

Medienmitteilung

Ergebnisse der Barry Callebaut Gruppe für das Geschäftsjahr 2015/16 «Smartes Wachstum» zieht an, starker freier Cash flow

- Verkaufsmenge +2.2%, was ein über dem Markt liegendes Wachstum des Schokoladengeschäfts (+7.6%) und den gezielten stufenweisen Ausstieg aus weniger profitablen Verträgen für Kakaoprodukte (-12.0%) widerspiegelt
- Umsatz von CHF 6.7 Milliarden, +8.8% in Lokalwährungen (+7.0% in CHF).
- Betriebsgewinn (EBIT) wie erwartet temporär durch den anspruchsvollen Markt für Kakaoprodukte beeinträchtigt: +0.1% in Lokalwährungen (-3.2% in CHF); Konzerngewinn -5.1% in Lokalwährungen (-8.7% in CHF)
- Starker freier Cash flow von CHF 404.0 Mio.
- Mittelfristige Finanzziele¹ bestätigt
- Dr. W. Andreas Jacobs tritt zurück als Präsident des Verwaltungsrates; Patrick De Maeseeneire zur Wahl als neuer VR-Präsident vorgeschlagen. Die übrigen Mitglieder des Verwaltungsrates stellen sich für eine weitere einjährige Amtsdauer zur Verfügung.
- Dividendenantrag von CHF 15.50 je Aktie; Ausschüttungsquote von 39%

Zürich/Schweiz, 2. November 2016 – Dazu Antoine de Saint-Affrique, CEO der Barry Callebaut Gruppe: «Ich freue mich, dass unsere Ausrichtung auf «smartes Wachstum», d.h. ein Gleichgewicht zwischen dem Wachstum der Verkaufsmenge sowie einer Steigerung der Profitabilität und der Erwirtschaftung von freiem Cash flow, anzieht. In einem schwachen globalen Schokoladenmarkt² wuchsen wir im Schokoladengeschäft stark in allen Regionen, wozu auch unsere drei zentralen Wachstumstreiber beitrugen. Im Kakaogeschäft haben wir bewusst auf die Weiterführung weniger profitabler Verträge verzichtet. Die gute Profitabilität im Schokoladengeschäft wurde wie erwartet durch den anspruchsvollen Markt für Kakaoprodukte tangiert. Unser verstärkter Fokus auf die Erwirtschaftung von freiem Cash flow zahlt sich aus.»

Kennzahlen der Barry Callebaut Gruppe

für das Geschäftsjahr		Veränderungen in %		2015/16	2014/15
		in Lokalwährungen	in CHF		
Verkaufsmenge	Tonnen		2.2%	1,834,224	1,794,782
Umsatz	Mio. CHF	8.8%	7.0%	6,676.8	6,241.9
Bruttogewinn	Mio. CHF	4.4%	1.9%	863.2	846.8
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	0.1%	(3.2%)	401.7	414.8
EBIT pro Tonne	CHF	(2.0%)	(5.2%)	219.0	231.1
Konzerngewinn	Mio. CHF	(5.1%)	(8.7%)	219.0	239.9
Freier Cash flow	Mio. CHF			404.0	21.8

¹ Im Durchschnitt für die drei Geschäftsjahre 2015/16 bis 2017/18: 4-6% Verkaufsmengenwachstum und über dem Verkaufsmengenwachstum liegender EBIT in Lokalwährungen, unter Ausschluss unvorhergesehener Ereignisse.

² Der globale Schokoladenmarkt gab um -1.7% nach. Quelle: Nielsen, September 2015 – August 2016.

Die Barry Callebaut Gruppe, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, steigerte im Geschäftsjahr 2015/16 (endend am 31. August 2016) die **Verkaufsmenge** um +2.2 % auf 1,834,224 Tonnen. Während der globale Schokoladenmarkt um 1.7%² nachgab, verzeichnete Barry Callebaut im Schokoladengeschäft einschliesslich Industrie- und Gourmetprodukte ein starkes Wachstum der Verkaufsmenge von +7.6%. Alle drei zentralen Wachstumstreiber trugen dazu bei. Insbesondere das Gourmet- & Spezialitätengeschäft wuchs um +12.4%, aber auch Outsourcing und die Schwellenmärkte stützten das Volumenwachstum der Gruppe. Im Bereich Global Cocoa wurde auf die Weiterführung von weniger profitablen Verträgen bewusst verzichtet, was sich in einem Volumenrückgang für das Gesamtjahr von -12.0% niederschlug. Der **Umsatz** stieg um +8.8% in Lokalwährungen (+7.0% in CHF) auf CHF 6,676.8 Mio., zum Teil dank eines günstigeren Produktmix und insgesamt höherer Verkaufspreise für das ganze Geschäftsjahr³.

Der **Bruttogewinn** stieg um +4.4 % in Lokalwährungen (+1.9% in CHF) auf CHF 863.2 Mio. Dies ist das Ergebnis einer starken Margenentwicklung im Schokoladengeschäft aufgrund des verstärkten Fokus des Unternehmens auf Margen einschliesslich des Produkt- und Kundenmix; das starke Wachstum des Gourmet- & Spezialitätengeschäfts sorgte für zusätzlichen Auftrieb. Diese positiven Effekte wogen die negativen Auswirkungen der historisch tiefen Combined Cocoa Ratio auf.

Der **Betriebsgewinn (EBIT)** von CHF 401.7 Mio. entwickelte sich mit +0.1% in Lokalwährungen (-3.2% in CHF) mehr oder weniger flach. Wie erwartet wirkten sich die Herausforderungen im Markt für Kakaoprodukte negativ auf die Profitabilität aus, ebenso wie Restrukturisierungskosten im Fabriknetzwerk und negative Währungsumrechnungseffekte. Der **EBIT pro Tonne** ging in Lokalwährungen insgesamt um -2.0% zurück (-5.2% in CHF).

Der **Konzerngewinn für das Jahr** sank in Lokalwährungen um -5.1% (-8.7% in CHF) auf CHF 219.0 Mio. Dies spiegelt höhere Steuersätze und einmalige Kosten im Zusammenhang mit der Emission einer neuen Unternehmensanleihe im Frühjahr 2016 wider.

Das **Nettoumlaufvermögen** ging von CHF 1,529.7 Mio. im Vorjahr um -10.2% auf CHF 1,374.2 Mio. zurück. Dieser Rückgang ist auf den starken Fokus der Gruppe auf den Abbau von Lagerbeständen und weiter die limitierte Verfügbarkeit von Kakaobohnen zurückzuführen.

Der **freie Cash flow**⁴ stieg deutlich auf CHF 404.0 Mio. an gegenüber CHF 21.8 Mio im Vorjahr, dies u. a. infolge des geringeren Umlaufvermögens und einer strikteren Investitionsdisziplin (CAPEX) für das Jahr mit dem eingehaltenen Ziel von CHF 200 Mio.

In der Folge sank die **Nettoverschuldung** um -15.9% in CHF von CHF 1,728.0 Mio. im Vorjahr auf CHF 1,452.8 Mio.

Ausblick – Weitere Konzentration auf «smarteres Wachstum»

CEO Antoine de Saint-Affrique zum Ausblick: «Wir werden die Umsetzung unserer «smarten Wachstumsstrategie» weiter vorantreiben. Wir haben eine gute Visibilität bezüglich Volumenwachstum, und wir erwarten einen positiven Gewinnbeitrag aus unserem Cocoa Leadership-Projekt, gestützt von der gewissen Erholung im Markt für Kakaoprodukte in jüngster Zeit. Auf dieser Basis bestätigen wir unsere Drei-Jahres-Prognose, das heisst im Durchschnitt 4-6% Volumenwachstum und ein über dem Volumenwachstum liegender EBIT in Lokalwährungen⁵.»

² Der globale Schokoladenmarkt gab um -1.7% nach. Quelle: Nielsen, September 2015 – August 2016.

³ Die Barry Callebaut Gruppe gibt die Rohstoffkosten für den Grossteil ihres Geschäfts direkt an die Kunden weiter.

⁴ Netto Cash flow aus betrieblicher Tätigkeit ./. Netto Cash flow aus Investitionstätigkeit.

⁵ Im Durchschnitt für die drei Geschäftsjahre 2015/16 bis 2017/18: Wachstum der Verkaufsmenge um 4-6% pro Jahr und EBIT über dem Volumenwachstum in Lokalwährungen, unter Ausschluss unvorhersehbarer Ereignisse.

Strategische Meilensteine im Geschäftsjahr 2015/16

- **«Expansion»:** Ausbau der bestehenden Schokoladenfabrik an der US-Westküste. Übernahme der Sparte Automatenfüllprodukte von FrieslandCampina Kievit, wodurch Barry Callebaut zu einem führenden Anbieter von Pulvermischungen für Getränkeautomaten wurde. Abschluss mehrerer langfristiger Lieferverträge z.B. mit Colian in Polen und Romega in Rumänien. Inbetriebnahme der neuen Schokoladenfabrik in Gresik (Indonesien).
- **«Innovation»:** Über 200 Co-Creation-«Co-Creation»-Workshops mit Kunden durchgeführt, um sie in ihrer Produktinnovation zu unterstützen. Lancierung des neuen Barry Callebaut Studio-Standkonzepts an den wichtigsten Branchenmessen in Europa und den USA. Wiedereröffnung von zwei CHOCOLATE ACADEMY™ Centers an neuen Standorten in Mumbai und Moskau. Eröffnung der ersten Beverage Academy in Kageröd, Schweden. Lizenzvereinbarung mit dem Hersteller von Nahrungsergänzungsmitteln Naturex zur Vermarktung des von der EFSA genehmigten Health Claims für Kakaoextraktprodukte.
- **«Kostenführerschaft»:** Anpassung der Produktionskapazitäten für Kakao in Asien (Thailand und Malaysia) im Rahmen des «Cocoa Leadership»-Projekts. Erfolgreicher Ausbau des Shared Service Center in Polen.
- **«Nachhaltigkeit»:** Aufnahme in den SXI 25 Sustainability Index der nachhaltigsten börsenkotierten Unternehmen der Schweiz. Lancierung von nachhaltigen Kakao- und Schokoladenprodukten unter der Marke HORIZONS. Übernahme der «Licensed Buying Company» Nyonkopa in Ghana. Einführung von Katchilè, einer innovativen App für die Rückverfolgbarkeit von Kakao und das Erfassen von Farmdaten. Weitere Partnerschaften für nachhaltigen Kakaoanbau mit Kunden wie Tony's Chocolonely und Kim's Chocolates.

Weitere strategische Entwicklungen

Im Mai 2016 kündigte Barry Callebaut die erfolgreiche Platzierung einer Unternehmensanleihe von EUR 450 Mio. in der Form von Senior Fixed Rate Notes mit einer Laufzeit von 8 Jahren und einem Zinssatz von 2.375% an. Die Anleihe wurde deutlich überzeichnet, was dem Unternehmen einen historisch tiefen Coupon und eine Erhöhung der finanziellen Flexibilität und Liquidität ermöglichte.

In Erweiterung der bestehenden strategischen Partnerschaft mit Mondelez International gab Barry Callebaut im September 2016 die Absicht bekannt, die Schokoladenfabrik von Mondelez International in Halle, Belgien, zu übernehmen und in das eigene Fabrikationsnetzwerk zu integrieren. Die Transaktion beinhaltet auch eine langfristige Vereinbarung zur Lieferung von weiteren 30,000 Tonnen Flüssigschokolade pro Jahr. Sie wird voraussichtlich per Ende Dezember 2016 abgeschlossen, nach Beendigung der Konsultationen mit dem Betriebsrat.

Entwicklung nach Regionen / Segmenten

Region EMEA – Starkes Wachstum mit Industriellen Produkten und Gourmet in der gesamten Region

Der europäische Schokoladenmarkt ging immer noch um -1.2%⁶ zurück, doch gibt es Anzeichen für eine Erholung, welche das Anziehen der Nachfrage generell bestätigen.

Die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in der Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) stieg um +6.6 % auf 814,236 Tonnen.

In Westeuropa wuchs die Verkaufsmenge stark sowohl bei den Industriellen Produkten als auch im Gourmetgeschäft. Die Getränkesparte legte um mehr als ein Drittel zu und profitierte auch von der Integration des von FrieslandCampina Kievit übernommenen Geschäfts.

In EEMEA (Osteuropa, Naher Osten und Afrika) wuchs die Verkaufsmenge mit Industriellen Produkten signifikant und in deutlichem Kontrast zu einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld.

⁶ Quelle: Nielsen, September 2015 – August 2016.

Aber auch das Gourmetgeschäft nahm stark zu, insbesondere dank höherer Verkäufe unter der Gourmet-Marke Callebaut®.

Der Umsatz wuchs um +9.7% in Lokalwährungen (+6.8% in CHF) auf CHF 2,739.0 Mio. aufgrund höherer Rohwarenpreise und dem Verkauf von hochwertigeren Produkten. Einmal mehr erzielte das Gourmet- & Spezialitätengeschäft dank der Einführung von neuen Produkten und Verpackungen sowie dem Einstieg in neue Kategorien wie Schokoladendrink ein solides Verkaufsmengenwachstum und überflügelte damit den Food-Service-Markt.

Der Betriebsgewinn (EBIT) für die Region erhöhte sich um +4.4% in Lokalwährungen (-0.1% in CHF) auf CHF 289.5 Mio., insbesondere dank eines starken Produktmixes und eines höheren Umsatzes mit margensteigernden Spezialitäten- und Dekorationsprodukten.

Region Nord- und Südamerika – Anhaltend hohe Leistung

Die Schokoladenmärkte in Nord- und Südamerika gingen um -3.0% zurück⁷.

Barry Callebaut verzeichnete in der Region Nord- und Südamerika erneut eine starke Leistung.

Die Verkaufsmenge erhöhte sich um +8.8%, trotz eines schwierigen Marktumfeldes.

Das starke Wachstum der Verkaufsmenge bei den Industriellen Produkten in Nordamerika ist in erster Linie auf die Entwicklung im Geschäft mit den nationalen Industriekunden zurückzuführen, mit einem positiven Beitrag aus der langfristigen Outsourcing-Vereinbarung mit World's Finest® Chocolate. Die Verkaufsmenge im Gourmetgeschäft übertraf einmal mehr deutlich den Markt und erzielte ein zweistelliges Wachstum, in erster Linie dank der Einführung neuer Produkte und Marktanteilsgewinnen.

In Südamerika verzeichneten die Industriellen Produkte sowie das Gourmet- & Spezialitätengeschäft ein zweistelliges Wachstum.

Der Umsatz in der Region Nord- und Südamerika stieg insgesamt um +5.5% in Lokalwährungen (+7.6% in CHF) auf CHF 1,622.9 Mio.

Der Betriebsgewinn (EBIT) verzeichnete einen signifikanten Anstieg um +12.0% in Lokalwährungen (+12.6% in CHF) auf CHF 147.2 Millionen, vor allem dank eines guten Produktmixes und einer besonders starken Leistung im Gourmetgeschäft.

Region Asien-Pazifik – Solides Volumen- und Gewinnwachstum

In einem schwachen Schokoladenmarkt (-0.1%⁷) wuchs die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in der Region Asien-Pazifik um +10.8% auf 76,443 Tonnen.

Sowohl der Bereich Industrielle Produkte als auch das Gourmetgeschäft verzeichneten ein zweistelliges Wachstum, wobei der Gourmetbereich von den globalen und regionalen Marken gestützt wurde. Zudem beschleunigt sich die Wachstumsdynamik in China und Indien weiter.

Der Umsatz in der Region wuchs um +10.8% in Lokalwährungen (+13.7% in CHF) auf CHF 306.8 Mio. infolge eines guten Produktmixes sowie hoher Kakaobohnenpreise.

Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um +17.9% in Lokalwährungen (+19.7% in CHF) auf CHF 32.2 Mio. durch die Ausrichtung auf margensteigernde Produkte.

Global Cocoa – Gezielter stufenweiser Ausstieg aus weniger profitablen Verträgen, Fokus auf die Unterstützung des eigenen Wachstums im Schokoladengeschäft

Die Verkäufe an Drittkunden gingen um -12.0% auf 436,537 Tonnen zurück, was auf den gezielten stufenweisen Ausstieg aus weniger profitablen Kakaoverträgen, den nach wie vor schwierigen Markt für Kakaoprodukte und die Befriedigung der höheren internen Nachfrage aufgrund des wachsenden eigenen Schokoladengeschäfts zurückzuführen ist.

Der Umsatz stieg um +10.1% in Lokalwährungen (+5.7% in CHF) auf CHF 2,008.1 Mio.

Wie im November 2015 angekündigt, wirkten sich das herausfordernde Marktumfeld für Kakaoprodukte und der historisch tiefe Stand der Combined Cocoa Ratio deutlich negativ auf den Betriebsgewinn (EBIT) aus, der um -60.3% in Lokalwährungen (-62.5% in CHF) auf CHF 17.7

⁷ Quelle: Nielsen, September 2015 – August 2016.

Mio. zurückging. Barry Callebaut treibt die Anpassung seines Geschäftsmodells weiter voran und verzeichnete im Berichtsjahr grosse Fortschritte bei seinem Mehrjahresprojekt «Cocoa Leadership».

Entwicklung der Rohwarenpreise

Die **Kakao**ernte 2015/16 ging im Vergleich zum Vorjahr aufgrund schwacher Ernten vor allem in der Elfenbeinküste und Brasilien zurück. Der Handel auf dem Londoner Markt war volatil, mit einem Anstieg von rund 27% vom Tiefstand Anfang Februar 2016 auf ein Niveau von über GBP 2,500 im Juni – ein Kursniveau, das seit den 1970er-Jahren nicht mehr erreicht wurde. Ein grosser Teil dieses Zuwachses war währungsbedingt. Infolge des Brexit-Referendums wertete das britische Pfund gegenüber dem US-Dollar um 12% ab. Insgesamt war die Nachfrage relativ schwach, doch konnte dies den Angebotsrückgang nicht vollständig kompensieren. Deshalb endete die Saison mit einem erheblichen Angebotsdefizit.

Die Combined Cocoa Ratio, welche im Berichtsjahr auf historisch tiefem Niveau infolge eines erheblichen Überangebots in Verbindung mit einer schwachen Nachfrage und hohen Kakaobohnenpreisen war, hat sich jüngst etwas erholt, wenn auch mit regionalen Unterschieden. Nach einem fünf Jahre dauernden Abwärtstrend setzte weltweite **Zucker**markt zu einer Trendumkehr an und stieg auf den höchsten Stand seit 2012, dies aufgrund eines weltweiten Angebotsdefizits und der rekordhohen Netto-Long-Position der Hedge Funds. Auch in Europa hat sich der Zuckerpreis kräftig erholt infolge historisch tiefer EU-Lagerbestände und der Unterstützung durch die Weltmarktpreise für Zucker.

Zu Beginn des Geschäftsjahres stiegen die Preise für **Milchpulver** angesichts von Befürchtungen vor einer Dürre und der leicht erhöhten Nachfrage auf dem Weltmarkt. Gegen die zweite Hälfte des Geschäftsjahres fielen die Preise dann auf Rekordtiefstwerte, da die Produktion die Nachfrage bei Weitem übertraf. In jüngster Zeit ist wieder eine Trendumkehr zu verzeichnen, da die tiefen Milchpreise für die Bauern zu höheren Schlachtraten und einem raschen Produktionsrückgang führen.

Anträge zuhanden der Generalversammlung

Änderungen im Verwaltungsrat

Dr. W. Andreas Jacobs steht für eine Wiederwahl anlässlich der Generalversammlung 2016 nicht mehr zur Verfügung und tritt nach langjähriger, erfolgreicher Tätigkeit an der Spitze des Unternehmens auf diesen Zeitpunkt als Verwaltungsratspräsident zurück. Andreas Jacobs wurde im Dezember 2003 in den Verwaltungsrat von Barry Callebaut gewählt und übernahm 2005 das Präsidium. Verwaltungsrat, Konzernleitung und alle Mitarbeitenden danken Andreas sehr herzlich für seine Vision und seine grosse Führungsstärke, welche Barry Callebaut zu dem gemacht haben, was das Unternehmen heute ist.

Als neuen Präsidenten schlägt der Verwaltungsrat der Generalversammlung Patrick De Maeseneire zur Wahl vor. Patrick De Maeseneire – von 2002 bis 2009 CEO von Barry Callebaut – ist seit November 2015 CEO der Jacobs Holding AG, der Mehrheitsaktionärin von Barry Callebaut, und seit Dezember 2016 Vizepräsident des Verwaltungsrates von Barry Callebaut. Die übrigen Mitglieder des Verwaltungsrates stellen sich für eine weitere einjährige Amtsdauer zur Verfügung.

Ausschüttung an die Aktionäre

Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung vom 7. Dezember 2016 eine Ausschüttung an die Aktionäre von CHF 15.50 pro Aktie beantragen. Dies entspricht einer höheren Ausschüttungsquote von 39% des Konzerngewinns. Es ist vorgesehen, die Ausschüttung durch eine Dividendenzahlung teils aus den Reserven aus Kapitaleinlagen (CHF 4.19 pro Aktie) und teils in Form einer Kapitalrückzahlung über eine Reduktion des Nennwerts (CHF 11.31 pro Aktie) vorzunehmen. Diese Ausschüttung dieser Mittel an die Aktionäre unterliegt nicht der Verrechnungssteuer und – für Aktionärinnen und Aktionäre, die ihr Steuerdomizil in der Schweiz

haben und die Aktien privat halten – ebenfalls nicht der Einkommenssteuer. Die Dividende wird den Aktionären am 2. März 2017 ausgezahlt, vorbehaltlich der Genehmigung durch die Generalversammlung.

Weitere Angaben finden Sie ab heute in den folgenden Publikationen:

- Annual Report 2015/16 (micro-)website: annual-report.barry-callebaut.com
- [Annual Report 2015/16 \(PDF\)](#)
- [Short Report 2015/16 \(English\)](#)
- [Short Report 2015/16 \(German\)](#)
- Alle Resultate und Publikation finden Sie auch auf der [Barry Callebaut Website](#)

Die ersten beiden Publikationen sind nur auf Englisch erhältlich.

Konferenzen von Barry Callebaut für Medien bzw. Analysten/Institutionelle Investoren

Datum: Mittwoch, 2. November 2016

Ort: Barry Callebaut Hauptsitz, CHOCOLATE ACADEMY™ Center, Pfingstweidstrasse 60, 8005 Zürich / Schweiz

Zeit: **Medien:** 09.30-10.30 Uhr MEZ

Analysten/Institutionelle Investoren: 11.30 Uhr-ca. 13 Uhr MEZ (leichter Lunch im Anschluss)

Die Konferenzen können via Telefon oder Audio-Webcast mitverfolgt werden. Alle Einwahl- und Zugriffsinformationen stehen auf der Website von Barry Callebaut zur Verfügung (bitte untenstehende Links nutzen):

[Medien](#)

[Analysten](#)

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2016/17 (1. September 2016-31. August 2017):

Generalversammlung 2015/2016	7. Dezember 2016
3-Monats-Verkaufszahlen 2016/17	25. Januar 2017
Halbjahresergebnis 2016/17	12. April 2017
9-Monats-Verkaufszahlen 2016/17	13. Juli 2017
Jahresergebnis 2016/17	8. November 2017
Generalversammlung 2016/2017	13. Dezember 2017

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 6.7 Milliarden (EUR 6.1 Milliarden / USD 6.8 Milliarden) für das Geschäftsjahr 2015/16 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 über 50 Produktionsstandorte und beschäftigt eine vielfältige und engagierte Belegschaft von gegen 10,000 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 bedient das Unternehmen mit den zwei globalen Marken Callebaut® und Cacao Barry®.

Die Barry Callebaut Gruppe setzt sich für eine nachhaltige Kakaoproduktion ein, um die künftige Versorgung mit Kakao sicherzustellen sowie das wirtschaftliche Auskommen der Bauern zu verbessern. Sie unterstützt die Stiftung Cocoa Horizons in ihrem Ziel, eine nachhaltige Kakao- und Schokoladenzukunft zu gestalten.

Kontakte

für die Medien:

Bjoern Emde
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Tel.: +41 43 204 03 26
bjoern_emde@barry-callebaut.com

für Investoren und Finanzanalysten:

Evelyn Nassar
Head of Investor Relations
Barry Callebaut AG
Tel.: +41 43 204 04 23
evelyn_nassar@barry-callebaut.com

Kennzahlen der Barry Callebaut Gruppe

für das Geschäftsjahr		Veränderungen in %		2015/16	2014/15
		in Lokalwährungen	in CHF		
Kennzahlen					
Verkaufsmenge	Tonnen		2.2%	1,834,224	1,794,782
Umsatz	Mio. CHF	8.8%	7.0%	6,676.8	6,241.9
Bruttogewinn	Mio. CHF	4.4%	1.9%	863.2	846.8
EBITDA	Mio. CHF	2.7%	(0.3%)	539.4	540.8
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	0.1%	(3.2%)	401.7	414.8
EBIT pro Tonne	CHF	(2.0%)	(5.2%)	219.0	231.1
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	(5.1%)	(8.7%)	219.0	239.9
Freier Cash flow	Mio. CHF			404.0	21.8
Nach Regionen					
EMEA					
Verkaufsmenge	Tonnen		6.6%	814,236	763,646
Umsatz	Mio. CHF	9.7%	6.8%	2,739.0	2,563.7
EBITDA	Mio. CHF	5.4%	1.1%	334.2	330.5
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	4.4%	(0.1%)	289.5	289.7
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		8.8%	507,008	466,063
Umsatz	Mio. CHF	5.5%	7.6%	1,622.9	1,507.9
EBITDA	Mio. CHF	14.7%	15.0%	176.6	153.6
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	12.0%	12.6%	147.2	130.7
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		10.8%	76,443	68,984
Umsatz	Mio. CHF	10.8%	13.7%	306.8	269.8
EBITDA	Mio. CHF	15.8%	17.8%	39.9	33.9
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	17.9%	19.7%	32.2	26.9
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		(12.0%)	436,537	496,089
Umsatz	Mio. CHF	10.1%	5.7%	2,008.1	1,900.5
EBITDA	Mio. CHF	(27.0%)	(28.9%)	71.3	100.3
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(60.3%)	(62.5%)	17.7	47.2
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge					
Kakaoprodukte	Tonnen		(12.0%)	436,537	496,089
Industrielle Produkte	Tonnen		6.8%	1,192,907	1,116,513
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		12.4%	204,780	182,180
Umsatz					
Kakaoprodukte	Mio. CHF	10.1%	5.7%	2,008.1	1,900.5
Industrielle Produkte	Mio. CHF	7.2%	6.6%	3,673.5	3,444.7
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	12.4%	11.0%	995.2	896.7