sich 44.5% im Vergleich zu 45.6% im Jahr 2016. Trotz der anhaltenden Produktivitätsgewinne und der Kostendisziplin war der Rückgang der Bruttomarge hauptsächlich auf die Verwässerung infolge der Preismassnahmen zum Ausgleich der gestiegenen Produktionskosten zurückzuführen.

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

Das EBITDA belief sich im Jahr 2017 auf CHF 1'089 Millionen, verglichen zu CHF 1'126 Millionen im Vorjahr und stellt einen Rückgang von 3.3% in Schweizer Franken und 3.8% in Lokalwährung dar. Die EBITDA-Marge belief sich 2017 auf 21.6%, verglichen mit 24.1% im Jahr 2016.





Genf, 26. Januar 2018

Der Rückgang ist grösstenteils Kosten im Zusammenhang mit Givaudan Business Solutions (GBS) zuzuschreiben. Die entsprechenden Ganzjahreskosten beliefen sich auf CHF 107 Millionen, davon CHF 47 Millionen in flüssigen Mitteln, was teilweise durch nicht liquiditätswirksame Gewinne aus Änderungen bei Pensionsplänen in Höhe von CHF 20 Millionen ausgeglichen wurde. Zur Erinnerung: 2016 verzeichnete der Konzern hauptsächlich bedingt durch eine Änderung bei Pensionsplänen einen einmaligen nicht liquiditätswirksamen Nettogewinn von CHF 62 Millionen.

Betriebsgewinn

Der Betriebsgewinn belief sich auf CHF 869 Millionen gegenüber CHF 875 Millionen; dies ist ein Rückgang von 0.8% gegenüber dem Vorjahr. In Lokalwährung verringerte sich der Betriebsgewinn um 1.5%. Die Betriebsgewinnmarge ging von 18.8% im Vorjahr auf 17.2% zurück.

Finanzergebnis

Die Finanzierungskosten betragen 2017 CHF 42 Millionen, verglichen mit CHF 51 Millionen im Vorjahr. Der Konzern konnte sich 2017 weiterhin zu niedrigeren Zinssätzen refinanzieren. 2017 betrug der übrige Nettofinanzaufwand CHF 32 Millionen, gegenüber CHF 40 Millionen im Vorjahr. Die höheren Absicherungskosten wurden durch geringere Wechselkursschwankungen in Märkten, in denen Währungen nicht abgesichert werden konnten, ausgeglichen.

Der Ertragssteueraufwand betrug 9% des Gewinns vor Steuern, gegenüber 18% im Vorjahr, hauptsächlich bedingt durch die geringeren Steueraufwendungen in den USA. Ohne Berücksichtigung einmaliger Posten lag der Ertragssteueraufwand bei 15% des Gewinns vor Steuern.

Konzerngewinn

Der Konzerngewinn stieg von CHF 644 Millionen im Jahr 2016 um 11.7% auf CHF 720 Millionen im Jahr 2017. Daraus ergibt sich eine Nettogewinnmarge von 14.2%, gegenüber 13.8% im Jahr 2016. Der unverwässerte Gewinn pro Aktie stieg von CHF 69.95 im Vorjahr auf CHF 78.18.

Cashflow

Givaudan erzielte 2017 einen Cashflow aus operativer Tätigkeit von CHF 861 Millionen, verglichen mit CHF 805 Millionen im Vorjahr. Als Prozentsatz der Verkäufe blieb das Betriebskapital gegenüber dem Vorjahr im Wesentlichen unverändert.

Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen beliefen sich auf CHF 189 Millionen, verglichen mit CHF 135 Millionen im Jahr 2016. Der Konzern investierte 2017 weiter in sein Wachstum in wachstumsstarken Märkten, insbesondere in eine neue Produktionsstätte für kulinarische Aromen im indischen Pune, in das Zurich Innovation Centre (ZIC) und in Standorte der Division Riechstoffe in Singapur und China.

2017 wurden CHF 53 Millionen in den Erwerb immaterieller Anlagewerte investiert, verglichen mit CHF 40 Millionen im Vorjahr. Dies ist auf weitere Investitionen des Unternehmens in seine IT-Plattform zurückzuführen, unter anderem zur Unterstützung der Einführung von Givaudan Business Solutions. Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte beliefen sich 2017 auf 4.8% der Verkäufe, verglichen mit 3.8% im Vorjahr.



Genf, 26. Januar 2018

Der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen betrug 2017 CHF 619 Millionen, gegenüber CHF 630 Millionen im Jahr 2016. Der freie Cashflow, der sich als Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Investitionen und Zinszahlungen definiert, belief sich 2017 auf CHF 594 Millionen, verglichen mit CHF 597 Millionen im Vorjahr. Der freie Cashflow, ausgedrückt als Prozentsatz der Verkäufe, betrug 2017 11.8%, gegenüber 12.8% im Vorjahr.

Finanzlage

Die Finanzlage von Givaudan war Ende 2017 weiterhin solide. Die Nettoschulden stiegen von CHF 930 Millionen im Dezember 2016 auf CHF 1'074 Millionen im Dezember 2017, bedingt durch das Akquisitions- und Investitionsprogramm des Konzerns. Ende Dezember 2017 lag der Verschuldungsgrad bei 21%, gegenüber 19% Ende 2016.

Givaudan Business Solutions

Im Juli 2017 gab Givaudan die Details der geplanten Implementierung von Givaudan Business Solutions (GBS) bekannt, einer globalen Organisation, die erstklassige interne Prozesse und Dienstleistungen erbringen soll.

Die Einführung von Givaudan Business Solutions verläuft vollumfänglich nach Plan. Die ersten Schritte der Einführung in Europa und Asien-Pazifik sind für das erste Halbjahr 2018 geplant.

2017 entstanden dem Konzern Kosten in Höhe von CHF 107 Millionen – davon CHF 47 Millionen in flüssigen Mitteln – in Verbindung mit der Vorbereitung und den ersten Implementierungsschritten von Givaudan Business Solutions.

Dividendenvorschlag

Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung vom 22. März 2018 vorschlagen, für das Geschäftsjahr 2017 eine Bardividende von CHF 58.00 pro Aktie an die Aktionäre auszuschütten. Dies entspricht einem Anstieg von 3.6% gegenüber 2016. Seit der Börsenkotierung von Givaudan im Jahr 2000 an der Schweizer Börse ist dies die 17. Dividendenerhöhung in Folge.

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



Genf, 26. Januar 2018

Kennzahlen

Per 31. Dezember abgeschlossenes Geschäftsjahr, in CHF Mio. ausgenommen Gewinn pro Aktie	2017	2016
Konzernverkäufe	5'051	4'663
Verkäufe Riechstoffe	2'343	2'230
Verkäufe Aromen	2'708	2'433
Bruttogewinn	2'250	2'128
in % der Verkäufe	44.5%	45.6%
EBITDA ¹	1'089	1'126
in % der Verkäufe	21.6%	24.1%
Betriebsgewinn	869	875
in % der Verkäufe	17.2%	18.8%
Konzerngewinn	720	644
in % der Verkäufe	14.2%	13.8%
Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)	78.18	69.95
Cashflow aus operativer Tätigkeit	861	805
in % der Verkäufe	17.0%	17.3%
Freier Cashflow	594	597
in % der Verkäufe	11.8%	12.8%

1. 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.

Verkäufe Januar – Dezember 2017

in Millionen Schweizer Franken	Verkäufe 2016	LFL	Auswirkung der Akquisitionen	Währung	Verkäufe 2017	Veränder- ung in % LFL*	in CHF
Konzern	4'663	229	177	(18)	5'051	4.9%	8.3%
Riechstoffe	2'230	100		13	2'343	4.5%	5.1%
Aromen	2'433	129	177	(31)	2'708	5.3%	11.3%

Verkäufe Oktober – Dezember 2017

in Millionen Schweizer Franken	Verkäufe 2016	LFL	Auswirkung der Akquisitionen	Währung	Verkäufe 2017	Veränder- ung in % LFL*	in CHF
Konzern	1'145	108	35	6	1'294	9.4%	12.9%
Riechstoffe	531	64		8	603	12.0%	13.4%
Aromen	614	44	35	(2)	691	7.2%	12.5%

Entwicklung der Verkäufe nach Märkten

Verkäufe Januar bis Dezember 2017 in Mio. Schweizer Franken	2017	2016	Veränderung in % LFL*	in CHF
Reife Märkte	2'867	2'566	5.1%	11.7%
Wachstumsstarke Märkte	2'184	2'097	4.8%	4.2%

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



Genf, 26. Januar 2018

Division Riechstoffe

Die Verkäufe der Division Riechstoffe lagen bei CHF 2'343 Millionen und erhöhten sich damit um 4.5% auf vergleichbarer Basis und 5.1% in Schweizer Franken.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen auf vergleichbarer Basis um 4.8%. In Schweizer Franken erhöhten sich die Gesamtverkäufe von CHF 1'933 Millionen im Vorjahr auf CHF 2'036 Millionen.

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie wuchsen um 7.2% auf vergleichbarer Basis, was einem starken Neugeschäft und einer geringen Erosion zu verdanken war.

Dank der guten Ergebnisse bei allen Kundengruppen und dem ausgewogenen Wachstum sowohl in wachstumsstarken als auch in den reifen Märkten stiegen die Verkäufe im Bereich Konsumgüter um 4.1% auf vergleichbarer Basis.

In den Bereichen Riechstoffingredienzien und Active Beauty erhöhten sich die Verkäufe um 2.8% auf vergleichbarer Basis. Die Verkäufe des Bereichs Active Beauty wuchsen dank der starken Verkäufe von aktiven Kosmetik-Inhaltsstoffen und Verkapselungssystemen zweistellig. Die Verkäufe von Riechstoffingredienzien blieben gegenüber dem Vorjahr unverändert, was den verbesserten Ergebnissen in den letzten Monaten des Jahres zu verdanken war.

Trotz der konsistenten zugrunde liegenden Rentabilität belief sich das EBITDA der Division Riechstoffe 2017 auf CHF 486 Millionen, gegenüber CHF 603 Millionen im Jahr 2016. Der Rückgang ist grösstenteils Kosten im Zusammenhang mit Givaudan Business Solutions (GBS) zuzuschreiben. Die entsprechenden Ganzjahreskosten beliefen sich 2017 auf CHF 107 Millionen, was teilweise durch nicht liquiditätswirksame Gewinne aus Änderungen bei Pensionsplänen in Höhe von CHF 18 Millionen ausgeglichen wurde. Zur Erinnerung: 2016 verzeichnete die Division hauptsächlich bedingt durch eine Änderung bei Pensionsplänen einen einmaligen nicht liquiditätswirksamen Nettogewinn von CHF 62 Millionen.

In der Folge betrug die EBITDA-Marge 20.7% im Jahr 2017, verglichen mit 27.0% im Vorjahr.

Der Betriebsgewinn betrug im Jahr 2017 CHF 396 Millionen, gegenüber CHF 493 Millionen im Vorjahr. Die Betriebsgewinnmarge belief sich für 2017 auf 16.9%, gegenüber 22.1% im Vorjahr.

Im Rahmen der 2020 Strategie des Konzerns zur Erweiterung der Fähigkeiten in seinem Riechstoffgeschäft gab Givaudan am 18. Dezember 2017 die Aufnahme exklusiver Verhandlungen zur Akquisition des französischen Riechstoffkreateurs Expressions Parfumées bekannt.

Luxusparfümerie

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie erhöhten sich um 7.2% auf vergleichbarer Basis, was einem starken Neugeschäft in allen Kundengruppen zu verdanken war. Das zweistellige Wachstum in den reifen Märkten Westeuropas wurde durch Neugeschäfte und die soliden Ergebnisse der bestehenden Düfte erzielt. Die Verkäufe in Nordamerika wuchsen vor dem Hintergrund starker Vorjahreszahlen, was durch gute Neugeschäfte ermöglicht wurde, welche die Erosion ausgleichen konnten.



Genf, 26. Januar 2018

Das Wachstum in den wachstumsstarken Märkten wurde vom Nahen Osten durch eine Kombination aus Neugeschäften und Volumenzuwächsen bei einer Reihe von Kunden sowie Wachstum in Lateinamerika im zweiten Halbjahr 2017 vorangetrieben.

Der Bereich Luxusparfümerie erzielte mit den Parfüms von Givaudan weltweit zahlreiche Auszeichnungen ein. Sowohl Herren- als auch Damendüfte erhielten in den USA, Lateinamerika und Europa viele Preise. Diese Prämierungen bestätigen unsere führende Rolle im Bereich Luxusparfümerie und sind eine Anerkennung der Fähigkeit von Givaudan, Produkte zu schaffen, die Konsumenten begeistern.

Konsumgüter

Im Bereich Konsumgüter stiegen die Verkäufe um 4.1% auf vergleichbarer Basis dank eines ausgewogenen Zuwachses sowohl in den reifen Märkten als auch in den Wachstumsmärkten. Dieses Ergebnis wurde von einem soliden Anstieg bei internationalen Kunden und anhaltendem Wachstum bei lokalen und regionalen Kunden begleitet, wo 2016 ein zweistelliger Zuwachs zu verzeichnen war.

Die Region Lateinamerika lieferte weiterhin ein zweistelliges Wachstum bei allen Kundengruppen, nach einem ohnehin schon starken Vorjaheresergebnis. Asien hatte einen nachhaltigen Anstieg zu verzeichnen, der internationalen Kunden zuzuschreiben war. Besonders starke Ergebnisse wurden in der Teilregion Südasien in allen Produktsegmenten erzielt.

In Europa, Afrika und dem Nahen Osten stiegen die Verkäufe in sämtlichen Kundengruppen und allen Teilregionen. Die Verkäufe in Nordamerika fielen gegenüber den hohen Vergleichswerten des Vorjahres erneut in allen Kundengruppen und Produktsegmenten stark aus.

Auf der Ebene der Produktsegmente erzielte das Haushaltspflegesegment ein solides Wachstum, wobei auch die Segmente Mundpflege und Textilpflege zum Ergebnis beitrugen.

Riechstoffingredienzen und Active Beauty

In den Bereichen Riechstoffingredienzen und Active Beauty erhöhten sich die Verkäufe um 2.8% auf vergleichbarer Basis. Die Verkäufe des Bereichs Active Beauty wuchsen dank der starken Absätze von aktiven Kosmetik-Inhaltsstoffen und Verkapselungssystemen zweistellig. Die Verkäufe von Riechstoffingredienzen blieben gegenüber dem Vorjahr unverändert, was den verbesserten Ergebnissen in den letzten Monaten des Jahres zu verdanken war. Die Verkäufe von Riechstoffingredienzen in Europa und Südamerika verzeichneten ein solides Wachstum, während sie in Asien und Nordamerika hinter den Vorjaheresergebnissen zurückblieben.

Division Aromen

Die Verkäufe der Division Aromen lagen bei CHF 2'708 Millionen, was einen Zuwachs von 5.3% auf vergleichbarer Basis und 11.3% in Schweizer Franken bedeutet. Unter Einschluss von Spicetec, die im Juli 2016 akquiriert wurde, Activ International, die im Januar 2017 erworben wurde, und Vika B.V., deren Akquisition im September 2017 erfolgte, belief sich das Wachstum in lokaler Währung auf 12.4%.



Genf, 26. Januar 2018

Nach Segmenten betrachtet trugen sowohl Milchprodukte als auch Snacks und Getränke hauptsächlich zum Wachstum der Division bei, wobei alle Segmente im positiven Bereich lagen.

Asien-Pazifik und Nordamerika verzeichneten ein robustes Wachstum, während Lateinamerika durch die schwache Konjunktur in Brasilien beeinträchtigt wurde. Europa, Afrika und der Nahe Osten erzielten dank Getränken, Snacks und kulinarischen Aromen ein gutes Wachstum. Alle Regionen vermeldeten ein hohes Niveau an neuen Geschäftsabschlüssen in den wichtigen Segmenten.

Infolge der 2020 Strategie legten die Verkäufe bei natürlichen Aromen zweistellig zu, bei Gesundheit und Wellness im hohen einstelligen Bereich.

Das EBITDA erhöhte sich um 15.4% auf CHF 603 Millionen im Vergleich zu CHF 523 Millionen im Jahr 2016. Die EBITDA-Marge stieg von 21.5% im Vorjahr auf 22.3% im Jahr 2017.

Der Betriebsgewinn verbesserte sich 2017 von CHF 382 Millionen im Vorjahr auf CHF 473 Millionen, was einem Anstieg um 23.9% entspricht. Die Betriebsgewinnmarge stieg von 15.7% im Vorjahr auf 17.5%.

Asien-Pazifik

Die Verkäufe in Asien-Pazifik legten um 3.8% auf vergleichbarer Basis zu. Singapur, Indien, die Philippinen und Thailand verzeichneten zweistellige Ergebnisse, während Australien im einstelligen Bereich zulegen. Trotz schwieriger Marktbedingungen konnte China im zweiten Halbjahr ein gutes Wachstum melden, während Indonesien im Vergleich zu den starken Vorjahreszahlen einen Rückgang verzeichnete.

Das Wachstum in den reifen Märkten wurde durch starkes zweistelliges Wachstum in Singapur und die positive Performance von Taiwan und Ozeanien beflügelt.

Lokale und regionale Kunden legten in der gesamten Region weiter stark zu, während aus der Sicht der Segmente Getränke, Milchprodukte und kulinarische Aromen erheblich zum Gesamtwachstum beitrugen.

Europa, Afrika und Naher Osten

Die Verkäufe stiegen um 5.1% auf vergleichbarer Basis, mit zweistelligem Wachstum in Afrika und dem Nahen Osten, angeführt von Ägypten, Saudi-Arabien und Nigeria, und einstelligem Wachstum in den Märkten Mittel- und Osteuropas, angeführt von der Türkei und Russland. Die reifen Märkte Westeuropas legten in moderater Masse zu, allen voran die Benelux-Staaten, Grossbritannien, Irland und Italien.

Innerhalb der Segmente verzeichneten Getränke, Snacks und kulinarische Aromen gutes Wachstum und trugen massgeblich zur positiven Entwicklung bei.

Nordamerika

Die Verkäufe in Nordamerika stiegen 2017 um 8.5% auf vergleichbarer Basis. Das starke Ergebnis war durch Neugeschäfte und Wachstum im bestehenden Geschäft in den Bereichen Getränke und Milchprodukte bedingt.



Genf, 26. Januar 2018

Lateinamerika

Die Verkäufe in Lateinamerika stiegen um 1.5% gegenüber starken 17.1% im Vorjahreszeitraum. Die positive Verkaufsdynamik in Argentinien und Mexiko wurde durch das negative Ergebnis infolge der schwachen Konjunktur in Brasilien neutralisiert.

Generalversammlung 2017

An der Generalversammlung vom 22. März 2018 stellen sich alle Mitglieder des Verwaltungsrates zur Wiederwahl.

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

Der Geschäftsbericht 2017 kann auf www.givaudan.com abgerufen werden.
Eine Telefonkonferenz wird am 26. Januar 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 9093

E peter_b.wullschleger@givaudan.com