

Medienmitteilung

Verkaufszahlen von Barry Callebaut für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2015/16

Das gute Volumenwachstum setzt sich fort

- Verkaufsmenge wächst um +4.2%
- Umsatz +11.4% in Lokalwährungen (+7.8% in CHF) infolge eines vorteilhafteren Produktmixes sowie höherer Zutatenpreise
- Starkes Wachstum des Schokoladengeschäfts in allen geographischen Regionen und Segmenten

Zürich/Schweiz, 7. Juli 2016 – Dazu Antoine de Saint-Affrique, CEO der Barry Callebaut Gruppe: «Unsere Verkaufsmenge setzte ihr starkes Wachstum im dritten Quartal des laufenden Geschäftsjahres fort. Unser Schokoladengeschäft schnitt besonders gut ab, trotz der nach wie vor trägen Marktnachfrage. Gleichzeitig liessen wir im Kakaogeschäft weiterhin weniger profitable Verträge auslaufen. Alle Wachstumstreiber haben zu der guten Volumenentwicklung beigetragen.»

Verkaufskennzahlen der Gruppe

| für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2015/16 | | Veränderungen in % | | 9 Monate bis 31. Mai 2016 | 9 Monate bis 31. Mai 2015 |
|--|----------|--------------------|--------|------------------------------|------------------------------|
| | | in Lokalwährungen | in CHF | | |
| Verkaufsmenge | Tonnen | | 4.2% | 1,376,650 | 1,320,714 |
| Umsatz | Mio. CHF | 11.4% | 7.8% | 5,007.3 | 4,644.8 |

Barry Callebaut, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, steigerte seine **Verkaufsmenge** in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015/16 (per 31. Mai 2016) um +4.2% auf 1,376,650 Tonnen. Die Gruppe vermochte dieses Wachstum in einem Schokoladenmarkt zu erzielen, der global um -2.0%¹ zurückging.

Barry Callebaut verzeichnete im Schokoladengeschäft in allen Regionen ein sehr starkes Volumenwachstum, unterstützt durch die zentralen Wachstumstreiber des Unternehmens (Outsourcing, Schwellenländer und Gourmet- & Spezialitätenprodukte). Sowohl der Bereich Industrielle Produkte (+8.3%) als auch der Bereich Gourmet & Spezialitäten (+11.4%) erbrachten solide Beiträge. Im Bereich Global Cocoa wurden die Verkäufe an Dritte durch das Auslaufenlassen weniger profitabler Verträge gezielt reduziert, was zu einem Rückgang der Verkaufsmenge um 7.8% führte.

Dank eines vorteilhaften Produkt- und Kundenmix und höherer Zutatenpreise² als im Vorjahr stieg der **Umsatz** um +11.4% in Lokalwährungen (+7.8% in CHF) auf CHF 5,007.3 Mio.

¹ Quelle: Nielsen, September 2015 – Mai 2016.

² Die Barry Callebaut Gruppe gibt die Rohstoffkosten für den Grossteil ihres Geschäfts direkt an die Kunden weiter.

Ausblick – Herausforderungen im Marktumfeld halten kurzfristig an, gesundes Portfolio im Hinblick auf das nächste Geschäftsjahr

Antoine de Saint-Affrique zum Ausblick: «Wie zu Beginn des Geschäftsjahres angekündigt, bleibt das Marktumfeld kurzfristig herausfordernd. Vor diesem Hintergrund werden wir den Verkauf von Kakaoprodukten an Dritte weiter reduzieren, indem wir weniger profitable Verträge im Kakaogeschäft auslaufen lassen, was sich auf das kurzfristige Wachstum auswirken wird. Insgesamt und auch im Hinblick auf das nächste Geschäftsjahr verfügen wir über ein gesundes Portfolio. Basierend auf unserer disziplinierten Ausrichtung auf «smartes» Wachstum, d. h. dem Gleichgewicht zwischen dem Wachstum der Verkaufsmenge, der Steigerung der Profitabilität und der Erwirtschaftung von freiem Cash flow, bestätigen wir unsere mittelfristigen Finanzziele³.»

Strategische Meilensteine im dritten Quartal 2015/16

- «**Expansion**»: Barry Callebaut schloss sowohl die Übernahme der Sparte Automatenfüllprodukte von FrieslandCampina Kievit in Deutschland ab, wodurch das Unternehmen zu einem führenden Anbieter von Pulvermischungen für Getränkeautomaten wurde, sowie den Ausbau der Produktionskapazitäten für Flüssigschokolade in der Fabrik an der US-Westküste.
- «**Innovation**»: An der «Sweets & Snacks Expo» im Mai 2016 in Chicago stellte Barry Callebaut das neu gestaltete «Barry Callebaut Studio» vor und lud Kunden aus Nordamerika zu einer Präsentation der jüngsten Trends und Vorzüge für Konsumenten ein.
- «**Nachhaltiger Kakao**»: Barry Callebaut, die Cocoa Horizons Foundation und Kim's Chocolates, Hersteller feinster belgischer Schokolade, unterstützen gemeinsam Kakaobauern und ihre Gemeinschaften in Tansania. Anlässlich einer feierlichen Zeremonie in Tansania wurden 130.000 Kakaosetzlinge an Kakaobauern übergeben und sechs neue Klassenzimmer für die lokalen Bauerngemeinschaften gestiftet.

Weitere Entwicklungen

Im März 2016 nahm Barry Callebaut eine erfolgreiche Emission von Senior Notes vor und sicherte Finanzmittel für die nächsten acht Jahre in Höhe von EUR 450 Mio. zu einem historisch tiefen Zinssatz von 2.375%.

Entwicklung nach Regionen / Segmenten

Region EMEA – Starkes Verkaufsmengenwachstum in Westeuropa und EEMEA

Die Verkaufsmenge in der Region EMEA (Europa, Naher Osten, Afrika) stieg um +7.7% auf 610,915 Tonnen und lag damit deutlich über dem Marktwachstum in Europa von -1.2%.⁴ Ein verbessertes Marktumfeld in Westeuropa führte zu einem rascheren Wachstum im dritten Quartal, insbesondere im Gourmetgeschäft, dessen Volumenwachstum zu Beginn des Geschäftsjahres etwas verhalten war.

In der Region EEMEA (Osteuropa, Naher Osten und Afrika) wuchs die Verkaufsmenge im zweistelligen Bereich.

Der Umsatz in der Region Europa insgesamt wuchs um +11.1% in Lokalwährungen, dies vor allem dank der höheren Verkaufsmenge und einem vorteilhafteren Produktmix. In CHF stieg der Umsatz um +6.2% und belief sich auf CHF 2,057.4 Mio.

³ 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.

⁴ Quelle: Nielsen, September 2015 – Mai 2016.

Region Nord- und Südamerika – Kräftiges Verkaufsmengenwachstum in der gesamten Region

In der Region Nord- und Südamerika nahm die Verkaufsmenge in der Berichtsperiode um +9.9% auf 373,580 Tonnen zu und lag damit deutlich über dem Markt, der um -3.3%⁴ zurückging. Alle Länder und Geschäftssegmente trugen zu diesem Wachstum bei, mit besonders starken Erfolgen im nationalen Industriekundengeschäft und im Gourmet- & Spezialitätengeschäft in Nordamerika. Im dritten Quartal verlangsamte sich das Wachstum verglichen mit der starken Vergleichsperiode des vorangegangenen Geschäftsjahres sowie aufgrund einer Abkühlung in Südamerika bzw. Brasilien.

Der Umsatz in dieser Region wuchs um +6.9% in Lokalwährungen (+9.4% in CHF) auf CHF 1,205.6 Mio. infolge des guten Volumenwachstums.

Region Asien-Pazifik – Anhaltend kräftige Wachstumsdynamik

In einem schwachen Schokoladenmarkt (-2.1%⁴) beschleunigte sich das Verkaufsmengenwachstum von Barry Callebaut in der Region Asien-Pazifik im dritten Quartal. In den ersten neun Monaten betrug der Anstieg +13.0% auf 59,161 Tonnen. Das Industriekundengeschäft sowie die beiden globalen Gourmet-Marken Callebaut® und Cacao Barry® trugen am meisten hierzu bei.

Der Umsatz in dieser Region wuchs um +12.1% in Lokalwährungen (+13.2% in CHF) auf CHF 232.8 Mio. infolge des erfreulichen Volumenwachstums.

Global Cocoa – Bewusstes Auslaufenlassen weniger profitabler Verträge

Die Verkaufsmenge ging um 7.8% auf 332,994 Tonnen zurück. Das ist zurückzuführen auf die bereits erwähnte Reduktion von Verkäufen an Drittkunden durch das Auslaufenlassen weniger profitabler Verträge im Zuge der Ausrichtung des Unternehmens auf «smarteres» Wachstum. Der Umsatz aus dem Verkauf an Drittkunden nahm um +15.2% in Lokalwährungen (+7.9% in CHF) auf CHF 1,511.5 Mio. zu, was den Fokus des Unternehmens auf Profitabilität, Cash flow und Kundenmix widerspiegelt.

Preisentwicklungen der wichtigsten Rohwaren an den Spot-Märkten

Die Preise für **Kakaobohnen** legten in der Berichtsperiode um rund 5% auf GBP 2,207 am 31. Mai 2016 zu und erholten sich damit von einem Tief von GBP 1,979 im Februar 2016. Befürchtungen über die Nebenernte waren der Hauptgrund für diesen Anstieg.

Auf dem Weltmarkt zog der **Zuckerpreis** deutlich an, da einerseits ein Angebotsdefizit besteht und andererseits die Fonds eine rekordhohe Netto-Longposition aufweisen. Auch in Europa tendierten die Zuckerpreise weiterhin höher aufgrund tiefer Lagerbestände und da die EU-Kommission auf Angebotsmassnahmen verzichtet.

Der unverändert starke weltweite Produktionsanstieg kombiniert mit einer stagnierenden Nachfrage liessen die Preise für **Milchpulver** auf ein Sieben-Jahres-Tief sinken. Die Ab-Hof-Preise für Rohmilch fielen daher unter die Gewinnschwelle, sodass das Milchangebot in den Haupterzeugerregionen zurückgehen und sich der Markt wieder ausbalancieren dürfte.

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2015/16 (1. September 2015 bis 31. August 2016):

| | |
|---|------------------|
| Jahresergebnis 2015/16 (Medienmitteilung und Konferenz) | 2. November 2016 |
| Generalversammlung 2015/2016 | 7. Dezember 2016 |

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 6.2 Milliarden (EUR 5.6 Milliarden / USD 6.6 Milliarden) für das Geschäftsjahr 2014/15 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 mehr als 9,000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Die Barry Callebaut Gruppe steht im Dienst der gesamten Nahrungsmittelindustrie, von industriellen Nahrungsmittelherstellern bis zu gewerblichen und professionellen Anwendern wie Chocolatiers, Confisereuren, 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 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.

Folgen Sie der Barry Callebaut Gruppe auf:

Kontakte**für die Medien:**

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

für Investoren und Finanzanalysten:

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

Verkaufskennzahlen der Gruppe

| für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2015/16 | | | | 9 Monate bis 31. Mai 2016 | 9 Monate bis 31. Mai 2015 |
|--|----------|------------------------|-------------|------------------------------|------------------------------|
| | | Veränderungen in % | | | |
| | | in Lokal- währungen | in CHF | | |
| Kennzahlen | | | | | |
| Verkaufsmenge | Tonnen | | 4.2% | 1,376,650 | 1,320,714 |
| Umsatz | Mio. CHF | 11.4% | 7.8% | 5,007.3 | 4,644.8 |
| Nach Regionen | | | | | |
| EMEA | | | | | |
| Verkaufsmenge | Tonnen | | 7.7% | 610,915 | 567,204 |
| Umsatz | Mio. CHF | 11.1% | 6.2% | 2,057.4 | 1,937.2 |
| Nord- und Südamerika | | | | | |
| Verkaufsmenge | Tonnen | | 9.9% | 373,580 | 339,912 |
| Umsatz | Mio. CHF | 6.9% | 9.4% | 1,205.6 | 1,101.7 |
| Asien-Pazifik | | | | | |
| Verkaufsmenge | Tonnen | | 13.0% | 59,161 | 52,357 |
| Umsatz | Mio. CHF | 12.1% | 13.2% | 232.8 | 205.7 |
| Global Cocoa | | | | | |
| Verkaufsmenge | Tonnen | | (7.8%) | 332,994 | 361,241 |
| Umsatz | Mio. CHF | 15.2% | 7.9% | 1,511.5 | 1,400.2 |
| Nach Produktgruppen | | | | | |
| Verkaufsmenge | | | | 1,376,650 | 1,320,714 |
| Kakaoprodukte | Tonnen | | (7.8%) | 332,994 | 361,241 |
| Industrielle Produkte | Tonnen | | 8.3% | 890,464 | 821,897 |
| Gourmet- & Spezialitätenprodukte | Tonnen | | 11.4% | 153,192 | 137,576 |
| Umsatz | | 11.4% | 7.8% | 5,007.4 | 4,644.8 |
| Kakaoprodukte | Mio. CHF | 15.2% | 7.9% | 1,511.5 | 1,400.2 |
| Industrielle Produkte | Mio. CHF | 9.3% | 7.5% | 2,751.3 | 2,559.7 |
| Gourmet- & Spezialitätenprodukte | Mio. CHF | 11.6% | 8.7% | 744.6 | 684.9 |