

# Givaudan<sup>®</sup>

Leading Sensory Innovation



Geschäftsbericht 2005

## Kennzahlen

in Millionen CHF, ausser dem Gewinn pro Aktie	2005	2004
Verkäufe	2'778	2'680
Bruttogewinn	1'359	1'278
in % der Verkäufe	48.9%	47.7%
EBITDA <sup>a</sup>	640	584
in % der Verkäufe	23.0%	21.8%
Betriebsgewinn auf vergleichbarer Basis <sup>b</sup>	534	501
in % der Verkäufe	19.2%	18.7%
Betriebsgewinn	513	480
in % der Verkäufe	18.5%	17.9%
Auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Konzernergebnis	406	337
in % der Verkäufe	14.6%	12.6%
Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)	56.57	44.64
Gewinn pro Aktie – verwässert (CHF)	56.17	44.31
Anzahl Mitarbeitende	5'924	5'901

a) EBITDA: "Earnings Before Interest (and other financial income), Tax, Depreciation and Amortisation" entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf Sachanlagen und immateriellen Anlagen und Wertminderungen von langlebigen Vermögenswerten.

b) Der Betriebsgewinn auf vergleichbarer Basis vergleicht den Betriebsgewinn von 2004 vor Restrukturierungskosten mit dem Betriebsgewinn von 2005 vor Wertbeeinträchtigung von Aktiven.

## Effektive Verkäufe nach Divisionen

### Verkäufe Aromen 59%

CHF 1'647 Millionen

+2.5% in Schweizer Franken

+1.3% in Lokalwährungen

### Verkäufe Riechstoffe 41%

CHF 1'131 Millionen

+5.4% in Schweizer Franken

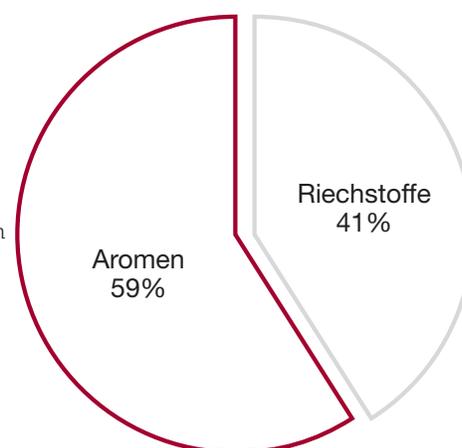
+4.2% in Lokalwährungen

### Total Verkäufe

CHF 2'778 Millionen

+3.6% in Schweizer Franken

+2.5% in Lokalwährungen



## Lateinamerika



Die Länder Lateinamerikas waren immer schon reiche Quellen für erstaunliche Geschmäcke und Gerüche, und haben der Alten Welt auf diese Weise eine Fülle neuer kulinarischer und olfaktorischer Erlebnisse beschert. Die spanischen Eroberer wurden vom aztekischen Herrscher Moctezuma mit dem königlichen Trank "Chocolatl" empfangen und waren wahrscheinlich die ersten Europäer, die in den Genuss dieses mit Vanille aromatisierten Schokoladengetränks kamen. Schon bald bereicherten Köstlichkeiten wie Mais, Kartoffeln, Tomaten, Sonnenblumenöl, Kakao, Kaffee und Vanille die Tafeln Europas.

Herzstück dieses reichen Erbes an Geschmächen und Gerüchen ist die Natur selbst. Südamerika ist die Heimat des grössten zusammenhängenden Regenwaldgebiets der Welt. Der Regenwald Amazoniens wird durch seine artenreichen Biotope charakterisiert und macht fast 40 Prozent der gesamten noch erhaltenen Regenwaldfläche der Erde aus. Er ist die Heimat eines Viertels aller bekannten Pflanzenarten. Der Reichtum an Gerüchen und Geschmächen dieses Kontinents ist eine üppig sprudelnde Quelle der Inspiration und der Möglichkeiten für Givaudan.

Givaudan ist eines der führenden Unternehmen im Bereich sensorische Innovation, wobei sich Innovation nicht nur auf das Erfinden neuer Produkte bezieht – wenngleich von den 9'000 Pflanzen, deren olfaktorische Eigenschaften bekannt sind, nur ungefähr 400 in der Riechstoffherstellung verwendet werden, so dass mehr als genug Raum für Kreativität bleibt. Innovation bedeutet auch, sein Wissen und seine Erfahrung einzusetzen, um Kreativität und Wissenschaft zu verbinden, sich von der Natur inspirieren zu lassen und davon zu profitieren, ein globales, aber dennoch auf vielen Gebieten aktives Unternehmen zu sein. All dies macht das einzigartige Erbe von Givaudan aus, das wir gerne nutzen, um unsere Kunden unverwechselbar zu machen.

Givaudan unternimmt ständig neue Expeditionen, um neue und aufregende Ingredienzien zu erkunden, sei es für das Studium lokaler Ernährungsgewohnheiten oder ritueller Bäder, die unsere Experten dazu inspirieren, neue und überzeugende Konzepte für unsere Kunden zu entwickeln.

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Verwaltungsratspräsidenten und des CEO	2
<hr/>	
<b>Division Riechstoffe</b>	<b>7</b>
Luxusparfümerie	9
Konsumgüter	10
Riechstoff-Ingredienzien	11
<b>Division Aromen</b>	<b>13</b>
Asien-Pazifik	15
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	16
Nordamerika	16
Lateinamerika	17
<b>Forschung und Entwicklung</b>	<b>19</b>
Riechstoffe	20
Aromen	22
<b>Nachhaltiges Geschäftsmodell</b>	<b>25</b>
<b>Corporate Governance</b>	<b>33</b>
<hr/>	
<b>Finanzteil</b>	<b>47</b>
Zusammenfassung der Finanzdaten	48
<b>Givaudan weltweit</b>	<b>50</b>
<hr/>	
<b>Kontaktadresse/Impressum</b>	<b>52</b>

## Vorwort des Verwaltungsratspräsidenten und des CEO



Sehr geehrte Aktionäre,

Im Jahr 2005 konnte die Givaudan ihre führende Position in den Bereichen Riechstoffe und Aromen dank deutlich über dem Marktdurchschnitt liegender Wachstumsergebnisse erneut festigen. Mit einem Gesamtumsatz von CHF 2'778 Millionen lagen die Zuwachsraten bei 2.5% in Lokalwährungen und 3.6% in Schweizer Franken. Das Wachstum war beeinträchtigt durch die Rationalisierung des Ingredienzien-Portfolios in beiden Divisionen. Ohne diese Rationalisierung betrug das Wachstum 3.5% in Lokalwährungen und entspricht somit Givaudans Unternehmensziel, das durchschnittliche Marktwachstum zu übertreffen.

Die Division Riechstoffe verbuchte einen Umsatz von CHF 1'131 Millionen; dies entspricht einem Wachstum von 4.2% in Lokalwährungen und 5.4% in Schweizer Franken. Hauptgrund dieses Ergebnisses ist die Entwicklung des Bereichs Konsumgüter, der das fünfte Jahr in Folge starke Zuwächse verzeichnete. Im Bereich Luxusparfümerie

konnte das Vorjahresergebnis trotz äußerst schwieriger Marktbedingungen leicht verbessert werden. Im Bereich Riechstoffingredienzien wurden mit Spezialitäten erneut ausgezeichnete Ergebnisse erzielt.

Die Division Aromen erzielte mit CHF 1'647 Millionen ein Wachstum von 1.3% in Lokalwährungen und 2.5% in Schweizer Franken. Die Umsätze in den Schwellenmärkten im Asiatisch-Pazifischen Raum, Lateinamerika und Osteuropa zeigten ein sehr gutes Wachstum, während die Verkaufszahlen in den reiferen Märkten Nordamerikas und Westeuropas flach blieben. Die Umsatzzahlen der Division Aromen wurden von den Rationalisierungsaktivitäten und den niedrigeren Preisen für natürliche Vanille beeinflusst.

Ungeachtet der schwierigen Marktlage übertraf die Bruttogewinnspanne mit 48.9% erneut das Vorjahresergebnis von 47.7%. Trotz Abschreibungen in Höhe von CHF 21 Millionen im Zusammenhang mit der Schliessung von Produktionsstätten stieg der Betriebsgewinn um 7% auf CHF 513 Millionen;

dies entspricht einer EBIT-Marge von 18,5%. Dieses gesunde Ergebnis ist dem umsichtigen Kostenmanagement zu verdanken sowie dem positiven Einfluss der Konsolidierung der europäischen Aromenproduktionsstandorte und dem erfolgreichen Abschluss der zwei Jahre zuvor gestarteten Initiativen zur Margenverbesserung. Der Konzerngewinn stieg um 21% auf CHF 406 Millionen. Ursache für diese bemerkenswerte Verbesserung ist neben der guten Betriebsleistung auch das Finanzergebnis. Der Gewinn pro Aktie stieg dank des höheren Nettogewinns und der durchschnittlich niedrigeren Zahl ausstehender Aktien von CHF 44.64 auf CHF 56.57. Die Gruppe konnte einen soliden operativen Cashflow von CHF 502 Millionen und eine gesunde Bilanz mit einem Eigenkapitalanteil von insgesamt 54% vorweisen.

Auf der Generalversammlung vom 27. April 2005 haben Sie dem Vorschlag des Verwaltungsrats zugestimmt, 400'000 Namenaktien zu annullieren, die im Rahmen des zweiten Aktienrückkaufprogramms zurückgekauft worden waren. Die verbleibenden 200'000 unter dieses Programm fallenden Aktien wurden bis Ende April 2005 zurückgekauft, bevor mit dem dritten Teil des Rückkaufprogramms begonnen wurde. Das neue Programm mit der Zielvorgabe, weitere 720'000 Aktien, bzw. 10% des ausstehenden Aktienkapitals von 7'000'000 Aktien zurückzukaufen, wird bis zum 31. Mai 2007 verlängert. Der Verwaltungsrat wird auf der nächsten Generalversammlung am 7. April den Vorschlag vorlegen, das Aktienkapital um die bis zu diesem Zeitpunkt zurückerworbenen Aktien herabzusetzen. Gleichzeitig werden die Aktionäre gebeten, den Verwaltungsrat zu autorisieren, das Aktienkapital bis zum 7. April 2008 durch die Ausgabe von maximal 1'000'000 volleingezahlten Aktien um bis zu CHF 10 Millionen zu erhöhen, da die aktuelle Bevollmächtigung am 16. April 2006 ausläuft. Der Verwaltungsrat benötigt die erneute Zustimmung der Aktionäre, um auf potenzielle Geschäftsexpansionsgelegenheiten flexibel reagieren zu können.

Das Jahr 2005 war für das Management ein Jahr des Wandels. Auf der Generalversammlung verabschiedeten wir Dr. Henri B. Meier, der sein Amt als Verwaltungsratspräsident wie angekündigt niederlegte. Sein Nachfolger ist Dr. Jürg Witmer, der wiederum sein bisheriges Amt als Konzernleiter an den neuen CEO Gilles Andrier weitergab. So konnte der umsichtig geplante Wechsel an der Spitze von Givaudan, der mit der Ernennung von CFO Matthias Währen am 1. Januar 2005 begann, erfolgreich abgeschlossen werden.

Dr. Henri B. Meier war massgeblich an der konzeptionellen Vorbereitung des Börsengangs von Givaudan im Jahr 2000 beteiligt. In seiner Zeit als Verwaltungsratspräsident in den Jahren 2000 bis 2005 legte er, zusammen mit seinem CEO, das Fundament für die Marktführerschaft des Unternehmens und die Erhöhung des Aktionärswerts. Wir danken ihm im Namen aller Aktionäre und Mitarbeitenden von Givaudan von ganzem Herzen für seinen unschätzbaren Einsatz für die Gruppe. Dr. Meier wurde zum Ehrenpräsidenten von Givaudan ernannt und hat sich dankenswerterweise bereit erklärt, dem Unternehmen weiterhin beratend zur Seite zu stehen. Nach dem Rücktritt von Dr. Meier wurde Peter Kappeler, Verwaltungsratspräsident der Berner Kantonalbank, für die verbleibenden zwei Jahre von Dr. Meiers Amtszeit als Mitglied in den Verwaltungsrat gewählt. Herrn Kappelers Erfahrung als Finanzexperte ist für den Verwaltungsrat und den Prüfungsausschuss eine willkommene Bereicherung.

In den vergangenen zwei Jahren konnte die Givaudan ihre Gesamtdividende deutlich erhöhen. Die Ausschüttung einer ausserordentlichen Dividende war gerechtfertigt, da das Unternehmen ein Teil des Aktienportfolios veräusserte, mit dem Ziel die daraus resultierenden liquiden Mittel an die Aktionäre auszuschütten. Für das laufende Jahr rät der Verwaltungsrat nach sorgfältiger Prüfung der Ausschüttungspolitik, keine ausserordentliche Dividende auszuschütten.

Anstelle dessen schlägt der Verwaltungsrat vor, die ordentliche Dividende um 80% auf CHF 17.60 pro Aktie zu erhöhen. Dies entspricht einer Erhöhung der pro Aktie gezahlten Gesamtdividende um 8.0% gegenüber dem Vorjahr. Ermöglicht wird diese deutliche Erhöhung der ordentlichen Dividende durch die guten Ergebnisse des Jahres 2005, die anhaltend hohe Selbstfinanzierung der Gruppe und dem guten Bestand an liquiden Mitteln. Wird der Antrag von der Generalversammlung am 7. April 2006 genehmigt, kann Givaudan seine Dividende zum fünften Mal in Folge seit dem Börsengang der Gruppe erhöhen.

Givaudan besitzt ein nachhaltig angelegtes Geschäftsmodell. Wertschöpfung steht für jede und jeden Einzelnen von uns an oberster Stelle. Voraussetzung hierfür sind Kundenorientierung, die konsequente Einhaltung höchster ethischer Standards und die bewusst langfristige Orientierung aller Aktivitäten im Sinne einer erfolgreichen Zukunft für Givaudan als integrale Bestandteile unserer Unternehmenskultur. Dank des Engagements und der Begeisterung unserer Mitarbeitenden, der Professionalität unseres Management-Teams und nicht zuletzt Ihres Vertrauen als Aktionäre, ist Givaudan heute unbestrittene Führerin ihrer Branche. Insbesondere unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern möchten wir daher, auch im Namen des Verwaltungsrats und der Aktionäre, unseren tiefsten Dank aussprechen.

Givaudan hat seinen Bestand an modernen Anlagen weiter ausgebaut. Eines der wichtigsten Projekte, die Einrichtung in Shanghai eines eigenen Kreative-, Applikations-, Technologie- und Produktionszentrums für die Aromendivision, läuft auf Hochtouren und soll im Juni 2006 in Betrieb genommen werden. In New York City konnten die Räumlichkeiten der Luxusparfümeriebereich weiter ausgebaut werden. Im französischen Argenteuil wurden die Einrichtungen von Givaudan erweitert und

beherbergen nun die Parfümerieschule sowie die für den französischen Markt zuständigen Mitarbeitenden der Aromendivision. In Vernier haben wir als Antwort auf die steigenden Verkaufszahlen unsere Mischanlage ausgebaut.

Im Rahmen unseres Programms zur Konsolidierung der Aromenproduktionsanlagen wurde die Verlagerung der Produktionsaktivitäten aus den Niederlanden in die Schweiz und nach Deutschland erfolgreich und ohne Beeinträchtigung der Lieferbereitschaft oder nennenswerte organisatorische Einschränkungen abgeschlossen. Die am 10. Januar 2006 angekündigte Schliessung der Anlagen in New Milford (Connecticut/USA) und Oconomowoc (Wisconsin/USA) mit anschliessender Straffung der Produktion unterstreichen die Strategie von Givaudan, sich zugunsten solider Margen zunehmend auf die Kreation hochwertiger Riechstoff- und Aromaspezialitäten zu konzentrieren.

Innovation ist und bleibt der wichtigste Schlüssel unseres Erfolgs. Die Neuabschlüsse in allen Geschäftssegmenten wären ohne die Anerkennung der Innovationsleistung von Givaudan seitens unserer Kunden undenkbar gewesen. 2005 brachte die Division Riechstoffe vier weitere neuartige patentierte Moleküle auf den Markt, die von unserem Forschungszentrum in Dübendorf kreiert wurden. Zur Stärkung des Forschungsprogramms der Gruppe wurde in Shanghai ein neues Riechstoffforschungslabor eingerichtet. Jüngstes Mitglied der Division Aromen ist das neue Givaudan-Programm Taste Solutions™ für den Bereich Gesundheit & Wohlbefinden, als Antwort auf die anhaltend steigende Nachfrage der Verbraucher nach gesünderen Produkten. Der aktive, geschäftige Lebensstil von heute verstärkt bei vielen Konsumenten das Bedürfnis nach körperlichem und geistigem Wohlbefinden, während zugleich das Problem der Übergewichtigkeit massiv Sorgen bereitet. Das Programm Taste Solutions™ ermöglicht es Nahrungsmittel- und Getränkeherstellern

Produkte zu entwickeln, die zu einem gesünderen Lebensstil beitragen, hervorragend schmecken und noch dazu die Vorteile angereicherter Nährstoffe oder der Reduzierung des Zucker-, Salz- oder Kalorienanteils bieten.

Im September fanden in Shanghai Sitzungen des Verwaltungsrats und der Konzernleitung statt, um sich einen direkten Überblick der Entwicklung unserer Geschäfte auf diesem zentralen Markt zu verschaffen. Der Verwaltungsrat besuchte die erweiterte Riechstoff-Mischanlage und nahm die im Bau befindliche Aromenproduktionsanlage umfassend in Augenschein. Alle Teilnehmer waren überzeugt, dass die strategische Ausrichtung und die Investitionen der Gruppe in diesen schnell wachsenden Markt die gewünschten Ergebnisse zeigen werden.

Im Oktober fand die Neueröffnung der Parfümerieschule von Givaudan in Argenteuil statt. Die Schule bietet massgeschneiderte Schulungen zur Förderung kreativer Talente und ist in der Tradition von Givaudan fest verankert. Über 30 Analysten und Investoren folgten am 18. November 2005 der Einladung der Schule, vor Ort Wissenswertes über 60 Jahre Lehre der Kunst der Parfüm- und Aromakreation zu entdecken. Bei dieser Gelegenheit stellte die Division Aromen auch ihr Aus- und Weiterbildungsprogramm für Aromatiker vor. Die Studierenden demonstrierten, wie sie gewisse Elemente der Parfümerieschule in ihr Ausbildungsprogramm eingebaut haben.

Für die Zukunft hat Ihr Unternehmen sich das ehrgeizige Ziel gesetzt, die "Nummer Eins in jedem strategischen Geschäftsbereich, in dem Givaudan sich engagiert", zu werden. Hierzu ist es erforderlich, dass Givaudan für alle Kunden deutlich erkennbare Differenzierungspunkte setzt. Zu diesem Zweck wurde unter anderem der Markenname Givaudan als eines dieser Differenzierungsmerkmale unter dem Motto "Führende Sensorische Innovation" neu positioniert. Um unser ehrgeiziges

Ziel zu erreichen, werden unsere Vision und die neue Botschaft unserer Marke zukünftig integraler Bestandteil der Kommunikation mit unseren Kunden und Interessengruppen sein.

Für das kommende Jahr haben wir uns viel vorgenommen. Für beide Divisionen sind neue Initiativen geplant, die unser Wachstum weiter fördern und unsere Innovationskapazitäten erweitern sollen. Für anhaltende Rentabilität wird die Givaudan weiterhin auf ihre Erfahrung im Einkauf von Rohmaterialien setzen. Eine divisionsübergreifende Initiative soll Möglichkeiten aufdecken, wie wir unsere indirekten Material- und Serviceausgaben reduzieren können. Darüber hinaus werden wir auch unsere zukünftige Entwicklung der Informationssysteme um unsere ERP-Plattform (Enterprise Resource Planning) vorantreiben sowie weiterhin unsere Givaudan spezifischen Systeme ausbauen. Wir sind zuversichtlich, dass Givaudan diese Herausforderungen meistern und so ihren Wert für ihre Aktionäre weiter steigern wird.

Wir werden alles daran setzen, für unsere Kunden die Nummer Eins für sensorische Innovation zu werden und die Begeisterung unserer Mitarbeitenden auf sie zu übertragen. Wir sind überzeugt, dass die Givaudan hervorragend positioniert ist, ihren Aktionären und Kunden 2006 erneut gute Ergebnisse mit überdurchschnittlicher Wertschöpfung zu präsentieren.

**Dr. Jürg Witmer**  
Verwaltungsratspräsident

**Gilles Andrier**  
CEO

## Division Riechstoffe



Givaudan möchte ihre Kunden nicht nur mit köstlichen Aromen und wunderbaren Riechstoffen versorgen, sondern auch sicherstellen, dass ihre Produkte erfolgreich sind. Zu diesem Zweck reisen die Experten von Givaudan um die ganze Welt und suchen nach neuen, innovativen Ingredienzien. Vom Regenwald bis zum Grosstadtchungel studieren die Wissenschaftler

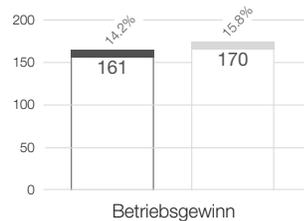
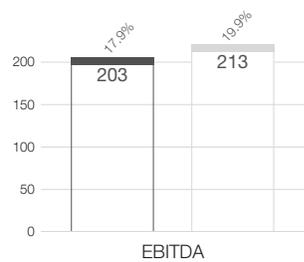
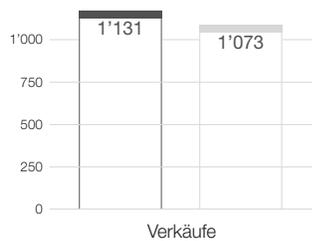
von Givaudan die Gewohnheiten und Lebensstile der Menschen, um ihre Bedürfnisse besser zu verstehen und Trends zu erkennen. Givaudan ist bekannt für seine innovative, zielgerichtete und facettenreiche Kreativität. Das Aufspüren bisher unbekannter Düfte hat zu einer einzigartigen Produktpalette geführt, die jeder Riechstoffkreation etwas ganz Besonderes verleiht.



Bei einer ScentTrek®-Expedition in den Norden Brasiliens entdeckten die Experten von Givaudan eine geheimnisvolle und faszinierende neue Pflanze, die noch niemals zuvor für einen handelsüblichen Riechstoff verwendet wurde. Diese spezielle Pflanze wurde über Generationen von den Bewohnern des Amazonasgebiets gehegt und gepflegt und zum Parfümieren von Bädern und Stoffen verwendet, wobei sie stets ihren

legendären und geheimnisvollen Duft beibehielt. Nach dem Studium der Riechstofftraditionen der Bewohner des Amazonasgebiets entdeckten die Wissenschaftler von Givaudan schliesslich Priproica, eine Pflanze, deren Wurzeln eine einzigartige und aussergewöhnliche Kombination aus würzigen, holzigen, wurzeligen und blumigen Noten aufweisen.

■ Jahr 2005 ■ Jahr 2004  
In Millionen CHF und in Prozent der Verkäufe



EBITDA: "Earnings Before Interest (and other financial income), Tax, Depreciation and Amortisation" entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf Sachanlagen und immateriellen Anlagen und Wertminderungen von langfristigen Vermögenswerten.

Im Jahr 2005 verbuchte die Division Riechstoffe einen Umsatz von CHF 1'131 Millionen; dies entspricht einem Zuwachs von 4.2% in Lokalwährungen und 5.4% in Schweizer Franken. Diese Steigerung ist dem Kerngeschäft Luxusparfümerie, Konsumgüter und Spezialitäten bei den Riechstoff-Ingredienzien zu verdanken.

Im Bereich Luxusparfümerie konnten die guten Ergebnisse des Vorjahres leicht verbessert werden, und die Sparte Konsumgüter wuchs das fünfte Jahr in Folge stärker als der Markt. In Übereinstimmung mit unserer Strategie für Riechstoff-Ingredienzien wurde die Standard-Ingredienzien-Produktion weiter rationalisiert, während die Spezialitäten durch zweistellige Zuwächse überzeugten.

Aufgrund höherer Betriebskosten, Rohstoffpreise und einer Rückstellung



Die Pripricoa-Pflanze gehört zu derselben botanischen Familie wie Riedgras und Papyrus. Auf den ersten Blick eine gewöhnliche grasähnliche Pflanze, birgt sie unter der Erde ein ganz besonderes Geheimnis. Wird der Wurzelstock der Pripricoa angeschnitten, verströmt er einen frischen, einzigartigen Duft.

Eine Legende der indianischen Ureinwohner Amazoniens erzählt von einem geheimnisvollen indianischen Krieger des Stammes der Aruaca

namens Piripiri, dessen Körper einen betörenden und unwiderstehlichen Duft verströmt, so dass sich alle jungen Frauen seines Dorfes in ihn verliebten. Die indianischen Frauen folgten ihm immer wieder durch den ganzen Dschungel, ohne dass es ihnen jemals gelungen wäre, ihn festzuhalten, denn jedes Mal, wenn er ihnen in die Hände fiel, verschwand er und hinterliess nur eine Wolke duftenden Rauchs.

für regulatorische Änderungen in den USA sank der Betriebsgewinn der Division auf CHF 161 Millionen. Dies entspricht einer operativen Marge von 14.2% gegenüber 15.8% im Jahr 2004.

Um ihre Position auf dem Parfüm-Markt weiter auszubauen, vergrösserte Givaudan ihre Kreationszentren in Paris und New York und gestaltete ihre Parfümerieschule in Argenteuil (Frankreich) um. In Vernier (Schweiz) erweiterte Givaudan ihre Mischanlagen. Zur Steigerung der Produktivität wurden für die schnellere und effizientere Abwicklung grosser Aufträge Mischbehälter mit grossem Fassungsvermögen installiert.

### Luxusparfümerie

Nach den zweistelligen Zuwächsen der vorangegangenen beiden Jahre in einem flachen bis rückläufigen Markt lagen die Umsätze trotz eines schleppenden Starts leicht über den starken Ergebnissen des Vorjahres. Die anhaltend hohe Zahl neuer Geschäftsabschlüsse konnte – dank der Investitionen in die Kreationszentren in Paris und New York – die starke Erosion des bestehenden Geschäfts in Europa und Nordamerika ausgleichen. Bedingt wurde diese Erosion durch die schwache Verbrauchernachfrage in Europa, die Reduzierung der Lagerbestände in den Distributionskanälen Nordamerikas und die allgemeine Tendenz zu kürzeren Produktlebenszyklen. Auf den Luxusparfümerie-Märkten der Schwellenländer Lateinamerikas erzielte Givaudan hohe Zuwächse, hauptsächlich durch ihre regionalen Kunden.

Zu den neuen 2005 von Givaudan kreierten Parfümen zählen:

### Damenparfums

- *Obsession Midnight, Calvin Klein*  
Coty / Lancaster
- *5th Avenue after Five*  
Elizabeth Arden
- *Britney Spears Fantasy*  
Elizabeth Arden
- *Voile d'Ambre*  
Yves Rocher
- *Miami Glow, Jennifer Lopez*  
Coty / Lancaster
- *Burberry Brit Gold*  
Interparfums
- *Angelique Noire, Guerlain*  
LVMH
- *Puma Women*  
Procter & Gamble



Die Tochter des Dorfhäuptlings war unsterblich in Piripiri verliebt. Sie fragte ihren Vater, was sie tun könne, um den schönen Piripiri zu betören. Ihr Vater antwortete, dass der geheimnisvolle Krieger Frauenhaar nicht widerstehen könne. Eines Nachts bei Vollmond fesselte die Tochter daher Piripiris Füße mit einigen Strähnen ihres Haars und legte sich neben ihn schlafen. Als sie am nächsten Morgen erwachte, war der Krieger verschwunden

und kehrte niemals zurück. An der Stelle jedoch, an der er geschlafen hatte, wuchs eine Pflanze, die seinen Duft verströmte.

Die Tochter des Häuptlings erzählte allen, dass Piripiri sich in das Sternbild Arapari verwandelt habe. Seit diesem Tag wird diese Pflanze Piripiriooca oder Pripriooca genannt, was "Piripiris Haus" bedeutet, und die Frauen des Dorfes verwenden sie, um ihre Bäder zu parfümieren oder ihre Haare

### Herrenparfums

- *Be Delicious, Donna Karan*  
Estée Lauder
- *Unforgivable, Sean John*  
Estée Lauder
- *Obsession Night, Calvin Klein*  
Coty / Lancaster
- *Polo Black, Ralph Lauren*  
L'Oréal
- *Z by Zegna*  
Gucci Group
- *Boss Soul, Hugo Boss*  
Procter & Gamble
- *Arpege for Men, Lanvin*  
Interparfums
- *Aramis Bermuda Tonic*  
Estée Lauder

Bei der jährlichen Verleihung der FiFi-Awards durch die Fragrance Foundation in New York zählten von Givaudan kreierte Parfüms erneut zu den Preisträgern. Brit for Men von Burberry (Interparfums) wurde als bestes Herren-Luxusparfüm, Brit Red von Burberry

als bester "Nouveau Niche"-Duft für Damen ausgezeichnet. Paul Smith (Interparfums) überzeugte als bester Herrenduft der Sparte "Nouveau Niche". Daneben erhielt Ralph Cool von L'Oréal den Consumers' Choice Award des Magazins Cosmopolitan als bester Damenduft. Burberry Brit for Men gewann den American Society of Perfumers Award in der Kategorie "Men's Contemporary".

Im Jahr 2005 gelang es Givaudan, ihre Position auf dem Luxusparfümerie-Markt weiter auszubauen. Grundstein für einen anhaltenden zukünftigen Erfolg sind die Investitionen in unsere Kreationszentren, die stetige Stärkung unserer kreativen Talente – unterstützt durch die internationale Parfümerieschule – und die Entwicklung neuer innovativer Ingredienzien.

### Konsumgüter

Die Sparte Konsumgüter überzeugte mit einem über dem Markt liegenden starken, einstelligen Wachstum. In den vergangenen fünf Jahren konnte die Sparte das durchschnittliche Marktwachstum jährlich um das Zwei- bis Dreifache übertreffen. Erreicht wurde dies durch stetige Investitionen in Forschungs-, Verkaufs- und Produktentwicklungsaktivitäten, eine Strategie, mit der wir unsere einmaligen Innovationskapazitäten erfolgreich entwickeln und in wachstumsstarken Märkten expandieren konnten.

Durch die hohe Anzahl wichtiger neuer Geschäftsabschlüsse gelang es der Konsumgütersparte, ihren Marktanteil weiter auszubauen und sich zum Partner der Wahl für Schlüsselkunden zu entwickeln. Die 2005 in allen Segmenten und Regionen guten Ergebnisse wurden in einem schwierigen



damit zu waschen, um die Männer mit ihrem feinen Duft zu betören.

In Amazonien haben parfümierte Bäder bis heute Tradition. Da sie so nah am Wasser leben, baden die Bewohner des Amazonasgebiets in der Regel mehrmals am Tag. Das Baden mit aromatischen Pflanzen, das als "parfümiertes Bad" oder "Banho de cheiro" bezeichnet wird, ist ein weit verbreiteter Brauch, da Volks- und Aberglauben

im Alltag der Bewohner des brasilianischen Nordens noch immer eine grosse Rolle spielen. Die Menschen nehmen zu besonderen Anlässen parfümierte Bäder, zum Beispiel zu Weihnachten, zum Maifest und vor einem Batuque-Spiel. Die Bäder sollen Glück bringen, vor Unglück schützen, den bösen Blick ("Mau olhado") abwehren oder bei der Partnersuche helfen. Sogar vor einem Bewerbungsgespräch nimmt man ein parfümiertes Bad.

Marktumfeld erzielt, das von geringen Wachstumsraten und starkem Preisdruck geprägt war.

Der Absatz in Nordamerika verzeichnete im Vorjahr ein zweistelliges Wachstum, das sowohl von internationalen als auch regionalen Kunden getragen wurde.

Das Wachstum in Europa, dem Mittleren Osten und Afrika war hauptsächlich auf internationale Kunden zurückzuführen. Die Umsatzzuwächse in Asien sind verschiedensten Kundensegmenten und neuen Geschäftsabschlüssen zu verdanken. China, Indien, Indonesien und die Philippinen leisteten mit jeweils zweistelligen Zuwachsraten den grössten Beitrag zum Wachstum. In einem wirtschaftlich und politisch stabileren Umfeld profitierten die Umsätze in Lateinamerika, insbesondere in Mexiko und Argentinien, hauptsächlich von den jüngsten Geschäftsabschlüssen mit internationalen Kunden.

Das Wachstum verteilt sich gleichmässig auf alle Produktkategorien: Seifen, Putzmittel, Haushalt, Haar- und Hautpflege.

#### Riechstoff-Ingredienzien

In Übereinstimmung mit der Strategie von Givaudan, sich auf hochwertige Riechstoffmoleküle zu konzentrieren, erfreuten sich Spezialitäten-Ingredienzien eines zweistelligen Wachstums und gewannen im Ingredienzien-Portfolio zunehmend an Bedeutung. Florhydral, Undecavertol und Peonile legten im Jahresvergleich deutlich zu. Das 2004 auf den Markt gebrachte Molekül Javanol erfreut sich einer ausgezeichneten Marktakzeptanz, und es wird erwartet, dass ihm in den kommenden Jahren eine wichtige Stellung im Portfolio zukommen wird.

2005 wurden zwei exklusive Moleküle auf dem Markt eingeführt: Toscanol, ein intensiver geradliniger Duft mit einer starken Anisnote und Ultrazur, eine einzigartige Basisnote mit kräftigem, marinem, Melonen- und Gurkenduft.

Der Ingredienzien-Gesamtumsatz wurde durch die Auswirkung der CHF 17 Millionen Rationalisierung des Standard-Ingredienzien-Portfolios negativ beeinflusst, so dass insgesamt ein leichter, einstelliger Rückgang im Bereich zu verbuchen war.

## Division Aromen



In der heutigen Zeit sehen sich die Verbraucher einer nie gekannten Vielfalt von Nahrungsmitteln, Gerichten und Rezepten gegenüber. Je mehr sie sehen und kennen lernen, je mehr verlangen und erwarten sie. Die Nahrungsmittelindustrie sieht sich der ständigen, nahezu übermenschlichen Herausforderung gegenüber, unablässig neue und interessante Ingredienzien und Aromen anbieten zu müssen, um die zunehmenden Ansprüche der Kunden befriedigen zu können.

Givaudan ist ein Pionier der Erkundung von Kundenwünschen und ihrer marktgerechten Umsetzung. Wir sind uns sicher, dass Lateinamerika und seine Bewohner noch viele unentdeckte Geheimnisse bergen, die unser Leben genauso verändern können, wie dies in der Vergangenheit durch Vanille, Kaffee und Schokolade geschehen ist. Vor dreihundert Jahren waren diese Ingredienzien im Westen noch seltene und teure Güter, während sie von

den indigenen Völkern des lateinamerikanischen Kontinents bereits seit Jahrhunderten genutzt wurden.

Besonders das brasilianische Amazonasbecken erstreckt sich über ein riesiges Gebiet, das noch entdeckt und erforscht werden muss. Wenngleich die lokale Wirtschaft auf dem Abbau von Erzen und der Gewinnung von Nutzholz und pflanzlichen Produkten wie Gummi, Paranüssen, Rohrzucker und Maniok basiert, pflegen die Bewohner des Amazonasdeltas, die Caboclos, ein wichtiges kulturelles Erbe, indem sie ihre Ernährungsgewohnheiten, ihr Verständnis der Natur und ihre Gesellschaftsordnung bewahren.

Die Küche dieser Region ist authentisch, einzigartig und wurde noch nicht wesentlich von anderen Traditionen oder Kulturen beeinflusst.

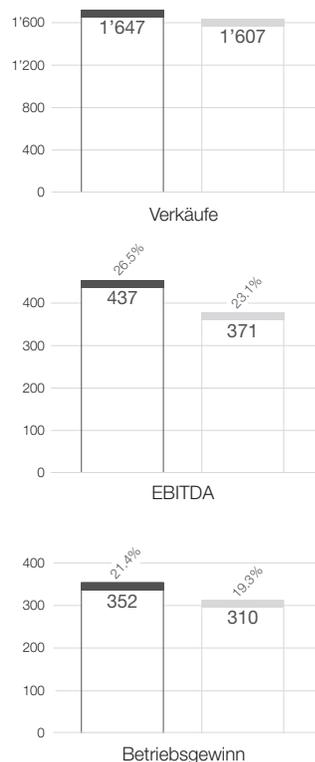


Ein wichtiges Beispiel kultureller Authentizität ist die Açai-Frucht. Givaudan entdeckte sie im Jahr 2004 als höchst trendgemässe und viel versprechende Ingredienz im Rahmen der Lateinamerika-Expedition TrendTrek™ – einer Expedition zu Studienzwecken und einer einzigartigen Reise, Inspirations- und Innovationsquelle sowie Ausgangspunkt für viele zukünftige Entwicklungen. Die äusserst interessante, vielversprechende kleine Palmfrucht besitzt ein breites

traditionelles Erbe und verfügt über wichtige gesundheitsfördernde Eigenschaften, was sie zu einer sehr attraktiven Ingredienz für eine Vielzahl von Anwendungen macht, die bereits Millionen von Verbrauchern im Südosten Brasiliens bezaubert haben.

Im Norden Brasiliens wird die Açai-Frucht wegen ihres Nährwerts und ihrer anregenden Wirkung traditionell als Hauptgericht gegessen. Die Frucht wird püriert und zusammen mit Maniokmehl oder

■ Jahr 2005 ■ Jahr 2004  
In Millionen CHF und in Prozent der Verkäufe



EBITDA: "Earnings Before Interest (and other financial income), Tax, Depreciation and Amortisation" entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf Sachanlagen und immateriellen Anlagen und Wertminderungen von langfristigen Vermögenswerten.

Im Jahr 2005 verbuchte die Division Aromen einen Umsatz von CHF 1'647 Millionen; dies entspricht einem Zuwachs von 1.3% in Lokalgeldwährungen und 2.5% in Schweizer Franken. Asien-Pazifik und Lateinamerika überzeugten durch über dem Markt liegende Zuwachsraten. Nordamerika verzeichnete geringfügige Zuwächse, während in Europa der Umsatz gegenüber dem Vorjahr leicht zurückging. Geringere Kundenentwicklungsaktivitäten und niedrigere Verkaufspreise für natürliche Vanille sowie die Rationalisierung der Produkte mit niedrigen Margen drückten die Verkäufe in diesen gesättigten Märkten.

Der Betriebsgewinn stieg von CHF 310 Millionen auf CHF 352 Millionen, so dass sich die Marge von 19.3% auf 21.4% erhöhte. Dies ist das direkte Ergebnis der erfolgreich durchgeführten Initiativen zur Margenverbesserung,



Tapioka und gebratenem oder gegrilltem Fisch gegessen. Als Beilage werden häufig getrocknete Garnelen gereicht. Die Frucht ist heute Teil des lokalen Brauchtums und fester Bestandteil nicht nur des Speiseplans, sondern auch vieler Legenden.

Einer Legende nach gab es einst eine wunderschöne junge Frau namens Iaca, Tochter des Häuptlings eines Stammes von Amazonasindianern. Da der Stamm Hunger litt, traf der Häuptling eine

schwere, aber notwendige Entscheidung: zukünftig sollten alle Neugeborenen getötet werden, um die Ernährung des Stammes zu sichern.

Unglücklicherweise wurde seine eigene Tochter, Iaca, schwanger, und als sie ihr Kind zur Welt gebracht hatte, war der Häuptling gezwungen, es zu opfern. Eines Tages, Iaca war allein in ihrer Hütte und betrauerte den Tod ihres Kindes, war ihr, als hörte sie ein Baby weinen.

der Rationalisierung des Produktportfolios und der Konsolidierung der Produktionsstandorte in Europa.

Ende 2005 schloss Givaudan die Verlagerung der Flüssig- und Trockenaromaproduktion von Barneveld (Niederland) nach Dortmund (Deutschland) und Zürich (Schweiz) erfolgreich ab. Das Verkaufs- und Marketingteam für den französischen Markt zog von Tremblay (Frankreich) in die frisch renovierten Gebäude in Argenteuil (Frankreich). Im August 2005 wurde in Kempthal (Schweiz) die letzte Phase des Aromen-Entwicklungszentrums dem Betrieb übergeben: Eine Testanlage speziell für verschiedenste Lebensmittelherstellungsverfahren die es ermöglicht, zusammen mit Kunden Aromen zu entwickeln.

Als Folge der anhaltenden Rationalisierung der kulinarischen Basisnoten

und der Konsolidierung ihrer Produktionsstätten gab Givaudan am 10. Januar 2006 die Schließung ihrer Anlagen in New Milford (Connecticut) und Oconomowoc (Wisconsin) bekannt. Diese Geschäftsbereiche werden nach Cincinnati (Ohio) und Devon (Kentucky) verlagert. Der Prozess soll bis spätestens Juni 2007 beendet sein.

Der Ausbau der Produktionsanlagen in Fukuroi, Japan, wurde 2005 abgeschlossen, so dass dort ausreichend Produktionskapazitäten verfügbar sind, um dem stetig wachsenden Absatzvolumen, das dieser wichtige Markt bietet, zu genügen. Die Errichtung eines eigens für Aromen bestimmten Kreative-, Applikations- und Produktionszentrums in Shanghai geht reibungslos voran. Die Inbetriebnahme ist für Sommer 2006 geplant.

### Asien-Pazifik

Sämtliche Hauptsegmente konnten zulegen. Dank zahlreicher neuer Geschäftsabschlüsse in der Region, in der eine beträchtliche Anzahl neuer Produkte eingeführt wurde, verzeichnete das Getränke-segment ein zweistelliges Wachstum.

Neue Geschäftsabschlüsse in China, Indien und Japan sorgten für erheblich höhere Verkaufszahlen im Süßwaren-segment. Im Bereich der Schnellverpflegung, dem strategischen Segment der kulinarischen Aromen, konnten wir die zunehmenden Aktivitäten internationaler und lokaler Unternehmen in diesem schnell wachsenden Markt für uns nutzen und ein zweistelliges Wachstum erzielen.

Die Märkte in Schwellenländern wie China, Indien und Südasiens wiesen mit



Sie begab sich auf die Suche nach der Herkunft des Geräuschs und sah ihr Kind unter einer Früchte tragenden Palme. Voller Freude und im Glauben, ihr Kind wiederzusehen, legte sie sich unter den Baum und starb.

Am folgenden Tag fand der Stamm die tote Iaca unter dem seltsamen, unbekanntem Baum, und pflückte die Früchte. Die Früchte stillten den Hunger des Stamms und verliehen den Stammesmitgliedern

neue Energie. Der Häuptling hob seine Entscheidung auf und erklärte, die Früchte würden zu Ehren seiner Tochter ihren Namen erhalten (wenn man "Iaca" rückwärts buchstabiert, erhält man "Açaí"). Der Stamm hatte nun wieder mehr als genug Nahrung für alle, und es wurden zahlreiche Nachkommen geboren. Seit dieser Zeit erzählen die Einheimischen diese Geschichte der Entdeckung der Açaí-Frucht von Generation zu Generation weiter.

Raten im oberen einstelligen und im zweistelligen Bereich ein über dem Markt liegendes Wachstum auf. Auch in Japan lag das Umsatzwachstum dank bedeutender neuer Geschäftsabschlüsse im Getränke- und im Süßwarenssegment beträchtlich über dem jeweiligen Marktdurchschnitt.

### Europa, Afrika und Mittlerer Osten (EAMO)

Der Gesamtumsatz in EAMO zeigte einen leichten Rückgang in Lokalwährungen. Ungünstige Wetterbedingungen für das Getränkesegment, eine geringere Anzahl von Kundenproduktneueinführungen, die Auswirkungen der niedrigeren Preise für natürliche Vanille und die Rationalisierung des Ingredienzien-Portfolios wirkten sich negativ auf die Verkaufszahlen in dieser Region aus.

Auf den gesättigten Märkten Westeuropas füllten sich unsere Projektpipelines im zweiten Halbjahr insbesondere dank unserer Initiativen im Bereich Gesundheit & Wohlbefinden. Projekte zur Reduzierung des Salz- und Zuckergehalts in verschiedenen Segmenten lassen gute Ergebnisse erwarten und werden für unsere entwicklungsorientierten Kunden nach wie vor von grosser Wichtigkeit sein. Die Umsätze auf den Märkten in den osteuropäischen Schwellenländern zeigten in allen Segmenten eine gute Entwicklung. Die Kreative- und Applikationszentren in Wien und Dubai erhielten für die zunehmenden Ausschreibungsaktivitäten in diesen strategisch wichtigen Märkten Unterstützung durch neue technische Mitarbeitende.

Insgesamt erzielten die Segmente Süßwaren und Milchprodukte gute Ergebnisse. Dies gilt auch für das

Segment kulinarische Aromen, das im Bereich der Schnellverpflegung durch ein zweistelliges Wachstum überzeugte. Das Getränkesegment zeigte zunächst rückläufige Tendenzen, konnte sich aber im zweiten Halbjahr erholen.

### Nordamerika

Die Umsätze in Nordamerika verzeichneten leichte Zuwächse. Ungeachtet der Auswirkungen der niedrigen Vanillepreise und der Produktrationalisierung lagen die Umsätze in dieser Region über dem Marktdurchschnitt.

Nach den starken Vorjahresverkäufen wies das Getränkesegment erneut ein solides Wachstum auf. Erreicht wurde dies durch wichtige neue Geschäftsabschlüsse und das gestiegene Verkaufsvolumen bei kohlenstoffhaltigen,



Die Açaí-Frucht, auch "Palmbeere" genannt, wächst auf einer hohen und schlanken wilden Amazonas-Palme namens Açaizeiro. Da jede Palme sechs bis acht Trauben mit jeweils ungefähr 2kg Beeren trägt, reicht eine Palme aus, um einen ganzen Stamm zu ernähren.

Fast 90 Prozent der kleinen Beere macht der harte, nicht essbare Kern aus. Die wahren Schätze verbergen sich jedoch in der dunkelvioletten Schale

der Frucht. Sie enthält Aminosäuren, essenzielle Fettsäuren und eine Substanz namens Anthocyanin, die eine hervorragende Quelle von Antioxidanzien ist, ähnlich denen, die man in Wein findet. Da die Frucht sehr empfindlich ist und leicht verderbt, war sie bis vor einiger Zeit ausserhalb der Grenzen der Region nicht bekannt. Heutzutage wird das gefrorene konzentrierte Fruchtfleisch exportiert und in anderen Regionen Brasiliens verkauft.

nichtalkoholischen und Sportgetränken. Auch das Süswaresegment setzte seinen Erfolgskurs dank neuer Geschäftsabschlüsse in den Bereichen Snacks und Cerealien weiter fort. Das Milchwaresegment hingegen war geprägt von den niedrigeren Verkaufspreisen für natürliche Vanille. Die Umsätze im Segment kulinarische Aromen blieben hinter den Vorjahresergebnissen zurück. Die Zuwächse bei den Käsearomenverkäufen und der Schnellverpflegung konnten die Schwächen im Einzelhandel, die sich auch auf andere Produktbereiche der kulinarischen Aromen auswirkte, nicht vollständig ausgleichen.

### Lateinamerika

Lateinamerika verzeichnete das dritte Jahr in Folge ein gesundes Wachstum. Nach den zweistelligen Wachstumsvorgaben vom Vorjahr ist dies ein hervorragendes Ergebnis. Diese positiven Verkaufszahlen sind auf die starke regionale Präsenz von Givaudan und ein günstigeres wirtschaftliches Umfeld in der Region zurückzuführen.

Die positiven Zahlen wurden von allen Kernmärkten und, allem voran, von einem starken Wachstum in Argentinien und Brasilien getragen. Schlüssel für die gute markt- und segmentübergreifende regionale Leistung, insbesondere im Süswaren- und im Getränkesegment, waren neue Projekte und verstärkte Aktivitäten besonders im Bereich Minze-Aromen und kühlende Aromen.

## Forschung und Entwicklung



Givaudan ist in den Bereichen Wissenschaft und Technologie die Nummer Eins der Branche. Schlüssel für diese führende Position und den langfristigen Erfolg des Unternehmens ist die Innovationskraft von Givaudan. Was die Gruppe so einzigartig macht, ist ihre Fähigkeit, das Potenzial von Aromen oder Düften, die während eines Treks entdeckt werden, oder von neuen Molekülen, die von ihren Forschern entschlüsselt werden, zu erkennen, und dieses Potenzial dann in ein erfolgreiches und langfristig überlebensfähiges Marktkonzept umzuwandeln. Diese Leistung ist der Grund, warum sich unsere Kunden so wirkungsvoll von ihren Mitbewerbern abheben.

Um ihre Entdeckungen bereits an der Quelle zu dokumentieren, erfassen die Experten von Givaudan zunächst die Aromen oder Düfte ihrer "Fundstücke". Anschließend errichten sie dort, wo sie sich gerade befinden – im Wald,

im Dschungel, auf einem Markt oder Bauernhof – ein speziell entwickeltes Minilabor. Als nächstes extrahieren sie eine Probe der Moleküle, die ihr Fundstück abgibt, und nehmen einen Tropfen Flüssigkeit, der die vollständige molekulare Struktur des Fundstücks enthält, mit nach Hause in die Labors von Givaudan.

Die Probenahme vor Ort erfolgt absolut umweltschonend. Zurück in den heimischen Labors von Givaudan studieren die Wissenschaftler jede Probe, um die Codes der Natur zu entschlüsseln und das Aroma oder den Riechstoff für kommerzielle Zwecke nachzubilden. Das Resultat sind die seltenen und aufregenden Bausteine für wiederum einzigartige Produkte und Markterfolge. Dies ist auch der Fall bei den letzten beiden Entdeckungen Givaudans in Brasilien: der Açai-Frucht und der Priprioca-Pflanze.



Die Açai-Frucht ist nahrhaft und köstlich, ihr Geschmack ist grün und kräuterig, erdig, saftig und leicht säuerlich.

Je nach Region unterscheidet sich die Art und Weise, in der diese Palmfrucht verzehrt wird. In den Städten wird sie gerne mit anderen tropischen Früchten, Zucker, Honig und Getreide kombiniert, eine Zubereitungsart, die den Caboclos merkwürdig erscheinen würde.

In Städten wie São Paulo und Rio de Janeiro ist ein Erfrischungsgetränk aus Açai, Banane und Guaraná der meistverkaufte Softdrink, den die Menschen gerne bei der Arbeit, besonders am Nachmittag, trinken, wenn sie langsam müde werden und neue Energie brauchen.

Açai wird nicht nur in den anderen Regionen Brasiliens konsumiert, sondern auch im Rest der Welt. Die jung Gebliebenen, die sich in

Die Aufrechterhaltung eines hohen Innovationsgrades spielt für den nachhaltigen Erfolg von Givaudan eine zentrale Rolle. Die Kunden unseres Unternehmens agieren in einem äußerst wettbewerbsintensiven Umfeld und suchen immer neue innovative Ideen, damit sich ihre Produkte auf dem Markt von anderen abheben. Als Marktführer im Bereich sensorische Innovation ist Givaudan bestrebt, ihren Kunden Lösungen mit unverwechselbarem sensorischem Profil und unvergleichlicher Leistung anzubieten.

Im Jahr 2005 machten Givaudans Forschungsteams erneut Fortschritte bei der Erforschung der Funktionsweise des Geschmacks- und Geruchssinns. Darüber hinaus konzentrierten sie sich weiterhin auf die Suche nach neuen Ingredienzien und die weitere Entwicklung von Abgabesystemen.

Durch ein verbessertes Kreationsinstrumentarium konnte die Effizienz unserer Parfümeure und Aromatiker weiter gesteigert werden. Um ihre Führungsposition im Bereich Wissenschaft und Technologie auszubauen, vertiefte Givaudans Forschungs- und Entwicklungsabteilung erneut ihre Beziehungen zu Partnern aus Hochschule und Industrie. Die Zusammenarbeit mit externen Partnern rundet die internen Innovationsprogramme ab. Sie stellt ein wichtiges Instrumentarium dar, ein breites Spektrum an neuen Technologien mit Potenzial für gemeinsame Entwicklungen zu untersuchen.

### Riechstoffe

Oberstes Ziel der Riechstoff-Forschung ist die Entwicklung neuer Moleküle und einzigartiger natürlicher Materialien, um die Palette der Parfümeure zu

bereichern. Ein weiterer Schwerpunkt war die kontinuierliche Entwicklung neuer Abgabesysteme, neue Untersuchungen zur Funktionsweise des Geruchssinnes, zu Möglichkeiten der Bekämpfung schlechter Gerüche und zur Kreation neuer Akkorde, die bei den ScentTrek®-Expeditionen entdeckt wurden. Insgesamt wurden 34 Patente in unterschiedlichen Bereichen der Riechstoff-Forschung angemeldet.

Im Jahr 2005 erweiterte Givaudan ihre Produktpalette um vier neue patentierte, im Forschungs- und Entwicklungszentrum Zürich entwickelte Moleküle: *Pomarose*, eine sehr intensive, frische Note, die an Rosen und Apfelkuchen erinnert und damit den "Gourmand"-Trend zu angenehmen Düften aus der Welt der Lebensmittel aufgreift. *Cosmone*, mit einer reichen und intensiven Moschusnote verleiht den verschiedensten Akkorden zusätzliche Eleganz. Dieses biologisch abbaubare



Fitnesscentern und an Stränden tummeln, schwören auf die anregende Wirkung der Frucht und ihre wertvollen Inhaltsstoffe: Sie ist sehr reich an Eiweiss, Kalium, Calcium, Magnesium, Eisen, Phosphor, Ballaststoffen und Vitaminen. Gerade diese Inhaltsstoffe machen die Açai-Beere so interessant für die Gesundheits- und Wellnessbewegung.

Givaudan hat diese erstaunliche Frucht bereits in einer Reihe von Anwendungen von Getränken, Jogurt und Eiskrem bis hin zu Pralinenfüllungen und Bonbons getestet.

Da sie ausserhalb des Amazonasbeckens noch nicht so bekannt ist, geniesst die *Pripricia*-Pflanze in den anderen Regionen Brasiliens noch nicht das gleiche hohe Ansehen wie die Açai-Beere. Mit Unterstützung eines wichtigen Kunden von

Molekül erweitert die mit *Nirvanolide* eröffnete Palette umweltfreundlicher Moschusprodukte. *Serenolide* kombiniert die Vorzüge von elegantem, weissem Moschus mit einer süssen, fruchtigen Konnotation und warmen und weichen, samtigen Noten, die mit jeder Art modischem, fruchtigem Akkord harmonieren. *Safraleine* überrascht mit würziger Safran-Frische. Diese neue Note passt sich perfekt in die steigende Luxusparfümerie-Nachfrage nach würzigen Düften ein.

Um ihre Forschungskapazitäten für neue Moleküle weiter auszubauen, eröffnete Givaudan im September ein zusätzliches Forschungslabor in Shanghai. Die neue Anlage bietet Givaudan zusätzliche Möglichkeiten, ihre bestehende Partnerschaft mit chinesischen Universitäten auszubauen und vom immer umfangreicheren Chemie-Know-how Chinas zu profitieren. Granuscent, ein neues, patentiertes Abgabesystem, hat mit der Marktein-

führung eines neuen Produkts in den USA kommerzielle Reife erlangt. Ein neues, auf einer Flüssigkristall-technologie basierendes Abgabesystem im Bereich Flüssigsysteme hat ebenfalls die industrielle Reife erreicht.

Des Weiteren neu zu Givaudans Palette von Abgabesystemen hinzugekommen sind druckaktivierbare Mikrokapseln. Die neue Technologie wurde bereits im Rahmen von Verbrauchertests evaluiert und steht nun für den kommerziellen Einsatz bereit. Sie wurde für Waschmittelanwendungen entwickelt, bei denen sich die Moleküle während des Waschvorgangs in den Textilien verankern und ihren Duft beim Tragen der Kleidung zu einem späteren Zeitpunkt freisetzen.

Givaudan konnte erneut Fortschritte bei ihren Untersuchungen zur Bekämpfung schlechter Gerüche erzielen. Dank ihrer Erfahrung mit Riechstoff-Vorläuferverbindungen und wachsender Erkenntnisse

über die Entstehung von Achselgeruch konnten weitere Bausteine entwickelt werden. Sobald die bakteriellen Enzyme aktiv werden, geben diese Ingredienzien ein Riechstoffmolekül ab und hemmen zudem die Entstehung schlechter Gerüche. Der von Givaudan-Forscher Andreas Natsch und Kollegen im *International Journal of Cosmetic Science (IJCS)* veröffentlichte Beitrag "Isolation of a bacterial enzyme releasing axillary malodor and its use as a screening target for novel deodorant formulations" (Isolierung eines bakteriellen Enzyms, welches den schlechten Geruch der Achselhöhle erzeugt, und seine Verwendung als Screening-Ziel für neuartige Deodorant-Formulierungen) wurde zum besten IJCS-Paper des Jahres 2005 gewählt.

Die Givaudan Riechforschung setzt nach wie vor alles daran, ihre führende Position bei der Erforschung der Funktionsweise des Geruchssinns aufrechtzuerhalten. Die Firma führt eigene



Givaudan gewinnt diese einzigartige brasilianische Ingredienz jedoch im gesamten Land an Beliebtheit.

Die Marketingkampagne dieses Kunden konzentriert sich darauf, die Menschen mit der Priprioca-Pflanze vertraut zu machen und sie zu lehren, die natürlichen Ressourcen Brasiliens, insbesondere die aus Amazonien, einem der fünf reichsten Ökosysteme der Welt, zu schätzen.

Die Produkte enthalten natürliche Ingredienzien, die den Prinzipien der Umweltverträglichkeit und Nachhaltigkeit des Kunden entsprechen und zugleich von der traditionellen Verwendung dieser Pflanzen profitieren und das brasilianische Nationalgefühl ansprechen.

Die Priprioca-Pflanze eignet sich für eine grosse Vielzahl von Anwendungen, von feinen Riechstoffen und Pflegeprodukten wie Parfums

Forschungsprojekte durch und verfolgt intensiv die industrielle und universitäre Forschung. Es wurden grosse Fortschritte bei der Beschreibung von Geruchsrezeptoren und ihrer Verwendung als Biosensoren zur Identifizierung neuer Duftleitstrukturen gemacht.

Givaudans anerkannte ScentTrek®-Aktivitäten wurden 2005 weitergeführt. Hierzu gehörten unter anderem zehn Rekonstitutionen gefährdeter Blumen vom West- und Nordkap in Südafrika, darunter ein äusserst attraktiver blumiger Duft. Anlässlich des ungewöhnlich blütenreichen Jahrhundertfrühlings im Death Valley (Kalifornien, USA) führte Givaudan eine spezielle ScentTrek®-Expedition durch, um den Duft einiger selten blühender endemischer Pflanzen einzufangen. Das Archiv mit rekonstituierten natürlichen Düften umfasst mittlerweile mehr als 400 Objekte. Es hat sich als unersetzbare Inspirationsquelle bei der Kreation der unterschiedlichsten Arten von Riechstoffen erwiesen.

## Aromen

Die Kreation hochwertiger Aromenlösungen erfordert ständig innovative wissenschaftliche und technologische Fortschritte. Givaudans Aromenforschung erfüllt genau diese Anforderungen und konzentriert ihre Ressourcen auf Kernbereiche wie die Erforschung natürlicher Produkte, firmeneigene Ingredienzien, Abgabesysteme und die Sensorikforschung, in denen eine im technologischen Bereich führende Position unerlässlich ist.

Ein besonders wichtiger Schritt bei der Kreation von Aromen ist das Nachvollziehen der Wünsche der Konsumenten. Zu diesem Zweck verwenden die Aromatiker eine Miniaturversion des Virtual Aroma Synthesizer™ (VAS), welche dazu dient, in direkter Interaktion mit dem Kunden wertvolle sensorische Erkenntnisse zu gewinnen. Mit dem Gerät können schnell neue Konzepte getestet und

Geschmacksattribute identifiziert werden, auf welche die Kunden besonders ansprechen. Diese Methode beugt der sensorischen Ermüdung vor, die normalerweise bei Panelteilnehmern zu beobachten ist, die eine grössere Zahl von Proben bewerten sollen. Darüber hinaus kann der Probendurchsatz um mehr als das Zehnfache gesteigert werden, ein Vorteil, aufgrund dessen das Gerät in der Erforschung der Verbrauchersensorik eine Sonderstellung einnimmt.

Mit der Einführung von OPUS™ wurde der Aromenentwicklungsprozess um ein prädikatives Modellierungstool erweitert, das automatisch Lösungsmöglichkeiten anbietet. Dieses Tool liefert während des Kurationsprozesses Informationen über die potenzielle Vereinbarkeit von Aromen innerhalb einer spezifischen Lebensmittel- oder Getränkematrix. Das Ergebnis sind kürzere Entwicklungszeiten, grössere Genauigkeit und höhere



und Badesalzen bis hin zu Massageölen und Körperlotionen. Das von dieser Ingredienz hervorgerufene Wohlgefühl, ihre erfrischende Wirkung und ihre Verankerung in der Tradition machen sie zu einem sehr wichtigen Inhaltsstoff, nicht nur für den brasilianischen Markt, sondern auch für die Gesundheits- und Wellnessbewegung.

Im Jahre 2004 wurden die ersten Produkte – ein Parfum und ein Badezusatz (Agua de banho) – auf

den Markt gebracht. Das ätherische Öl der Priprica-Pflanze wird inzwischen in einer Reihe von weiteren Produkten eingesetzt, die letztes Jahr in Brasilien auf den Markt kamen und sämtlich von Givaudan parfümiert werden.

Kosteneffizienz bei der Entwicklung. Es können in kurzer Zeit Aromen gefunden werden, die genau den vom Kunden erwarteten Gebrauchseigenschaften entsprechen.

Der zunehmende Wunsch nach gesunder Ernährung hat sich zu einer umfangreichen Herausforderung für die Aromencreation entwickelt. So wird seit einiger Zeit die Reduzierung des Salzgehalts von Lebensmittel angestrebt, doch die bisherigen Lösungen können die Erwartungen noch nicht gänzlich erfüllen. Die Forschungen im Rahmen von Taste Essentials™ konzentrieren sich auf zwei verschiedene Ansätze: den teilweisen Ersatz von Salz durch einen Geschmacksverstärker und die Maskierung von Fremdgeschmack wie Bitterkeit. Es wurde eine Reihe natürlicher Geschmacksmodulatoren entwickelt, um die geschmacksverbessernde Eigenschaft von Salz zu imitieren und gleichzeitig den Fremdgeschmack zu reduzieren und das allgemeine Aroma

zu verbessern. Die neuen Modulatoren entstanden auf der Grundlage unseres biotechnologischen Know-hows und der bei den TasteTrek®-Expeditionen entdeckten botanischen Ingredienzien. Diese neuen firmenspezifischen natürlichen Ingredienzien besitzen geschmacksrelevante Eigenschaften, über die synthetische Komponenten nicht verfügen.

Ein ebenso wichtiger Aspekt war die Reduzierung negativer Geschmacksattribute, hauptsächlich des bitteren Nachgeschmacks, der bei vielen bisher auf dem Markt befindlichen künstlichen Süsstoffen auftritt. Im Rahmen einer noch laufenden Untersuchung wurde die genetisch verankerte Sensibilität des Menschen für Bitterstoffe in Süsstoffen analysiert. Bioassays sind inzwischen ein hocheffizientes Mittel zum Screenen von Molekülen, die den Fremdgeschmack unterdrücken können. Die Optimierung durch ein In-silico-Modell brachte eine Reihe vielversprechender Leitsubstanzen hervor, die den unerwünschten bitteren

Beigeschmack etlicher künstlicher Süsstoffe abschwächen.

Geschmackliche Produktüberlegenheit setzt hochwirksame Aromabausteine voraus. Unter Anwendung einer firmeneigenen nicht-thermischen Trennungstechnologie konnte eine neue Generation von Zitrus- und Milchprodukt-Kopfnoten generiert werden. Diese neuen Bausteine erhöhen unter anderem die Flexibilität beim Aromenentwicklungsprozess.

Einkapselungstechnologien spielen besonders dann eine äusserst wichtige Rolle, wenn Rückhalte- und Abgabeeigenschaften für das Aroma entscheidend sind. Zur besseren Kontrolle der Abgabekinetik von Aromakompositionen bei Verfahren, bei denen diese über längere Zeit hohen Temperaturen ausgesetzt werden, wurde das Matrixeinkapsulationssystem TasteSaver™ entwickelt.

## Nachhaltiges Geschäftsmodell



Bei Givaudan ist man sich schon lange bewusst, dass der Erfolg des Unternehmens nicht nur auf seiner einzigartigen Fähigkeit beruht, die Kunden in globalem Massstab mit Produkten und Dienstleistungen zu versorgen, sondern dass das Unternehmen auch deshalb so erfolgreich ist, weil es höchste

Ansprüche an Qualität, Zuverlässigkeit, Termintreue und Sachverstand erfüllt. Ein Global Player zu sein bedeutet auch, in der Lage zu sein, die besten Mitarbeiter anzuziehen, sie an sich zu binden und Verantwortung gegenüber den Gemeinschaften zu zeigen, in denen man tätig ist.



Givaudan ist davon überzeugt, dass die Natur ein stetiger Quell der Inspiration ist und uns Menschen unzählige Möglichkeiten bietet. Mehr noch: Wenn zukünftige Generationen die Möglichkeit haben sollen, den Reichtum der Natur zu geniessen, müssen die Ressourcen der Natur in einer umweltfreundlichen und nachhaltigen Art und Weise erhalten werden.

Givaudan hat als erstes Unternehmen Technologien wie ScentTrek® und TasteTrek® eingesetzt, die es den Wissenschaftlern des Unternehmens ermöglichen, natürliche Düfte und Aromen zu analysieren, ohne die Pflanzen, die diese Düfte und Aromen produzieren, oder die Umwelt, in der diese Pflanzen wachsen und gedeihen, zu zerstören.

Givaudan schafft durch den Einsatz ihrer einzigartigen Kompetenzen im Bereich sensorischer Innovation Aktionärswert. Durch eine langfristige Perspektive bei allen Geschäftsaktivitäten gewährleistet Givaudan die Nachhaltigkeit ihrer Aktivitäten. Ein Schlüsselfaktor für den langfristigen Erfolg von Givaudan ist ihr Wissen um die Verantwortung gegenüber den Aktionären, Kunden, Mitarbeitern, Lieferanten und der Umwelt.

Givaudan-Mitarbeitende verpflichten sich, hohe ethische Standards in ihrem Geschäftsgebaren einzuhalten. Dazu gehört auch die uneingeschränkte Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften, Unternehmensgrundsätzen, -praktiken und -verfahren weltweit. Durch diesen Ansatz wird Givaudans guter Name und Reputation gewahrt, die auf einem reichen Erbe gründen – geprägt von der Kompetenz, dem Verhalten und Engagement aller Givaudan-Mitarbeitenden über mehr als

zweihundert Jahre. Die Prinzipien der Givaudan-Unternehmensführung finden sich auf unserer Website: [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investor center ] – [ publications ] – [ corporate policies ]

### Aktionäre

Zwischen dem Spin-off im Jahr 2000 und dem Jahresende 2005 hat Givaudan in Form von Dividendenausschüttungen und Aktienkursbewertung CHF 2.4 Milliarden Wert für seine Aktionäre geschaffen. Für einen Betrag von CHF 1'026 Millionen kaufte das Unternehmen bis zum 31. Dezember 2005 Aktien im Wert von 16.9% seines Spin-off-Ausgangsaktienkapitals zurück.

Givaudan ist den Prinzipien guter Unternehmensführung verpflichtet und befolgt bewährte Praktiken, die mit denen in den meisten industrialisierten Ländern übereinstimmen. Sämtliche

in unserem Jahresbericht veröffentlichten Informationen richten sich nach dem Schweizer Code für Corporate Governance und den SWX Corporate Governance Guidelines (siehe Abschnitt Corporate Governance).

In regelmässigen Pressemitteilungen, Telekonferenzen und Veröffentlichungen auf [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) informiert die Gruppe zeitgleich und umfassend über ihre Resultate und Aktivitäten, dabei gilt als Mindeststandard Art. 72 des revidierten Kotierungsreglementes (Ad Hoc Publizität). Die Prinzipien von Givaudans Mitteilungs- und Informationspolitik sind nachzulesen unter: [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investor center ] – [ publications ] – [ corporate policies ]

Im Jahr 2005 veranstaltete das Givaudan-Managementteam 15 Roadshows und nahm an 28 Investorenpräsentationen und Konferenzen weltweit teil. Darüber hinaus führte das Team Einzelgespräche



Die sicherlich spannendste Aufgabe für unsere Experten ist es, einzigartige Orte auf der ganzen Welt aufzusuchen und nach Früchten und Blumen, Nahrungsmitteln und Zubereitungsarten zu forschen. Der Nervenkitzel des Entdeckens und die Möglichkeit zur Erkundung der Welt macht unseren Kreativteams immer wieder bewusst, wie schön und artenreich unser Planet Erde ist. Daher hat Givaudan mehrere Initiativen auf lokaler

Ebene ins Leben gerufen, um sicherzustellen, dass nicht nur die natürlichen Lebensräume geschützt, sondern auch das Erbe indigener Bevölkerungen in Bezug auf Philosophie, Ernährungsgewohnheiten, Traditionen und Kultur bewahrt wird.

Ein Beispiel ist die Initiative des Vor-Ort-Teams von Givaudan in Brasilien in Zusammenarbeit mit einem wichtigen Kunden in der Nähe von Belem, deren Ziel es ist, gemeinsam mit drei

mit über 200 Aktionären und/oder Investoren. Den vollständigen Veranstaltungskalender für Investoren und Aktionäre finden Sie unter [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investor center ] – [ agenda ]

Bei Jahresabschluss 2005 führte Givaudan 18'365 Aktionäre im Aktionärsregister, die insgesamt 66,5% des Aktienkapitals besaßen. Am Jahresende waren 49,5% aller Aktien stimmberechtigt. Die zwanzig grössten Aktionäre, einschliesslich treuhänderische Aktionäre und Fonds, repräsentierten ca. 60% des Aktienkapitals. Ungefähr 40% der Aktionäre sind in Nordamerika ansässig.

### Kunden

Givaudans Geschäftsmodell basiert auf dem Prinzip der Fertigung auf Abruf in einer Business-to-Business-Umgebung. Durch ihr einzigartiges sensorisches

Wissen und ihre Kundenkenntnisse bietet Givaudan ihren Kunden die Geschmacks- und Geruchsprofile, die der Schlüssel zum Produkterfolg auf dem Markt sind. Givaudan versorgt weltweit internationale, regionale und lokale Kunden. Die zehn grössten Kunden machen bei den Riechstoffen ca. 70% und bei den Aromen ca. 40% aus. Diese Kunden gehören zu den erfolgreichsten Konsumgüter- und Nahrungsmittelunternehmen weltweit.

Grundlage für den Erfolg Givaudans sind ihre langfristigen Kundenbeziehungen und die Gewährleistung hoher Berufsstandards. Zu den Prinzipien von Givaudans Kundenbeziehungen gehört die strikte Vertraulichkeit aller Kundendaten und -projekte sowie die uneingeschränkte Wahrung ihrer geistigen Eigentumsrechte. Durch die Lieferung von Produkten, deren Qualitäts- und Sicherheitsprofile genau den Kundenanforderungen sowie den jeweiligen gesetzlichen Vorschriften

entsprechen, und durch den branchenweit höchsten Servicegrad, gewährleistet Givaudan langfristige und erfolgreiche Beziehungen zu ihren Kunden. Dank ihrer hohen Innovationsfähigkeit ist Givaudan in der Lage, kundenspezifische sensorische Profile zu erstellen, dank derer die Kundenmarken einen höheren Marktanteil erzielen. "Sensorische Innovation" als Motto unserer Forschungs-, Entwicklungs- und Kurationsprozesse ist deshalb einer der Schlüsselfaktoren für den Erfolg der Gruppe. Ungefähr 8% des Umsatzes werden jährlich in Forschung und Entwicklung investiert.

### Mitarbeitende

Die Erfahrung, Begabung und Begeisterung unserer 6'000 Mitarbeitenden sind ein Grundstein für den Erfolg Givaudans auf dem Markt. Die Givaudan-Prinzipien sind so gestaltet, dass das Unternehmen Attraktivität, langfristige



Gemeinschaften aus der Region der Insel Cotijiba die Pripioca-Pflanze anzubauen und zu verarbeiten. Die Initiative soll die Eigenständigkeit dieser Gemeinschaften der Region Amazonien stärken und sie nachhaltige Techniken lehren, um ihre Entwicklung weiter zu fördern.

Als die Pripioca-Pflanze auf einem Bauernmarkt in Belem im Norden von Brasilien entdeckt wurde, ahnten die Mitglieder des

Vor-Ort-Teams von Givaudan noch nicht, was auf sie zukommen würde. Obwohl diese viel versprechende neue Ingredienz seit Generationen von den Bewohnern des Amazonas verwendet wurde, war sie noch nie in grossem Stil vermarktet worden. Der Bedarf des lokalen Marktes wurde von einigen wenigen Gemeinschaften in der Nähe von Belem gedeckt. Die Jahresproduktion von Pripioca betrug ungefähr vier Tonnen, allein für die

Bindungskraft und Entwicklungspotenzial für die hochwertigsten Arbeitskräfte der Branche bietet.

Die Personalorganisation ist so ausgerichtet, dass sie die globalen Geschäftsstruktur- und Wachstumspläne des Unternehmens unterstützt. Unternehmensweit gibt es verschiedene Fachzentren in den Bereichen Entschädigung, Leistungen und Talentmanagement. Human Resource Manager auf Landes- und Standortebene konzentrieren sich auf die spezifischen Anforderungen ihrer Standorte und sind für die Umsetzung globaler HR-Initiativen im Zusammenhang mit Talent-

management, Entschädigungen und Leistungen verantwortlich.

Im Jahr 2005 setzte Givaudan zusammen mit dem Institute for Management Development (IMD) in der Schweiz das vierte Executive Development-Programm für Führungskräfte um. In den vergangenen drei Jahren kamen mehr als hundert Führungskräfte in den Genuss dieses Programms. Die umfassende Nachfolgeplanung des Unternehmens konzentriert sich auf die Förderung interner Bewerber für Schlüsselpositionen. Dieses Verfahren wurde in der Zwischenzeit ausgeweitet,

um frühzeitig die jeweils nächste Managergeneration sowie diejenigen Führungskräfte identifizieren zu können, die das Potenzial besitzen, divisionsübergreifend zu arbeiten. Dieser systematische Ansatz gewährleistet effektive Übergänge in unserem Führungsteam.

Das 2005 gestartete Programm "Givaudan Experience" dient dazu, neue Mitarbeitende zu integrieren. Es wird in den nächsten Jahren ausgeweitet und soll eine breite Plattform für die weitere Entwicklung der Givaudan-Mitarbeitenden im Verlauf ihrer Karriere werden. Hinzu kommen die Parfümerie-,

### Geografische Entwicklung der Mitarbeitendenzahl

Region	Anzahl Mitarbeitende 31.12.2004	%	Anzahl Mitarbeitende 31.12.2005	%	Veränderung 2004-2005
Schweiz	1'360	23.1	1'404	23.7	44
Europa, Afrika, Mittlerer Osten	1'293	21.9	1'187	20.0	(106)
Nordamerika	1'619	27.4	1'638	27.6	19
Lateinamerika	566	9.6	579	9.8	13
Asien-Pazifik	1'063	18.0	1'116	18.9	53
<b>Total</b>	<b>5'901</b>	<b>100.0</b>	<b>5'924</b>	<b>100.0</b>	<b>23</b>



Riechstoffherstellung wird jedoch die zehnfache Menge benötigt. Ein weiteres grosses Problem war die Anbaumethode: Priproica wurde in Mischkultur zusammen mit Maniok angebaut, nach der Ernte wurden die Felder abgebrannt, um sie für die nächste Pflanzung vorzubereiten, so wie es bei Brandrodung üblich ist.

Anfänglich wurden fünfzig Familien in den Anbau von Priproica einbezogen, die Anbauflächen

zur Verfügung stellten. Gleichzeitig wurde die Bevölkerung darin unterrichtet und geschult, Alternativen zur Brandrodung zu nutzen. Wichtiger war jedoch, dass die Familien einen Monat lang durch einen Zimmermann mit den Grundlagen der Holzbearbeitung vertraut gemacht wurden, um ihnen zu zeigen, wie sie alternative Einkommensquellen erschliessen können, um autarker zu werden.

Evaluations- und Aromatiker-Schulungsprogramme als Pipeline für Talente, mit deren Hilfe das Personal der Aromatiker und Parfümeure und der Spezialisten für sensorische Produkte in beiden Divisionen ergänzt werden kann.

Ein weiteres von Givaudan eingesetztes Schlüsselement, um die weltweit talentiertesten Mitarbeiter anzuziehen und zu binden, ist unsere Salärpolitik. Regelmässig wird ein branchenspezifisches globales Benchmarking durchgeführt, um zu gewährleisten, dass unsere Führungskräfte eine wettbewerbsfähige Entschädigung erhalten, um die Kontinuität und Erhaltung unseres Führungskräfteamts zu garantieren. Für andere Beschäftigungsniveaus wurden auf lokaler Ebene vergleichbare Benchmarkings durchgeführt. Givaudan entwickelt und überprüft regelmässig ihre weltweiten Programme für die betriebliche Altersversorgung, um ihre wettbewerbs-

fähige Positionierung beizubehalten, die Kosten zu kontrollieren und gleichzeitig den Sicherheitsbedürfnissen der Mitarbeitenden gerecht zu werden. Dieser Ansatz hat zu einer deutlichen Verschiebung zu Vorsorgeplänen mit Beitragsprimat geführt.

Das Unternehmen führt zur Zeit ein neues Personal Information System ein. Das System soll als Grundlage für die Verwaltung der weltweiten Personaldaten dienen, den Verwaltungsaufwand senken und es unseren Personalverantwortlichen ermöglichen, Givaudans Talentmanagement- und Mitarbeiterförderungsinitiativen mehr Raum zu geben.

Die Umsetzung aller erforderlichen Massnahmen zu Gesundheitsschutz und Sicherheit der Mitarbeiter hat bei Givaudan hohe Priorität. Dies zeigt sich an der niedrigen Unfallquote und an der Tatsache, dass im Jahr 2005 keine berufsbedingten Erkrankungen verzeichnet wurde.

## Lieferanten

Givaudan kauft mehrere tausend natürliche und synthetische Rohmaterialien bei zahlreichen Lieferanten rund um die Welt ein. Die meisten dieser Materialien werden für die Herstellung einer Vielzahl kundenspezifisch angefertigter Riechstoff- und Aromakomponenten verwendet. Um weltweit auch engste Lieferfristen einzuhalten, ist die Verfügbarkeit der Rohmaterialien in gleichbleibender Qualität von zentraler Bedeutung. Zur Steuerung dieses hohen Komplexitätsgrades hat Givaudan eine moderne Lieferkette entwickelt, die heute branchenweit Massstäbe setzt.

Die Einkaufsteams der beiden Divisionen gewährleisten, dass die globale Einkaufskraft von Givaudan gestärkt wird und die richtigen Entscheidungen in Bezug auf eigene Herstellung versus Einkauf getroffen werden. Ausschliesslich anerkannte Ingredienzien werden in die Rohmaterial-



Heute sind neunzig Familien an dem Projekt beteiligt, die aus einheimischen Holzarten bereits drei unterschiedliche Arten exklusiver kunsthandwerklicher Holzkästen herstellen. Dauerte das Entwerfen des ersten Kastens noch vier Monate, konnte die Vorlaufzeit inzwischen auf zwei Monate reduziert werden, da die Handwerker zunehmend geschickter in der Bearbeitung des Holzes werden.

Die ersten Kästen wurden aus Morototo-Holz hergestellt, einem leichten und weichen Holz von weisser bis gelblicher Farbe, sowie Muiracatiara-Holz, einer festeren, dunkelbraunen Holzart. Beide Baumarten sind im Amazonasgebiet heimisch und können bis zu 25 Meter hoch werden. Die zweiten Kästen wurde aus Cumaru-Holz hergestellt, das von einem bordeauxfarbenen Baum mit weissen Blüten stammt, die einen aromatischen Duft

basis der Divisionen aufgenommen. Spezielle Auswahlprozesse gewährleisten, dass alle Lieferanten den Givaudan-Standards entsprechen.

Als einer der grössten Einkäufer natürlicher Ingredienzien ist Givaudan bemüht, mit lokalen Herstellern, viele von ihnen sind Bauern, fair und nachhaltig zusammenzuarbeiten. In einigen Fällen unterstützt Givaudan lokale Hersteller in Form von finanziellen Anbauhilfen und technischem Support. Diese Lieferantenbeziehungen haben für Givaudan den Vorteil, die Produktqualität genau überwachen, und sich bei enger Lieferterminplanung besser gegen Materialengpässe absichern zu können.

## Umwelt

Givaudan legt hinsichtlich der Bedeutsamkeit ihrer Aktivitäten für die Umwelt Wert auf grosse Sorgfalt. Die Bestrebungen ihrer Kunden, Produkte mit minimalen Umweltauswirkungen zu entwickeln, werden vom Unternehmen prinzipiell unterstützt. So spielt beispielsweise die biologische Abbaubarkeit bei der Entwicklung neuer Riechstoff-Ingredienzien eine wichtige Rolle.

Bei der Herstellung von Aromen und Riechstoffen werden grosse Mengen an Ingredienzien eingesetzt, die zwar nicht umweltschädigend sind, aber eventuell Gerüche freisetzen und dadurch die unmittelbare Umgebung beeinträchtigen können. Zur Begrenzung der natürlichen Geruchsemissionen kommen unterschiedlichste Vorrichtungen zum Einsatz, von geschlossenen Mischbehältern bis hin zu Biofiltern. Als verantwortungsbewusstes

Gesellschaftsmitglied ist Givaudan bestrebt, gute Beziehungen zu ihren Nachbarn zu unterhalten und setzt alles daran, die Auswirkungen natürlicher Geruchsemissionen zu mindern.

Givaudans Umweltschutzaktivitäten haben im Laufe der Jahre zu einer stetigen Senkung der Luftemissionen, des Abfallaufkommens und des Wasserverbrauchs geführt. Nähere Informationen zu Givaudans Engagement für Sicherheit und Umweltschutz finden Sie in dem gesondert veröffentlichten Sicherheits- und Umweltbericht. Siehe auch [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investor center ] – [ publications ] – [ corporate publications ].

## Informationstechnologie

Informationstechnologien sind ein wichtiger Faktor für die erfolgreiche Entwicklung und Bereitstellung



verströmen, welcher von Givaudan ebenfalls für die Riechstoffherstellung verwendet wird. Das neueste Modell wird aus Tauari-Holz gefertigt, einem beliebten Holz, das in Brasilien aufgrund seiner Haltbarkeit auch zur Möbelherstellung verwendet wird. Diese wundervollen Objekte werden als besondere Aufmerksamkeiten an die Kunden von Givaudan verschenkt.

Für Givaudan ist diese Unternehmung ein wichtiger neuer Schritt in der Zusammenarbeit mit den lokalen Gemeinschaften, der diesen hilft, ihre Lebensqualität zu verbessern und ihr Gemeinschaftsgefühl zu stärken, und sie dazu ermutigt, in ihrem Heimatland zu bleiben und zu arbeiten und zugleich die Umwelt zu schützen.

moderner Produkte für unsere Kunden in aller Welt. Für die zentralen Kreation- und Produktentwicklungsprozesse arbeitet Givaudan kontinuierlich an der Entwicklung von vorwiegend firmeneigenen und in der Industrie einmaligen Systemen. Unsere Informationssysteme ermöglichen es den Entwicklungsteams, mit unseren Kunden auf internationaler Ebene zusammenzuarbeiten und die kreativen Kapazitäten wirksam zu nutzen. So ist es beispielsweise möglich, dass eine neue, in Paris entwickelte Produktidee in New York, Singapur, Shanghai oder São Paulo gleichzeitig getestet und evaluiert werden kann.

Zurzeit werden verschiedene strategische Initiativen umgesetzt, um Givaudans führende Position beim Kundendienst und in der Lieferkette beizubehalten.

### Risikomanagement

Givaudans Ziel ist es, die Nachhaltigkeit ihrer Aktivitäten durch das korrekte Management der ihrem Unternehmen eigenen Risiken zu gewährleisten. Givaudan veranlasst regelmässig Risikobewertungen, um Situationen, die ihre Geschäfte potenziell beeinträchtigen könnten, richtig einzuschätzen. Diese Bewertungen werden von der Internal Audit, den Divisionsmanagementteams und den zuständigen Konzernfunktionen durchgeführt. Die Ergebnisse werden von der Konzernleitung und dem Verwaltungsrat regelmässig überprüft.

Um die Gefahr von Gesundheits- und Sicherheitsrisiken, Sachschäden oder Beeinträchtigungen der Unternehmenskontinuität zu reduzieren, hat das Unternehmen zusammen mit einem externen Versicherungsunternehmen an allen grossen Produktionsstandorten ein Risk-Engineering-Programm durchgeführt. Die überprüften

Standorte bekamen für Sachschäden und Betriebsunterbrechungen die Gesamtbeurteilung "gut" oder "sehr gut". Darüber hinaus wurde eine spezielle Risikoanalyse zur Einschätzung des Erdbebenrisikos für Givaudans Anlagen in Japan vorgenommen. Die anhand der Parameter des Risk-Engineering-Programms gewonnenen Ergebnisse bestätigten Givaudans Bestrebungen, jegliche möglichen Risiken, die die Kontinuität ihrer Aktivitäten gefährden könnten, abzuwenden und zu minimieren.

Bei neuen Investitionsprojekten werden Experten-Teams für Unternehmenssicherheit und Umwelt bereits in die Planungsphase einbezogen. Sobald ein Projekt ins Leben gerufen wird, werden alle aktuell verfügbaren Technologien genutzt, um die Gesundheit zu schützen und Sachschäden zu minimieren.

## Corporate Governance



Der Regenwald des Amazonas birgt eine Vielzahl interessanter, hoch entwickelter Pflanzen mit exquisiten Düften. Eines der aussergewöhnlichsten Beispiele für diese Pflanzen ist die riesige Amazonas-Wasserlilie, *Victoria amazonica*, die ein spektakuläres Schauspiel bietet, nicht nur wegen ihrer riesigen Blätter, die einen Durchmesser von bis zu drei Metern haben können, sondern auch wegen der Art und Weise, in der ihre Blüten bestäubt werden.

In dem natürlichen Lebensraum der Pflanze, Amazonien, öffnen sich die weissen Blüten in der Dämmerung und verströmen einen sehr starken fruchtig-blumigen Duft, der eine bestimmte Art von Skarabäuskäfern anzieht. Nachts schliessen sich die Blüten langsam, die Käfer werden in den Blüten eingeschlossen, und die Blüten ändern langsam ihre Farbe von Weiss über Rosa bis zu einem dunklen Karminrot. Am nächsten Abend öffnen sich die Blüten wieder, und die nun mit Pollen bedeckten Käfer fliegen davon. Diese Käfer, die von anderen stark duftenden, rein weissen Blüten der Pflanze angezogen werden, lassen sich auf diesen nieder, um zu fressen, und bestäuben sie dabei. Der Kreislauf schliesst sich. In der zweiten Nacht nach der Bestäubung

schliessen sich die inzwischen violetten Blüten und sinken auf den Grund des Wassers, in dem die Pflanze wächst.

In der Botanik trägt die Pflanze zwar den Namen der britischen Königin Victoria, bei den Indianern des Amazonasgebiets heisst sie jedoch "Naué", nach der schönen Tochter eines Häuptlings, die sich in eine Blume verwandelte.

Die Stammesältesten erzählen, dass sich Naué in den Mond verliebte, als sie eines nachts dessen Spiegelbild im Wasser eines Sees erblickte. Von da kam Naué jede Nacht zum See, um auf das Spiegelbild zu blicken, das, so der Schamane, der Prinz der Region luaca war. Nach einigen Tagen verschwand der Mond wieder, worauf Naué sehr traurig wurde und einen Monat lang krank war. Dann, eines Nachts, sah die liebeskranke Naué, dass der Mond sich wieder im See spiegelte. Daraufhin stürzte sie sich in das Wasser, um ihren Liebsten zu umarmen, und versank. Der Gott Tupā, den das Schicksal Naués anrührte, verwandelte sie in die schönste Blume des Sees, die *Victoria amazonica*.

## Konzernstruktur und Aktionariat

### Konzernstruktur

Givaudan AG, 5 chemin de la Parfumerie, 1214 Vernier, Schweiz, ist die Muttergesellschaft der Givaudan-Gruppe und an der SWX Swiss Exchange unter der Valorenummer 1064593 kotiert. Die Gesellschaft hat keine Tochtergesellschaften, die kotierte Gesellschaften sind. Am 31. Dezember 2005 betrug die Marktkapitalisierung der Gesellschaft CHF 6.4 Mrd.

Die operative Struktur der Gruppe ist im Anhang zur Konzernrechnung unter Punkt 1 und 5 beschrieben. Die Liste der wichtigsten konsolidierten Gruppengesellschaften ist im Anhang zur Konzernrechnung unter Punkt 27 im "Financial Report 2005" aufgeführt.

### Bedeutende Aktionäre

Per 31. Dezember 2005 waren Nestlé SA mit einer Beteiligung von 11.66% und Chase Nominees Ltd mit 5.03% an Givaudan die einzigen eingetragenen stimmberechtigten Aktionäre, die mehr als 5% des gesamten Aktienkapitals hielten.

Per 31. Dezember 2004 hatte der Anteil von Nestlé an Givaudan bei 11.06% gelegen. Die Erhöhung von Nestlé's Beteiligung ergibt sich aus der auf der Generalversammlung vom 27. April 2005 beschlossenen Kapitalherabsetzung.

Für weitere Informationen sei verwiesen auf die SWX Website [www.swx.com](http://www.swx.com) – [ Emittenten ] – [ Offenlegung von Beteiligungen ] – [ Bedeutende Aktionäre ]

## Aktienkapitalstruktur

### Aktienkapital

Per 31. Dezember 2005 betrug das Kapital der Givaudan AG CHF 74'000'000, unterteilt in 7'400'000 voll liberierte Namenaktien mit einem Nennwert von je CHF 10.

### Bedingtes Aktienkapital

Das Aktienkapital von Givaudan AG kann wie folgt erhöht werden:

- Ausgabe von höchstens 100'000 Aktien durch Ausübung von Optionsrechten, die den Mitarbeitenden und Verwaltungsratsmitgliedern des Konzerns eingeräumt werden;
- Ausgabe von höchstens 900'000 Aktien durch Ausübung von Options- oder Wandelrechten, die in Verbindung mit Anleiensobligationen von Givaudan AG oder von Konzerngesellschaften eingeräumt werden. Der Verwaltungsrat kann das Bezugsrecht der Aktionäre für die Anleiensobligationen ausschliessen, wenn solche neuen Aktien zur Finanzierung von Akquisitionen oder für die Ausgabe von Optionsscheinen oder Wandelanleihen am internationalen Kapitalmarkt verwendet werden sollen. In diesem Fall müssen die Anleiensobligationen der Öffentlichkeit zu Marktbedingungen angeboten werden, wobei das Verfalldatum für die Ausübung von Optionsrechten nicht weniger als sechs Jahre und das Verfalldatum für die Ausübung von Wandelrechten nicht weniger als fünfzehn Jahre seit Ausgabe der Obligation oder des Optionsscheins betragen darf, und der Ausübungs- respektive Wandelpreis für die neuen Aktien mindestens entsprechend den Marktbedingungen im Zeitpunkt des Anleiensemission festzulegen ist.

Das Bezugsrecht der Aktionäre ist ausgeschlossen für das bedingte Aktienkapital. Der Aktienerwerb durch Ausübung von Options- oder Wandelrechten und die Übertragung solcher Aktien unterliegen den unten aufgeführten Beschränkungen.

### Genehmigtes Aktienkapital

Gemäss Beschluss der Generalversammlung vom 16. April 2004 ist der Verwaltungsrat ermächtigt, bis zum 16. April 2006 das Aktienkapital um maximal CHF 10'000'000 zu erhöhen durch die Ausgabe von maximal 1'000'000 voll liberierten Namenaktien mit einem Nennwert von je CHF 10.

### Kapitalveränderungen

Informationen zu Kapitalveränderungen im Jahr 2003 sind im Anhang zur Konzernrechnung unter Punkt 5 im Geschäftsbericht 2004 dargelegt. Nähere Einzelheiten zu Kapitalveränderungen für die Jahre 2004 und 2005 sind im Anhang zur Konzernrechnung unter Punkt 5 im "Financial Report 2005" beschrieben.

### Aktien

Es gibt nur eine Aktiengattung. Vorbehaltlich der nachstehenden Beschränkungen sind alle Givaudan-Aktien in jeder Hinsicht mit denselben Rechten ausgestattet. Jede Aktie enthält ein Stimmrecht.

### Beschränkungen der Übertragbarkeit und Nominee-Eintragungen

Voraussetzung für die Eintragung als stimmberechtigte Aktionäre im Aktienregister von Givaudan AG ist die Erklärung der Aktionäre, die Aktien im eigenen Namen und für eigene Rechnung erworben zu haben. Gemäss einem vom Verwaltungsrat am 22. September 2004 verabschiedeten Reglement, können die treuhänderischen Aktionäre ohne weiteres im Aktienregister mit Stimmrecht mit maximal zwei Prozent des Aktienkapitals eingetragen werden, und für mehr als zwei Prozent unter der Bedingung dass sie sich verpflichten den Namen, Adresse und Anzahl der gehaltenen Aktien jedes wirtschaftlich Berechtigten bekanntzugeben.

Zudem wird kein Aktionär für mehr als 10% des im Handelsregister eingetragenen Aktienkapitals von Givaudan AG als Aktionär mit Stimmrecht im Aktienbuch eingetragen. Diese Beschränkung gilt auch für von Körperschaften erworbene

Aktien, die untereinander durch Stimmkraft, gemeinsame Leitung oder auf andere Weise verbunden sind oder im Hinblick auf eine Umgehung der 10%-Klausel koordiniert vorgehen. Die Beschränkung gilt nicht bei Uebernahmen von Unternehmen oder Beteiligungen, sowie bei Erwerb durch Erbfolge, Erbteilung oder eheliches Güterrecht.

Die Beschränkungen hinsichtlich Übertragbarkeit und Nominee-Eintragungen können mit absoluter Mehrheit der auf einer Generalversammlung vertretenen stimmberechtigten Aktionäre geändert werden.

### Wandelanleihen

Siehe Punkt 19 im Anhang zur Konzernrechnung im "Financial Report 2005".

### Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat ist für die oberste Leitung und Aufsicht der Gesellschaft verantwortlich, einschliesslich der Festlegung von allgemeinen Strategien und Richtlinien, sowie für Angelegenheiten, die von Gesetzes wegen unter seine Verantwortung fallen. Alle anderen Bereiche der Leitung werden in ihrem vollen Umfang an den Chief Executive Officer (CEO) und an die Konzernleitung delegiert.

### Mitglieder des Verwaltungsrats

#### Dr. Jürg Witmer

*Präsident*

Fürsprech, Schweizer Staatsbürger, geboren 1948  
nicht-exekutives Mitglied  
erstmals gewählt 1999  
aktuelle Amtsdauer bis 2006

Mitglied des Verwaltungsrats von Bank Sal. Oppenheim jr. & Cie. (Schweiz) AG und Berna Biotech AG

**Dr. Andres F. Leuenberger**

*Vizepräsident*

Geschäftsmann, Schweizer Staatsbürger, geboren 1938  
nicht-exekutives Mitglied  
erstmals gewählt 1994  
aktuelle Amtsdauer bis 2008

Mitglied der Geschäftsleitung des Schweizerischen Beirates der  
“American Swiss Foundation” und Mitglied des Internationalen  
Beirates der Chugai Pharmaceutical Co. Ltd, ein Mitglied der  
Roche Gruppe

**Dietrich Fuhrmann**

*Verwaltungsratsmitglied*

Geschäftsmann, deutscher Staatsbürger, geboren 1941  
nicht-exekutives Mitglied  
erstmals gewählt 2004  
aktuelle Amtsdauer bis 2007

**André Hoffmann**

*Verwaltungsratsmitglied*

Geschäftsmann, Schweizer Staatsbürger, geboren 1958  
nicht-exekutives Mitglied  
erstmals gewählt 2000  
aktuelle Amtsdauer bis 2006

Mitglied des Verwaltungsrats von Roche Holding AG,  
Green & Black's Chocolate Ltd, Glyndebourne Productions Ltd,  
Brunswick Capital Ltd, Präsident des Verwaltungsrats von  
Nemadi Advisors Ltd und Living Planet Fund Management Co.

**Peter Kappeler**

*Verwaltungsratsmitglied*

Geschäftsmann, Schweizer Staatsbürger, geboren 1947  
nicht-exekutives Mitglied  
erstmals gewählt 2005  
aktuelle Amtsdauer bis 2007

Verwaltungsratspräsident der Berner Kantonalbank,  
Mitglied des Verwaltungsrats von Cendres et Métaux SA,  
Schweizerische Mobiliar Holding AG, Schweizerische Mobiliar  
Genossenschaft, Jungfraubahn Holding AG und Ypsomed AG

**Prof. Dr. John Marthinsen**

*Verwaltungsratsmitglied*

Professor, amerikanischer Staatsbürger, geboren 1949  
nicht-exekutives Mitglied  
erstmals gewählt 2000  
aktuelle Amtsdauer bis 2006

“The Distinguished Chair in Swiss Economics” am Babson  
College, Mitglied des “Glavin Center for Global Management”

**Prof. Dr. Dr. hc Henner Schierenbeck**

*Verwaltungsratsmitglied*

Professor, deutscher Staatsbürger, geboren 1946  
nicht-exekutives Mitglied  
erstmals gewählt 2000  
aktuelle Amtsdauer bis 2008

Professor für Bankmanagement und Controlling an der  
Universität Basel, wissenschaftlicher Berater des Zentrums für  
Ertragsorientiertes Bankmanagement (Münster/Westfalen),  
Ratsmitglied des “European Centre for Financial Services”,  
Mitglied des Aufsichtsrates von DIA Consult AG

Die Lebensläufe der Verwaltungsratsmitglieder finden sich auf  
der Website von Givaudan [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ about us ] –  
[ leadership ] – [ board of directors ]



(von links nach rechts):

Peter Kappeler, Prof. Henner Schierenbeck, Dietrich Fuhrmann, Dr. Henri B. Meier (Ehrenpräsident), Dr. Andres F. Leuenberger, Prof. John Marthinsen, Dr. Jürg Witmer (Präsident), André Hoffmann

Die Amtsdauer der Verwaltungsratsmitglieder beträgt drei Jahre. Vorbehalten bleiben vorheriger Rücktritt oder Abberufung. Verwaltungsratsmitglieder müssen spätestens an der auf ihren 70. Geburtstag folgenden Generalversammlung zurücktreten. Der Wahlturnus ist so festgelegt, dass jedes Jahr die Amtsdauer von rund einem Drittel der Verwaltungsratsmitglieder abläuft. Die Wahl erfolgt einzeln.

Dr. Jürg Witmer, Verwaltungsratspräsident, war CEO der Givaudan bis zum 27. April 2005. Er war auch bis zu diesem Datum das einzige exekutive Mitglied des Verwaltungsrats. Herr Dietrich Fuhrmann, nicht-exekutives Mitglied des Verwaltungsrats trat am 31. März 2004 als Mitglied der Konzernleitung in den Ruhestand. Keines der nicht-exekutiven Verwaltungsratsmitglieder unterhält wesentliche geschäftliche Beziehungen mit Givaudan AG oder mit einer Konzerngesellschaft von Givaudan.

#### Ausschüsse des Verwaltungsrats

Mit dem Ziel, die Corporate Governance in Givaudan weiter zu verbessern, hat der Verwaltungsrat im 2005 entschieden, die Anzahl Ausschüsse zu reduzieren und die minimale Anzahl

Verwaltungsratsmitglieder pro Ausschuss zu erhöhen. Im weiteren wird jeder Ausschuss formell von einem Präsidenten geleitet, der die Aufgabe hat die Sitzungen des Ausschusses zu leiten, zu organisieren und zu protokollieren. Die delegierten Rollen und Verantwortungen der Ausschüsse wurden revidiert mit dem Ziel, die Aufgabenverteilung zwischen den einzelnen Ausschüssen und dem Gesamtverwaltungsrat besser zu regeln. In Folge dessen werden die Anzahl regulären Sitzungen des Verwaltungsrats im 2006 erhöht im Vergleich zum Vorjahr. Die Ausschüsse treten gewöhnlich vor oder nach jeder Sitzung des Verwaltungsrats zusammen. Ausserdem hat der Verwaltungsrat besondere Aufgaben an andere Ausschüsse delegiert, die sich aus dem CEO und aus Kadermitgliedern mit besonderer Fachkompetenz zusammensetzen. Es sind dies der Sicherheits- und Umweltausschuss und der Corporate Compliance-Ausschuss.

Die Funktion der Ausschüsse ist auf der Website von Givaudan beschrieben [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ about us ] – [ leadership ] – [ board of directors ] – [ committees of the board ]

Ausschüsse des Verwaltungsrat	Jürg Witmer	Andres F. Leuenberger	Dietrich Fuhrmann	André Hoffmann	Peter Kappeler	John Marthinsen	Henner Schierenbeck
Audit			■		■		■
Nomination & Governance	■		■			■	
Entschädigungen	■	■		■			

■ = Präsident VR-Ausschuss

### Sitzungen des Verwaltungsrats

Im Jahr 2005 trat der Verwaltungsrat viermal zu einer ordentlichen Sitzung und sechsmal zu einer ausserordentlichen Sitzung zusammen. Die sieben Verwaltungsratsmitglieder haben an allen Sitzungen teilgenommen. Seit der Überführung von Givaudan in ein eigenständiges Unternehmen im Jahr 2000 haben jeweils alle Mitglieder an allen Verwaltungsrats-sitzungen teilgenommen.

An jeder ordentlichen Sitzung des Verwaltungsrats präsentierte die Geschäftsleitung die operativen Leistungen der Gesellschaft, die vom Verwaltungsrat genehmigt wurden. Auf Einladung des Verwaltungsrats referierten ausgewählte Mitglieder der Geschäftsleitung über spezifische Projekte. Der Präsident des Verwaltungsrats kam regelmässig mit Mitgliedern der Konzernleitung zusammen und stand dem CEO mit Rat bei.

Alle Verwaltungsratsmitglieder haben direkten Zugang zum Intranet von Givaudan, wo alle internen Informationen zu wichtigen Anlässen, Präsentationen und organisatorischen Änderungen verfügbar sind. Die Verwaltungsratsmitglieder erhalten zudem sämtliche Pressemitteilungen und Informationen per E-Mail zugestellt, die an Investoren/Analysten gehen.

Zur Vorbereitung auf die Verwaltungsratssitzungen benötigte Informationen werden den Verwaltungsratsmitgliedern per E-Mail und per Post zugestellt. Vor jeder Sitzung wird ein Datenraum mit weiterführenden Informationen und historischen Daten eingerichtet, wo die Verwaltungsratsmitglieder relevante Unterlagen einsehen können.

### Konzernleitung

Die Konzernleitung unter der Führung des CEO ist für alle Bereiche der Unternehmensleitung verantwortlich, die nicht spezifisch dem Verwaltungsrat vorbehalten sind. Die Konzernleitung tritt regelmässig an einem der

weltweiten Standorte von Givaudan zusammen oder hält Telefonkonferenzen ab.

### Mitglieder der Geschäftsleitung

#### Gilles Andrier

*Chief Executive Officer*

Seit 1993 bei Givaudan, geboren 1961

Französischer Staatsbürger

#### Mike Davis

*Leiter Division Aromen*

Seit 1997 bei Givaudan, geboren 1947

Amerikanischer Staatsbürger

#### Michael Carlos

*Leiter Division Riechstoffe*

Seit 1984 bei Givaudan, geboren 1950

Indischer Staatsbürger

#### Matthias Währen

*Leiter Finanzen*

Seit 2004 bei Givaudan, geboren 1953

Schweizer Staatsbürger

#### Adrien Gonckel

*Leiter Informationstechnologie*

Seit 1982 bei Givaudan, geboren 1952

Französischer Staatsbürger

#### Bruce Bachmeier

*Leiter Personal*

Seit 1995 bei Givaudan, geboren 1957

Amerikanischer Staatsbürger

Die Lebensläufe der Mitglieder der Geschäftsleitung können auf der Website von Givaudan eingesehen werden [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ about us ] – [ leadership ] – [ management team ]



(von links nach rechts):

Michael Carlos, Bruce Bachmeier, Mike Davis, Gilles Andrier,  
Matthias Währen, Adrien Gonckel

## Entschädigungen, Beteiligungen und Darlehen

### Entschädigungen

Givaudan unterhält einen Entschädigungsplan als Instrument zur Gewinnung und Motivierung von wichtigen Kadermitarbeitern sowie zur Honorierung der Erreichung ambitionierter Ziele, welche die Voraussetzung für zukünftiges Wachstum, Rentabilität und die Schaffung von Aktionärswert bilden. Entschädigungen für die obersten Führungskräfte bestehen in der Regel aus einem Grundgehalt, einem jährlichen leistungsabhängigen Bonus sowie einer langfristigen Anreizkomponente in Form von Optionen. Der jährliche Bonus bestimmt sich in Abhängigkeit davon, inwieweit die vereinbarten Ziele erreicht wurden und die vereinbarten Parameter erfüllt sind. Die Hauptkriterien zur Beurteilung der Leistung oberer Führungskräfte sind das Umsatzwachstum, die operative Leistung sowie die Rendite auf dem betrieblichen Nettovermögen. Der leistungsbezogene Bonus wird im ersten Quartal eines Jahres ausbezahlt und auf der Grundlage der operativen Resultate im vorangegangenen Jahr berechnet.

Der *Entschädigungs-Ausschuss* des Verwaltungsrats genehmigt die Salärpolitik der Gruppe und die Entschädigung der Mitglieder der Konzernleitung. Er bewilligt das Aktienoptionsprogramm und andere leistungsbezogene Entschädigungsbestandteile sowie die Pensionskassenregelung.

### Entschädigung der nicht-exekutiven Mitglieder des Verwaltungsrats

Die Entschädigung der Verwaltungsratsmitglieder besteht aus Verwaltungsrathonorar und Sitzungsgelder der Ausschüsse. Die Honorare und Sitzungsgelder werden direkt nach der Generalversammlung für die abgeschlossene Amtsdauer bezahlt. Im weiteren ist jedes Verwaltungsratsmitglied berechtigt im Aktienoptionsplan teilzunehmen und hat das Anrecht auf eine Spesenpauschale. Diese wird jeweils zu Beginn der Amtsdauer ausbezahlt.

### Entschädigung der nicht-exekutiven Mitgliedern des Verwaltungsrats

Entschädigung 2005	Henri B. Meier	Andres F. Leuenberger	Dietrich Fuhrmann	André Hoffmann	Peter Kappeler	John Marthinsen	Henner Schierenbeck	Total
Verwaltungsrathonorar	210'000	70'000	70'000	70'000	-	70'000	70'000	560'000
Sitzungsgelder Ausschüsse	80'000	60'000	40'000	40'000	-	40'000	20'000	280'000
<b>Total Zahlungen in CHF</b>	<b>290'000</b>	<b>130'000</b>	<b>110'000</b>	<b>110'000</b>	<b>-</b>	<b>110'000</b>	<b>90'000</b>	<b>550'000</b>
Anzahl zugeteilte Optionen <sup>1</sup>	-	6'000	6'000	6'000	6'000	6'000	6'000	36'000
Optionswert zum Zuteilungsdatum in CHF	-	64'440	64'440	64'440	64'440	64'440	64'440	386'640

Zahlungen an Verwaltungsratsmitglieder für Spesenpauschalen betrug CHF 60'000

1) Die Optionen sind bis am 21. März 2007 gesperrt

### Entschädigung der Konzernleitung, des CEO und des Verwaltungsratspräsidenten

An der Generalversammlung vom 27. April 2005 hat Dr. Jürg Witmer das Amt des Verwaltungsratspräsidenten von Dr. Henri B. Meier übernommen und ist zur gleichen Zeit von seinem Amt als CEO und exekutives Mitglied des Verwaltungsrats zurückgetreten. Herr Gilles Andrier, der die Sektion Luxusparfümerie leitete, übernahm das Amt des CEO's. Wie

bereits bekanntgegeben, um die Kontinuität zu gewährleisten wird Dr. Jürg Witmer seinem Nachfolger noch bis zur Generalversammlung 2006 zur Seite stehen. Die Entschädigung von Dr. Jürg Witmer entspricht seiner Funktion als CEO und exekutives Verwaltungsratsmitglied bis zum April 2005 und der Übergangsperiode 2005. Die Entschädigung von Herrn Gilles Andrier entspricht seiner Funktion als Sektorleiter Luxusparfümerie bis zum April 2005 und als CEO seit Mai 2005.

### Entschädigung der Konzernleitung, des CEO und des Verwaltungsratspräsidenten

Entschädigung 2005	Gilles Andrier CEO <sup>1</sup>	Mitglieder der Konzern- leitung (ohne CEO) <sup>2</sup>	Total	Jürg Witmer Präsident <sup>1</sup>
Verwaltungsrats honorar	-	-	-	70'000
Sitzungsgelder Ausschüsse	-	-	-	60'000
Grundgehalt <sup>3</sup>	526'481	2'058'724	2'585'205	613'421
Leistungsabhängige Bonuszahlung <sup>4</sup>	238'581	1'066'131	1'304'712	744'631
Sachleistungen	20'449	328'106	348'555	18'593
<b>Total Zahlungen in CHF</b>	<b>785'511</b>	<b>3'452'961</b>	<b>4'238'472</b>	<b>1'506'645</b>
Annualisierte Aufwendung für Pensionszusagen	52'804	435'794	488'598	-
Anzahl zugeteilte Optionen <sup>5</sup>	50'000	175'000	225'000	53'000
Optionswert zum Zuteilungsdatum in CHF	537'000	1'879'500	2'416'500	569'220

Zahlung an den CEO für Spesenpauschale betrug CHF 30'000

- 1) Entspricht der totalen Entschädigung im Jahre 2005, unabhängig der respektiven früheren Funktionen
- 2) Beinhaltet 5 Konzernleitungsmitglieder
- 3) Entspricht im Vergleich zu 2004 einer Erhöhung von 4.4% in Lokalwährungen für die Mitglieder der Konzernleitung (ohne CEO)
- 4) Bonuszahlung basiert auf den Resultaten des Jahres 2004
- 5) Optionen sind bis am 21. März 2007 gesperrt

### Entschädigung des Verwaltungsrats – Mitglied mit der höchsten Gesamtentschädigung

Das Mitglied des Verwaltungsrats mit der höchsten Gesamtentschädigung ist Dr. Jürg Witmer, CEO bis zum 27. April 2005 und Verwaltungsratspräsident seit 28. April 2005. Für Details siehe Tabelle im vorhergehenden Abschnitt.

### Entschädigung von Mitgliedern des Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung, die im Berichtsjahr ausschieden

Während des Berichtszeitraums entstanden keine solchen Entschädigungen.

### Entschädigung ehemaliger Mitglieder des Verwaltungsrats und der Konzernleitung

Während des Berichtszeitraums entstanden keine solchen Entschädigungen.

### Besitz von Aktienoptionen

Die Aktienoptionen von Givaudan sind frei handelbar nach Ablauf der Sperrfrist. Einzelheiten zum Aktienoptionsprogramm von Givaudan sind im "Financial Report 2005" unter Punkt 8 beschrieben.

Folgende Aktienoptionen wurden in den entsprechenden Berichtszeiträumen zugeteilt und befanden sich noch per 31. Dezember 2005 im Besitz des Verwaltungsratspräsidenten und den anderen nicht-exekutiven Mitglieder des Verwaltungsrats. Der Gesellschaft sind keine dem Verwaltungsrat nahe stehende Personen bekannt, die per 31. Dezember 2005 Aktienoptionen hielten.

Zuteilungsjahr	Verfall-datum	Freigabe-datum	Ticker	Ausübungspreis <sup>1</sup> (CHF)	Umtauschverhältnis (Option: Aktie)	Wert per Option zum Zuteilungsdatum (CHF)	Anzahl Optionen
2001	20 Feb. 2006	19 Feb. 2004	GIVUP	506.3	100:1	1.012	-
2002	29 Jan. 2007	28 Jan. 2005	GIVBB	575.0	10:1	8.120	13'800
2003	17 März 2008	17 März 2005	GIVMS	509.7	10:1	5.670	15'900
2004	18 März 2009	18 März 2006	GIVOV	656.4	10:1	10.870	91'200
2005	21 März 2010	21 März 2007	GIVAB	805.0	10:1	10.740	89'000

Per 31. Dezember 2005 befanden sich die folgenden Aktienoptionen im Besitz des CEO's, der Mitglieder der Konzernleitung sowie ihnen nahe stehende Personen.

Zuteilungsjahr	Verfall-datum	Freigabe-datum	Ticker	Ausübungspreis <sup>1</sup> (CHF)	Umtauschverhältnis (Option: Aktie)	Wert per Option zum Zuteilungsdatum (CHF)	Anzahl Optionen
2001	20 Feb. 2006	19 Feb. 2004	GIVUP	506.3	100:1	1.012	-
2002	29 Jan. 2007	28 Jan. 2005	GIVBB	575.0	10:1	8.120	12'500
2003	17 März 2008	17 März 2005	GIVMS	509.7	10:1	5.670	37'000
2004	18 März 2009	18 März 2006	GIVOV	656.4	10:1	10.870	175'400
2005	21 März 2010	21 März 2007	GIVAB	805.0	10:1	10.740	227'000

1) Der Ausübungspreis von Optionen ist nach den Generalversammlungsbeschlüssen vom 16. April 2004 und 27. April 2005, eine ausserordentliche Dividende auszuschütten, angepasst worden.

### Zusätzliche Honorare und Vergütungen

Im Berichtsjahr wurden keine zusätzlichen Honorare und/oder Vergütungen an ein Mitglied des Verwaltungsrats, an ein Mitglied der Konzernleitung oder an eine ihnen nahe stehende Person ausgerichtet. Für keine dieser Personen ist per 31. Dezember 2005 ein Darlehen ausstehend.

### Aktienbesitz

Im Berichtsjahr wurden weder einem Mitglied des Verwaltungsrats, der Konzernleitung noch ihnen nahe stehenden Personen Aktien zugeteilt. Per 31. Dezember 2005 hielten der CEO und die andern Mitglieder der Konzernleitung sowie ihnen nahe stehende Personen 20 Givaudan-Aktien.

Der Verwaltungsratspräsident und die andern nicht-exekutiven Verwaltungsratsmitglieder sowie ihnen nahe stehende Personen hielten 136'995 Givaudan-Aktien.

## Mitwirkungsrechte der Aktionäre

Kein Aktionär kann bei der Ausübung der Stimmrechte für eigene und vertretene Aktien zusammen mehr als 10% des gesamten Aktienkapitals auf sich vereinigen. Körperschaften, die untereinander durch Stimmkraft, gemeinsame Leitung oder auf andere Weise verbunden sind oder im Hinblick auf eine Umgehung der 10%-Klausel koordiniert vorgehen, gelten als ein Aktionär. Diese Beschränkung findet in Bezug auf die Stimmrechtsausübung durch Mitglieder eines Gesellschaftsorgans, unabhängige Vertreter und Depotbanken dann keine Anwendung, wenn sich daraus keine Umgehung der vorgenannten Beschränkung ergibt. Gemäss gesetzlichen Vorschriften bedarf jede Änderung dieser Regel der absoluten Mehrheit der an einer Generalversammlung vertretenen Aktienstimmen.

Alle an einem vom Verwaltungsrat bestimmten Datum als stimmberechtigt eingetragene Aktionäre sind zur Teilnahme und Stimmabgabe an der Generalversammlung berechtigt. Aktionäre können sich mittels schriftlicher Vollmacht durch einen anderen Aktionär, durch einen gesetzlichen Vertreter, durch eine Depotbank, durch ein Mitglied eines Gesellschaftsorgans oder durch eine von der Gesellschaft bestellte unabhängige Person vertreten lassen.

Die Statuten von Givaudan AG richten sich nach den für Generalversammlungen gesetzlich vorgeschriebenen Mehrheitsregeln.

Mit Stimmrecht eingetragene Aktionäre werden spätestens 20 Tage vor dem Versammlungsdatum durch Brief zur Generalversammlung einberufen. Aktionäre, die Aktien im Nominalwert von mindestens einer Million Schweizer Franken vertreten, können spätestens 45 Tage vor der Generalversammlung mit Darlegung des Antrags ein Traktandierungsbegehren einreichen.

Die nächste ordentliche Generalversammlung findet am 7. April 2006 statt. Einberufen werden alle Aktionäre, die an dem in der Einladung aufgeführten Datum als stimmberechtigte Aktionäre im Aktienregister eingetragen sind. Das Datum wird ungefähr zwei Wochen vor dem Datum der Generalversammlung angesetzt.

## Kontrollwechsel und Abwehrmassnahmen

Die Statuten der Givaudan AG enthalten keine Bestimmungen zum Opting-up oder Opting-out. Es gelten die Bestimmungen des Börsengesetzes, nach denen jedermann, der mehr als 33 1/3 % der Stimmrechte einer kotierten Gesellschaft erwirbt, zur Unterbreitung eines Kaufangebots für sämtliche an der SWX Swiss Exchange zugelassene Wertpapiere dieser Gesellschaft verpflichtet ist.

Im Falle eines Kontrollwechsels werden alle von der Gesellschaft an Verwaltungsratsmitglieder gewährten Aktienoptionen sofort verfügbar. Die insgesamt 194 Mitarbeitern gewährten Optionen gelten als ausgeübt und geben diesen Mitarbeitern Anspruch auf einen Betrag in vierfacher Höhe des Optionswertes zum Zuteilungsdatum oder des Marktwertes zum Zeitpunkt des Kontrollwechsels, wobei der höhere der beiden Werte massgeblich ist. Zudem haben die Mitglieder der Konzernleitung, sowie eine Gruppe weiterer 24 Executives im Falle eines vom Verwaltungsrat nicht genehmigten Kontrollwechsels Anrecht auf eine Abgangsentschädigung in der Höhe von zwei Jahresgehältern.

### Internal Audit

Bei der internen Revision handelt es sich um eine unabhängige und objektive Konzernfunktion, die das Management bei der Erreichung seiner Ziele unterstützen soll. Sinn und Zweck der internen Revision ist die Evaluierung und Verbesserung der Risikomanagement- und Kontrollsysteme des Konzerns. Dies heisst insbesondere Analyse und Bewertung der Effizienz von Geschäftsprozessen und Empfehlungen zu eventuell notwendigen Anpassungen.

Es handelt sich dabei um ein geschäftsprozessorientierte Revision, die sowohl für die Landesgesellschaften als auch für die Konzernleitung nutzbringende Ergebnisse liefert. Effiziente Kommunikation und Berichterstattung garantieren eine effektive Umsetzung der Revisions-Empfehlungen.

Die interne Revision ist dem Prüfungs-Ausschuss des Verwaltungsrates unterstellt. Das Jahresprogramm der internen Revision, vorgängig durchgesehen vom Prüfungs-Ausschuss, wird vom gesamten Verwaltungsrat genehmigt. Die Resultate von internen Revisionen werden jährlich dem Verwaltungsrat präsentiert. Die interne Revision wird seit 2000 von Jean-Pierre Wirtz geleitet. Bei Sonderprüfungen der Konzerngesellschaften wird die interne Revision von Mitarbeitern der Ernst & Young unterstützt.

### Externe Revision – Revisionstelle

PricewaterhouseCoopers AG (PwC) übt seit der Abspaltung von Roche das Revisionsmandat für die Givaudan-Gruppe aus. Als leitender Revisor amtiert seit 2000 Ralph R. Reinertsen, Partner.

Die an PwC AG entrichteten Revisionshonorare für erbrachte Dienstleistungen in Verbindung mit der Prüfung der konsolidierten Jahresrechnung der Gruppe für das Jahr 2005 beliefen sich auf CHF 2.4 Millionen. Hierzu gehören Honorare für die Prüfung der Abschlüsse von Givaudan AG und ihren Tochtergesellschaften sowie für die Prüfung der Konzernrechnung. Ausserdem erbrachte PwC AG im Jahr 2005 weitere Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Rechnungsprüfung in der Höhe von CHF 0.7 Millionen (hauptsächlich in Verbindung mit Steuerfragen).

Die Evaluation der externen Revisionsstelle wird vom Prüfungs-Ausschuss des Verwaltungsrats vorgenommen. In weiteren überprüft und genehmigt der Ausschuss die Honorare der Revisoren der Firma PwC, überprüft die Natur der anderen Dienstleistungen die PwC der Firma erbringt und erkundigt sich über die Unabhängigkeit der Revisoren. Im Jahr 2005 nahm PwC an drei Sitzungen des Prüfungs-Ausschuss teil. Der Umfang der Revision ist in einem Vereinbarungsschreiben definiert das vom gesamten Verwaltungsrat genehmigt wird.

## Informationspolitik

Givaudans Grundsätze der Offenlegung und Transparenz sind in einer auf der Website von Givaudan veröffentlichten Publikation dargelegt:

[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investor center ] – [ publications ] – [ corporate policies ]

Gedruckte Ausgaben von Unternehmenspublikationen wie Geschäftsbericht, Halbjahresbericht und Umwelt- und Sicherheitsbericht sind auf Anfrage erhältlich. Sie stehen auch zum Herunterladen auf der Website von Givaudan zur Verfügung:

[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investor center ] – [ publications ]

### *Weitere wichtige Website-Pfade:*

Quartalsberichte und andere Pressemitteilungen:

[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ media room ] – [ media releases ]

Veranstaltungskalender:

[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investor center ] – [ agenda ]

Statuten:

[www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) – [ investor center ] – [ publications ] – [ corporate policies ]

# Givaudan-Namenaktien

Kursentwicklung seit Börsenkotierung



■ Givaudan  
■ SMI (angepasst)

Givaudan Aktien werden an der virt-x gehandelt, Tickersymbol 1064593.

## Finanzteil



Die Azteken glaubten, dass Schokolade ein Geschenk des Himmels und die Kakaobohne von den Göttern aus dem Paradies auf die Erde gesandt worden sei, um alle jenen, die sie verzehrten, Weisheit und Macht zu verleihen. Tatsächlich bedeutet der botanische Name *Theobroma cacao* wörtlich übersetzt "Nahrung der Götter".

Mayas und Azteken schätzten Schokolade so sehr, dass sie sie sowohl als Nahrungsmittel als auch als Währung verwendeten. Sie waren davon überzeugt, dass Kakaobohnen starke magische Kräfte hätten und setzten sie aus diesem Grund für religiöse Zeremonien und in einer Vielzahl von Getränken ein.

Der aztekische Herrscher Moctezuma trank ein dickflüssiges Schokoladetränk, das mit gemahlener Chilischote versetzt und rot gefärbt war, damit es wie Blut aussah. Das Getränk wurde so sehr geschätzt, dass es aus goldenen Kelchen getrunken wurde, die man nach dem Leeren wegwarf. Es wird erzählt, dass Moctezuma seinen Schokoladentrank so sehr liebte, dass er bis zu fünfzig Kelche pro Tag trank!

Die spanischen Eroberer waren wahrscheinlich die ersten Europäer, die Bekanntschaft mit Schokolade machten. Obwohl es heisst, sie seien nicht besonders begeistert von der aztekischen Spezialität namens "Chocolat" gewesen, erkannten sie doch deren Potenzial und nahmen eine grosse Menge Kakaobohnen mit zurück nach Spanien, wo sich das Getränk am königlichen Hof schon sehr bald grösster Beliebtheit erfreute.

Um den bitteren Geschmack der Schokolade zu mildern, mischten die Spanier die Bohnen mit Zucker, Vanille, Muskat, Nelken, Piment und Zimt. Das Ergebnis war verlockend, sehr begehrt und dem spanischen Adel vorbehalten. Vor dem Rest der Welt wurde das Geheimnis der Schokolade fast hundert Jahre lang geheim gehalten.

Obwohl Schokolade mittlerweile überall auf der Welt erhältlich ist, regt sie immer noch die Fantasie an. Chocolatiers erfinden immer neue Schokoladenvariationen, kombinieren Schokolade mit immer neuen Zutaten. Die wachsende Nachfrage nach neuen Anwendungen in Getränken, Desserts und sogar Parfums, Schaumbädern und Körperlotionen zeigt, dass die alte "Nahrung der Götter" immer noch sehr im Trend liegt.

# Zusammenfassung der Finanzdaten

Der vorliegende Abschnitt enthält ausschliesslich zusammengefasste Finanzdaten. Eine umfassende Übersicht mit den vollständigen Bilanzdaten und sonstigen Angaben sind bei Bedarf im separat erhältlichen "Financial Report" nachzulesen.

## Betriebsergebnisse

Ungeachtet des zunehmend schwierigen Marktumfeldes erzielte Givaudan 2005 erneut ein solides Betriebsergebnis, insbesondere bei Berücksichtigung der bereits guten Vorjahresergebnisse.

Das Verkaufsergebnis verbesserte sich um 3.6% in Schweizer Franken und 2.5% in Lokalwährungen. Es wird darauf hingewiesen, dass beide Divisionen weiterhin daran arbeiten, vermehrt die Produktion von Standard-Ingredienzien aufzugeben. Ausgenommen des daraus resultierenden Rationalisierungs-Effekts läge das Wachstum in Lokalwährungen bei 3.5%.

Der Bruttogewinn verbesserte sich um 6% auf CHF 1'359 Millionen; dies entspricht einer Bruttomarge von 48.9% gegenüber 47.7% im Vorjahr. Diese positive Entwicklung trotz des Anstiegs zahlreicher Rohmaterialpreise ist insbesondere einer verbesserten Effizienz, dem erfolgreichen Abschluss unserer Initiativen zur Margenverbesserung sowie der gelungenen Konsolidierung der Aromenproduktionsstandorte in Europa zu verdanken.

Der Betriebsgewinn stieg trotz einer Wertverminderung in Höhe von CHF 21 Millionen, verursacht durch die Schliessung mehrerer Anlagen, um 7% auf CHF 513 Millionen. Vergleichbar hiermit verbesserte sich die EBIT-Marge, die Restrukturierungskosten im Jahr 2004 und die Wertverminderung im Jahr 2005 ausgenommen, von 18.7% auf 19.2% und die EBITDA von 21.8% auf 23.0%. Diese Ergebnisse bestätigen das erfolgreiche Engagement von Givaudan für eine starke Betriebsrentabilität.

## Finanzergebnis und Steuern

Die globale Wirtschaftslage brachte für die Finanzgeschäfte von Givaudan sowohl Herausforderungen als auch zusätzliche Chancen mit sich. Der US-Dollar gewann im Laufe des Jahres erheblich an Stärke und erforderte die sorgsame Überwachung der Währungsrisiken. Ungeachtet des erstarkenden US-Dollars blieben die durchschnittlichen Wechselkursschwankungen der wichtigsten Währungen insgesamt vergleichbar mit dem Vorjahresniveau.

Die Zinssätze in der Schweiz blieben unverändert niedrig. Givaudan nutzte die Gelegenheit im Mai 2005 für die Ausgabe einer Festzinsanleihe in Höhe von CHF 300 Millionen zu attraktiven Konditionen. Diese Transaktion sicherte günstige, langfristige Konditionen im Hinblick auf die Rückzahlung einer am 29. Dezember fälligen festverzinslichen Anleihe. Als Folge der gestiegenen durchschnittlichen Verschuldung, fielen die Zinsaufwendungen höher aus als im Vorjahr.

Der Nettofinanzaufwand konnte um CHF 25 Millionen auf CHF 26 Millionen reduziert werden. Ursache hierfür waren vor allem höhere Nettogewinne im Zusammenhang mit dem Verkauf von Wertpapieren.

Der durchschnittliche erwartete Steuersatz ging von 20% im Jahr 2004 auf 19% zurück. Der effektive Steuersatz 2005 lag dank eines einmaligen positiven Effekts von CHF 13 Millionen bei 16%.

Der Nettogewinn nach Steuern erhöhte sich um 21% auf CHF 406 Millionen, dies entspricht 14.6% des Umsatzes. Der Gewinn pro Aktie stieg dank des höheren Nettogewinns und der niedrigeren durchschnittlichen Anzahl ausstehender Aktien um 27% auf CHF 56.57.

## Cash Flow

Mit CHF 502 Millionen erzielte Givaudan erneut einen soliden operativen Cash Flow, wenn er auch unter dem Vorjahresergebnis lag. Ursache für den Rückgang war einerseits die Erhöhung des Nettoumlaufvermögens im Jahr 2005 und andererseits die aussergewöhnlich niedrigen Steuerzahlungen im Jahr 2004 (ausserordentliche Steuergutschriften und Zahlung eines Teils der Steuern aus dem Jahr 2004 im Jahr 2005). Die Nettoinvestitionen blieben mit insgesamt CHF 151 Millionen stabil, so dass der operative Cash Flow nach Investitionen bei CHF 351 Millionen lag.

Givaudan zahlte seinen Aktionären im Laufe des Jahres 2005 insgesamt CHF 286 Millionen aus; CHF 169 Millionen in Form von Aktienrückkäufen und CHF 117 Millionen in Form von Dividenden.

## Bilanzdaten

Die Bilanz von Givaudan ist nach wie vor sehr stabil. Ende 2005 belief sich der Eigenkapitalanteil auf 54% gegenüber 46% im Vorjahr. Die Nettoverschuldung erhöhte sich leicht von CHF 541 Millionen auf CHF 618 Millionen. Der Bestand an liquiden Mitteln und Wertschriften ging – im Wesentlichen verursacht durch die Aktienrückkaufprogramme und die Dividendenausschüttungen – zurück, aber auch die Gesamtverschuldung konnte durch die Tilgung des verbleibenden Betrages der Wandelanleihe in US-Dollar reduziert werden. Die Fälligkeitsstruktur verlagerte sich in Richtung langfristige Schulden; hierfür verantwortlich ist die Umschuldung der Festzinsanleihe in Höhe von CHF 300 Millionen am 29. Dezember 2005.

## Zusammengefasste konsolidierte Bilanz per 31. Dezember

<i>in Millionen CHF</i>	2005	2004
Umlaufvermögen	1'723	1'766
Anlagevermögen	2'793	2'564
<b>▶ Total Aktiven</b>	<b>4'516</b>	<b>4'330</b>
Kurzfristiges Fremdkapital	763	1'238
Langfristiges Fremdkapital	1'316	1'104
<b>▶ Total Verbindlichkeiten</b>	<b>2'079</b>	<b>2'342</b>
Aktienkapital	74	78
Bilanzgewinn, Reserven und übrige Eigenkapitalposten	2'361	1'909
Minderheitsanteile	2	1
<b>▶ Eigenkapital</b>	<b>2'437</b>	<b>1'988</b>
<b>▶ Total Passiven</b>	<b>4'516</b>	<b>4'330</b>

## Zusammengefasste konsolidierte Mittelflussrechnung für das am 31. Dezember abgeschlossene Geschäftsjahr

<i>in Millionen CHF</i>	2005	2004
<b>▶ Geldzufluss (-abfluss) aus Geschäftstätigkeit</b>	<b>502</b>	<b>586</b>
<b>▶ Geldzufluss (-abfluss) aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>(548)</b>	<b>(517)</b>
<b>▶ Geldzufluss (-abfluss) aus Investitionstätigkeit</b>	<b>(138)</b>	<b>(103)</b>
Währungsumrechnungsdifferenzen auf flüssigen Mitteln	14	(1)
Zunahme (Abnahme) der flüssigen Mittel	(170)	(35)
Flüssige Mittel am Anfang des Jahres	459	494
<b>▶ Flüssige Mittel am Ende des Jahres</b>	<b>289</b>	<b>459</b>

# Givaudan weltweit

## ARGENTINIEN

Givaudan Argentina SA  
San Lorenzo 4759  
Esquina Ave Mitre  
1605 Munro Prov.  
Buenos Aires

## AUSTRALIEN

Givaudan Australia Pty Ltd  
9, Carolyn Street  
P.O. Box 6125  
Silverwater N.S.W 2128

Givaudan Australia Pty Ltd  
Unit 36, 5 Inglewood Place  
Baulkham Hills N.S.W 2153

## BERMUDA

Givaudan International Ltd  
Hamilton  
FF Holdings (Bermuda) Ltd  
Hamilton  
FF Insurance Ltd  
Hamilton

## BRASILIEN

Givaudan do Brasil Ltda  
Av. Engenheiro Billings, 2185  
Jaguará, São Paulo  
SP - CEP 05321-010  
Caixa Postal: 66041

## CHILE

Givaudan Chile Ltda  
Luis Rodríguez Velasco 4717, oficina 212  
Las Condes, Santiago

## CHINA

### Aromen & Riechstoffe - Kreation Verkauf & Produktion

Shanghai Givaudan Ltd  
298 Li Shi Zhen Road  
Zhang Jiang High-Tech Park  
Pu Dong New Area  
Shanghai 201203

### Aromen & Riechstoffe - Verkauf

Shanghai Givaudan Ltd  
Guangzhou Representative Office  
17/F, Yin Zheng Mansion  
338 Huan Shi East Road  
Guangzhou 510060

Shanghai Givaudan Ltd  
Beijing Representative Office  
Unit 1201-1204 Tower A, Beijing Kelun Building  
12A, Guanghua Road, Chaoyang District  
Beijing 100020

Shanghai Givaudan Ltd  
Chongqing Representative Office  
Room 1501 A, Metropolitan Mansion  
68 Zou Rong Road, Central District  
Chongqing 400010

Givaudan Hong Kong Ltd  
17A, Lippo Leighton Tower  
103-109 Leighton Road  
Causeway Bay  
Hong Kong

## DÄNEMARK

Givaudan Scandinavia A/S  
Gøngehusvej 280  
2970 Horsholm

## DEUTSCHLAND

**Aromen**  
Givaudan Deutschland GmbH  
Giselherstrasse 11  
44319 Dortmund

### Riechstoffe

Givaudan Deutschland GmbH  
Lehmweg 17  
20251 Hamburg

## FINNLAND (ESTLAND, LITAUEN, LETTLAND)

Givaudan Finland Representative Office  
Kauppakartanonkatu 7 A 44  
00930 Helsinki

## FRANKREICH

Givaudan Participation SAS  
55, Voie des Bans, B.P. 24  
95102 Argenteuil

### Aromen

Givaudan France Arômes SAS  
55, Voie des Bans, B.P. 24  
95102 Argenteuil

### Riechstoffe - Verkauf & Produktion

Givaudan France Fragrances SAS  
55, Voie des Bans, B.P. 24  
95102 Argenteuil

### Luxusparfümerie - Kreation

Givaudan France Fragrances SAS  
46, avenue Kleber  
75116 Paris

### Riechstoffe - Kreation

Givaudan France Fragrances SAS  
19-23, Voie des Bans, B.P. 98  
95102 Argenteuil

### Riechstoffe - Produktion

Givaudan France Fragrances SAS  
62, rue Paul Cazeneuve, B.P. 8236  
69355 Lyon

## INDIEN

### Aromen & Riechstoffe - Verkauf

Givaudan (India) Pvt Ltd  
Bonanza "A" Wing, 402-412  
Sahar Plaza Complex  
M.V. Road  
Andheri East  
Mumbai 400 059

### Riechstoffe - Kreation

Givaudan (India) Pvt Ltd  
13th Floor  
Prestige Meridian 1  
# 29 M. G. Road  
Bangalore 560 001

### Aromen & Riechstoffe - Produktion

Vinarom Pvt Ltd  
Plot No.26, 2nd Cross  
Jigani Industrial Area  
Jigani 562 106  
Anekal Taluk, Karnataka State

## INDONESIEN

PT Givaudan Indonesia  
S. Widjojo Centre 6th Floor  
Jl Jendral Sudirman 71  
Jakarta 12190

## ITALIEN

Givaudan Italia SpA  
Via XI Febbraio, 99  
20090 Vimodrone, Mailand

## JAPAN

Givaudan Japan KK  
3-23 Shimomeguro 2-chome  
Meguro-ku  
Tokyo 153-0064

Givaudan Japan KK

Meguro Toho Building, 3/F  
1-7 Kamiosaki 3-chome  
Shinagawa-ku  
Tokyo 141-0021

### Aromen - Produktion

Givaudan Japan KK  
3056, Kuno  
Fukuroi-Shi  
Shizuoka 437-0061

## KOLUMBIEN

Givaudan Colombia SA  
Carrera 99 No 46-A-22  
151196 Bogota, D.C.

## KANADA

Givaudan Canada Co.  
2400 Matheson Boulevard, East  
Mississauga, Ontario  
L4W – 5G9

## MALAYSIA

Givaudan Malaysia Sdn Bhd  
A-901 Menara 1, Kelana Brem Towers  
Jalan SS 7/15 (Jalan Stadium)  
47301 Petaling Jaya  
Selangor Darul Ehsan

## MEXIKO

### Aromen

Givaudan de Mexico SA de CV  
Eje Norte-Sur N° 11, CIVAC  
62500 Jiutepec, Morelos

### Riechstoffe

Givaudan de Mexico SA de CV  
Avenida Paseo de la Reforma No. 2620, piso 9  
Edificio Reforma Plus Col. Lomas Atlas  
11950, D.F.

## NIEDERLANDE

Givaudan Nederland BV  
Nijverheidsweg 60  
P.O. Box 414  
3770 AK Barneveld

## ÖSTERREICH

Givaudan Austria GmbH  
Twin Tower Vienna  
Wienerbergstrasse 11  
1810 Wien

## PERU

Givaudan Perú SAC  
Av. Víctor Andrés Belaunde 147  
Centro Empresarial Real.  
Torre Real 6. Of. 203  
San Isidro Lima 27

**PHILIPPINEN**  
 Givaudan Singapore Pte Ltd  
 Philippines Regional Headquarters  
 3/F, Roche Building  
 2252 Don Chino Roces Avenue  
 1231 Makati City, Metro Manila

**POLEN**  
 Givaudan Polska Sp z o o  
 Ul Podchorazych 83  
 00-722 Warszawa

**RUSSLAND**  
 Givaudan Schweiz AG  
 Representative Office in Moscow  
 Riverside Towers Business Centre, 8th floor  
 Kosmodamianskaya nab. 52/1  
 115054 Moskau

**SCHWEIZ**  
**Hauptsitz**  
 Givaudan SA  
 Chemin de la Parfumerie 5  
 1214 Vernier  
 Givaudan International SA  
 Chemin de la Parfumerie 5  
 1214 Vernier  
 Givaudan Finance SA  
 Chemin de la Parfumerie 5  
 1214 Vernier  
**Riechstoffe**  
 Givaudan Suisse SA  
 Chemin de la Parfumerie 5  
 1214 Vernier  
**Aromen - Kreation, Verkauf & Produktion**  
 Givaudan Schweiz AG  
 Ueberlandstrasse 138  
 8600 Dübendorf  
**Riechstoffe - Forschung**  
 Givaudan Schweiz AG  
 Ueberlandstrasse 138  
 8600 Dübendorf  
**Aromen**  
 Givaudan Schweiz AG  
 8310 Kempththal

**SINGAPUR**  
 Givaudan Singapore Pte Ltd  
 1 Woodlands Avenue 8  
 Singapur 738972

**SPANIEN**  
 Givaudan Ibérica, SA  
 Pla d'en Battle s/n,  
 08470 Sant Celoni,  
 Barcelona  
 Givaudan Ibérica, SA  
 Colquide, 6  
 Edificio Prisma I, 2ª Planta  
 28230 Las Rozas  
 Madrid  
**Riechstoffe - Kreation**  
 Givaudan Ibérica, SA  
 Edificio Géminis, Bloque B12  
 Parque de Noegocios Mas Blau  
 08040 El Prat de Llobregat, Barcelona

**SÜDAFRIKA**  
 Givaudan South Africa (Pty) Ltd  
 51A Galaxy Avenue  
 Linbro Business Park  
 Frankenwald  
 Sandton 2065

**SÜDKOREA**  
 Givaudan Korea Ltd  
 31/F, The MMAA Bldg  
 467-12 Dogok-Dong  
 Gangnam-Gu, Seoul 135-270

**TAIWAN**  
 Givaudan Singapore Pte Ltd  
 Taiwan Branch  
 7/F N° 303, Sec. 4  
 Hsin Yi Road, Taipei

**THAILAND**  
 Givaudan (Thailand) Ltd  
 19th Floor, CRC Tower  
 All Seasons Place,  
 87/2 Wireless Road, Lumpini  
 Patumwan  
 Bangkok 10330

**TSCHECHISCHE REPUBLIK (und SLOWAKEI)**  
 Givaudan CR, sro  
 Klimentska 10  
 110 00 Praha 7

**TURKEY**  
 Givaudan Aroma ve  
 Esans Sanayi ve Ticaret Sti. Ltd.  
 Ebulula Cad. Gul Sokak  
 Sitki Ciftci Blokleri A19 Daire : 6-7  
 Akatlar, Istanbul

**UKRAINE**  
 Givaudan Suisse SA  
 Representative Office in Ukraine  
 Pimonenko Str. 13, 6B/18  
 Kiev Ukraine 04050

**UNGARN**  
 Givaudan Schweiz AG  
 Hungary Commercial Representative Office  
 Frankel Leo út 20.1.2  
 1027 Budapest

**VENEZUELA**  
 Givaudan Venezuela SA  
 Calle Veracruz con Calle  
 Cali torre ABA,  
 piso 8, oficina 8A  
 Las Mercedes, Caracas

**VEREINIGTE ARABISCHE EMIRATE**  
 Givaudan Suisse SA  
 (Dubai Branch)  
 Gulf Towers - 901-902  
 P.O. Box 33170  
 Dubai

**VEREINIGTES KÖNIGREICH**  
**Aromen**  
 Givaudan UK Ltd  
 Chippenham Drive  
 Kingston  
 Milton Keynes, MK10 OAE  
**Riechstoffe**  
 Givaudan UK Ltd  
 Magna House  
 76-80 Church Street  
 Staines, Middx. TW18 4XR

**VEREINIGTE STAATEN**  
 Givaudan United States, Inc.  
 Corporation Trust Center  
 1201 Orange Street  
 Wilmington, DE 19801  
**Aromen - Kreation & Verkauf**  
 Givaudan Flavors Corporation  
 1199 Edison Drive  
 Cincinnati, OH 45216

**Aromen - Forschung**  
 Givaudan Flavors Corporation  
 1199 Edison Drive  
 Cincinnati, OH 45216

**Aromen - Produktion**  
 Givaudan Flavors Corporation  
 110 E. 69th Street  
 Cincinnati, OH 45216  
 Givaudan Flavors Corporation  
 9500 Sam Neace Drive  
 Florence, KY 41042  
 Givaudan Flavors Corporation  
 Merry Lane  
 East Hanover, NJ 07936  
 Givaudan Flavors Corporation  
 4705 U.S. Highway 92 East  
 Lakeland, FL 33801-3255  
 Givaudan Flavors, Inc.  
 231 Rock Industrial Park Drive  
 Bridgeton, MO 63044  
 Givaudan Flavors Corporation  
 63, Boardmann Road  
 New Milford, CT 06776  
 International Bioflavors, Inc.  
 1730, Executive Drive  
 Oconomowoc, WI 53066  
**Riechstoffe - Kreation**  
 Givaudan Fragrances Corporation  
 1775 Windsor Road  
 Teaneck, NJ 07666  
**Luxusparfümerie - Kreation**  
 Givaudan Fragrances Corporation  
 40 West 57th St. 11th floor  
 New York, NY 10019  
**Riechstoffe - Produktion**  
 Givaudan Fragrances Corporation  
 International Trade Center  
 300 Waterloo Valley Road  
 Mount Olive, NJ 07828

**VIETNAM**  
 Givaudan Singapore Pte Ltd  
 Vietnam Representative Office  
 Fosco Building 1  
 5th floor, Rm 52  
 6 Phung Khac Khoan Street  
 District 1  
 Ho Chi Minh City

Finanzen / Dienstleistungen  
 Verkauf  
 Kreation / Applikation  
 Produktion

# Kontaktadresse

## **Givaudan SA**

Chemin de la Parfumerie 5  
CH – 1214 Vernier, Schweiz  
T +41 22 780 91 11  
F + 41 22 780 91 50  
www.givaudan.com

# Impressum

## **Fotografien**

Antoine Icard  
Shanghai, China

Marco Antonio Sá  
São Paulo, Brasilien

Laurent Bourdeau  
Attilio Pisa Neto  
Mona Chamma  
Givaudan

Trnka  
Food & Stills  
Zürich, Schweiz

Theo Allofs  
Photonica / Getty Images

## **Design und Satz**

Latitudesign  
Nyon / Vaud, Schweiz

## **Fotolithos**

Scan Graphic snc  
Nyon / Vaud, Schweiz

## **Druck**

Courvoisier-Attinger  
Biel / Bern, Schweiz

Der Givaudan-Geschäftsbericht wird auf Deutsch, Englisch und Französisch publiziert  
Der Givaudan "Financial Report" wird auf Englisch publiziert  
Alle Markennamen sind rechtlich geschützt  
Chlorfreies Papier – Gedruckt in der Schweiz

© Givaudan SA, 2006



Während der TrendTrek™-Expedition in den Norden Brasiliens erforschte Givaudan auch lokale Traditionen und Bräuche, indem die Wissenschaftler Einheimische nach ihren Gewohnheiten und Ritualen in Bezug auf pflanzliche Mittel zur Vorbeugung und Heilung von Krankheiten befragten. Diese Untersuchungen führten die Forscher zum "Mercado Ver-O-Peso", einem riesigen, pittoresken Markt, auf dem Tausende von Menschen täglich zwischen zahllosen Ständen flanieren, um alle möglichen Arten von geheimnisvollen Heilkräutern und anderen essbaren Waren zu kaufen. Zu diesen Waren gehören unter anderem Früchte, Gemüse und Pflanzen, die diesem Ort eine fantastische Mischung aus Farben, Düften und Aromen verleihen. Doch der Ver-O-Peso-Markt ist nicht nur ein einmaliges Beispiel für die alten Städte des Amazonasgebiets, er ist auch ein historisches Bindeglied zwischen dem Fluss Amazonas und dem Regenwald, der modernen Stadt und den Dörfern mit ihren vielfältigen Traditionen.

Der Markt bietet eine grosse Vielzahl von Pflanzen, Wurzeln, Rinden, Kräutern, Blumen, ätherischen Ölen und magischen "Mandigas", Zaubertänken, die gegen alle möglichen Arten von Krankheiten und Leiden, wie zum Beispiel Zahnschmerzen, helfen sollen, oder die so viel sagende Namen wie "Weine-zu-meinen-Füssen", "Verlasse-mich-nicht" oder "Komm-zu-mir-zurück" tragen und in kleinen Fläschchen, den "Garrafadas" verkauft werden. Auf diesem Markt findet man Heilmittel für jedes denkbare menschliche Problem, von Neid und Geldmangel über ein gebrochenes Herz bis hin zu Liebestränken.

Auch die Priproca-Pflanze wurde auf diesem Markt entdeckt. Die Pflanze ist eine der Ingredienzien für das "Banho de cheiro". Das jeweilige Rezept hängt sehr stark von der Person ab, die es zusammenstellt. Das Wissen um den Umgang mit den Kräutern, das Mischen der erforderlichen Zutaten und die Zwecke, für die die magischen Zaubertänke eingesetzt werden können, wird von Generation zu Generation weitergegeben. Basis dieses naturheilkundlichen Wissens sind die Rituale der indigenen Stämme, die mit Volksglauben afrikanischen Ursprungs verschmolzen wurden.



Givaudan SA

Chemin de la Parfumerie 5, CH-1214 Vernier, Schweiz

T +41 22 780 91 11 • F +41 22 780 91 50 • [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com)