

Unternehmensmitteilung

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 25. Januar 2023

Ganzjahresresultate 2022

Solides Geschäftsergebnis in einem schwierigen Umfeld

- Verkäufe von CHF 7.1 Milliarden, ein Anstieg um 5.3% auf vergleichbarer Basis¹ und um 6.5% in Schweizer Franken
- Starkes Ergebnis in wachstumsstarken Märkten mit einem Wachstum auf vergleichbarer Basis von 9.9%
- EBITDA² von CHF 1'476 Millionen und EBITDA-Marge von 20.7%, gegenüber 22.2% im Jahr 2021
- Vergleichbare EBITDA³-Marge von 20.9%, gegenüber 22.5% im Jahr 2021
- Nettogewinn von CHF 856 Millionen, ein Zuwachs von 4.2% gegenüber 2021
- Freier Cashflow⁴ von 6.7% der Verkäufe oder CHF 479 Millionen
- Vorgeschlagene Dividende von CHF 67.00 pro Aktie, ein Plus von 1.5% gegenüber dem Vorjahr
- AA-Rating durch CDP für Klimaschutz und Wassermanagement in vier aufeinanderfolgenden Jahren

“Wir sind sehr zufrieden mit unserer soliden Leistung im Jahr 2022, trotz des herausfordernden Umfelds, mit dem wir das ganze Jahr über konfrontiert waren. Wir haben erneut unsere starke Fokussierung darauf bewiesen, das Wachstum unserer Kunden durch eine hervorragende Leistung der Lieferkette zu unterstützen und gleichzeitig innovative und wirkungsvolle Lösungen zu liefern, die ein wichtiger Bestandteil unserer 2025 Strategie sind“, sagte CEO Gilles Andrier. “Angesichts der anhaltenden Herausforderungen, die das externe Umfeld mit sich bringt, bin ich allen Mitarbeitenden von Givaudan weltweit sehr dankbar für ihren kontinuierlichen Einsatz und die Unterstützung, dank derer wir weiterhin branchenführende Leistungen erbringen können.”

Verkaufszahlen

Im Jahr 2022 verzeichnete Givaudan Gesamtverkäufe von CHF 7'117 Millionen, was gegenüber 2021 einem Anstieg von 5.3% auf vergleichbarer Basis und von 6.5% in Schweizer Franken entspricht.

In einem äusserst schwierigen operativen Umfeld, das durch höhere Produktionskosten und Beeinträchtigungen der Lieferkette bestimmt war, konnte Givaudan die gute Geschäftsdynamik aufrechterhalten und gleichzeitig ihren Geschäftsbetrieb sowie ihre globale, ausgehende Lieferkette auf hohem Niveau halten, um das Wachstum unserer Kunden zu unterstützen. Zu diesem guten Wachstum trugen alle Produktsegmente und Regionen bei, wobei die reifen Märkte um 1.9% und die wachstumsstarken Märkte um 9.9% auf vergleichbarer Basis wuchsen. Die wichtigsten strategischen Wachstumssäulen der 2025 Strategie des Unternehmens trugen alle positiv zum Wachstum bei.

Das Unternehmen führt weiterhin Preiserhöhungen in Zusammenarbeit mit seinen Kunden durch, um den Anstieg der Produktionskosten vollständig auszugleichen.

Die Verkäufe von Riechstoffe & Schönheit betragen CHF 3'256 Millionen, was einen Anstieg von 5.5% auf vergleichbarer Basis und von 5.3% in Schweizer Franken darstellt. Das gute Wachstum war auf die anhaltend starke Performance von Luxusparfümerie und Riechstoffingredienzien in Kombination mit der

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 25. Januar 2023

Rückkehr zu einer gesunden Wachstumsdynamik im Konsumgütergeschäft in der zweiten Jahreshälfte 2022 zurückzuführen. In Active Beauty wurde das einstellige Wachstum gegenüber einem hohen zweistelligen vergleichbaren Wachstum im Jahr 2021 erzielt. Über alle Geschäftsbereiche und Kundengruppen hinweg wurde die gute Leistung unterstützt durch die verstärkte Wirkung der Preismassnahmen, die in der zweiten Jahreshälfte gemeinsam mit den Kunden umgesetzt wurden, um den Anstieg der Produktionskosten auszugleichen.

Auf Geschäftsbereichsebene stiegen die Verkäufe von Luxusparfümerie um 14.3%, die Verkäufe im Bereich Konsumgüter um 2.0% und die Verkäufe von Riechstoffingredienzien und Active Beauty verzeichneten ein Wachstum von 10.2% (jeweils auf vergleichbarer Basis).

Geschmack & Wohlbefinden erzielte Verkäufe von CHF 3'861 Millionen, was einem Anstieg von 5.2% auf vergleichbarer Basis und von 7.5% in Schweizer Franken entspricht.

Auf regionaler Ebene stiegen die Verkäufe auf vergleichbarer Basis im Raum Asien-Pazifik um 5.3%, in Südasien, Afrika und dem Nahen Osten um 17.6% und in Europa um 11.1%. In Nordamerika gingen die Verkäufe um 6.4% zurück und in Lateinamerika stiegen die Verkäufe um 16.7%, jeweils auf vergleichbarer Basis.

In den wichtigen strategischen Fokusbereichen verzeichneten die Verkäufe bei den pflanzenbasierten Proteinen und in den Bereichen Gesundheit und Wellness sowie Naturstoffe solide einstellige Zuwächse.

Bruttomarge

Der Bruttogewinn sank von CHF 2'855 Millionen im Jahr 2021 auf CHF 2'762 Millionen im Jahr 2022. Die Bruttogewinnmarge sank auf 38.8% im Jahr 2022, gegenüber 42.7% im Jahr 2021. Dies ist hauptsächlich auf den Verwässerungseffekt der zum Ausgleich höherer Produktionskosten durchgeführten Preismassnahmen sowie der höheren Rohstoff-, Energie- und Transportkosten zurückzuführen.

Gewinn vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen (EBITDA)²

Das EBITDA² verringerte sich von CHF 1'482 Millionen im Jahr 2021 um 0.4% auf CHF 1'476 Millionen im Jahr 2022, wobei eine starke operative Kostendisziplin das geringere Niveau des Bruttogewinns teilweise kompensierte. Die EBITDA-Marge belief sich 2022 auf 20.7%, gegenüber 22.2% im Jahr 2021. Auf vergleichbarer Basis³ betrug die EBITDA-Marge im Jahr 2022 20.9%, verglichen mit 22.5% im Jahr 2021.

Das EBITDA von Riechstoffe & Schönheit stieg auf CHF 698 Millionen im Jahr 2022 gegenüber CHF 696 Millionen im Jahr 2021, während die EBITDA-Marge von 22.5% im Jahr 2021 auf 21.4% im Jahr 2022 sank. Auf vergleichbarer Basis lag die EBITDA-Marge von Riechstoffe & Schönheit im Jahr 2022 bei 21.6%, gegenüber 22.6% im Jahr 2021.

Das EBITDA von Geschmack & Wohlbefinden sank auf CHF 778 Millionen im Vergleich zu CHF 786 Millionen im Jahr 2021. Die EBITDA-Marge sank im Jahr 2022 auf 20.1%, nach 21.9% im Jahr 2021. Auf vergleichbarer Basis belief sich die EBITDA-Marge von Geschmack & Wohlbefinden im Jahr 2022 auf 20.3%, verglichen mit 22.4% im Jahr 2021.

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 25. Januar 2023

Betriebsgewinn

Der Betriebsgewinn betrug 2022 CHF 1'112 Millionen im Vergleich zu CHF 1'089 Millionen im Jahr 2021, was einem Anstieg um 2.1% entspricht. Die Betriebsgewinnmarge belief sich 2022 auf 15.6%, gegenüber 16.3% im Jahr 2021.

Der Betriebsgewinn von Riechstoffe & Schönheit erhöhte sich von CHF 547 Millionen im Jahr 2021 auf CHF 558 Millionen im Jahr 2022. Die Betriebsgewinnmarge sank im Jahr 2022 auf 17.1%, gegenüber 17.7% im Jahr 2021.

Bei Geschmack & Wohlbefinden stieg der Betriebsgewinn von CHF 542 Millionen im Jahr 2021 auf CHF 554 Millionen im Jahr 2022. Die Betriebsgewinnmarge verringerte sich auf 14.4% im Jahr 2022, verglichen mit 15.1% im Jahr 2021.

Finanzergebnis

Die Finanzierungskosten beliefen sich 2022 auf CHF 100 Millionen gegenüber CHF 94 Millionen im Jahr 2021. Der übrige Nettofinanzaufwand belief sich 2022 auf CHF 84 Millionen gegenüber CHF 30 Millionen im Jahr 2021. Der Anstieg ist auf Mark-to-Market-Anpassungen bei Wertpapieren und höhere Devisenkursverluste zurückzuführen.

Der Ertragssteueraufwand lag bei 8%, verglichen mit 15% im Jahr 2021, wobei der Rückgang hauptsächlich auf steuerliche Einmaleffekte der internen Unternehmensumstrukturierung nach Übernahmen zurückzuführen war. Ohne diese Einmaleffekte hätte der Ertragssteueraufwand 15% betragen.

Konzerngewinn

Der Konzerngewinn belief sich im Jahr 2022 auf CHF 856 Millionen gegenüber CHF 821 Millionen im Jahr 2021, was einem Anstieg von 4.2% entspricht. Daraus ergibt sich eine Nettogewinnmarge von 12.0%, verglichen mit 12.3% im Jahr 2021. Der unverwässerte Gewinn pro Aktie lag bei CHF 92.83, verglichen mit CHF 89.03 im Vorjahreszeitraum.

Cashflow

Givaudan erzielte 2022 einen Cashflow aus operativer Tätigkeit von CHF 948 Millionen, gegenüber CHF 1'288 Millionen im Jahr 2021.

Das Nettobetriebskapital in Prozent der Verkäufe betrug 26.8% im Vergleich zu 24.0% im Vorjahr.

Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen beliefen sich auf CHF 211 Millionen, verglichen mit CHF 177 Millionen im Jahr 2021, wobei die weltweite Lockerung der Covid-19-Beschränkungen im Jahr 2022 ein höheres Mass an Projektaktivitäten ermöglichte.

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 25. Januar 2023

Im Jahr 2022 wurden CHF 78 Millionen für den Erwerb immaterieller Anlagewerte aufgewendet, verglichen mit CHF 70 Millionen im Vorjahr. Dies ist auf weitere Investitionen des Unternehmens in seine digitale Roadmap sowie die Migration aller übernommenen Einheiten auf die Betriebsplattform von Givaudan zurückzuführen.

Die gesamten Nettoinvestitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte beliefen sich 2022 auf 4.1% der Verkäufe, verglichen mit 3.7% im Vorjahr.

Der Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen lag im Jahr 2022 bei CHF 659 Millionen, gegenüber CHF 1'041 Millionen im Jahr 2021. Der freie Cashflow⁴ im Jahr 2022 betrug CHF 479 Millionen, gegenüber CHF 843 Millionen für den Vergleichszeitraum 2021. Der freie Cashflow ausgedrückt als Prozentsatz der Verkäufe belief sich 2022 auf 6.7%, gegenüber 12.6% im Vorjahr.

Finanzlage

Die Finanzlage von Givaudan war Ende 2022 weiterhin solide. Die Nettoverschuldung belief sich im Dezember 2022 auf CHF 4'530 Millionen, verglichen mit CHF 4'394 Millionen im Dezember 2021. Das Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA⁵ lag bei 3.07, verglichen mit 2.97 im Dezember 2021.

Dividendenvorschlag

Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung am 23. März 2023 vorschlagen, für das Geschäftsjahr 2022 eine Bardividende in Höhe von CHF 67.00 pro Aktie auszuschütten, was einem Anstieg von 1.5% gegenüber 2021 entspricht. Seit der Börsenkotierung von Givaudan im Jahr 2000 an der Schweizer Börse ist dies die 22. Dividendenerhöhung in Folge.

Unsere mittel- und langfristigen Ziele

Im Rahmen unserer 2025 Strategie "Wachstumsfokus im Einklang mit dem Unternehmenszweck" wollen wir gemeinsam mit unseren Kunden Wachstum erzielen, indem wir inspirierende Produkte für mehr Glück und Gesundheit im Leben kreieren und Positives für Natur, Menschen und Gemeinschaften bewirken.

Ehrgeizige Ziele sind ein fester Bestandteil dieser Strategie, in deren Rahmen das Unternehmen ein organisches Umsatzwachstum von 4–5% auf vergleichbarer Basis¹ und einen freien Cashflow⁴ von mindestens 12% anstrebt. Beide Ziele werden als Durchschnitt über den fünfjährigen Zeitraum des Strategiezyklus gemessen. Zudem beabsichtigen wir, wichtige nichtfinanzielle Ziele in den Bereichen Nachhaltigkeit, Vielfalt und Sicherheit, die im Zusammenhang mit dem Unternehmenszweck von Givaudan stehen, zu erreichen.

Unsere mutigen und ehrgeizigen langfristigen Ziele haben wir in vier Bereichen definiert: Kreationen, Natur, Menschen und Gemeinschaften. Im Rahmen dieser Ambitionen wollen wir unser Geschäft bis 2030 durch Kreationen, die zu mehr Glück und Gesundheit im Leben beitragen, verdoppeln, bis 2050 klimapositiv werden, bis 2025 im Hinblick auf Chancengleichheit zu den weltweit führenden Arbeitgebern zählen und bis 2030 alle Rohstoffe und Dienstleistungen in einer Art und Weise beschaffen, die Mensch und Umwelt schützt.

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 25. Januar 2023

Zusatzinformationen

Auf der Generalversammlung am 23. März 2023 werden Prof. Dr.-Ing. Werner Bauer, Lilian Biner und Michael Carlos aus dem Verwaltungsrat ausscheiden, alle anderen Verwaltungsratsmitglieder stellen sich zur Wiederwahl. Darüber hinaus beantragt der Verwaltungsrat an der Generalversammlung am 23. März 2023 die Wahl von Roberto Guidetti als neues Verwaltungsratsmitglied mit Wirkung ab dem Datum der Generalversammlung. Alle Mitglieder des Verwaltungsrates werden für eine Amtsdauer gewählt, die mit der Generalversammlung 2024 endet.

Der Geschäftsbericht 2022 kann unter www.givaudan.com heruntergeladen werden: Integrierter Geschäftsbericht 2022 Governance-, Vergütungs- und Finanzbericht 2022

Weitere Informationen und Abgleichungen der alternativen Leistungsmessgrössen (Alternative Performance Measures) des Konzerns finden Sie im Anhang des Finanzberichts 2022.

Am Mittwoch, dem 25. Januar 2023, wird um 15.00 Uhr (MESZ) auf www.givaudan.com eine Telefonkonferenz übertragen.

Anstehende Unternehmenstermine

Generalversammlung – 23. März 2023
Verkäufe im ersten Quartal und jährliche Investorenkonferenz – 13. April 2023
Halbjahresergebnisse – 20. Juli 2023
Halbjahreskonferenz – 30. August 2023
Verkäufe Januar bis September – 12. Oktober 2023
Investorentag – 19. Oktober 2023
Ganzjahresresultate – 25. Januar 2024

Kontakt

Pierre Bénaich, Head of Investor and Media Relations
T +41 22 780 9053
E pierre.benaich@givaudan.com

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 25. Januar 2023

Übersicht

Kennzahlen

Per 31. Dezember abgeschlossenes Geschäftsjahr In Millionen CHF	2022	2021
Konzernverkäufe	7'117	6'684
– Verkäufe Riechstoffe & Schönheit	3'256	3'091
– Verkäufe Geschmack & Wohlbefinden	3'861	3'593
Bruttogewinn	2'762	2'855
– In % der Verkäufe	38.8%	42.7%
EBITDA²	1'476	1'482
– In % der Verkäufe	20.7%	22.2%
Betriebsgewinn	1'112	1'089
– In % der Verkäufe	15.6%	16.3%
Den Anteilseignern der Muttergesellschaft zuzurechnender Konzerngewinn	856	821
– In % der Verkäufe	12.0%	12.3%
Gewinn pro Aktie – unverwässert (CHF)	92.83	89.03
Cashflow aus operativer Tätigkeit	948	1'288
– In % der Verkäufe	13.3%	19.3%
Freier Cashflow	479	843
– In % der Verkäufe	6.7%	12.6%

in Millionen CHF, ausgenommen Anzahl Mitarbeitende	31. Dezember 2022	31. Dezember 2021
– Umlaufvermögen	3'707	3'407
– Anlagevermögen	7'802	8'027
Vermögenswerte gesamt	11'509	11'434
– Kurzfristige Verbindlichkeiten	1'971	2'322
– Langfristige Verbindlichkeiten	5'301	5'171
– Eigenkapital	4'237	3'941
Verbindlichkeiten und Eigenkapital gesamt	11'509	11'434
Mitarbeiterzahl	16'676	16'842

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 25. Januar 2023

EBITDA

In Millionen CHF	2022			2021		
	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohlbefinden	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohlbefinden
EBITDA wie ausgewiesen	1'476	698	778	1'482	696	786
EBITDA wie ausgewiesen in %	20.7%	21.4%	20.1%	22.2%	22.5%	21.9%
– Akquisitions- und Restrukturierungskosten ^a	-10	-4	-6	-22	-2	-20
Vergleichbares EBITDA³	1'486	702	784	1'504	698	806
Vergleichbares EBITDA in %	20.9%	21.6%	20.3%	22.5%	22.6%	22.4%

a. Die Akquisitions- und Restrukturierungskosten von CHF 10 Millionen (2021: CHF 22 Millionen) sind grösstenteils den vom Konzern getätigten Akquisitionen und der laufenden Optimierung des Produktionsnetzwerks zuzuschreiben.

Verkaufszahlen – Januar bis Dezember

In Millionen CHF	2021		2022		Veränderung in %	Veränderung in %
	Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	Verkäufe LFL	Verkäufe wie ausgewiesen		
Konzern	6'684	356	7'040	5.3%	167	6.5%
– Riechstoffe & Schönheit	3'091	170	3'261	5.5%	36	5.3%
– Geschmack & Wohlbefinden	3'593	186	3'779	5.2%	131	7.5%

* Auswirkung von Akquisitionen (netto)
in Millionen CHF

Übernommenes Unternehmen	Verkäufe enthalten ab	Konzern	Riechstoffe & Schönheit	Geschmack & Wohlbefinden
Custom Essence	Dezember 2021	36	36	
DDW	Dezember 2021	140		140
Nicht fortgeführtes und veräussertes Geschäft		-9		-9
Gesamt		167	36	131

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 25. Januar 2023

Verkaufszahlen – Oktober bis Dezember (nur viertes Quartal)

In Millionen CHF	2021		2022		Veränderung in %		2022	
	Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	Verkäufe LFL	LFL ¹	Auswirkung von Akquisitionen (netto)	Währungseffekte	Verkäufe wie ausgewiesen	In CHF
Konzern	1,618	46	1'664	2.9%	27	-33	1'658	2.5%
– Riechstoffe & Schönheit	740	34	774	4.5%	5	-12	767	3.6%
– Geschmack & Wohlbefinden	878	12	890	1.5%	22	-21	891	1.5%

Verkäufe Riechstoffe & Schönheit

In Millionen CHF	
	Umsatzwachstum 2021 LFL ¹
Luxusparfümerie	22.5%
Konsumgüter	1.5%
Riechstoffingredienzien und Active Beauty	14.2%

Verkäufe Geschmack & Wohlbefinden

In Millionen CHF	
	Umsatzwachstum 2021 LFL ¹
Europa	6.3%
Südasien, Naher Osten und Afrika	6.1%
Nordamerika	5.8%
Lateinamerika	19.3%
Asien-Pazifik	7.4%

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 25. Januar 2023

Entwicklung der Verkäufe nach Märkten – Januar bis Dezember

In Millionen CHF	2021		2022		Veränderung in %			2022	Veränderung in %
	Verkäufe wie ausgewiesen	Entwicklung LFL ¹	Verkäufe LFL	LFL ¹	Auswirkung von Akquisitionen (netto)	Währungseffekte	Verkäufe wie ausgewiesen		
Wachstumsstarke Märkte	2'853	282	3'135	9.9%	49	-28	3'156	10.6%	
Reife Märkte	3'831	74	3'905	1.9%	118	-62	3'961	3.4%	

Entwicklung der Verkäufe nach Regionen – Januar bis Dezember

In Millionen CHF	2022		2021		Veränderung in %	
	Verkäufe wie ausgewiesen	Verkäufe wie ausgewiesen	Verkäufe wie ausgewiesen	Verkäufe wie ausgewiesen	LFL ¹	In CHF
LATAM	838	723	10.4%	15.9%		
APAC	1'772	1'688	5.2%	5.0%		
NOAM	1'881	1'824	-5.4%	3.1%		
EAME	2'626	2'449	11.9%	7.2%		

Hinweise:

1. Like-for-Like (LFL, auf vergleichbarer Basis) wird definiert als: (a) Verkäufe, berechnet auf der Basis der für die Rechnungsstellung verwendeten Wechselkurse aus dem Vorjahr, und (b) ohne die Verkäufe der übernommenen Unternehmen in der Zeitspanne von deren Akquisition bis zum Ende der Berichtsperiode (bis zu zwölf Monate nach dem Zeitpunkt ihrer Akquisition) und (c) ohne die Verkäufe der veräusserten Unternehmen in der Zeitspanne von ihrer Veräusserung bis zum Ende der entsprechenden vorherigen Vergleichsperiode.
2. EBITDA steht für Earnings Before Interest (and other financial income [expense], net), Tax, Depreciation and Amortisation = Gewinn vor Zinsen (und sonstigem finanziellem Einkommen und Aufwand), Steuern, Abschreibungen und Amortisationen. Dies entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen, Amortisationen sowie der Wertminderung langlebiger Vermögensgegenstände.
3. Das vergleichbare EBITDA ist das ausgewiesene EBITDA, das um wesentliche einmalige Posten bereinigt wurde, die sich auf das Verständnis der zugrunde liegenden normalen Geschäftstätigkeit auswirken.
4. Beim freien Cashflow (Free Cash Flow, FCF) handelt es sich um den Cashflow aus operativer Tätigkeit nach Nettoinvestitionen, Zins- und Leasingzahlungen sowie Kauf und Verkauf von eigenen Eigenkapitalinstrumenten.
5. Das Verhältnis der Nettoverschuldung zum EBITDA wird wie folgt definiert:
 - Die Nettoverschuldung ergibt sich aus der Gesamtsumme der konsolidierten kurzfristigen und langfristigen Verbindlichkeiten abzüglich flüssiger Mittel.

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Artikel 53 KR
Genf, 25. Januar 2023

- EBITDA steht für Earnings Before Interest (and other financial income [expense], net), Tax, Depreciation and Amortisation = Gewinn vor Zinsen (und sonstigem finanziellem Einkommen und Aufwand), Steuern, Abschreibungen und Amortisationen. Dies entspricht dem Betriebsgewinn vor Abschreibungen, Amortisationen sowie der Wertminderung langlebiger Vermögensgegenstände.