

Medienmitteilung

Verkaufszahlen von Barry Callebaut für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2018/19

Solider Jahresauftakt und neue Mittelfristziele

- Verkaufsmenge +1.7% gegenüber sehr starker Vorjahresbasis von +8.0%
- Umsatz von CHF 1,881.4 Mio., +3.7% in Lokalwährungen
- Auf Kurs zur Erreichung der aktuellen Mittelfristziele, die mit dem Geschäftsjahr 2018/19 enden¹
- Zuversichtlicher Ausblick, belegt durch die neuen Ziele für die 3-Jahres-Periode 2019/20 bis 2021/22, die den bisherigen Mittelfristzielen entsprechen: Durchschnittliches Wachstum der Verkaufsmenge um 4-6% pro Jahr und EBIT über dem Verkaufsmengenwachstum in Lokalwährungen

Zürich/Schweiz, 23. Januar 2019 – Antoine de Saint-Affrique, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: «Wie im November erwartet, sind wir ausgehend von einer sehr starken Vorjahresbasis solid in das neue Geschäftsjahr gestartet. Wir gehen davon aus, dass sich die Entwicklung der Verkaufsmenge in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahrs beschleunigen wird, da zusätzliche Volumen durch neue Outsourcing-Verträge in allen Regionen und kürzlich lancierte Innovationen hinzukommen. Unser guter Produktmix und unser starkes Portfolio stimmen uns zuversichtlich, dass wir auf Kurs sind, um unsere aktuellen Mittelfristziele, die mit dem Geschäftsjahr 2018/19 enden, zu erreichen.»

Verkaufskennzahlen der Gruppe

für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres				3 Monate bis zum 30. November 2018	3 Monate bis zum 30. November 2017
				Veränderungen in %	
				in Lokalwährungen	in CHF
Verkaufsmenge	Tonnen		1.7%	541,109	532,165
Umsatz	Mio. CHF	3.7%	0.5%	1,881.4	1,872.2

Barry Callebaut, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, steigerte in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2018/19 (per 30. November 2018) die Verkaufsmenge um +1.7% auf 541,109 Tonnen, gegenüber einem sehr starken Volumenwachstum von +8.0% im Vorjahresquartal und über dem Wachstum des globalen Schokoladenmarkts². Das Volumenwachstum wurde von den Regionen Nord- und Südamerika (+8.0%) und Asien-Pazifik (+3.8%) unterstützt. Die Region EMEA verzeichnete im ersten Quartal ein stabiles Volumen (-0.1%), nach einem zweistelligen Volumenwachstum von +10.3% im Vorjahresquartal. Die Gruppe erwartet in den kommenden Quartalen insgesamt eine Beschleunigung des Volumenwachstums aufgrund kürzlich unterzeichneter Outsourcing-Vereinbarungen, etwa mit Burton's und Garudafood. Der Umsatz von Barry Callebaut belief sich auf CHF 1,881.4 Mio. und wuchs mit +3.7% in Lokalwährungen (+0.5% in CHF) schneller als die Verkaufsmenge, vor allem aufgrund eines besseren Produktmix.

¹ Im Durchschnitt für die Geschäftsjahre 2015/16 bis 2018/19: Durchschnittliches Wachstum der Verkaufsmenge um 4-6% pro Jahr und EBIT über dem Volumenwachstum in Lokalwährungen, unter Ausschluss unvorhersehbarer Ereignisse.

² Das Volumen des globalen Schokoladenmarkts stieg um +1.4%. Quelle: Nielsen, August bis Oktober 2018

Neue Mittelfristziele für die 3-Jahres-Periode 2019/20 bis 2021/22

CEO Antoine de Saint-Affrique zum Ausblick: «Unsere Ergebnisse in den letzten drei Jahren haben die Stärke unserer Strategie des «smarten Wachstums» bestätigt. Auch in Zukunft streben wir ein kontinuierliches, über dem Markt liegendes Wachstum der Verkaufsmenge und eine Steigerung unserer Profitabilität an. Der sich fortsetzende Outsourcing-Trend, der sich auch in den kürzlich unterzeichneten Verträgen zeigt, das dynamische Wachstum in den Schwellenländern, unser attraktives Gourmetgeschäft und unsere Innovationskraft bieten viele Hebel für weiteres Wachstum. Alle diese Faktoren geben uns die Zuversicht, neue Mittelfristziele zu formulieren, die unseren bisherigen Mittelfristzielen entsprechen: ein durchschnittliches Wachstum der Verkaufsmenge um 4-6% pro Jahr und ein EBIT über dem Volumenwachstum in Lokalwährungen für die 3-Jahres-Periode 2019/20 bis 2021/22, dies unter Ausschluss grösserer unvorhersehbarer Ereignisse.»

Am Investorentag, der am 16. April 2019 in Wieze (Belgien) stattfinden wird, wird die Gruppe weitere Informationen über ihre Wachstumsstrategie und ihr Geschäftsmodell bekannt geben.

Strategische Meilensteine in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2018/19

- **Expansion:** Anfang Dezember 2018 schloss Barry Callebaut die Transaktion mit Burton's Biscuit Company in Grossbritannien ab, einem der grössten Schokoladenmärkte Europas. Die Transaktion beinhaltet einen langfristigen Liefervertrag über jährlich mehr als 12,000 Tonnen Schokolade und Compound-Schokolade mit Lieferbeginn direkt nach dem Abschluss im Dezember 2018 sowie den Kauf zusätzlicher Produktionskapazitäten in Grossbritannien. Die Transaktion positioniert Barry Callebaut als idealen Partner mit Basis in Grossbritannien, um die wachsende Kundennachfrage im Land in allen möglichen Brexit-Szenarien zu befriedigen. Barry Callebaut und Garudafood vertieften im November 2018 ihre bestehende Lieferpartnerschaft in Indonesien, dem viertbevölkerungsreichsten Land der Welt, und unterzeichneten einen langfristigen Vertrag über die Lieferung von weiteren 7,000 Tonnen Compound-Schokolade pro Jahr, der ab Mitte 2019 umgesetzt wird. Im Oktober 2018 unterzeichnete Barry Callebaut eine Vereinbarung zur Übernahme von Inforum, einem führenden russischen B2B-Hersteller von Schokolade, Glasuren und Füllungen. Diese strategische Akquisition, deren Abschluss in Kürze erwartet wird, wird die Präsenz von Barry Callebaut auf dem wachstumsstarken russischen Markt, dem zweitgrössten Schokoladenmarkt der Welt, stärken.
- **Innovation:** Nach der erfolgreichen Integration von Gertrude Hawk Ingredients (GHI) nutzt Barry Callebaut nun deren einzigartiges Portfolio an Dekorationen und Einschlüssen für bestehende und neue Kunden. Eclipse von Callebaut, eine belgische Milkschokolade mit nur 1% Zuckerzusatz und ohne Süss- oder Füllstoffe, eröffnet Köchen und Bäckern die Möglichkeit, den Zuckergehalt in Schokoladendesserts und -backwaren um 20% bis 50% zu senken. Cacao Barry Puret , eine neue Linie von Schokoladenprodukten mit 100% r ckverfolgbarem Kakao, wurde von den Kunden sehr gut aufgenommen. Ein Jahr nach der Einführung von KITKAT® Sublime® Ruby hat Nestlé kurzlich Ruby, den vierten Schokoladentyp, in seiner Premium-Schokoladenlinie «Les recettes de l'atelier» eingeführt. Ruby-Schokolade ist bereits in 40 Ländern weltweit erhältlich. Schliesslich lancierte Barry Callebaut im November 2018 die CHOCOLATE ACADEMY™ Online, die weltweit erste E-Learning-Plattform für gewerbliche Anwender von Schokolade.
- **Nachhaltigkeit:** Am 7. Dezember 2018 veröffentlichte Barry Callebaut seinen «Forever Chocolate»-Fortschrittsbericht 2017/18. Zu dessen wichtigsten Aussagen gehört, dass Barry Callebaut 44% seines Kakao und auch 44% aller anderen Rohwaren aus nachhaltigen Quellen bezogen hat. Zudem verteilte die Gruppe über 2.1 Millionen Kakaosetzlinge als Ersatz für alternde Kakaob ume und rund 400,000 Schattenb ume, um die Erträge und Einkommen von

Kakaobauern zu steigern. Darüber hinaus werden nun 24% der gruppeneigenen Fabriken mit erneuerbarer Energie betrieben. Der vollständige Bericht ist abrufbar unter: <https://forever-chocolate.barry-callebaut.com>. Im November 2018 wurde eine strategische Partnerschaft zwischen Barry Callebaut, Tony Chocolonely und Albert Heijn, der grössten Einzelhandelskette der Niederlande, bekannt gegeben. Ziel ist der Ausbau der Beschaffung von vollständig rückverfolgbarem, nachhaltigem Kakao – ein wichtiger Schritt, damit nachhaltige Schokolade in der Branche bis 2025 zur Norm wird.

Entwicklung nach Regionen/Segmenten

Region EMEA³ – Stabile Entwicklung nach sehr starker Vorjahresperiode

Die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in der Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) blieb mit 248,053 Tonnen (-0.1%) stabil, nachdem sie im Vorjahr mit +10.3% zweistellig gewachsen war sowie aufgrund der verstärkten Fokussierung auf profitablere Volumen im Geschäftsbereich Industriekunden. Die Produktparte Getränke, ein wesentlicher Bestandteil des Portfolios im Bereich Gourmet & Spezialitäten, wurde zugunsten profitablerer Aktivitäten reduziert. Durch die neu hinzukommenden Outsourcing-Volumen wird ein beschleunigtes Wachstum der Verkaufsmenge in der Region EMEA in den kommenden Monaten erwartet.

Der Umsatz in der Region EMEA erreichte CHF 803.7 Mio. und blieb mit -0.1% in Lokalwährungen (-3.7% in CHF) stabil und auf dem Niveau des Verkaufsmengenwachstums.

Region Nord- und Südamerika⁴ –Starker Start ins neue Geschäftsjahr

Die Region Nord- und Südamerika verzeichnete einen starken Start mit einem Verkaufsmengenwachstum von +8.0% auf 147,909 Tonnen, das sowohl vom Industriekunden- als auch vom Gourmetgeschäft getragen wurde und deutlich über dem regionalen Marktwachstum⁴ lag. Das Geschäft mit Industriekunden profitierte in Nordamerika von guten Verkaufsmengen bei nationalen Kunden wie auch bei internationalen Grosskunden. In Südamerika setzte sich das zweistellige Wachstum des Gourmetgeschäfts fort. Die anhaltende Marktkonsolidierung in den USA dürfte neue Chancen eröffnen, um das Wachstum in der Region Nord- und Südamerika zu steigern und so die positive Dynamik der Gruppe zu verstärken.

Der Umsatz stieg um +12.2% in Lokalwährungen (+11.3% in CHF) auf CHF 479.6 Mio.

Region Asien-Pazifik⁵ –Solider Start nach zweistelligem Wachstum in der Vorjahresperiode

In der Region Asien-Pazifik stieg die Verkaufsmenge um +3.8% auf 27,482 Tonnen, nachdem sie in der Vorjahresperiode um +17.4% gewachsen war. Das Geschäft mit regionalen Kunden im Industriekundengeschäft verzeichnete weiterhin ein gesundes Wachstum, während die internationalen Grosskunden langsamer ins Jahr starteten. Im Gourmetgeschäft setzte sich das zweistellige Volumenwachstum in den beiden Schlüsselmärkten der Region, China und Japan, fort. Die Gruppe geht davon aus, dass sich die Volumenentwicklung in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres aufgrund der zusätzlichen Outsourcing-Volumen und einer verbesserten Vertriebsstrategie im Gourmetgeschäft beschleunigen wird.

Der Umsatz stieg um +1.9% in Lokalwährungen (+1.2% in CHF) auf CHF 98.4 Mio.

³ Volumenwachstum des regionalen Schokoladenmarkts: +0.4%. Quelle: Nielsen, August bis Oktober 2018

⁴ Volumenwachstum des regionalen Schokoladenmarkts: +1.2%. Quelle: Nielsen, August bis Oktober 2018

⁵ Volumenwachstum des regionalen Schokoladenmarkts: +8.7%. Quelle: Nielsen, August bis Oktober 2018

Global Cocoa – Volumenwachstum weiter normalisiert

Wie geplant und bereits kommuniziert, flachen die Verkäufe an Drittkunden ab, da der Eigenbedarf der Gruppe an Kakaoprodukten zunimmt. Die Verkäufe an Drittkunden sanken in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres um -2.4% auf 117,665 Tonnen, verglichen mit +7.4% Verkaufsmengenwachstum im Vorjahresquartal.

Der Umsatz stieg vor allem infolge des besseren Produktmix um +2.8% in Lokalwährungen (-1.9% in CHF) auf CHF 499.7 Mio.

Entwicklung der wichtigsten Rohwarenpreise

Von September 2018 bis November 2018 sanken die Preise für **Kakao** in London um -4.1% von GBP 1,688 pro Tonne am 31. August 2018 auf GBP 1,620 pro Tonne. Im Vergleich zur Vorjahresperiode stieg der durchschnittliche Kakaobohnenpreis im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres jedoch um +3.9%. Aufgrund einer guten Ernte im Oktober und besonders starker Erträge im November sehen die Fundamentaldaten für den Hauptproduzenten Elfenbeinküste gut aus.

Bei den anderen wichtigen Rohwaren verlief die Preisentwicklung uneinheitlich. Einerseits stiegen die **Zuckerpreise**, vor allem in Europa (+19.3%), was auf eine sehr schlechte Ernte aufgrund des heißen Sommers zurückzuführen ist. Der globale Zuckerpreis stieg um +8.9%. Andererseits sanken die **Milchpreise** zu Beginn des Geschäftsjahres um -1.7%, aber ein kürzlich erfolgter Rückgang der Milchproduktion hat diesen Trend gebremst.

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2018/19 (1. September 2018 bis 31. August 2019):

Halbjahresergebnisse 2018/19	11. April 2019
Investorentag	16. April 2019
9-Monats-Verkaufszahlen 2018/19	11. Juli 2019
Jahresergebnisse 2018/19	6. November 2019
Generalversammlung 2018/19	11. Dezember 2019

Über die Barry Callebaut Gruppe (www.barry-callebaut.com):

Mit einem Umsatz von rund CHF 6.9 Milliarden (EUR 6.0 Milliarden / USD 7.1 Milliarden) für das Geschäftsjahr 2017/18 ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut Gruppe der weltweit grösste Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten – von der Beschaffung und Verarbeitung der Kakaobohnen bis zur Herstellung der feinsten Schokoladen, einschliesslich Füllungen, Dekorationen und Schokoladenmischungen. Die Gruppe unterhält weltweit rund 60 Produktionsstandorte und beschäftigt eine vielfältige und engagierte Belegschaft von mehr als 11,500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Die Barry Callebaut Gruppe steht im Dienst der gesamten Nahrungsmittelindustrie, von industriellen Nahrungsmittelherstellern bis zu gewerblichen und professionellen Anwendern wie Chocolatiers, Confiseurs, Bäckern, Hotels, Restaurants oder Cateringunternehmen. Diese Gourmet-Kunden bedienen wir mit den zwei globalen Marken Callebaut® und Cacao Barry®.

Die Barry Callebaut Gruppe setzt sich dafür ein, nachhaltige Schokolade bis 2025 zur Norm zu machen, um die künftige Versorgung mit Kakao sicherzustellen und das wirtschaftliche Auskommen der Bauern zu verbessern. Sie unterstützt die Stiftung Cocoa Horizons in ihrem Ziel, eine nachhaltige Kakao- und Schokoladenzukunft zu gestalten.

Folgen Sie der Barry Callebaut Gruppe: [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Facebook](#) [YouTube](#) [Flickr](#)**Kontakte****für die Medien:**

Frank Keidel
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Telefon: + 41 43 268 86 06
frank_keidel@barry-callebaut.com

für Investoren und Finanzanalysten:

Claudia Pedretti
Head of Investor Relations
Barry Callebaut AG
Telefon: +41 43 204 04 23
claudia_pedretti@barry-callebaut.com

Verkaufskennzahlen der Gruppe

für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres				3 Monate bis zum 30. November 2018	3 Monate bis zum 30. November 2017
				Veränderungen in %	
				in Lokal- währungen	in CHF
Kennzahlen					
Verkaufsmenge	Tonnen		1.7%	541,109	532,165
Umsatz	Mio. CHF	3.7%	0.5%	1,881.4	1,872.2
Nach Regionen					
EMEA					
Verkaufsmenge	Tonnen		(0.1%)	248,053	248,184
Umsatz	Mio. CHF	(0.1%)	(3.7%)	803.7	834.6
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		8.0%	147,909	136,981
Umsatz	Mio. CHF	12.2%	11.3%	479.6	430.8
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		3.8%	27,482	26,467
Umsatz	Mio. CHF	1.9%	1.2%	98.4	97.2
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		(2.4%)	117,665	120,533
Umsatz	Mio. CHF	2.8%	(1.9%)	499.7	509.6
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge			1.7%	541,109	532,165
Kakaoprodukte	Tonnen		(2.4%)	117,665	120,533
Industrielle Produkte	Tonnen		3.0%	357,182	346,843
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		2.3%	66,262	64,789
Umsatz		3.7%	0.5%	1,881.4	1,872.2
Kakaoprodukte	Mio. CHF	2.8%	(1.9%)	499.7	509.6
Industrielle Produkte	Mio. CHF	4.0%	1.9%	1,067.3	1,047.6
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	4.0%	(0.2%)	314.4	315.0