

MEDIENMITTEILUNG

Clariant vollzieht Verkauf der 50 %-Beteiligung am JV Scientific Design

MUTTENZ, 14. APRIL 2022

Clariant, ein fokussiertes, nachhaltiges und innovatives Spezialchemieunternehmen, teilte heute mit, dass der Verkauf ihrer 50 %-Beteiligung am Joint Venture (JV), das die Scientific Design Company Inc. besitzt, abgeschlossen wurde. Bekanntgegeben wurde die Transaktion am 2. Februar 2022.

Die 50 %-Beteiligung von Clariant an Scientific Design wurde mit 130 Millionen USD bewertet. Zusammen mit einer Gewinnbeteiligungsvereinbarung für den Zeitraum vom 1. Januar 2021 bis zum Abschluss der Transaktion, beläuft sich der Netto-Barmittelzufluss vor Steuern und Transaktionskosten auf 139,4 Million USD.

Der Erlös aus dem Verkauf soll für Investitionen in Wachstumsprojekte innerhalb der Kerngeschäftsbereiche, für die Umsetzung der Strategie mit Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit und Innovation, für die Finanzierung der Programme zur Performance-Verbesserung sowie zur Stärkung der Bilanz, um ein solides Investment Grade Rating zu erzielen und zu verteidigen, genutzt werden.

CORPORATE MEDIA RELATIONS

Jochen Dubiel

Telefon +41 61 469 63 63
jochen.dubiel@clariant.com

Anne Maier

Telefon +41 61 469 63 63
anne.maier@clariant.com

Ellese Golder

Telefon +41 61 469 63 63
ellese.golder@clariant.com

INVESTOR RELATIONS

Andreas Schwarzwälder

Telefon +41 61 469 63 73
andreas.schwarzwaelder@clariant.com

Maria Ivek

Telefon +41 61 469 63 73
maria.ivek@clariant.com

Alexander Kamb

Telefon +41 61 469 63 73
alexander.kamb@clariant.com

Folgen Sie uns auf [Twitter](#), [Facebook](#), [LinkedIn](#), [Instagram](#).

Diese Medienmitteilung enthält bestimmte Angaben, die weder berichtete Finanzergebnisse noch andere historische Daten darstellen. Dieses Dokument enthält zudem zukunftsgerichtete Aussagen. Da diese zukunftsgerichteten Aussagen Risiken und Unsicherheiten bergen, können tatsächlich erzielte zukünftige Ergebnisse von den in den vorliegenden Aussagen indirekt oder direkt beschriebenen Ergebnissen erheblich abweichen. Viele dieser Risiko- und Unsicherheitsfaktoren haben mit Faktoren zu tun, die ausserhalb Clariants unmittelbarer Kontrolle liegen und nicht präzise eingeschätzt werden können. Dazu zählen z. B. künftige Marktentwicklungen, Währungsschwankungen, das Verhalten anderer Marktteilnehmer, Aktivitäten staatlicher Regulierungsbehörden und andere Risikofaktoren wie: Der Zeitpunkt des Markteintritts und der Einfluss neuer Produktangebote; Preisstrategien von Wettbewerbern; die Möglichkeit, dass das Unternehmen von seinen Lieferanten auch weiterhin adäquate Produkte zu akzeptablen Konditionen beziehen oder überhaupt beziehen kann; und dass es seinen Liquiditätsbedarf fortlaufend in ausreichender Weise finanzieren kann; Veränderungen der politischen, gesellschaftlichen und aufsichtsbehördlichen Rahmenbedingungen, die für das Unternehmen relevant sind oder Veränderungen wirtschaftlicher oder technologischer Trends oder Rahmenbedingungen, darunter Währungsschwankungen, Inflation und Verbrauchervertrauen auf weltweiter, regionaler oder nationaler Ebene. Lesende werden ausdrücklich davor gewarnt, sich in unangemessener Weise auf diese vorausschauenden Aussagen zu stützen, da diese nur zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung Gültigkeit haben. Clariant ist nicht verpflichtet, die betreffenden zukunftsgerichteten Aussagen nachträglich zu aktualisieren, wenn sich nach der Veröffentlichung neue Entwicklungen oder Umstände ergeben.

www.clariant.com

Clariant ist ein fokussiertes, nachhaltiges und innovatives Spezialchemieunternehmen mit Sitz in Muttenz bei Basel, Schweiz. Am 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen insgesamt 13 235 Mitarbeitende. Im Geschäftsjahr 2020 erzielte Clariant mit ihren fortgeführten Geschäftsaktivitäten einen Umsatz von 3,860 Milliarden CHF. Das Unternehmen berichtet in drei Geschäftsbereichen: Care Chemicals, Catalysis und Natural Resources. Clariants Unternehmensstrategie ergibt sich aus dem Purpose des Unternehmens »Greater chemistry – between people and planet« und basiert auf der Wichtigkeit der Verknüpfung von Kundenfokus, Innovation, Nachhaltigkeit und Menschen.