



Vitamine

Halbjahres- Medienkonferenz

17. August 2000

Markus Altwegg

Die Vitamin Division stärkt ihre Stellung in einem sich verändernden Geschäftsumfeld



Vitamine

- Konsumenten**
- Erhöhtes Bewusstsein für Rolle der Ernährung in der Gesundheit
 - Erhöhte Nachfrage nach “functional foods”
 - Verstärkte Bedenken bez. GMOs und Sicherheit von Lebens- und Futtermitteln
- Kunden**
- Weitere Konzentration und Globalisierung erhöht Einkaufsmacht
 - Aggressive Preiserwartungen halten Preise tief (E, A, C, B2)
- Markt**
- Anhaltendes Mengenwachstum: 3-5 %, **Roche 13 %**
 - Wachstumsimpulse: Dietary supplements, Aquakultur, Asien
- Konkurrenz**
- Konkurrenzsituation im Umbruch
 - Traditionelle Anbieter in Konsolidierung, neue steigen ein
 - Grosse chinesische Konkurrenten setzen Kapazitätsausweitung fort



Verkaufs-Resultate H1 2000

*Preisdruck weitgehend kompensiert
durch Mengenwachstum*

Verkäufe CHF 1'854 Mio

– CHF +3 %

– Lokale Währungen -4 %

Nach Einflussfaktoren:

– Menge +13 %

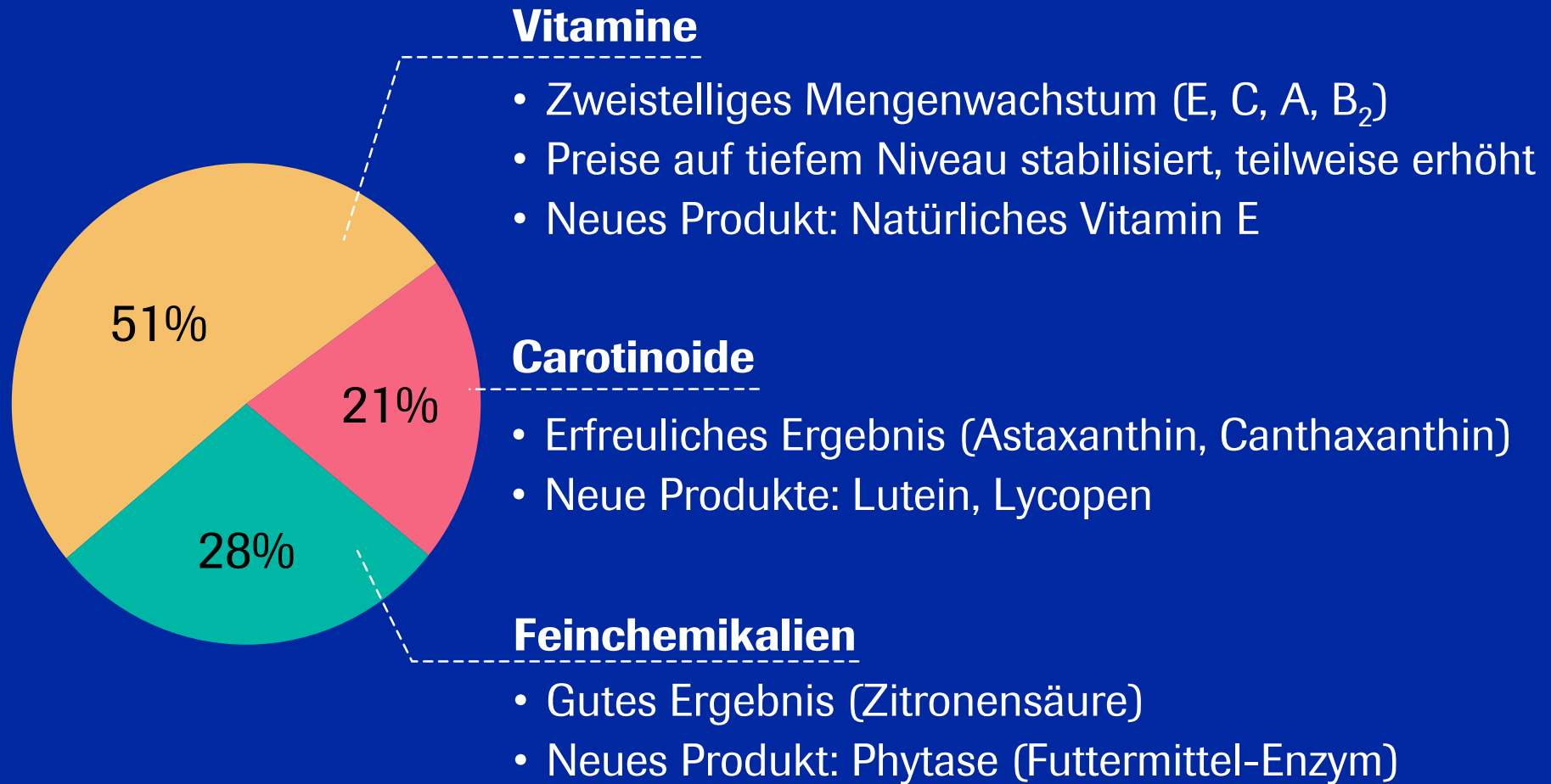
– Preis (USD/EUR) -16 %

– Wechselkurs +7 %

Produkte H1 2000



Vitamine

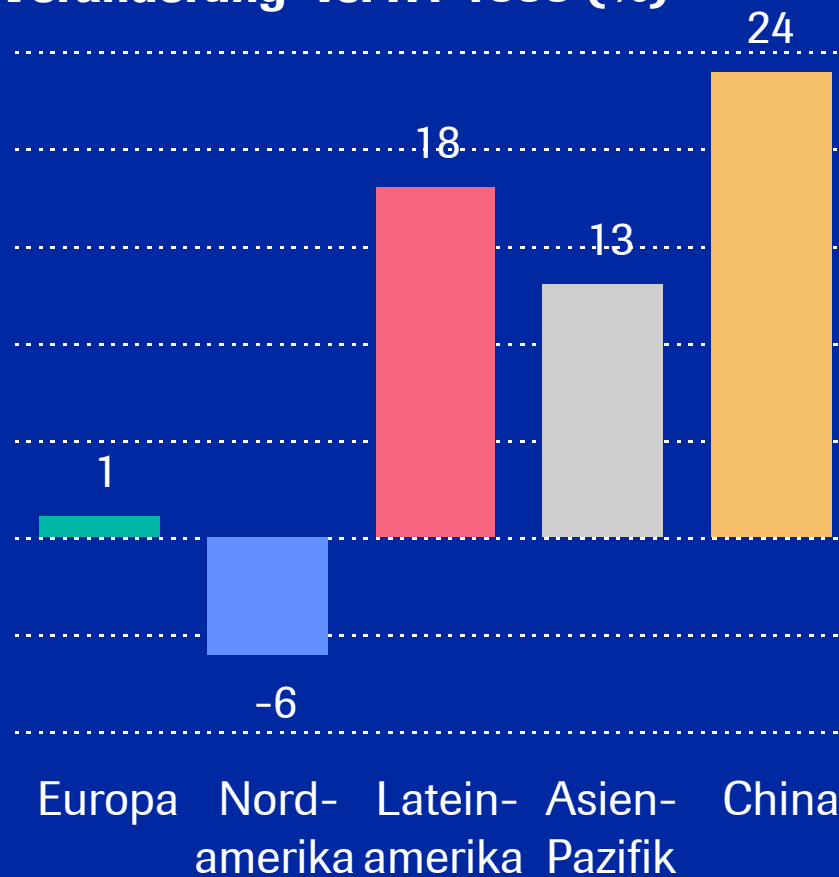




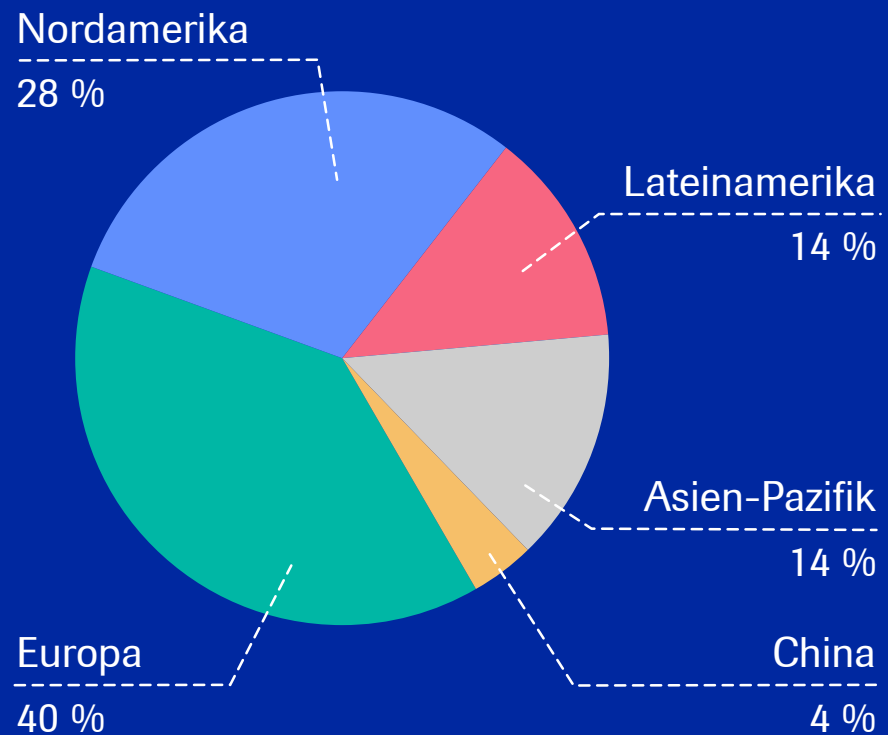
Verkäufe nach Regionen H1 2000

Asien und Lateinamerika kompensieren schwaches Ergebnis in USA und Europa

Veränderung vs. H1 1999 (%)



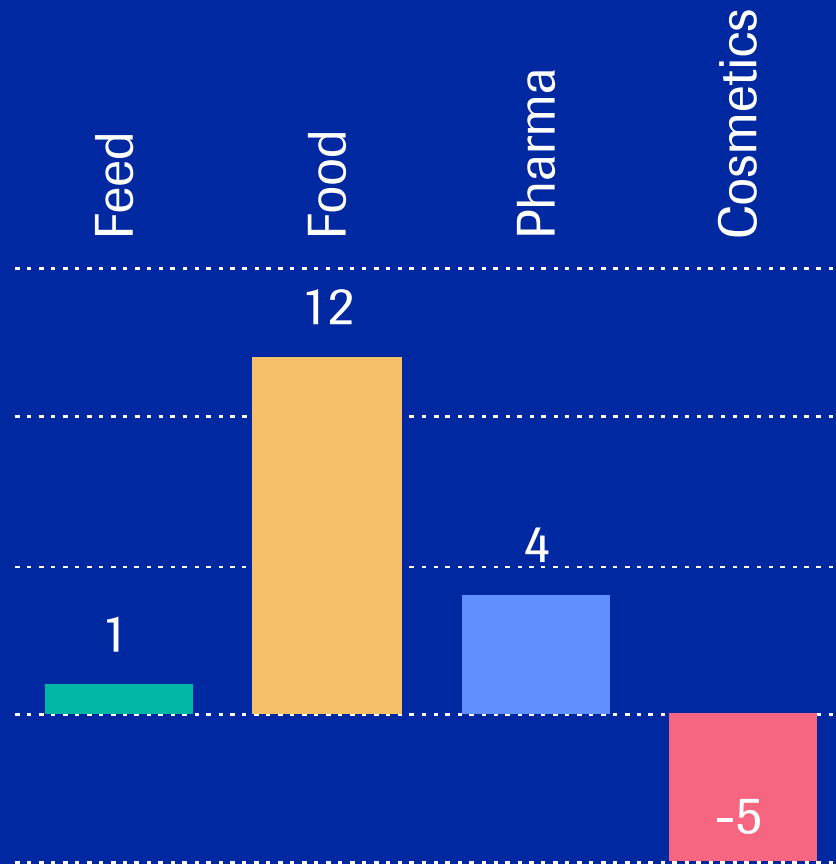
Verkäufe Total: CHF 1854 Mio



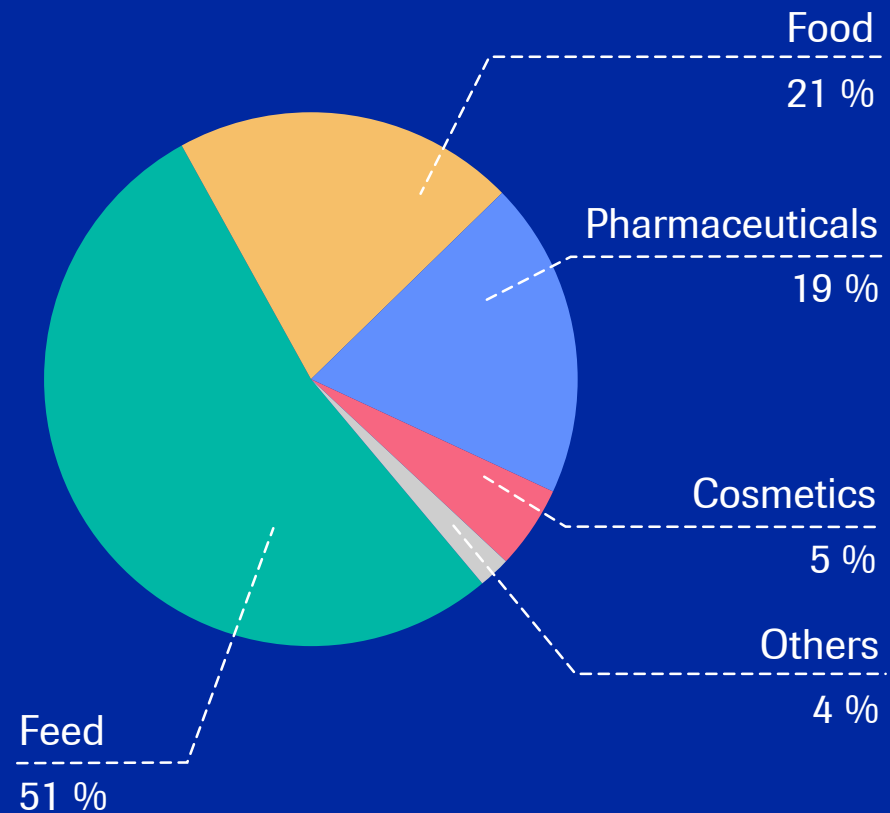
Verkäufe nach Industrie H1 2000

Starkes wertmässiges Wachstum im Bereich Ernährung und Gesundheit

Veränderung vs. H1 1999 (%)

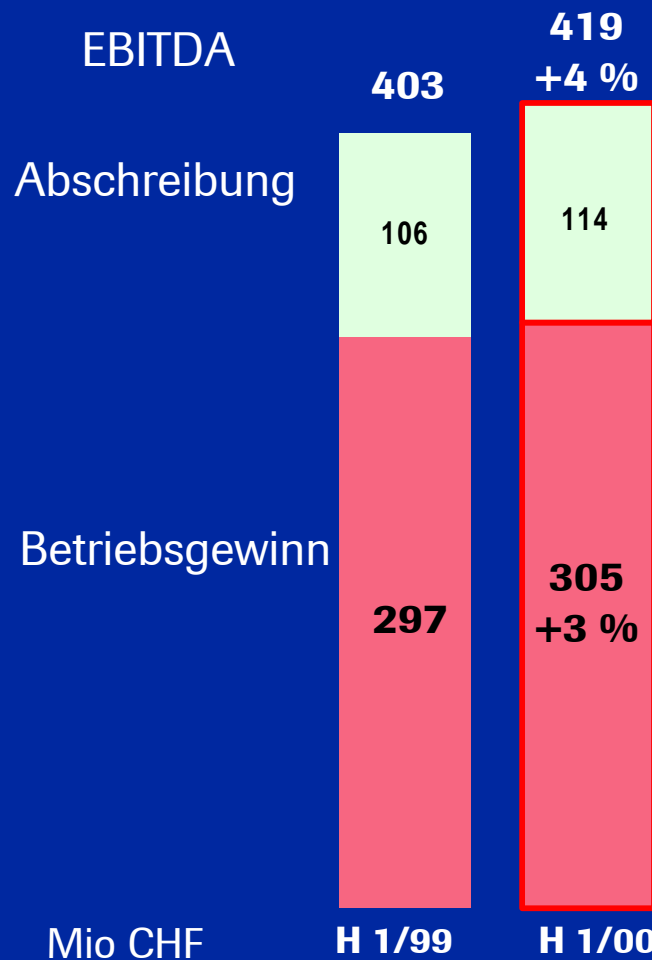


Verkäufe Total: CHF 1854 Mio



Rentabilität H1 2000

Kennzahlen gehalten, "cash flow" verbessert



*EBITDA: Betriebsgewinn vor Abschreibungen



EBITDA* in % der Verkäufe



Betriebsgewinn in % der Verkäufe

H 1/99

H 1/00

“The new way forward”



Vitamine

Wachstum und Rentabilität

Strategien für Marktführerschaft und Wachstum



- Industrie-Orientierung
- Kunden-Orientierung
- Fokussierung des Geschäftsportfolios:
 - Konzentration auf das Kerngeschäft (Verkauf der MFAs)
 - Konzentration auf vielversprechende Wachstumsgebiete (z.B. Enzyme)
- Neue Produkte und Formulierungen
- Ausbau des Netzes von Vormischanlagen

Strategien für Kostenführerschaft



Vitamine

- Neue Anlagen für kostengünstige Produktion (B₂, Biotin, C)
- Klarer Forschungsschwerpunkt auf Prozessverbesserungen
- “Operational excellence” in allen Schlüsselprozessen des Geschäfts

Ausblick 2000



Vitamine

- Tendenz zu Preisstabilisierung
- Leichte Abschwächung der Mengendynamik
- Sich verändernde Konkurrenzsituation (BASF/Takeda)

→ Moderates Wertwachstum

- Neue kosteneffiziente Anlagen in Betrieb genommen
- Neue schlanke Strukturen für Marketing und Verkauf
- E-commerce im Marketing und Beschaffung

→ Erhaltung der Profitibilität