

## Umsatzentwicklung Januar - September 2020

Holzminden, 29. Oktober 2020

### Symrise setzt robusten Wachstumskurs fort

- Umsatzanstieg von 5,9 % gegenüber dem Vorjahr
- Organisches Umsatzwachstum von 3,3 % in den ersten neun Monaten und 3,1 % im dritten Quartal
- Dank robuster Lieferkette konzernweit im vollen Umfang operativ tätig
- Für 2020 organisches Wachstum von 3 bis 4 % erwartet
- Mittelfristziele 2025 bestätigt

Die Symrise AG hat ihren Wachstumskurs im dritten Quartal auch angesichts der weltweiten Corona-Pandemie erfolgreich fortgesetzt. Im wirtschaftlich anspruchsvollen und heterogenen Marktumfeld konnte der Konzern seinen Umsatz im Neunmonatszeitraum um 5,9 % auf 2.703 Mio. € (9M 2019: 2.551 Mio. €) steigern. Organisch, also ohne Berücksichtigung des Portfolioeffekts von ADF/IDF sowie Wechselkurseffekten, erhöhte sich der Umsatz in den ersten neun Monaten um 3,3 %. Alle Segmente trugen zu der positiven Entwicklung bei und konnten ihre Umsätze organisch steigern.

„Dank unserer stabilen Aufstellung, dem breit gefächerten Produktportfolio sowie dem Engagement und der Flexibilität unserer Mitarbeiter, konnten wir auch unter den Einflüssen der Corona-Pandemie an die Vormonate anknüpfen und unseren Umsatz weiter steigern. Die Verschiebung der Konsumentennachfrage, die sich bereits in den ersten sechs Monaten zeigte, hat sich im dritten Quartal nahezu gleichbleibend fortgesetzt. Produktlösungen für Nahrungsmittel sowie für Körperpflege und Hygiene fragten Kunden weiter gut nach, während Luxusartikel wie Feinparfümerie weniger stark nachgefragt wurden“, sagte Dr. Heinz-Jürgen Bertram, Vorstandsvorsitzender der Symrise AG. „Insgesamt sind wir zuversichtlich, dass wir das Jahr der historischen Ausnahmesituation mit erfreulichem Umsatzwachstum abschließen.“

#### Scent & Care mit starken Zuwächsen in den Bereichen Körperpflege, Mundpflege und Menthol

Scent & Care, das Geschäft mit Fragrances, Cosmetic Ingredients und Aroma Molecules, erreichte in den ersten neun Monaten des Jahres 2020 ein gutes organisches Umsatzwachstum von 3,1 % und 4,0 % im dritten Quartal. Unter Berücksichtigung von Währungseffekten betrug der Umsatz in den ersten neun Monaten in Berichtswährung 1.057 Mio. € und lag damit leicht unter dem Vorjahreszeitraum (9M 2019: 1.070 Mio. €).

Den Umsatz im Geschäftsbereich Fragrance prägten weiter die Anwendungsbereiche Consumer Fragrance und Oral Care dank starker Nachfrage nach Körperpflege- und Hygieneartikeln. Beide Anwendungsbereiche wuchsen organisch jeweils zweistellig. Der Anwendungsbereich Fine Fragrance spürte die Auswirkungen der Corona-Pandemie weiter deutlich. Gleichzeitig verzeichnete insbesondere Nordamerika im Verlauf des dritten Quartals bereits eine verbesserte Projektvitalität mit großen Kunden bei Luxusartikeln. Insgesamt erzielte der Geschäftsbereich Fragrance ein gutes, prozentual einstelliges organisches Wachstum mit Zuwächsen in allen Regionen.

Die Umsatzentwicklung im Geschäftsbereich Aroma Molecules war einerseits von einer geringeren Nachfrage nach Duftstoffen sowie andererseits von sehr positiven Impulsen im Anwendungsbereich Menthol geprägt. Letzterer konnte durch Kapazitätserweiterungen prozentual zweistellig zulegen. Die

höchsten Zuwächse erzielten dabei die Regionen EAME sowie Nord- und Lateinamerika. Insgesamt lag der Umsatz im Geschäftsbereich Aroma Molecules leicht unter dem hohen Vorjahresniveau.

Der Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients wurde ebenfalls durch die reduzierte Reisetätigkeit infolge der Corona-Pandemie beeinflusst, die in einer geringeren Nachfrage nach Sonnenschutzprodukten resultierte. Die übrigen Anwendungsbereichen erzielten gute prozentual ein- bzw. zweistellige organische Zuwächse. Als Wachstumstreiber fungierten hier insbesondere die Regionen Latein- und Nordamerika, allen voran die Ländermärkte Brasilien, Kanada, USA und Mexiko. Insgesamt lag der Umsatz im Geschäftsbereich Cosmetic Ingredients leicht unter dem guten Vorjahresvergleichswert.

### **Trend zum Kochen und Essen zuhause prägt das Aromen-Geschäft**

Im Segment Flavor, dem Geschäft mit Aromen für Lebensmittel und Getränke, setzte sich das veränderte Konsumentenverhalten im Zuge der Corona-Pandemie auch im dritten Quartal fort. Der Trend zum Kochen und Essen zuhause hielt an und führte zu einer starken Nachfrage nach würzigen Produkten sowie nach Produktlösungen für Backwaren und Cerealien. Gleichzeitig wirkte sich der reduzierte Außer-Haus-Verzehr weiter negativ auf die Nachfrage nach Getränkeprodukten und Süßwaren aus. Insgesamt lag der Umsatz des Segments nach neun Monaten wie auch im dritten Quartal organisch um 0,6 % über dem Vorjahresvergleichswert. Bereinigt um Währungseffekte lag der Umsatz des Segments in Berichtswährung bei 949 Mio. € (9M 2019: 966 Mio. €).

Die Umsatzentwicklung in der Region EAME war von einer deutlich reduzierten Nachfrage nach Getränken und Süßwaren geprägt. Gleichzeitig erzielte der Anwendungsbereich für würzige Produkte ein hohes, prozentual einstelliges Wachstum. Insbesondere Produktinnovationen für Produkte mit alternativen Proteinen entwickelten sich sehr positiv. Die Ländermärkte Deutschland und Russland erzielten die größten Zuwächse. Die Nachfrage in Frankreich und England zeigte sich nach wie vor durch die Pandemie stärker negativ beeinflusst. Insgesamt blieb der Umsatz der Region EAME in den ersten neun Monaten leicht unter dem Vorjahresvergleichswert.

In der Region Nordamerika konnte Flavor im dritten Quartal ein zweistelliges organisches Wachstum erreichen. In den ersten neun Monaten erzielte das Segment somit ein solides prozentual einstelliges organisches Wachstum. Kunden fragten insbesondere Produktlösungen für die Anwendungsbereiche Getränke sowie würzige Produkte nach.

Die Region Asien/Pazifik verzeichnete eine starke Nachfrage nach Produkten des Anwendungsbereichs Savory, der organisch prozentual zweistellig zulegen konnte. Das stärkste Wachstum erzielten hier die Märkte Indonesien, Thailand, Vietnam und Südkorea. In den Anwendungsbereichen Getränke und süße Produkte verlief die Umsatzentwicklung speziell im dritten Quartal verhaltener. Insgesamt lagen die Umsätze in der Region organisch auf Vorjahresniveau.

Die Region Lateinamerika erzielte in den ersten neun Monaten das stärkste Wachstum des Segments und zeigte sich weiter größtenteils unbeeinflusst von der Corona-Pandemie. Alle Anwendungsbereiche konnten hohe prozentual ein- oder zweistellige organische Zuwächse verzeichnen. Vor allem die Ländermärkte Brasilien, Uruguay und Mexiko legten kräftig zu.

### **Nutrition mit kräftigem Wachstum bei Anwendungen für Heimtiermahrung**

Das Segment Nutrition, das den Geschäftsbereich Diana mit Anwendungen für Lebensmittel, Heimtiermahrung und Probiotika sowie die Aktivitäten von ADF/IDF umfasst, erzielte ein kräftiges organisches Umsatzwachstum von 9,1 % (im dritten Quartal betrug das Wachstum 6,1 %). Unter Berücksichtigung von Portfolio- und Wechselkurseffekten belief sich der Umsatz in Berichtswährung auf 697 Mio. €. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum (9M 2019: 516 Mio. €) entspricht dies einem Anstieg um 35,1 %. ADF/IDF trug im Berichtszeitraum 156 Mio. € zum Umsatz des Segments bei.

Der Anwendungsbereich Pet Food zeigte sich weiterhin als der Wachstumstreiber des Segments und verzeichnete in allen Regionen ein starkes, prozentual ein- oder zweistelliges organisches Umsatzwachstum. Insbesondere die Ländermärkte USA, Mexiko, Brasilien und Südkorea entwickelten sich dynamisch.

Im Anwendungsbereich Food verzeichnete die Region Asien/Pazifik einstellige organische Zuwächse. Besonders positiv entwickelten sich die Ländermärkte China, Indien, Südkorea und Taiwan. In der Region EAME übertrafen die Umsätze das Vorjahresniveau leicht, wohingegen die Regionen Nord- und Lateinamerika knapp unter dem Vorjahresvergleichswert lagen. Insgesamt wirkte sich die Corona-Pandemie dämpfend auf die Geschäftsentwicklung in zahlreichen Ländermärkten aus, insbesondere bedingt durch den in weiten Teilen unter dem Vorjahresniveau liegenden Außer-Haus-Verzehr.

Die Geschäfte der im November 2019 übernommenen amerikanischen Firmengruppe ADF/IDF entwickelten sich erfreulich und übertrafen die Erwartungen des Konzerns. Hier profitiert das Segment von der gestiegenen Nachfrage im Zuge der Pandemie.

Der Anwendungsbereich Probiotika, der zu Probi gehört, verzeichnete ein sehr gutes drittes Quartal und erzielte nach neun Monaten ein prozentual zweistelliges organisches Umsatzwachstum. Wachstumstreiber war hier insbesondere die Region Nordamerika.

### **Symrise blickt zuversichtlich auf die verbleibenden Monate des laufenden Geschäftsjahres und bestätigt Umsatz- und Ergebnisziele**

Auch angesichts der anhaltenden Corona-Pandemie ist der Konzern weiterhin weltweit im vollen Umfang operativ tätig und nachhaltig lieferfähig. Mit seiner globalen Präsenz, dem stetig wachsenden und diversifizierten Portfolio sowie der breiten Kundenbasis sieht sich das Unternehmen auch im derzeit anspruchsvollen Marktumfeld robust und verlässlich aufgestellt.

Symrise erwartet für 2020 ein organisches Wachstum von 3 bis 4 % und läge damit wiederum oberhalb des Marktwachstums. Aktuelle Schätzungen gehen im gegenwärtigen Umfeld von einem Marktwachstum von bis zu 3 % aus.

Auf Basis der anhaltend guten Geschäftsentwicklung bestätigt der Konzern für das Geschäftsjahr 2020 eine EBITDA-Marge in der Bandbreite von 21 bis 22 %.

Die Mittelfristziele haben unverändert Bestand. Das Unternehmen erwartet, bis zum Ablauf des Geschäftsjahres 2025 seinen Umsatz auf 5,5 bis 6,0 Mrd. € zu steigern. Diesen Anstieg will Symrise mit einem jährlichen organischen Wachstum von 5 bis 7 % (CAGR) sowie ergänzenden zielgerichteten Akquisitionen erreichen. Die Profitabilität soll sich mittelfristig in einem Zielkorridor von 20 bis 23 % bewegen.

### **Über Symrise:**

*Ein globaler Anbieter von Duft- und Geschmackstoffen, kosmetischen Grund- und Wirkstoffen sowie funktionalen Inhaltsstoffen für Lebensmittel. Zu den Kunden gehören Parfum-, Kosmetik-, Lebensmittel- und Getränkehersteller, die pharmazeutische Industrie sowie Produzenten von Nahrungsergänzungsmitteln und Heimtiernahrung.*

*Mit einem Umsatz von rund 3,4 Mrd. € im Geschäftsjahr 2019 gehört das Unternehmen zu den weltweit führenden Anbietern. Der Konzern mit Sitz in Holzminden ist mit mehr als 100 Niederlassungen in Europa, Afrika und dem Nahen sowie Mittleren Osten, in Asien, den USA sowie in Lateinamerika vertreten.*

*Gemeinsam mit seinen Kunden entwickelt Symrise neue Ideen und marktfähige Konzepte für Produkte, die fest zum täglichen Leben gehören. Wirtschaftlicher Erfolg und unternehmerische Verantwortung sind dabei untrennbar miteinander verbunden. Symrise – always inspiring more...*

[www.symrise.com](http://www.symrise.com)

Kontakt Medien:

**Bernhard Kott**

Tel.: +49 (0)5531 90-1721

E-Mail: [bernhard.kott@symrise.com](mailto:bernhard.kott@symrise.com)

Kontakt Investoren:

**Tobias Erfurth**

Tel.: +49 (0)5531 90-1879

E-Mail: [tobias.erfurth@symrise.com](mailto:tobias.erfurth@symrise.com)

Social Media:

[twitter.com/symriseag](https://twitter.com/symriseag)

[youtube.com/agsymrise](https://youtube.com/agsymrise)

[instagram.com/symriseag](https://instagram.com/symriseag)

[linkedin.com/company/symrise](https://linkedin.com/company/symrise)

[xing.com/companies/symrise](https://xing.com/companies/symrise)

## Finanzkalender 2021

### 11. März

Unternehmens- und Finanzbericht 2020

### 28. April

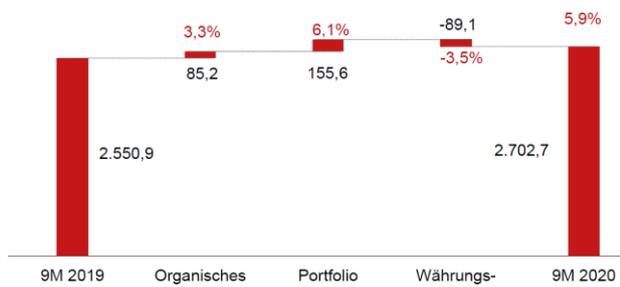
Zwischenmitteilung Januar – März 2021

### 6. Mai

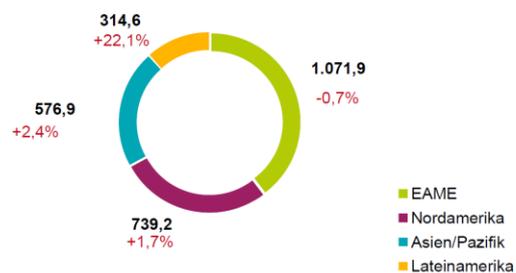
Hauptversammlung

## Finanzinformationen 9M 2020

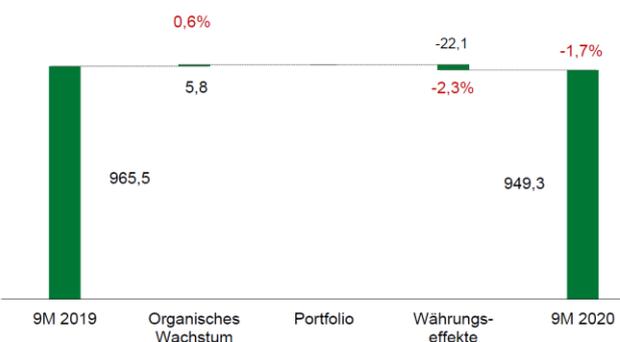
### Symrise Konzern Umsatz in Mio. €



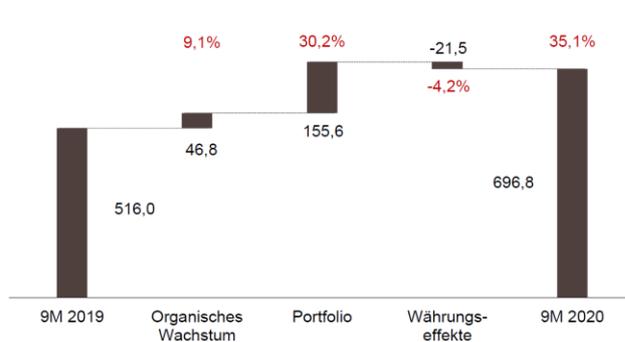
### Umsatz nach Regionen in Mio. € (Organisches Wachstum in %)



### Flavor Umsatz in Mio. €



### Nutrition Umsatz in Mio. €



### Scent & Care Umsatz in Mio. €

