

Medienmitteilung

Verkaufszahlen von Barry Callebaut für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2016/17

Die gute Wachstumsdynamik hält an

- Verkaufsmenge wächst um +2.8%, angetrieben vom starken, überdurchschnittlichen Wachstum des Schokoladengeschäfts von +4.7%
- Umsatz +2.9% in Lokalwährungen (+3.7% in CHF)
- Beschleunigung des Verkaufsmengenwachstums im dritten Quartal auf +5.5%, gestützt von den Hauptwachstumstreibern Gourmet & Spezialitäten, Outsourcing und Schwellenländer
- Mittelfristziele bestätigt¹

Zürich/Schweiz, 13. Juli 2017 – Dazu Antoine de Saint-Affrique, CEO der Barry Callebaut Gruppe: «Dank unserem gesunden Schokoladenportfolio konnten wir die gute Dynamik unseres Verkaufsmengenwachstums aufrechterhalten und den Markt erneut übertreffen. Die Umsetzung unserer Strategie des «smarten Wachstums» verfolgen wir konsequent weiter.»

Verkaufskennzahlen der Gruppe

für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres		Veränderungen in %		9 Monate bis	9 Monate bis
		in Lokalwährungen	in CHF	31. Mai 2017	31. Mai 2016
Verkaufsmenge	Tonnen	2.8%		1,414,654	1,376,650
Umsatz	Mio. CHF	2.9%	3.7%	5,193.5	5,007.3

Barry Callebaut, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, steigerte seine **Verkaufsmenge** in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016/17 (per 31. Mai 2017) um +2.8% auf 1,414,654 Tonnen. Das Unternehmen erzielte dieses Wachstum in einem Schokoladenmarkt, der in den vergangenen neun Monaten insgesamt um -0.6% zurückging, sich in den letzten drei Monaten der Berichtsperiode allerdings um +2.3%² erholte.

Barry Callebaut erzielte in den ersten neun Monaten ein solides **Verkaufsmengenwachstum** in allen Regionen mit einer Wachstumsbeschleunigung im dritten Quartal von +5.5%. Diese erfreuliche Dynamik wurde von allen Hauptwachstumstreibern unterstützt: Gourmet & Spezialitäten (+11.6%), Outsourcing (+9.7%) und Schwellenländer (+3.3%). In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres belastete der gezielte, stufenweise Ausstieg aus weniger profitablen Kakaoverträgen die Gesamtvolumenentwicklung, doch erreichte die Verkaufsmenge im Bereich Global Cocoa im dritten Quartal wieder das Niveau des Vorjahrs. Dieser schrittweise Ausstieg aus Verträgen im Umfang von insgesamt 50,000 bis 60,000 Tonnen ist nun abgeschlossen. Der **Umsatz** erhöhte sich um +2.9% in Lokalwährungen (+3.7% in CHF) auf CHF 5,193.5 Mio. und

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 Quelle: Nielsen Schokoladenprodukte von August 2016 bis April 2017 – 26 Länder

reflektierte damit das Verkaufsmengenwachstum und einen besseren Produktmix gleichzeitig jedoch auch einen niedrigeren Kakaobohnenpreis.

Ausblick: Gesundes Portfolio und erfreuliche Dynamik

CEO Antoine de Saint-Affrique zum Ausblick: «Smartes Wachstum» steht nach wie vor im Zentrum unserer Strategieumsetzung. Das heisst: ein über dem Marktdurchschnitt liegendes Volumenwachstum, höhere Profitabilität und Erwirtschaftung von freiem Cash flow. Der stufenweise Ausstieg aus weniger profitablen Kakaoverträgen ist nun abgeschlossen. Wir verfügen über ein gesundes Portfolio und rechnen damit, dass die gute Dynamik anhält. Auf dieser Grundlage bestätigen wir unsere Mittelfristziele¹.»

Strategische Meilensteine in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2016/17

- **«Expansion»:** Barry Callebaut eröffnete vor Kurzem neue CHOCOLATE ACADEMY Centers in Mailand/Italien und in Mexico City und investierte in vier bestehende Akademien in Asien.
- **«Innovation»:** In der Berichtsperiode führte Barry Callebaut mehrere neue Produkte ein, darunter Callebaut ChocoGelato, eine Schokoladenbasis zur Herstellung von Schokoladeneis im «Gelateria»-Stil, und Snow Melt, eine rasch schmelzende Schokoladenfüllung von fester Textur, die sich für verschiedene Schokoladenanwendungen wie Pralinen eignet. Ausserdem lancierte Barry Callebaut neue Schokoladen- und Fruchtfüllungen mit niedrigen Wasseraktivitätswerten für Süss- und Backwaren. Die Tochtergesellschaft La Morella Nuts erweiterte ihr Angebot um ein neues Sortiment an Bio-Nüssen aus der Mittelmeerregion.
- **«Kostenführerschaft» und «Nachhaltigkeit»:** Die Bestrebungen von Barry Callebaut, nachhaltige Schokolade bis 2025 zur Norm zu machen, nehmen weiter Fahrt auf. Das Sustainalytics-ESG-Rating für Barry Callebaut wurde jüngst von 67 auf 72 angehoben (<http://www.sustainalytics.com>). Mit dieser hervorragenden Leistung zählt Barry Callebaut bezüglich Nachhaltigkeit zu den Outperformern der Branche. Das Rating ist für das Unternehmen von besonderer Relevanz hinsichtlich der Modifizierung und Verlängerung seiner revolvingierenden Kreditfazilität. Erstmals in der Schweiz und zum zweiten Mal in Europa wird die anwendbare Kreditmarge an die Nachhaltigkeits-Performance von Barry Callebaut gemäss Sustainalytics gekoppelt.

Entwicklung nach Regionen/Segmenten

EMEA – Starkes Volumenwachstum unterstützt von langfristiger Vereinbarung

Die europäischen Schokoladenmärkte verzeichneten laut Nielsen in der Berichtsperiode einen Rückgang von -0,9%, jedoch ein Wachstum von +0.9% in den letzten drei Monaten.³ Die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in der Region EMEA (Europa, Naher Osten, Afrika) stieg um +5.3% auf 643,092 Tonnen, unter anderem dank einer neuen langfristigen Vereinbarung mit Mondelez International in Belgien sowie zusätzlichen Volumens aus der Akquisition der Getränkepartie von FrieslandCampina im März 2016. Andere Kundensegmente in Westeuropa, insbesondere das Gourmetgeschäft, entwickelten sich ebenfalls gut. Der Umsatz stieg um +6.9% in Lokalwährungen (+5.8% in CHF) auf CHF 2,176.1 Mio.

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.

³ Quelle: Nielsen Schokoladenprodukte von August 2016 bis April 2017 – 26 Länder

Region Nord- und Südamerika – Gourmet und Südamerika sorgen für Volumenbeschleunigung

Der Schokoladenmarkt in Nord- und Südamerika erholte sich im letzten Quartal um +4.7%, was insgesamt zu einer flachen Volumenentwicklung von -0.6%³ in den letzten neun Monaten führte.³ In der Region Nord- und Südamerika nahm die Verkaufsmenge von Barry Callebaut um +1.8% auf 380,362 Tonnen zu, mit einer Beschleunigung im dritten Quartal (+4.8%), dies aufgrund starker Verkäufe im Bereich Gourmet & Spezialitäten sowie einer zweistelligen Wachstumsrate in Südamerika. Der nordamerikanische Markt bleibt hingegen weiterhin herausfordernd. Der Umsatz stieg um +3.7% in Lokalwährungen (+5.4% in CHF) auf CHF 1,270.3 Mio.

Region Asien-Pazifik – Weiterhin zweistelliges Wachstum

Der Schokoladenmarkt in der Region Asien-Pazifik setzte sein positives Wachstum fort und verzeichnete ein Verkaufsmengenwachstum von +2.1% in der Berichtsperiode und +5.3% in den letzten drei Monaten.³

Die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in Asien-Pazifik erhöhte sich um +17.2% auf 69,313 Tonnen. Das Wachstum wurde vom Industriekundengeschäft, einschliesslich des langfristigen Outsourcing-Vertrags mit GarudaFood, angetrieben. Auch das starke zweistellige Wachstum des Gourmet- & Spezialitätengeschäfts trug dazu bei.

Der Umsatz stieg um +12.7% in Lokalwährungen (+14.7% in CHF) auf CHF 267.1 Mio.

Global Cocoa – Das Cocoa-Leadership-Projekt ist auf Kurs

Die Verkaufsmenge sank um -3.3% auf 321,887 Tonnen. Nach Abschluss des gezielten, stufenweisen Ausstiegs aus weniger profitablen Kakaoverträgen bewegte sich das Volumen im dritten Quartal wie erwartet auf dem Vorjahresniveau. Das Cocoa-Leadership-Projekt schreitet planmässig voran und findet voraussichtlich 2018 seinen Abschluss.

Der Umsatz reduzierte sich um -4.7% in Lokalwährungen (-2.1% in CHF) auf CHF 1,480.0 Mio. Dies entspricht in etwa der Verkaufsmengenentwicklung und den tieferen Preisen für Kakaoprodukte.

Preisentwicklungen an den wichtigsten Rohwaren-Spot-Märkten

Kakao: Der Preis für Kakaobohnen sank ungefähr um -30% von 2,274 GBP/MT am 1. September 2016 auf 1,599 GBP/MT am 31. Mai 2017. In der Berichtsperiode fiel der Kakaobohnenpreis durchschnittlich um -16.5% gegenüber dem Vorjahr. Der wichtigste Faktor für diesen Rückgang war ein Überangebot, das auf die wetterbedingt gute Ernte in den beiden wichtigsten Anbaugebieten, Côte d'Ivoire und Ghana, zurückzuführen ist.

Milchprodukte: Nach dem guten Start in den ersten drei Monaten von 2017 nahm die globale Milchproduktion im zweiten Quartal 2017 weniger stark zu. In Europa beeinträchtigte das kalte Wetter im April und Mai die Milchproduktion, was zu einer Angebotsverknappung führte. Global erreichten die Preise für Milchfett Rekordhöhen. Die Preise für Milchpulver zeigten einen ähnlichen Trend, wenn auch weniger stark ausgeprägt.

Zucker: Der Zuckerpreis auf dem Weltmarkt verzeichnete einen drastischen Rückgang um -23%, während sich der Zuckerpreis in Europa in dieser Kampagne stabil entwickelte.

³ Quelle: Nielsen Schokoladenprodukte von August 2016 bis April 2017 – 26 Länder

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

Jahresergebnis 2016/17 (Pressemitteilung & Konferenz)	8. November 2017
Generalversammlung 2016/17	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 nahezu 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 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 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: [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Facebook](#) [YouTube](#) [Flickr](#)

Kontakt für die Medien:

Christiaan Prins
Head of External Affairs
Barry Callebaut AG
Phone: +41 43 204 03 76
christiaan_prins@barry-callebaut.com

Investoren und Finanzanalysten:

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

Verkaufskennzahlen der Gruppe

für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres		Veränderungen in %		9 Monate bis 31. Mai 2017	9 Monate bis 31. Mai 2016
		in Lokal- währungen	in CHF		
Kennzahlen					
Verkaufsmenge	Tonnen		2.8%	1,414,654	1,376,650
Umsatz	Mio. CHF	2.9%	3.7%	5,193.5	5,007.3
Nach Regionen					
EMEA					
Verkaufsmenge	Tonnen		5.3%	643,092	610,915
Umsatz	Mio. CHF	6.9%	5.8%	2,176.1	2,057.4
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		1.8%	380,362	373,850
Umsatz	Mio. CHF	3.7%	5.4%	1,270.3	1,205.6
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		17.2%	69,313	59,161
Umsatz	Mio. CHF	12.7%	14.7%	267.1	232.8
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		(3.3%)	321,887	332,994
Umsatz	Mio. CHF	(4.7%)	(2.1%)	1,480.0	1,511.5
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge				1,414,654	1,376,650
Kakaoprodukte	Tonnen		(3.3%)	321,887	332,994
Industrielle Produkte	Tonnen		3.5%	921,844	890,464
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		11.6%	170,923	153,192
Umsatz				5,193.5	5,007.3
Kakaoprodukte	Mio. CHF	(4.7%)	(2.1%)	1,480.0	1,511.5
Industrielle Produkte	Mio. CHF	4.8%	4.8%	2,883.9	2,751.2
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	11.2%	11.4%	829.6	744.6