



Medienmitteilung

Genf, 19. Juli 2018

Halbjahresergebnisse 2018 Solide Erholung in wachstumsstarken Märkten

- Verkäufe von CHF 2'674 Millionen, ein Anstieg um 5.6% auf vergleichbarer Basis und 7.7% in Schweizer Franken
- Projektpipeline und Geschäftsabschlussraten weiterhin auf hohem Niveau
- Strategische Fokusbereiche und erworbene Unternehmen trugen massgeblich zum Wachstum bei
- EBITDA lag 2018 bei CHF 601 Millionen
- EBITDA-Marge von 22.5% bei solider zugrunde liegender Geschäftsentwicklung
- Nettogewinn von CHF 371 Millionen, ein Rückgang von 3.4% gegenüber dem Vorjahr
- Freier Cashflow von 4.2% der Verkäufe gegenüber 5.3% im Jahr 2017
- Givaudan Business Solutions bringt erste Vorteile
- Akquisition von Naturex schreitet planmässig voran

Geschäftsergebnis

Im ersten Halbjahr 2018 verzeichnete Givaudan Verkäufe von CHF 2'674 Millionen, was einem Anstieg von 5.6% auf vergleichbarer Basis und 7.7% in Schweizer Franken entspricht.

Die Verkäufe der Division Riechstoffe betragen CHF 1'223 Millionen. Dies entspricht einem Zuwachs von 6.5% auf vergleichbarer Basis und 7.5% in Schweizer Franken.

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 1'451 Millionen, die sich damit um 4.9% auf vergleichbarer Basis und um 7.8% 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. Dieses gute Wachstum wurde in allen Produktsegmenten und Regionen erzielt. Unsere strategischen Fokusbereiche Naturprodukte, Gesundheit und Wohlbefinden, Active Beauty, integrierte Lösungen und lokale und regionale Kunden verzeichneten ein starkes Wachstum. 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 auszugleichen.

Bruttogewinn

Der Bruttogewinn stieg um 4.4% von CHF 1'132 Millionen im Jahr 2017 auf CHF 1'182 Millionen im Jahr 2018. Trotz anhaltender Produktivitätszuwächse und Kostendisziplin sank die Bruttomarge im Jahr 2018 gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 45.6% auf 44.2%, was auf eine niedrigere Bruttomarge in der Division Riechstoffe zurückzuführen ist.





Genf, 19. Juli 2018

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

Der EBITDA erhöhte sich um 0.7% auf CHF 601 Millionen, nach CHF 597 Millionen im ersten Halbjahr 2017. Die EBITDA-Marge ging im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von 24.0% auf 22.5% zurück.

Im Jahr 2018 entstanden dem Konzern Kosten in Höhe von CHF 25 Millionen in Verbindung mit der Implementierung von Givaudan Business Solutions gegenüber CHF 24 Millionen im Jahr 2017.

Betriebsgewinn

Der Betriebsgewinn blieb mit CHF 489 Millionen auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums. In Lokalwährungen verringerte sich der Betriebsgewinn um 4.4%. Die Betriebsgewinnmarge ging von 19.7% im Jahr 2017 auf 18.3% im Jahr 2018 zurück.

Finanzergebnis

Die Finanzierungskosten betragen im ersten Halbjahr 2018 CHF 23 Millionen gegenüber CHF 21 Millionen im Vorjahreszeitraum, wobei die niedrigeren Zinsen den Anstieg der Konzernnettoverschuldung teilweise kompensierten. 2018 betrug der übrige Nettofinanzaufwand CHF 35 Millionen gegenüber CHF 17 Millionen im Vorjahr. Dies ist vor allem auf höhere Wechselkursverluste in Märkten zurückzuführen, in denen Währungen nicht abgesichert werden konnten, insbesondere in Argentinien.

Der Ertragssteueraufwand der Zwischenbilanz lag 2018 bei 14% des Gewinns vor Steuern, im Vergleich zu 15% im Vorjahreszeitraum.

Konzerngewinn

Der Nettogewinn für die ersten sechs Monate des Jahres 2018 betrug CHF 371 Millionen, was verglichen mit den CHF 384 Millionen im Vorjahr einem Rückgang um 3.4% entspricht. Daraus ergibt sich eine Nettogewinnmarge von 13.9% gegenüber 15.5% im Jahr 2017. Der Gewinn pro Aktie betrug CHF 40.26, nach CHF 41.70 im Vorjahreszeitraum.

Cashflow

Givaudan erzielte in den ersten sechs Monaten 2018 einen Cashflow aus operativer Tätigkeit von CHF 269 Millionen, was dem Vorjahresniveau entspricht.

Das Betriebskapital lag relativ stabil bei 28.7% der Verkäufe, gegenüber 27.4% im Vorjahreszeitraum, und wurde vorübergehend durch höhere Lagerbestände belastet.

Die Gesamtinvestitionen in Sachanlagen beliefen sich auf CHF 122 Millionen gegenüber CHF 96 Millionen im Jahr 2017. Dies ist in erster Linie auf die anhaltenden Investitionen des Konzerns zur Unterstützung der wachstumsstarken Märkte und des Zurich Innovation Centre (ZIC) in der Schweiz zurückzuführen. Nach CHF 27 Millionen im Vorjahreszeitraum wurden in den ersten sechs Monaten des Jahres 2018 CHF 21 Millionen für den Erwerb immaterieller Anlagewerte aufgewendet, da das Unternehmen weiterhin in die Fähigkeiten seiner IT-Plattform investiert, was auch Investitionen zur Unterstützung der Einführung von Givaudan Business Solutions umfasst. Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte beliefen sich auf 5.3% der Verkäufe, verglichen mit 5.0% im Jahr 2017.



Genf, 19. Juli 2018

Der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen betrug CHF 126 Millionen, gegenüber einem Vorjahreswert von CHF 146 Millionen. Der freie Cashflow – definiert als der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Investitionen und Zinszahlungen – belief sich im ersten Halbjahr 2018 auf CHF 113 Millionen, nach CHF 132 Millionen im Vergleichszeitraum 2017. Als Prozentsatz der Verkäufe betrug der freie Cashflow in den ersten sechs Monaten 2018 4.2%, verglichen mit 5.3% im Jahr 2017.

Finanzlage

Die Finanzlage von Givaudan war Ende Juni 2018 weiterhin solide. Die Nettoverschuldung stieg von CHF 1'074 Millionen im Dezember 2017 auf CHF 2'394 Millionen im Juni 2018. Der Anstieg ist auf die Akquisitionen und das Investitionsprogramm des Konzerns sowie auf die Ausschüttung der jährlichen Dividende in Höhe von CHF 534 Millionen im ersten Quartal 2018 zurückzuführen. Der Verschuldungsgrad lag bei 38%, im Vergleich zu 21% am Jahresende 2017.

Givaudan Business Solutions

Wie im Juli 2016 bekannt gegeben und in Übereinstimmung mit der Strategie für 2020 befindet sich das Unternehmen nun in der 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.

Das Unternehmen 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.

Die schrittweise Implementierung GBS verläuft nach Plan und wird 2018 erste finanzielle Vorteile in Höhe von CHF 20 Millionen erbringen.

Naturex

Wie im März und Juni 2018 bekannt gegeben wurde, hat Givaudan 40.5% der Aktien des französischen börsenkotierten Unternehmens Naturex zu einem Preis von EUR 135 je Aktie und einem Gesamtkaufpreis von EUR 523 Millionen übernommen.

Zudem hat das Unternehmen ein obligatorisches Barangebot für den Kauf aller ausstehenden Aktien von Naturex zu einem Preis von EUR 135 je Aktie abgegeben. Givaudan hat alle erforderlichen behördlichen Genehmigungen eingeholt und der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung von Naturex unterstützen die Transaktion uneingeschränkt.

Naturex ist ein internationaler Marktführer im Bereich Pflanzenextrakte und Entwicklung natürlicher Ingredienzien und Lösungen für die Nahrungsmittel-, Gesundheits- und Schönheitsbranche. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Avignon, Frankreich, hat 2017 Verkäufe in Höhe von EUR 405 Millionen ausgewiesen, betreibt 16 Produktionsstandorte weltweit und beschäftigt 1'700 Mitarbeitende.

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 den ersten beiden Jahren (2016 und 2017) des laufenden Strategiezyklus 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.



Genf, 19. Juli 2018

Im Zuge ihrer 2020 Strategie versucht Givaudan zudem, Mehrwert über gezielte Akquisitionen zu schaffen, die ihre vorhandenen Fähigkeiten ergänzen, den Kunden erfolgreiche Lösungen anzubieten. Seit 2014 hat Givaudan acht Akquisitionen bekannt gegeben, die ganz im Einklang mit den Wachstumssäulen der 2020 Strategie des Unternehmens stehen.

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, 19. Juli 2018

Kennzahlen

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

	2018	2017
Konzernverkäufe	2'674	2'483
Verkäufe Riechstoffe	1'223	1'137
Verkäufe Aromen	1'451	1'346
Bruttogewinn	1'182	1'132
in % der Verkäufe	44.2%	45.6%
EBITDA^a	601	597
in % der Verkäufe	22.5%	24.0%
Betriebsgewinn	489	489
in % der Verkäufe	18.3%	19.7%
Konzerngewinn	371	384
in % der Verkäufe	13.9%	15.5%
Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)	40.26	41.70
Gewinn pro Aktie – verwässert (CHF)	39.84	41.37
Cashflow aus operativer Tätigkeit	269	269
in % der Verkäufe	10.1%	10.8%
Freier Cashflow	113	132
in % der Verkäufe	4.2%	5.3%

in Millionen CHF, ausgenommen Anzahl Mitarbeitende	30. Juni 2018	31. Dezember 2017
Umlaufvermögen	3'368	2'854
Anlagevermögen	4'688	4'455
Vermögenswerte gesamt	8'056	7'309
Kurzfristige Verbindlichkeiten	2'132	1'525
Langfristige Verbindlichkeiten	2'485	2'246
Eigenkapital	3'439	3'538
Verbindlichkeiten und Eigenkapital gesamt	8'056	7'309
Mitarbeiterzahl	11'710	11'170

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, 19. Juli 2018

Verkäufe

Per 30. Juni abgeschlossenes Halbjahr in Millionen CHF

	2017	LFL	Auswirkung der Akquisitionen	Währung	2018	Veränderung in %	
						LFL*	in CHF
Konzern	2'483	140	42	9	2.674	5.6%	7.7%
Riechstoffe	1'137	74	6	6	1.223	6.5%	7.5%
Aromen	1'346	66	36	3	1.451	4.9%	7.8%

Entwicklung der Verkäufe nach Märkten

Januar bis Juni 2018 in Millionen Schweizer Franken

	2018	2017	Veränderung in %	
			LFL*	in CHF
Reife Märkte	1'531	1'415	4.0%	8.4%
Wachstumsstarke Märkte	1'143	1'068	7.8%	6.7%

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

Division Riechstoffe

Die Division Riechstoffe erzielte Verkäufe von CHF 1'223 Millionen, was einem Anstieg von 6.5% auf vergleichbarer Basis und von 7.5% in Schweizer Franken gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. Die Verkäufe der Division Riechstoffe beinhalten einen Verkaufsmonat des kürzlich erworbenen Riechstoffunternehmens Expressions Parfumées.

Die Gesamtverkäufe von Riechstoffen (Bereiche Luxusparfümerie und Konsumgüter kombiniert) stiegen auf vergleichbarer Basis um 6.2%. In Schweizer Franken erhöhten sich die Gesamtverkäufe von CHF 987 Millionen im Jahr 2017 auf CHF 1'057 Millionen.

Die Verkäufe im Bereich Luxusparfümerie stiegen gegenüber einem schwächeren Vorjahreszeitraum deutlich um 15.6% auf vergleichbarer Basis, was dem zweistelligen Wachstum in allen Regionen zu verdanken ist.

Im Konsumgütergeschäft stiegen die Verkäufe um 3.9% auf vergleichbarer Basis, was auf das ausgewogene Wachstum in allen Kundengruppen und Regionen zurückzuführen ist.

In den Bereichen Riechstoffingredienzien und Active Beauty legten die Verkäufe 8.2% auf vergleichbarer Basis zu. Dies ist dem zweistelligen Zuwachs bei Active Beauty und der guten Verkaufsdynamik bei Riechstoffingredienzien zu verdanken.

Der EBITDA der Division Riechstoffe sank von CHF 276 Millionen in den ersten sechs Monaten 2017 auf CHF 250 Millionen im Berichtszeitraum. Der Rückgang ist vor allem auf die Auswirkungen einer längeren Lieferunterbrechung bei einem wichtigen Lieferanten von Riechstoffingredienzien für die Riechstoffindustrie zurückzuführen. In den ersten sechs Monaten des Jahres 2018 verbuchte die Division im Zusammenhang mit dem GBS-Projekt Kosten in Höhe von CHF 25 Millionen, gegenüber CHF 24 Millionen im Vorjahreszeitraum. Die EBITDA-Marge lag 2018 bei 20.4%, verglichen mit 24.2% im Jahr 2017.



Genf, 19. Juli 2018

Der Betriebsgewinn sank von CHF 231 Millionen im Vorjahreszeitraum auf CHF 203 Millionen im Jahr 2018, was einem Rückgang um 11.9% entspricht. Die Betriebsgewinnmarge ging von 20.3% im Jahr 2017 auf 16.6% im Jahr 2018 zurück.

Luxusparfümerie

Im Bereich Luxusparfümerie stiegen die Verkäufe um 15.6% auf vergleichbarer Basis, wobei alle Regionen ein zweistelliges Wachstum auswiesen. Diese Zuwächse basierten auf der anhaltend hohen Rate neuer Geschäftsabschlüsse in allen Kundensegmenten und dem Volumenwachstum bei Schlüsselkunden im bestehenden Geschäft.

Auf regionaler Ebene profitierte Westeuropa von den starken Ergebnissen der neuen Geschäftsabschlüsse. Die Ergebnisse in Nordamerika wurden durch Neueinführungen und Volumenzuwächse im bestehenden Geschäft unterstützt. Lateinamerika konnte dank Neugeschäft und Volumenwachstum bei einer Reihe von bestehenden Kunden, die für solide Ergebnisse sorgten, eine positive Dynamik aufrechterhalten.

Die Düfte von Givaudan waren bei der Verleihung wichtiger Branchenauszeichnungen in Lateinamerika, den USA und Europa sowohl bei den Herren- und Damendüften erneut erfolgreich. Damit werden die hervorragenden Leistungen unserer Teams gewürdigt, die Produkte kreieren, die die Konsumenten begeistern.

Konsumgüter

Die Verkäufe im Konsumgütergeschäft stiegen um 3.9% auf vergleichbarer Basis. Das Wachstum wurde in wachstumsstarken und reifen Märkten und über alle Kundengruppen hinweg erzielt.

Auf regionaler Ebene war das Wachstum in Lateinamerika in allen Unterregionen ausgewogen. Bei den lokalen und regionalen Kunden wurde in den Segmenten Textil- und Körperpflege ein zweistelliges Wachstum erzielt und bei den internationalen Kunden wurde ein starkes Ergebnis in der Haushaltspflege verzeichnet. Asien erzielte ein solides Wachstum bei allen Kundengruppen und in allen Unterregionen, einschliesslich eines zweistelligen Wachstums in der Unterregion Südasiens und in den Produktsegmenten Mund- und Haushaltspflege. In Europa, Afrika und dem Nahen Osten stiegen die Verkäufe dank guten Ergebnissen in allen Unterregionen und Segmenten, einschliesslich eines zweistelligen Zuwachses im Segment Haushaltspflege. Die Verkäufe in Nordamerika sanken grösstenteils aufgrund des Umsatzrückgangs bei internationalen Kunden im Segment Textilpflege, obwohl bei den lokalen und regionalen Kunden gute Ergebnisse erzielt und in allen Segmenten Zuwächse verzeichnet wurden.

Auf der Ebene der Produktsegmente trugen alle Segmente zum Verkaufswachstum bei, das von den Segmenten Haushaltspflege, Mundpflege, Textilpflege und Körperpflege vorangetrieben wurde.

Riechstoffingredienzien und Active Beauty

Die Verkäufe der Bereiche Riechstoffingredienzien und Active Beauty stiegen um 8.2% auf vergleichbarer Basis. Active Beauty verzeichnete einen zweistelligen Zuwachs, der vor allem den starken Ergebnissen bei lokalen und regionalen Kunden zu verdanken war. Riechstoffingredienzien erzielte in den ersten sechs Monaten 2018 gegenüber dem Vorjahreszeitraum ein gutes Wachstum.



Genf, 19. Juli 2018

Division Aromen

Die Division Aromen erzielte Verkäufe von CHF 1'451 Millionen, die sich damit um 4.9% auf vergleichbarer Basis und um 7.8% in Schweizer Franken erhöhten. Unter Einschluss der im September 2017 erworbenen Vika und der im Mai 2018 akquirierten Centroflora Nutra belief sich das Wachstum in lokaler Währung auf 7.4%.

Nach Segmenten betrachtet lieferten Getränke, Milchprodukte, Süswaren und Snacks den stärksten Beitrag zum Wachstum der Division, wobei sich alle Segmente positiv entwickelten. In den strategischen Fokusbereichen unserer 2020 Strategie stiegen die Verkäufe im Bereich Gesundheit und Wohlbefinden zweistellig und im Bereich Naturprodukte einstellig an.

Alle Regionen haben ein robustes Wachstum erzielt und erhebliches Neugeschäft generiert.

Der EBITDA stieg im Berichtszeitraum auf CHF 351 Millionen, nach CHF 321 Millionen im Vorjahreszeitraum. Dieser Anstieg wurde durch anhaltende Produktivitätszuwächse und Kostendisziplin unterstützt. Die EBITDA-Marge erhöhte sich von 23.9% im Vorjahreszeitraum auf 24.2% im Jahr 2018.

Der Betriebsgewinn legte 2018 von CHF 258 Millionen im Jahr 2017 auf CHF 286 Millionen zu. Die Betriebsgewinnmarge wuchs von 19.2% im Vergleichszeitraum auf 19.7% im Jahr 2018.

Asien-Pazifik

Die Verkäufe in der Region Asien-Pazifik stiegen um 7.0% auf vergleichbarer Basis. Singapur, Indien und China verzeichneten zweistellige Zuwächse und auch Indonesien, Thailand und Malaysia erzielten gute Ergebnisse.

In den reifen Märkten wurde das Wachstum durch den zweistelligen Zuwachs in Singapur und das positive Ergebnis in Japan vorangetrieben.

Bei den lokalen und regionalen Kunden wurde in den verschiedenen Regionen erneut ein starkes Wachstum generiert. Alle Segmente haben erheblich zu diesem Wachstum beigetragen, allen voran die Segmente Getränke, Milchprodukte, kulinarische Aromen und Snacks.

Europa, Afrika und Naher Osten

Mit einem Wachstum in allen Segmenten stiegen die Verkäufe um 5.0% auf vergleichbarer Basis. In Mittel- und Osteuropa wurde ein gutes Wachstum erzielt, insbesondere in Russland, der Ukraine und Griechenland. Afrika, der Nahe Osten, Ägypten und Südafrika trugen positiv zum regionalen Ergebnis bei, das teilweise durch die schwierigen Marktbedingungen im Nahen Osten geschmälert wurde. Die reifen Märkte in Westeuropa erzielten gute Ergebnisse. Grossbritannien, Irland, Belgien, Schweden und die Schweiz verzeichneten ein zweistelliges Wachstum.

Nordamerika

Die Verkäufe in Nordamerika stiegen im Jahr 2018 um 1.3% auf vergleichbarer Basis gegenüber starken 8.9% im Vorjahreszeitraum. Das Ergebnis ist in erster Linie auf neue Geschäftsabschlüsse und den Ausbau des bestehenden Geschäfts in den Bereichen Getränke und Milchprodukte zurückzuführen.



Genf, 19. Juli 2018

Lateinamerika

In Lateinamerika stiegen die Verkäufe um 11.7%. Argentinien, Mexiko, Kolumbien und Brasilien verzeichneten aufgrund der Konjunkturerholung zweistellige Zuwächse. Alle Segmente trugen zu dem starken Ergebnis bei, allen voran Getränke, Milchprodukte, kulinarische Aromen und Snacks.

Der Halbjahresbericht 2018 kann unter www.givaudan.com heruntergeladen werden. Eine Telefonkonferenz wird am 19. Juli 2018 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