

Medienmitteilung

Verkaufszahlen von Barry Callebaut für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2017/18

Weiterhin gute Wachstumsdynamik

- Verkaufsmenge +6.9%, unterstützt von allen zentralen Wachstumstreibern und Regionen
- Umsatz von CHF 5.2 Mrd., –2.4% in Lokalwährungen (–0.2% in CHF)
- Mittelfristziele¹ bestätigt

Zürich/Schweiz, 13. Juli 2018 – Antoine de Saint-Affrique, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: «Nach dem sehr starken Ergebnis im ersten Semester dieses Geschäftsjahres sahen wir auch im dritten Quartal eine starke Dynamik, die von allen zentralen Wachstumstreibern, Regionen und Produktgruppen getragen wurde. Unsere Verkaufsmenge wuchs erneut deutlich schneller als der globale Schokoladenmarkt.»

Kennzahlen der Gruppe

für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres		Veränderungen in %		9 Monate bis 31. Mai 2018	9 Monate bis 31. Mai 2017
		in Lokalwährungen	in CHF		
Verkaufsmenge	Tonnen	6.9%		1,512,853	1,414,654
Umsatz	Mio. CHF	(2.4%)	(0.2%)	5,183.7	5,193.5

Barry Callebaut, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, steigerte in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2017/18 (per 31. Mai 2018) die **Verkaufsmenge** um +6.9% auf 1,512,853 Tonnen. Barry Callebaut erzielte dieses sehr gute Volumenwachstum quer über alle Regionen und Produktgruppen in einem globalen Schokoladenmarkt, der um +2.5% wuchs². Diese Entwicklung wurde von allen zentralen Wachstumstreibern unterstützt: Gourmet & Spezialitäten (+7.8%), Outsourcing (+6.2%) und Schwellenländer (+8.8%). Das Volumenwachstum im dritten Quartal (+4.8%) war stark auf der Basis eines guten Vorjahres. Der **Umsatz** in der Berichtsperiode belief sich auf CHF 5.2 Mrd., ein Rückgang um –2.4% in Lokalwährungen (–0.2% in CHF) aufgrund tieferer Rohwarenpreise, welche die Gruppe grösstenteils an ihre Kunden weitergibt.

Ausblick – Zuversichtlich, die 4-Jahres-Ziele zu erreichen

CEO Antoine de Saint-Affrique zum Ausblick: «Angesichts der Markttrends und der Marktdynamik sehen wir weiterhin viele Wachstumschancen und sind zuversichtlich, dass diese, zusammen mit der sorgfältigen Umsetzung unserer Strategie des «smarten Wachstums», es uns erlauben werden, unsere 4-Jahres-Ziele¹ zu erreichen.»

¹ Im Durchschnitt für die vier 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 Quelle: Nielsen Schokoladenverkaufsmenge von August 2017 bis April 2018 – 25 Länder

Strategische Meilensteine in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2017/18

- **«Expansion»:** Barry Callebaut eröffnete am 8. Mai 2018 in Johannesburg, Südafrika, das erste CHOCOLATE ACADEMY™ Center auf dem afrikanischen Kontinent – das 21. weltweit. Im Rahmen der laufenden Optimierung seiner Produktionsbasis kündigte Barry Callebaut die Erweiterung der Kakaoverarbeitungskapazitäten in der Elfenbeinküste und in Kamerun an. Die Investitionen in Südafrika, der Elfenbeinküste und Kamerun bekräftigen das Bekenntnis der Gruppe zum afrikanischen Kontinent.
- **«Innovation»:** Ruby, der vierte Schokoladentyp, wird seit seiner globalen Lancierung im September 2017 in Shanghai von den Kunden von Barry Callebaut begeistert aufgenommen und sorgt weltweit für Furore auf den Verbrauchermärkten. Die legendäre Marke KitKat lancierte Anfang 2018 Sublime Ruby in ihren Chocolerias in Japan und Südkorea, gefolgt von einer schnellen Einführung des KitKat Ruby Vier-Finger-Produkts in diversen europäischen Märkten und sowie in Australien. Nach der Vorstellung der feinsten belgischen Ruby RB1 Schokolade unter der Marke Callebaut im März 2018 lancierte Barry Callebaut im Mai 2018 die Schweizer Edelcouvertüre Ruby Rubina für gewerbliche Anwender unter der Marke Carma. Ruby-Schokolade erhielt den ersten NCA Award for Supplier Innovation an der Sweets & Snack Expo in Chicago, USA, mit dem bahnbrechende Innovationen zur Förderung der Süßwarenindustrie gewürdigt werden sollen, sowie den Marketing Award 2018 von Gault&Millau. Zudem kündigte Barry Callebaut die Erweiterung seines Produktportfolios milchfreier Schokoladen in den USA an, um die wachsende Nachfrage der Kunden nach milchfreien Schokoladenlösungen zu bedienen. Die zuckerreduzierten Lösungen von Barry Callebaut verzeichnen weiterhin zweistellige Wachstumsraten.
- **«Nachhaltigkeit»:** Am 4. Juni 2018 unterzeichnete Barry Callebaut drei Absichtserklärungen mit der Elfenbeinküste und Ghana über eine Kooperation zur Entwicklung und Validierung eines nachhaltigen Kakaoanbaumodells. Diese Zusammenarbeit wird auch Agroforstwirtschaft, die Einkommensdiversifizierung für Kakaobauern und die Anpflanzung von Schattenbäumen beinhalten. Weiter organisierte Barry Callebaut vom 5. bis 7. Juni 2018 die vierte Chocovision-Konferenz, an der über 200 hochrangige Führungskräfte und wichtige Stakeholder der Kakao- und Schokoladenindustrie teilnahmen, um strategische Themen von gemeinsamem Interesse zu diskutieren.

Entwicklung nach Regionen/Segmenten

Region EMEA – Weiterhin kräftiges Wachstum

Der Schokoladenmarkt in Europa behielt seine gute Dynamik nach Angaben von Nielsen mit einem Wachstum von +3.0% bei³. Die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in der Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) stieg um +8.1% auf 695,214 Tonnen, unterstützt durch ein starkes Wachstum in Westeuropa und ein zweistelliges Wachstum in Osteuropa, sowohl bei Industriellen Produkten als auch bei Gourmet- & Spezialitätenprodukten. Der Umsatz sank leicht um -0.6% in Lokalwährungen (+6.5% in CHF) auf CHF 2,317.8 Mio., hauptsächlich infolge tieferer Rohwarenpreise.

³ Quelle: Nielsen Schokoladenverkaufsmenge von August 2017 bis April 2018 – 25 Länder

Region Nord- und Südamerika – Gute Performance

In der Region Nord- und Südamerika legten die Schokoladenmärkte um +1.1% zu³. Die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in der Region stieg um +5.3% auf 400,334 Tonnen. Hauptgründe für das Wachstum waren eine zweistellige Performance in Südamerika und eine erhöhte Dynamik bei Gourmet & Spezialitäten in Nordamerika. Der Umsatz sank geringfügig um –0.6% in Lokalwährungen (–2.7% in CHF) und erreichte CHF 1,236.2 Mio. Dies war eine Folge der niedrigeren Rohwarenpreise.

Region Asien-Pazifik – Weiterhin zweistelliges Wachstum

Die Schokoladenmärkte in der Region Asien-Pazifik setzten ihr positives Wachstum fort und verzeichneten im Berichtszeitraum ein Volumenwachstum von +3.7%⁴. Barry Callebaut steigerte seine Verkaufsmenge in Asien-Pazifik um +14.8% auf 79,542 Tonnen, dies auf der hohen Vorjahresbasis. Gestützt wurde dieses Wachstum von Industriellen Produkten dank einer Mischung aus neuen Aktivitäten und zusätzlichem Volumen aus langfristigen Outsourcing-Verträgen sowie einem starken zweistelligen Wachstum bei Gourmet & Spezialitäten. Der Umsatz stieg um +4.5% in Lokalwährungen (+3.3% in CHF) auf CHF 276.0 Mio., ebenfalls unter dem Einfluss tieferer Rohwarenpreise.

Global Cocoa – Gesundes Wachstum

Global Cocoa erzielte im Berichtszeitraum ein gesundes Wachstum der Verkaufsmenge von +4.9% auf 337,763 Tonnen. Wie erwartet schwächte sich das Volumenwachstum im dritten Quartal ab. Der Umsatz reduzierte sich um –7.9% in Lokalwährungen (–8.5% in CHF) auf CHF 1,353.8 Mio. Dies entspricht in etwa der Verkaufsmengenentwicklung und widerspiegelt die tieferen Kakaoproduktpreise.

Entwicklung der Rohwarenpreise

Barry Callebaut wendet ein Cost-Plus-Geschäftsmodell an, d. h. das Unternehmen gibt die Rohwarenpreise für den grössten Teil seines Geschäfts direkt an seine Kunden weiter. Im Durchschnitt sanken die Preise für **Kakaobohnen** gegenüber dem Vorjahr um –12.2%. In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2017/18 stiegen sie jedoch um +19.9% von GBP 1,516 pro Tonne am 1. September 2017 auf GBP 1,817 pro Tonne am 31. Mai 2018. Grund für den Preisanstieg in den letzten Monaten war ein globaler Kakaouberschuss, der aufgrund der leicht tieferen Kakaoproduktion in Westafrika geringer als erwartet ausfiel, in Kombination mit einer höheren Nachfrage und bedeutenden Aktivitäten von Fonds. Eine Erholung der **Milchpreise** Anfang 2018 aufgrund schwächerer Produktionszahlen folgte auf die deutliche Abwärtskorrektur der Preise für alle Milchprodukte im letzten Quartal 2017. In den letzten neun Monaten sanken die Weltmarktpreise für **Zucker** um mehr als –20.0%, da gute Ernten in Asien und Europa zu einem Zuckerüberschuss führten. In Europa kam es durch eine Rekordernte zu einem starken Rückgang der Inlandspreise

⁴ Quelle: Nielsen Schokoladenverkaufsmenge von August 2017 bis April 2018 – 25 Länder

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2017/18 (1. September 2017 bis 31. August 2018):

Jahresergebnis 2017/18 (Pressemitteilung & Konferenz) 7. November 2018

Generalversammlung 2017/18 12. Dezember 2018

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 6.8 Milliarden (EUR 6.3 Milliarden / USD 6.9 Milliarden) für das Geschäftsjahr 2016/17 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 fast 60 Produktionsstandorte und beschäftigt eine vielfältige und engagierte Belegschaft von etwa 11,000 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 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](#)**Kontakt für
die Medien:**

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

Für Investoren und Finanzanalysten:

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

Verkaufszahlen der Gruppe 2017/18

für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres		Veränderungen in %		9 Monate bis 31. Mai 2018	9 Monate bis 31. Mai 2017
		in Lokal- währungen	in CHF		
Kennzahlen					
Verkaufsmenge	Tonnen		6.9%	1,512,853	1,414,654
Umsatz	Mio. CHF	(2.4%)	(0.2%)	5,183.7	5,193.5
Nach Regionen					
EMEA					
Verkaufsmenge	Tonnen		8.1%	695,214	643,092
Umsatz	Mio. CHF	(0.6%)	6.5%	2,317.8	2,176.1
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		5.3%	400,334	380,362
Umsatz	Mio. CHF	(0.6%)	(2.7%)	1,236.2	1,270.3
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		14.8%	79,542	69,313
Umsatz	Mio. CHF	4.5%	3.3%	276.0	267.1
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		4.9%	337,763	321,887
Umsatz	Mio. CHF	(7.9%)	(8.5%)	1,353.8	1,480.0
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge					
Kakaoprodukte	Tonnen		4.9%	337,763	321,887
Industrielle Produkte	Tonnen		7.5%	990,767	921,844
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		7.8%	184,324	170,923
Umsatz					
Kakaoprodukte	Mio. CHF	(7.9%)	(8.5%)	1,353.8	1,480.0
Industrielle Produkte	Mio. CHF	(1.4%)	2.0%	2,941.5	2,883.9
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	2.1%	7.1%	888.4	829.6