

Kurzbericht 2017/18



«Wir sind Herz und Motor
der Schokoladen- und Kakaoindustrie»

**Barry Callebaut ist
der weltweit
führende Hersteller
von Schokoladen-
und Kakaoprodukten,
von der Rohstoff-
beschaffung bis zur
Herstellung feinsten
Produkte.**

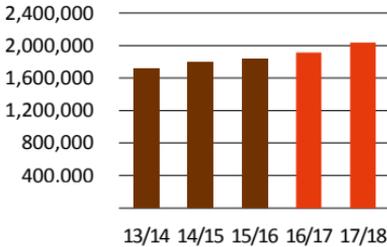
Online-Version des Geschäftsberichts unter:
annual-report.barry-callebaut.com

Kennzahlen

Für das Geschäftsjahr		Veränderung (%)		2017/18	2016/17*
		in Lokalwährungen	in CHF		
Verkaufsmenge	Tonnen		6.3%	2,035,857	1,914,311
Umsatz	Mio. CHF	0.1%	2.1%	6,948.4	6,805.2
Bruttogewinn	Mio. CHF	17.2%	20.7%	1,157.1	958.8
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	16.4%	20.4%	554.0	460.2
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend)	Mio. CHF	21.2%	25.3%	554.0	442.1
EBIT pro Tonne (wiederkehrend)	CHF	14.0%	17.8%	272.1	230.9
Konzerngewinn	Mio. CHF	22.5%	27.1%	357.4	281.1
Konzerngewinn (wiederkehrend)	Mio. CHF	31.0%	35.9%	357.4	263.0
Freier Cash flow	Mio. CHF	(38.2%)	(34.4%)	311.9	475.6

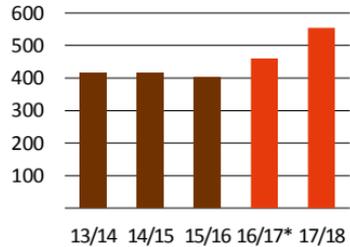
Verkaufsmenge

in Tonnen



EBIT

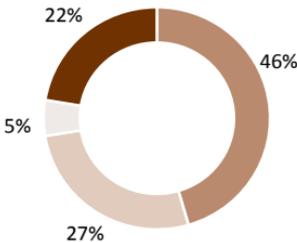
in Mio. CHF



* Siehe Seite 48 des Geschäftsberichts (Annual Report 2017/18), Summary of Accounting Policies – Restatement and reclassification of prior year comparatives.

Verkaufsmenge nach Regionen

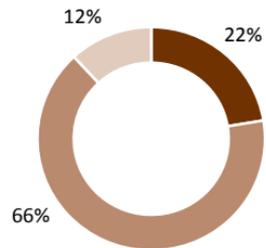
in Tonnen



EMEA	925,144
Nord- und Südamerika	549,287
Asien-Pazifik	105,777
Global Cocoa	455,649

Verkaufsmenge nach Produktgruppe

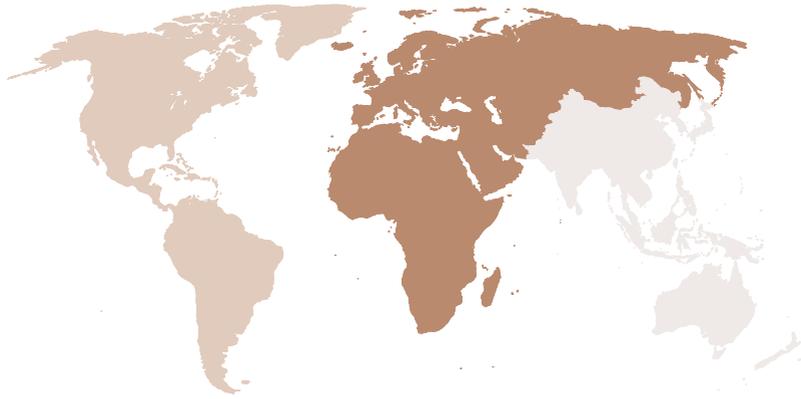
in Tonnen



Industrielle Produkte	1,338,311
Kakaoprodukte	455,649
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	241,897

Geschäftsjahr 2017/18 auf einen Blick

- Verkaufsmenge +6.3%, deutlich über dem Marktwachstum¹, erstmals über 2 Mio. Tonnen
- Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) +21.2% in Lokalwährungen (+25.3% in CHF)
- Konzerngewinn (wiederkehrend) +31.0% in Lokalwährungen (+35.9% in CHF)
- Freier Cash flow von CHF 311.9 Mio.
- Auf Kurs zur Erreichung unserer Mittelfristziele²
- VR-Mitglied James (Jim) Donald steht nicht für eine Wiederwahl zur Verfügung; Suja Chandrasekaran, Angela Wei Dong und Dr. Markus Neuhaus zur Wahl als VR-Mitglieder vorgeschlagen
- Dividendenantrag von CHF 24.00 je Aktie, +20.0% mehr als im Vorjahr



	EMEA	Nord- und Südamerika	Asien-Pazifik	Global Cocoa
Verkaufsmenge gegenüber Vorjahr in Tonnen	+6.8%	+6.0%	+16.2%	+3.9%
EBIT-Wachstum gegenüber Vorjahr in Lokalwährungen	+11.2% ³	+9.2%	+20.2%	+28.3%

1 Quelle: Nielsen, +1.8% in Volumen für den Zeitraum August 2017 bis August 2018 – 25 Länder.

2 Durchschnittliches Verkaufsmengenwachstum von 4–6% pro Jahr und ein über dem Verkaufsmengenwachstum liegender EBIT in Lokalwährungen für die 4-Jahres-Periode 2015/16 bis 2018/19, unter Ausschluss grösserer unvorhersehbarer Ereignisse.

3 Auf wiederkehrender Basis.

Meilensteine

September 2017

- Enthüllung von Ruby, dem vierten Schokoladentypus, nach mehr als zehnjähriger Entwicklung

Oktober 2017

- Abschluss der Akquisition von D'Orsogna Dolciaria, einem führenden Anbieter von Spezialitäten und Dekorationen in Europa

November 2017

- Unterzeichnung der Cocoa & Forests Initiative, die zum Ziel hat, in Westafrika die Abholzung aus der Kakao-Lieferkette zu eliminieren

Dezember 2017

- Abschluss der Akquisition von Gertrude Hawk, einem führenden Anbieter von Spezialitäten und Dekorationen in den USA

Januar 2018

- Barry Callebaut feiert 10 Jahre Schokoladenfabrik in China

April 2018

- Ruby-Schokolade von NCA als Supplier Innovation ausgezeichnet

Mai 2018

- Eröffnung eines CHOCOLATE ACADEMY™ Center in Johannesburg, das Erste auf dem afrikanischen Kontinent und das 21. weltweit

Juni 2018

- Unterzeichnung einer Absichtserklärung mit den Regierungen von Ghana und der Elfenbeinküste über eine Intensivierung der Zusammenarbeit für ein nachhaltiges Kakao-Anbaumodell
- 4. CHOCOVISION-Konferenz für mehr als 200 Führungskräfte und wichtige Interessenvertreter aus der Industrie

Vollständige Übersicht unter www.barry-callebaut.com/history

Strategie liefert starke Ergebnisse in allen Regionen

Seit 20 Jahren ist Barry Callebaut an der SIX Swiss Exchange kotiert. In dieser Zeit hat sich unser Unternehmen zum weltweit führenden Anbieter von Schokolade und Kakao sowie zum Wachstumsführer der Lebensmittelindustrie entwickelt. Unsere bewährte langfristige Strategie und deren intelligente Umsetzung bilden die Basis unserer anhaltenden Wertschöpfung für unsere Aktionäre und alle anderen Stakeholder.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Der Börsengang war ein visionärer Schritt unseres Gründers Klaus Jacobs, verband er doch die professionelle Corporate Governance und den erleichterten Kapitalmarktzugang eines kotierten Unternehmens mit der langfristigen Perspektive und dem Unternehmergeist einer Familie als Mehrheitsaktionärin. Diese einzigartige Kombination ermöglichte es uns, zum globalen Marktführer in unserer Branche zu werden.

In den letzten zwei Jahrzehnten konnten wir Verkaufsmenge und Betriebsgewinn fast vervierfachen. Von diesem soliden Wachstum haben auch unsere Aktionäre profitiert, da sich unser Aktienkurs deutlich besser entwickelt hat als die relevanten Indizes. Rund die Hälfte

unserer Dividenden fließt an die Jacobs Foundation, die sich der Bildung und der Zukunft junger Menschen verschrieben hat.

«Die weitere Umsetzung unserer Strategie des ‹smarten Wachstums›, die gute Visibilität beim Wachstum der Verkaufsmenge und eine gesunde globale Nachfrage stimmen uns zuversichtlich, dass wir auf gutem Weg sind, unsere Mittelfristziele zu erreichen.»

Antoine de Saint-Affrique, CEO



Präsident des Verwaltungsrates Patrick De Maeseneire und CEO Antoine de Saint-Affrique.

Im Geschäftsjahr 2017/18 erbrachte die konsequente Umsetzung unserer Strategie des «smarten Wachstums» erneut sehr starke Ergebnisse bei Volumen und Profitabilität in allen Regionen und Produktgruppen. Die Verkaufsmenge stieg um +6.3% und lag damit deutlich über dem Volumenwachstum des globalen Schokoladenmarkts von +1.8% gemäss Nielsen. Erstmals haben wir in einem Geschäftsjahr mehr als 2 Millionen Tonnen Schokoladen- und Kakaoprodukte verkauft. Der Umsatz blieb mit CHF 6,948.4 Mio. in Lokalwährungen praktisch unverändert (+0.1%), was auf tiefere Rohwarenpreise zurückzuführen ist, die wir grösstenteils an unsere Kunden weitergeben. Der Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) stieg in Lokalwährungen um +21.2% auf CHF 554.0 Mio. und lag damit über dem Volumenwachstum. Der Konzerngewinn für das Berichtsjahr wuchs in Lokalwährungen um +31.0% auf CHF 357.4 Mio., und der freie Cash flow betrug CHF 311.9 Mio.

Aufgrund dieser starken Ergebnisse beantragt der Verwaltungsrat der Generalversammlung vom 12. Dezember 2018 eine Ausschüttung an die Aktionäre von CHF 24.00 pro Aktie. Dies entspricht einem Anstieg von +20.0% gegenüber dem Vorjahr.

Unser anhaltendes Wachstum über dem Marktdurchschnitt ist das Ergebnis der konsequenten Umsetzung unserer bewährten langfristigen Strategie, die auf vier Pfeilern basiert: Expansion, Innovation, Kostenführerschaft und Nachhaltigkeit. Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir erneut zahlreiche strategische Meilensteine erreicht.

Expansion. Um unsere Kunden weiterhin optimal bedienen zu können, bauen wir unsere Kapazitäten und Fähigkeiten laufend aus. Die Integration von D'Orsogna Dolciaria in Italien und Gertrude Hawk Ingredients in den USA, mit denen Barry Callebaut sein hochwertiges Spezialitäten- und Dekorationsgeschäft weiter

Verkaufsmenge: +6.3%

2 Millionen

Tonnen

EBIT: +21.2% in Lokalwährungen

554.0

CHF Millionen

Konzerngewinn für die
Berichtsperiode: +31.0%

357.4

CHF Millionen

Freier Cash flow:

311.9

CHF Millionen

Dividende:
Ausschüttungsquote 37%

24.00

CHF pro Aktie

ausbaut, verläuft nach Plan. Im Mai 2018 haben wir in Johannesburg, Südafrika, unser erstes CHOCOLATE ACADEMY™ Center auf dem afrikanischen Kontinent eröffnet – das 21. weltweit. Zudem haben wir unsere Kakaoverarbeitungskapazitäten in der Elfenbeinküste und in Kamerun sowie unsere Schokoladenproduktionskapazitäten in den Regionen Nord- und Südamerika und EMEA sowie in Singapur ausgebaut.

Innovation. Im September 2017 stellte Barry Callebaut in Schanghai den vierten Schokoladentyp vor: Ruby. Seit der globalen Einführung sorgt Ruby auf den Verbrauchermärkten weltweit für Furore – von der legendären Marke KitKat über die feinste belgische Ruby RB1 Schokolade unter der Marke Callebaut im März 2018 bis hin zu Ruby Rubina, die im Mai 2018 unter unserer Schweizer Marke Carma lanciert wurde. Darüber hinaus erweiterten wir unser Produktportfolio für milchfreie Schokoladen in den USA, um die wachsende Nachfrage der Kunden zu bedienen. Auch unsere zuckerreduzierten Produkte begeistern unsere Kunden und wachsen zweistellig. Des Weiteren führte Callebaut im Januar 2018 eine sensorische Terminologie sowie ein Verkostungsritual für Schokolade ein.

Nachhaltigkeit. Wir haben eine Reihe von Initiativen zugunsten unseres Plans «Forever Chocolate» gestartet, der darauf abzielt, nachhaltig produzierte Schokolade bis 2025 zur Norm zu machen. Im Geschäftsjahr 2017/18 haben wir 44% unserer Kakaobohnen sowie 44% unserer anderen Schokoladen-

zutaten aus nachhaltigen Quellen (gegenüber 36% bzw. 30% im Vorjahr) bezogen. Wir waren eine der treibenden Kräfte hinter der Unterzeichnung der Cocoa & Forests Initiative am UNO-Klimagipfel vom November 2017 in Bonn, welche die führenden Kakao- und Schokoladenunternehmen, NGOs sowie die Regierungen Ghanas und der Elfenbeinküste an einen Tisch brachte, um gemeinsam die Abholzung in der Kakao-Lieferkette in Westafrika anzugehen. Darüber hinaus sind wir dabei, detaillierte Daten mit Angaben zu Standort sowie agronomischen und sozialen Bedingungen von bereits über 130,000 Kakao-farmen in unserer Lieferkette zu erfassen. Diese einzigartigen Datensätze ermöglichen es uns, massgeschneiderte Nachhaltigkeitsprogramme zu entwickeln, um die Kernprobleme der Bevölkerung in den erfassten Anbaugebieten anzugehen. Zudem haben wir in fünf bedeutenden Kakaobeschaffungsländern – Elfenbeinküste, Ghana, Kamerun, Brasilien und Indonesien – Pilotprojekte lanciert, um ein Modell für nachhaltigen Kakaoanbau im jeweiligen Land zu entwickeln. Weiter haben wir im Juni 2018 die vierte CHOCOVISION-Konferenz organisiert, an der über 200 Führungskräfte und wichtige Stakeholder der Kakao- und Schokoladenindustrie teilnahmen.

Zuversichtlicher Blick in die Zukunft

Unsere bewährte Strategie, die gute Visibilität beim Mengenwachstum und eine gesunde globale Nachfrage stimmen uns zuversichtlich, dass wir auf Kurs sind, um unsere Mittelfrist-

ziele für die Vierjahresperiode von 2015/16 bis 2018/19 zu erreichen, d.h. im Durchschnitt ein Verkaufsmengenwachstum von 4–6% und einen über dem Verkaufsmengenwachstum liegenden EBIT in Lokalwährungen, dies unter Ausschluss grösserer unvorhergesehener Ereignisse.

Für die Zukunft sehen wir eine Fülle von Chancen, um unser Geschäft entlang unserer Strategie des «smarten Wachstums» weiter auszubauen, und zwar kontinuierlich, profitabel, nachhaltig und indem wir das Potenzial unseres Regionen- und Produktmix mit Blick auf eine höhere Profitabilität weiter ausschöpfen. Natürlich wollen wir auch unsere Teams und Talente weiterentwickeln, denn sie bilden – zusammen mit unseren Werten – den Kern für den Erfolg von Barry Callebaut.

Wir möchten unseren Mitarbeitenden für die starken Resultate, die sie erarbeitet haben, und unseren Kunden und Aktionären für ihr Vertrauen und ihre anhaltende Unterstützung danken.



Patrick De Maeseire

Präsident des Verwaltungsrates



Antoine de Saint-Affrique

Chief Executive Officer

Barry Callebaut hat sich zum Ziel gesetzt, kontinuierlich schneller als der globale Schokoladen- und Kakaomarkt zu wachsen.

Unsere ehrgeizige Wachstumsstrategie stützt sich auf vier Pfeiler:



Expansion

Wir bauen unser Geschäft basierend auf drei Wachstumstreibern aus: Stärkung unserer Präsenz in wachstumsstarken Schwellenmärkten, Outsourcing & Partnerschaften mit globalen und lokalen Nahrungsmittelherstellern sowie Ausbau unserer Position im Gourmet- & Spezialitätengeschäft.

Innovation

Durch Innovation in unseren Gourmetmarken und die gemeinsame Kreation neuer Produkte mit unseren Industriekunden sind wir führend in der Entwicklung des Schokoladen- und Kakaomarkts. Auf dieser Basis wird eine gut gefüllte Pipeline an Produkten mit Mehrwert weiterhin margensteigerndes Wachstum antreiben.

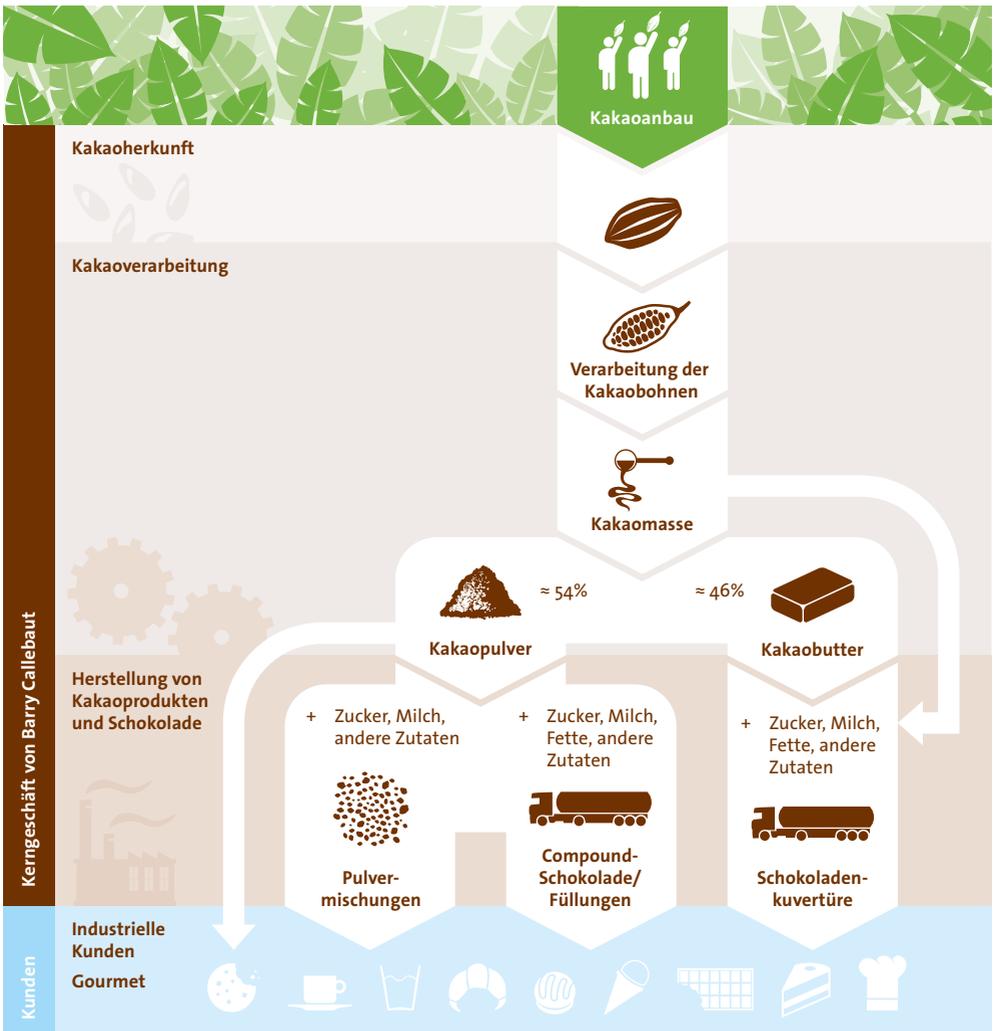
Kostenführerschaft

Kostenführerschaft ist ein Grund, weshalb viele Kunden ihre Produktion an uns auslagern. Wir arbeiten kontinuierlich an der Erhöhung unserer Effizienz durch technologische Verbesserungen, Skaleneffekte, optimierte Produktflüsse, beste Beschaffungsfähigkeiten und straffes Kostenmanagement.

Nachhaltigkeit

Die Zukunft unserer Industrie hängt davon ab, den Kakaoanbau attraktiver für die Kakaoanbauer zu machen. Mit «Forever Chocolate», einer Bewegung, die wir 2016 lanciert haben, wollen wir nachhaltige Schokolade bis 2025 zur Norm machen. Unsere Ambition geht damit über nachhaltigen Kakao hinaus. Dies ist der nächste Schritt in unserem langjährigen Engagement für Nachhaltigkeit.

Barry Callebaut ist der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten. Wir beliefern die gesamte Nahrungsmittelindustrie, von globalen und lokalen industriellen Nahrungsmittelherstellern bis zu gewerblichen und professionellen Anwendern.



Die erste CHOCOLATE ACADEMY™ in Afrika

Minette Smith, Chocolatière, Schokoladenliebhaberin und gebürtige Südafrikanerin, freut sich: Sie wurde zur Leiterin unseres brandneuen CHOCOLATE ACADEMY™ Centers in Johannesburg, Südafrika, ernannt. Es ist unser 21. CHOCOLATE ACADEMY™ Center weltweit und das erste auf dem afrikanischen Kontinent.

In unseren CHOCOLATE ACADEMY™ Centern weihen die besten Pâtissiers und Chocolatiers professionelle und gewerbliche Anwender sowie Amateure in neue Schokoladentrends, -techniken und -rezepte ein. Mit der vor Ort verfügbaren Infrastruktur kann Barry Callebaut auf alle Anforderungen und Trends im Zusammenhang mit Kakao, Schokolade und den jeweiligen Verarbeitungstechniken eingehen. Weltweit nehmen jeden Monat mehr als 3000 Schokoladenanwender an Aktivitäten unserer CHOCOLATE ACADEMY™ Center teil – eine tolle Erfolgsgeschichte aus der Welt der Schokolade.

Die CHOCOLATE ACADEMY™ Center gehen online

Um den Zugang für Schokoladenliebhaber in aller Welt zu erleichtern, hat die CHOCOLATE ACADEMY™ die weltweit erste Online-Schulungsplattform für Schokolade lanciert. Die CHOCOLATE ACADEMY™ Online erlaubt Chocolatiers, Pâtissiers und Bäckern, von den Besten der Branche zu lernen, um ihr eigenes handwerkliches Können zu perfektionieren und ihrerseits ihre Mitarbeitenden online und personalisiert weiterzubilden. Die Plattform bietet ein breites Angebot an Schulungsvideos, in denen renommierte Pâtissiers und Chocolatiers professionelle Verfahren und Techniken vermitteln und lehren, wie man sie beherrscht. In CHOCOLATE ACADEMY™ Online ist zudem eine E-Commerce-Funktion integriert, mit der die Kunden Zugang zum professionellen Produktsortiment von Callebaut erhalten.



Eröffnung des

21.

CHOCOLATE ACADEMY™
Center



Massimo Garavaglia, President EMEA, und Minette Smith, Chocolatière.

Die Eröffnung unserer 21. CHOCOLATE ACADEMY™ in Johannesburg bekräftigt unser Bekenntnis zum afrikanischen Kontinent. Die neue Akademie vor Ort ist für professionelle und gewerbliche Anwender von Schokolade von unschätzbarem Wert und eröffnet ihnen den Zugang zu den unendlichen Möglichkeiten von Schokoladen- und Kakao-Produkten. Minette Smith sagt: «Das CHOCOLATE ACADEMY™ Center ist ein wunderbares Umfeld – nicht nur für Pâtissiers, sondern für jeden, der Schokolade liebt. Es

wird Unterstützung auf Top-Niveau bieten und den Kunden dabei helfen, das Beste aus ihren Fähigkeiten herauszuholen und in Innovationen aus Schokolade zu verwandeln.»

Die neue Akademie wird Meisterklassen abhalten, die vor allem Schokoladen-Basiswissen vermitteln. Hinzu kommen Spezialklassen, in denen talentierte Pâtissiers und Branchenexperten aus aller Welt ihre Leidenschaft, ihre innovativen Ideen und ihr Know-how rund um Schokoladen- und Kakao-Produkte weitergeben werden.

CHOCOLATE ACADEMY™
Center:

Mehr als

40,000

Schokoladenliebhaber
wurden 2017/2018 ausgebildet

«Wir werden die lokale Branche beflügeln.»

Minette Smith,
südafrikanische Chocolatière

Minette Smith bestätigt: «Diese Eröffnung ist nicht nur ein besonderer Moment für uns bei Barry Callebaut, sondern auch für die südafrikanische Schokoladenindustrie. Wir werden die lokale Branche beflügeln.»

Während das CHOCOLATE ACADEMY™ Center in Südafrika Teil des globalen Netzwerks der anderen 20 Center ist, dient es auch als Forum für den Dialog mit Kunden durch kundenorientierte Demonstrationen, Innovations-Workshops und inspirierende Marken-Events.



Vorsprung durch Innovation: Ruby-Schokolade

Ob mit der Erweiterung unseres Portfolios von milchfreien Schokoladenprodukten, das die wachsende Nachfrage nach dieser Spezialschokolade bedient, oder in Form zuckerreduzierter Angebote, die unsere Kunden begeistern: Wir bringen permanent zukunftsweisende Innovationen auf den Markt. Ein gutes Beispiel ist die letztjährige Einführung von Ruby, dem vierten Schokoladentypus.

Nachdem die Entwicklung von Ruby über zehn Jahre gedauert hatte, brauchte die Schokolade nach ihrer offiziellen Lancierung im September 2017 keine sechs Monate für ihren weltweiten Siegeszug. Die einzigartige Ruby-Bohne ist von Natur aus beerig-fruchtig, frisch und mit natürlichen Farbvorläufern ausgestattet. Barry Callebaut brauchte viele Jahre, um mit Hilfe eines innovativen Verfahrens die einzigartigen Merkmale der Bohne zu erschliessen.

Das erste Produkt für Endverbraucher brachte Nestlé Japan mit KITKAT™ Sublime Ruby im Januar 2018 auf den Markt. Das Interesse am neuen Schokoladenriegel übertraf alle Erwartungen. Das renommierte amerika-

nische Wirtschaftsmagazin «Forbes» schrieb: «Nestlé könnte mit der Einführung des neuen KITKAT™-Riegels aus speziellen Ruby-Kakaobohnen das grosse Los gezogen haben.»

Nun kommen weitere Anwendungen mit Ruby-Schokolade auf den Markt, die Pâtisseries und gewerblichen Anwendern in aller Welt die Möglichkeit eröffnen, mit dem einzigartigen Geschmack und der besonderen Farbe zu spielen. Die neuen Anwendungen schliessen unsere globale Gourmet-Marke Callebaut ein, welche in Hongkong, Australien und Belgien mit RB1 eine Schokolade eingeführt hat, die aufgrund ihrer universellen Viskosität für viele Anwendungen geeignet ist – von Hohlkörpern und Umhüllungen bis zu Mousse und anderem mehr. Unsere Schweizer Gourmet-Marke Carma hat mit Ruby Rubina zudem ein Produkt eingeführt, das Pâtisseries, gewerbliche Anwender und Bäcker zur Freude der Kunden zu kreativen Höhenflügen anregt.

Unsere Innovationen begeistern Schokoladenliebhaber in aller Welt. Und es gibt noch viel Raum für weitere Innovationen!

Ruby Rubina,

lanciata da nostra
Schweizer Gourmetmarke
Carma



Poka steigert die Produktivität

In St. Hyacinthe in Kanada zählt jede Minute. Dort steht eine unserer grössten Fabriken weltweit und produziert täglich rund 500 Tonnen Schokolade. Damit dies gelingt, müssen höchste Produktqualität und reibungslose, kosteneffiziente Herstellungsprozesse jederzeit gewährleistet sein. Dafür braucht es den Wissensaustausch zwischen unseren 500 Mitarbeitenden. Sie kennen die Anlagen und Prozesse gut und arbeiten in ihren Teams eng zusammen. Darin unterstützt sie die neue Poka-App.

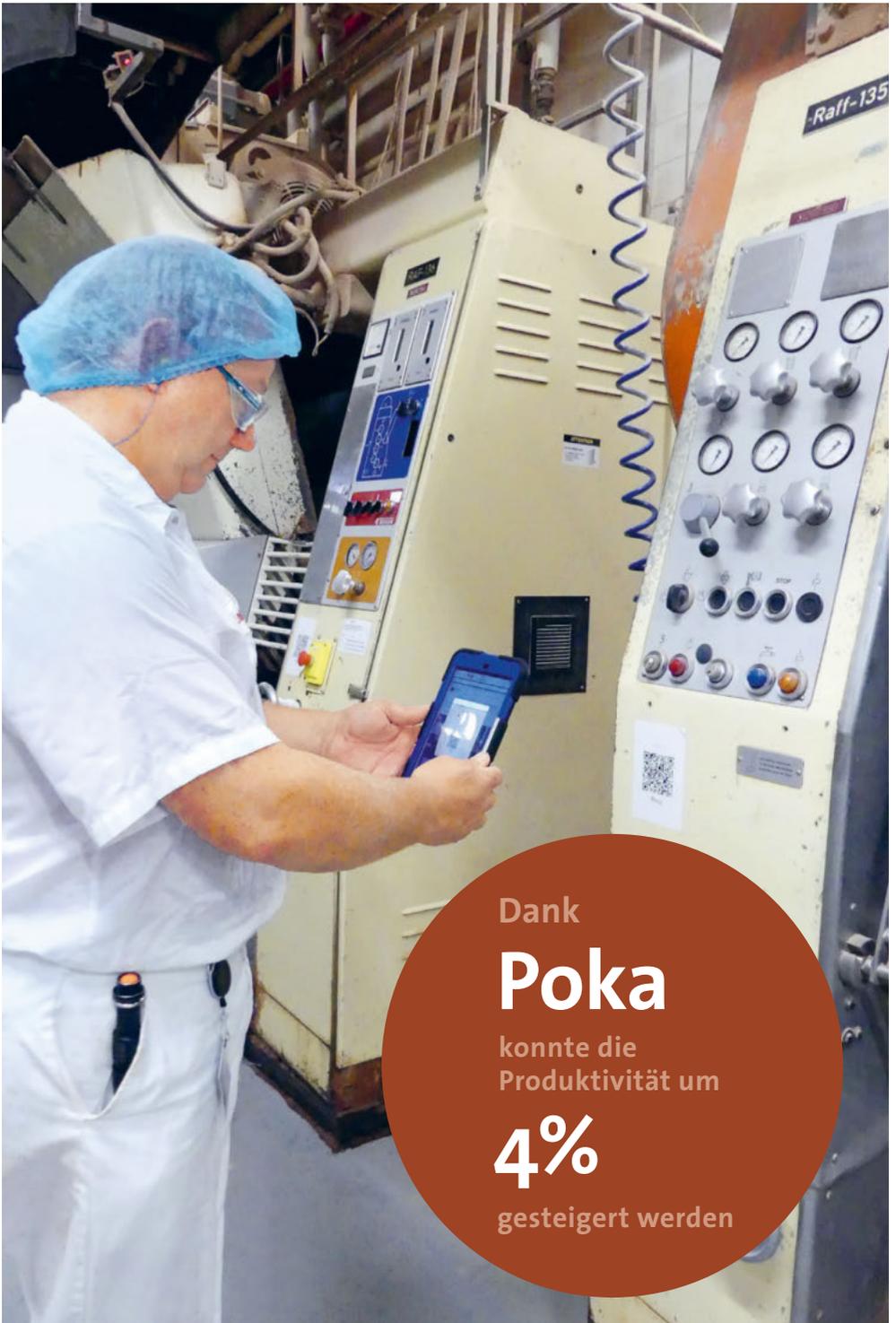
Poka ist eine benutzerfreundliche, vielseitige, cloudbasierte App. Der Name lehnt sich an das japanische «Poka-Yoke» an und bedeutet «unglückliche Fehler vermeiden». Die App erlaubt es, alle Informationen zu den Anlagen und Prozessen zu erfassen, diese über ein Tablet zu aktualisieren und in Echtzeit mit den Teammitgliedern zu teilen. Die Inhalte lassen sich über QR-Codes an den Geräten aufrufen. Informationen können so gezielt und mit minimalem Zeitaufwand bereitgestellt und abgerufen werden.

Richard Bilodeau, Continuous Improvement Manager, erläutert: «Die Inhalte werden im Text- oder Video-Format in Echtzeit er-

fasst und umgehend an das Bedienpersonal weitergeleitet.» Er ergänzt: «Die Inhalte sind sofort einseh- und anwendbar und gleichzeitig dokumentiert. Dies vereinfacht die tägliche Arbeit und die Schulung der Mitarbeitenden.»

Das System wurde mit beeindruckenden Ergebnissen an vier Produktionslinien eingeführt: Die Schulungsdauer konnte halbiert und die Stillstandszeit der Maschinen deutlich reduziert werden. John Schouten, Director Global Operational Excellence, der massgeblich an der Entwicklung und Einführung der App beteiligt war, ist begeistert: «Unsere Erwartungen wurden in jeder Hinsicht übertroffen. Insgesamt konnten wir die Produktivität um 4% steigern. Das ist in einer bereits hocheffizienten Fabrik ein grosser Erfolg. Das neue System wird nun weltweit Schritt für Schritt eingeführt.»

In St. Hyacinthe werden sämtliche Produktionslinien noch vor Ende 2018 mit dem neuen System ausgerüstet. Zudem starten in sämtlichen Regionen Pilotprojekte mit der Poka-App. Binnen drei Jahren sollen alle Produktionsstandorte weltweit damit ausgestattet sein.



Dank

Poka

konnte die
Produktivität um

4%

gesteigert werden

Pilotprojekte für den Fortschritt

«Forever Chocolate», unser Plan, nachhaltig produzierte Schokolade bis 2025 zur Norm zu machen, geht die strukturellen Probleme in der Kakao-Lieferkette an. In den grossen Anbauländern Elfenbeinküste und Ghana behindern ungenügende Anbaumethoden, nährstoffarme Böden und überalterte Baumbestände die Produktivität. Viele Bauern leben daher in Armut und können nicht in ihre Pflanzungen investieren; Erträge und Einkünfte bleiben niedrig.

Um zu lernen, wie wir die Wirkung vor Ort verbessern können, lancieren wir verschiedene Pilotprojekte. Es gilt, neue Ansätze für nachhaltigen Kakao-Anbau zu prüfen: Lassen sie sich anderswo anwenden und skalieren und ermöglichen sie den Bauern ein Auskommen? Ein erstes Projekt wurde im Februar 2018 in Indonesien, vier weitere werden derzeit in der Elfenbeinküste, Ghana, Kamerun und Brasilien lanciert. Wir testen unter anderem mehrjährige Businesspläne für Farmen, um deren Produktivität zu steigern, Anreize für Gemeinschaften zu bieten, Kinderarbeit zu vermeiden, sowie den Einsatz neuer Technologien zur Senkung des CO₂-Ausstosses in der Kakaoproduktion zu fördern. Wir arbeiten dabei eng mit der niederländischen Wageningen University & Research zusammen.

Sie unterstützt uns mit ihrem wissenschaftlichen Know-how bei der Erhebung der Ausgangswerte und der Definition des analytischen Gerüsts, mit dem wir die erzielten Ergebnisse messen können.

Abholzung aktiv anpacken

Am 16. November 2017 unterzeichneten an der UNO-Klimakonferenz in Bonn führende Vertreter der Schokoladen- und Kakaoindustrie, die Regierungen Ghanas und der Elfenbeinküste sowie Vertreter der Zivilgesellschaft eine einzigartige Vereinbarung: das Rahmenwerk der «Cocoa & Forests Initiative». Ziel dieser Initiative ist es, in den Unterzeichnerstaaten die Abholzung in der Kakao-Lieferkette aktiv anzugehen. Dies ist noch für keinen anderen Rohstoff gelungen. Barry Callebaut ist eine der treibenden Kräfte hinter dieser Vereinbarung, die für uns zugleich ein wichtiger Schritt zu einer positiven Bilanz bezüglich CO₂-Emissionen und Entwaldung ist.



Verschiedene

Pilotprojekte

in Indonesien, Brasilien,
der Elfenbeinküste,
Ghana und Kamerun
lanciert

Wahre Führungspersönlichkeiten lernen nie aus

Antoine de Saint-Affrique, unser CEO, ist überzeugt: Wahre Führungspersönlichkeiten lernen nie aus. Wir wollen, dass unsere Mitarbeitenden wahre Führungspersönlichkeiten werden; daher hat ihre Weiterbildung für uns oberste Priorität. 2004 wurde das nach dem Tagungs- und Seminarzentrum Schloss Marbach in Deutschland benannte «Marbach Development Program» ins Leben gerufen. Ziel dieses Programms ist es, die persönliche und professionelle Entwicklung und damit die Führungskompetenz der Teilnehmenden zu fördern. Mittlerweile besteht das Programm aus über einem Dutzend vier- bis sechstägigen Seminaren, die man nicht nur in Marbach, sondern auch an den regionalen Hauptsitzen von Barry Callebaut in Chicago und Singapur absolvieren kann. Bisher haben über 3,500 Mitarbeitende daran teilgenommen. Allein im vergangenen Geschäftsjahr wurden 337 Führungskräfte geschult.

In den kommenden Jahren wollen wir das Programm weiterentwickeln und mit der Einführung der «Marbach Academy» kontinuierlich unserem sich wandelnden Weiterbildungsbedarf anpassen. Im Mittelpunkt steht dabei der Aufbau der erforderlichen Fähigkeiten in den Bereichen Vertrieb, Füh-

rungskompetenz und Projektmanagement. Aufeinander abgestimmte Präsenzs Schulungen, Online-Kurse, Webinare und Coachings garantieren eine bleibende Lernerfahrung. Allen früheren und künftigen Schulungsprogrammen gemein ist die Förderung von Teamarbeit und das Stärken von firmen-internen Netzwerken. In diesen können sich Mitarbeitende über persönliche Erfahrungen austauschen sowie konkrete berufliche Herausforderungen besprechen und lösen. Mit dieser neuen Art von Lernplattform verbessern wir die Fertigkeiten und Fähigkeiten unserer Führungskräfte, steigern die Wertschöpfung des Unternehmens und verankern unsere Mission und unsere Werte in allem, was wir tun.

Antoine de Saint-Affrique sagt: «Unsere Mitarbeitenden sollten sich ständig weiterentwickeln, neue Grenzen ausloten, neugierig bleiben und diese Neugierde auch in ihren Teams fördern. Wahre Führungskräfte lernen nie aus, hören nie auf, sich selbst und die Art, wie sie ihr Geschäft betreiben, neu zu erfinden. Sie machen Lernen zur nützlichen und spannenden täglichen Aufgabe.»



**«Marbach
Development Program»:**

mehr als

3,500

Mitarbeitende ausgebildet

Chairman's & Value Awards 2018



Von links, vordere Reihe: **Kristien Vermoesen**, Wieze, Belgien, **Rosina Safoah**, Tema, Ghana, **Luis Lozano**, Monterrey, Mexiko, **Giuseppina Stella**, San Vito Chietino, Italien, **Shirlene Pitta**, Ilhéus, Brasilien, **Julie Sharp**, Banbury, GB. Hintere Reihe: **Yi Ni Tan**, Port Klang, Malaysia, **Jaume Soldevila**, Gurb, Spanien, **Sébastien Pichon**, Louviers, Frankreich, **Antoine de Saint-Affrique (CEO)**, **Patrick De Maeseneire (VR-Präsident)**, **Erik Van Laethem**, Halle, Belgien, **Candice Davis**, Chicago, USA.

Jährlich werden mit dem **Chairman's Award** langjährige Mitarbeitende ausgezeichnet, die sowohl an ihrem Arbeitsplatz als auch durch soziales Engagement in ihrem Umfeld Herausragendes leisten. Es sind Persönlichkeiten, die unsere Unternehmenswerte – Kundenorientierung, Leidenschaft, unternehmerisches Denken, Teamgeist und Integrität – verkörpern.

Mit dem **Value Award** werden Führungskräfte und ihre Teams ausgezeichnet, die durch ihre besondere Leistungsbereitschaft und ein überdurchschnittliches Engagement herausragen und im vergangenen Geschäftsjahr einen wichtigen Beitrag zum Unternehmenserfolg geleistet haben. Für jeden unserer fünf Unternehmenswerte wurde ein Award vergeben.



Dominic De Coker (links),
Teamgeist, EMEA Pricing Team
Wieze, Belgien

Massimo Selmo (rechts),
Teamgeist, Non-cocoa Sourcing Team
Zürich, Schweiz

**Daniela
Schmidt-Wegener,**
Integrität
Köln, Deutschland

Paulo Simonetti,
Unternehmerisches
Denken,
OSCO Team Brasilien
São Paulo, Brasilien



Yeting Liu,
Leidenschaft
Wieze, Belgien



Fumitaka Nakano,
Kundenorientierung
Tokio, Japan

Nachhaltige Wertsteigerung für unsere Aktionäre

Was Barry Callebaut einzigartig macht

- Der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakao-Produkten
- Bewährte langfristige Wachstumsstrategie
- Solider Leistungsausweis mit konstant überdurchschnittlichem Wachstum und Erträgen
- Führend in Innovation und Nachhaltigkeit
- Bevorzugter Outsourcing- und strategischer Partner der Nahrungsmittelindustrie
- Kostenführerschaft über die ganze Lieferkette
- Führender Lieferant für gewerbliche und professionelle Anwender

Dividende

Der Verwaltungsrat schlägt eine Ausschüttung in Höhe von CHF 24.00 pro Aktie vor, +20.0% mehr als im Vorjahr. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 37% des Reingewinns.

Bonität

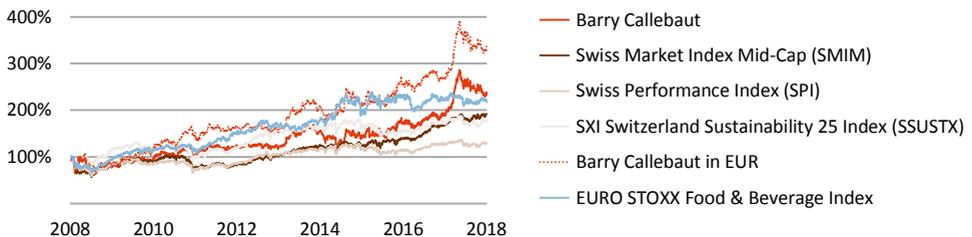
- Moody's rating: Baa3 / stabil
- Standard & Poor's rating: BB+ / positive

Mittelfristziele (2015/16 bis 2018/19)

Durchschnittliches Wachstum der Verkaufsmenge um 4–6% pro Jahr und EBIT über dem Volumenwachstum in Lokalwährungen, unter Ausschluss grösserer unvorhersehbarer Ereignisse.

Kursverlauf der Barry Callebaut Aktie

Barry Callebaut ist an der SIX Swiss Exchange kotiert.



Konzernleitung



Von links: **Peter Boone**, President & CEO Americas, **Pablo Perversi**, Chief Innovation, Sustainability & Quality Officer; Global Head of Gourmet, **Steven Retzlaff**, President Global Cocoa, **Remco Steenbergen**, Chief Financial Officer, **Antoine de Saint-Affrique**, Chief Executive Officer, **Ben De Schryver**, President Asia Pacific, **Massimo Garavaglia**, President EMEA, **Dirk Poelman**, Chief Operations Officer.

Verwaltungsrat

Patrick De Maeseneire, Präsident

Jakob Baer, Vizepräsident

Fernando Aguirre

James (Jim) Donald (bis 12. Dezember 2018)

Nicolas Jacobs

Elio Leoni Sceti

Timothy Minges

Juergen Steinemann

Der Verwaltungsrat schlägt Suja Chandrasekaran, Angela Wei Dong und Dr. Markus Neuhaus zur Neuwahl in den Verwaltungsrat vor.

Stand 7. November 2018

Konzernerfolgsrechnung

Für das Geschäftsjahr	2017/18	2016/17 angepasst ¹
Tausend CHF		
Umsatz aus Verkäufen und Dienstleistungen	6,948,411	6,805,156
Herstellungskosten der verkauften Produkte	(5,791,331)	(5,846,346)
Bruttogewinn	1,157,080	958,810
Marketing- und Verkaufsaufwand	(149,956)	(137,862)
Verwaltungs- und allgemeiner Aufwand	(441,040)	(377,073)
Übriger Ertrag	19,595	35,597
Übriger Aufwand	(31,655)	(19,248)
Betriebsgewinn (EBIT)	554,024	460,224
Finanzertrag	6,368	5,182
Finanzaufwand	(107,687)	(126,985)
Anteil am Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	171	158
Konzerngewinn vor Ertragssteuern	452,876	338,579
Ertragssteuern	(95,517)	(57,431)
Konzerngewinn für das Geschäftsjahr	357,359	281,148
davon zurechenbar:		
den Aktionären des Mutterunternehmens	356,133	280,512
den nicht beherrschenden Anteilen	1,226	636
Gewinn pro Aktie		
Unverwässerter Gewinn pro Aktie (CHF/Aktie)	64.93	51.15
Verwässerter Gewinn pro Aktie (CHF/Aktie)	64.55	50.88

Konsolidiertes Gesamtergebnis

Konzerngewinn für das Geschäftsjahr	357,359	281,148
Posten, die künftig in die Erfolgsrechnung umgebucht werden können	(91,054)	(15,594)
Posten, die nie in die Erfolgsrechnung umgebucht werden können	11,788	25,629
Sonstiges Ergebnis für das Geschäftsjahr, nach Abzug von Steuern	(79,266)	10,035
Gesamtergebnis für das Geschäftsjahr	278,093	291,183
davon zurechenbar:		
den Aktionären des Mutterunternehmens	276,678	290,550
den nicht beherrschenden Anteilen	1,415	633

1 Siehe Seite 48 des Geschäftsberichts (Annual Report 2017/18), Summary of Accounting Policies – Restatement and reclassification of prior year comparatives.

Konzernbilanz

Aktiven

Am 31. August	2018	2017 angepasst ¹
Tausend CHF		
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	404,183	399,292
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und übriges Umlaufvermögen	911,904	733,056
Vorräte	1,476,667	1,279,330
Derivative finanzielle Vermögenswerte	502,471	546,636
Weitere Positionen des Umlaufvermögens	31,341	30,498
Total Umlaufvermögen	3,326,566	2,988,812
Anlagevermögen		
Sachanlagen	1,420,885	1,385,773
Immaterielle Vermögenswerte	991,510	926,150
Weitere Positionen des Anlagevermögens	93,081	165,805
Total Anlagevermögen	2,505,476	2,477,728
Total Aktiven	5,832,042	5,466,540

Passiven

Kurzfristiges Fremdkapital		
Kontokorrentkredite und Verbindlichkeiten aus kurzfristiger Finanzierung	311,315	339,536
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	1,121,082	1,178,174
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	641,997	288,319
Weitere Positionen des kurzfristigen Fremdkapitals	78,533	71,967
Total kurzfristiges Fremdkapital	2,152,927	1,877,996
Langfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus langfristiger Finanzierung	1,168,797	1,170,743
Personalvorsorgeverpflichtungen	130,826	151,342
Weitere Positionen des langfristigen Fremdkapitals	93,981	140,347
Total langfristiges Fremdkapital	1,393,604	1,462,432
Total Fremdkapital	3,546,531	3,340,428
Eigenkapital		
Aktienkapital	110	40,014
Gewinnreserven und andere Eigenkapitalkomponenten	2,269,686	2,071,173
Total den Aktionären des Mutterunternehmens zurechenbares Eigenkapital	2,269,796	2,111,187
Nicht beherrschende Anteile	15,715	14,925
Total Eigenkapital	2,285,511	2,126,112
Total Passiven	5,832,042	5,466,540

1 Siehe Seite 48 des Geschäftsberichts (Annual Report 2017/18), Summary of Accounting Policies – Restatement and reclassification of prior year comparatives.

Konzerngeldflussrechnung

Geldfluss aus betrieblicher Tätigkeit

Für das Geschäftsjahr	2017/18	2016/17 angepasst ¹
Tausend CHF		
Konzerngewinn	357,359	281,148
Ertragssteuern	95,517	57,431
Erfassung von negativem Goodwill aus Akquisitionen	–	(19,960)
Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	181,259	149,943
Zinsaufwand / (Zinsertrag)	93,469	105,193
Zunahme (Abnahme) der Personalvorsorgeverpflichtungen	(19,065)	2,906
Zurechenbarer Ergebnisanteil aus der nach Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen, nach Abzug von Steuern	(171)	(158)
Nettoveränderungen des Umlaufvermögens	(35,170)	220,581
Rückstellungen nach Abzug von Zahlungen	(14,938)	(20,785)
Weitere nicht geldwirksame Positionen	12,924	47,501
Betrieblicher Geldfluss	671,184	823,800
(Bezahlte Zinsen)	(93,120)	(96,840)
(Bezahlte Ertragssteuern)	(62,557)	(42,967)
Nettogeldfluss aus betrieblicher Tätigkeit	515,507	683,993

1 Siehe Seite 48 des Geschäftsberichts (Annual Report 2017/18), Summary of Accounting Policies – Restatement and reclassification of prior year comparatives.

Geldfluss aus Investitionstätigkeit

Für das Geschäftsjahr	2017/18	2016/17 angepasst ¹
Tausend CHF		
Investitionen in Sachanlagen	(180,821)	(179,561)
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	(37,111)	(40,876)
Weitere Positionen des Nettogeldflusses aus Investitionstätigkeit	(112,358)	14,720
Nettogeldfluss aus Investitionstätigkeit	(330,290)	(205,717)

Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit

Nettogeldfluss aus Verbindlichkeiten aus kurzfristiger Finanzierung	(33,815)	(417,710)
Nettogeldfluss aus Verbindlichkeiten aus langfristiger Finanzierung	(7,334)	(5,158)
Dividendenzahlung	(69,873)	(22,998)
Kapitalherabsetzung	(39,904)	(62,079)
Kauf eigener Aktien	(22,783)	(17,070)
An nicht beherrschende Anteile bezahlte Dividenden	(247)	(635)
Nettogeldfluss aus Finanzierungstätigkeit	(173,956)	(525,650)
Umrechnungsdifferenzen auf flüssige Mittel	(11,373)	(6,083)
Nettozunahme (-abnahme) der flüssigen Mittel	(112)	(53,458)
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	378,028	431,486
Flüssige Mittel am Ende des Geschäftsjahres	377,916	378,028
Nettozunahme (-abnahme) der flüssigen Mittel	(112)	(53,458)

- 1 Siehe Seite 48 des Geschäftsberichts (Annual Report 2017/18), Summary of Accounting Policies – Restatement and reclassification of prior year comparatives.

Fünf-Jahres-Übersicht¹

		CAGR (%)	2017/18	2016/17 angepasst ²	2015/16	2014/15	2013/14
Konzernerfolgsrechnung							
Verkaufsmenge	Tonnen	4.4%	2,035,857	1,914,311	1,834,224	1,794,782	1,716,766
Umsatz	CHF m	4.3%	6,948.4	6,805.2	6,676.8	6,241.9	5,865.9
EBITDA (wiederkehrend)	CHF m	8.2%	728.3	592.1	539.4	540.8	531.5
Betriebsgewinn (EBIT)	CHF m	7.4%	554.0	460.2	401.7	414.8	416.2
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend)	CHF m	7.4%	554.0	442.1	401.7	414.8	416.2
EBIT (wiederkehrend) / Umsatz	%		8.0%	6.5%	6.0%	6.6%	7.1%
EBIT pro Tonne (wiederkehrend)	CHF	2.9%	272.1	230.9	219.0	231.1	242.4
Konzerngewinn für das Geschäftsjahr	CHF m	8.8%	357.4	281.1	219.0	239.9	255.0
Konzerngewinn (wiederkehrend)	CHF m	8.8%	357.4	263.0	219.0	239.9	255.0
Freier Cash flow	CHF m		311.9	475.6	430.9	1.2	(172.6)
Konzernbilanz							
Bilanzsumme	CHF m	3.1%	5,832.0	5,466.5	5,640.8	5,429.4	5,167.5
Nettoumlaufvermögen	CHF m	(10.5%)	1,074.4	1,042.5	1,374.2	1,529.7	1,674.6
Anlagevermögen	CHF m	3.6%	2,505.5	2,477.7	2,301.0	2,185.5	2,175.6
Nettoverschuldung	CHF m	(12.1%)	1,074.3	1,110.9	1,452.8	1,728.0	1,803.5
Eigenkapital	CHF m	6.1%	2,269.8	2,111.2	1,956.3	1,772.8	1,790.7
Investitionen	CHF m	(3.3%)	217.9	220.4	201.0	249.2	248.8
Quotienten							
Economic Value Added (EVA)	CHF m		173.3	100.7	52.5	65.6	84.5
Rendite auf investiertem Kapital (ROIC)	%		13.3%	11.0%	9.5%	9.8%	10.5%
Eigenkapitalrendite (ROE)	%		15.7%	12.5%	11.2%	13.5%	14.7%
Verschuldungsgrad	%		47.3%	52.6%	74.3%	97.5%	100.7%
Solvenzquote	%		38.9%	38.6%	34.7%	32.7%	34.7%
Zinsdeckungsgrad			7.2	4.9	4.0	4.1	4.5
Nettoverschuldung / EBITDA			1.5	1.9	2.7	3.2	3.4
Investitionen / Umsatz	%		3.1%	3.2%	3.0%	4.0%	4.2%
Aktien							
Aktienkurs am Jahresende	CHF	11.3%	1,728	1,380	1,264	1,061	1,125
EBIT (wiederkehrend) pro Aktie	CHF	7.4%	101.0	80.6	73.2	75.6	75.9
Unverwässerter Gewinn pro Aktie (wiederkehrend)	CHF	9.0%	64.9	47.8	39.5	43.2	46.0
Cash Earnings pro Aktie	CHF		56.9	86.7	78.6	0.2	(31.4)
Ausschüttung pro Aktie	CHF	11.6%	24.0	20.0	15.5	14.5	15.5
Ausschüttungsquote	%	2.9%	37%	39%	39%	33%	33%
Kurs-Gewinn-Verhältnis am Jahresende		2.1%	26.6	28.9	32.0	24.6	24.5
Börsenkaptalisierung am Jahresende	CHF m	11.3%	9,484.7	7,574.6	6,937.9	5,823.7	6,175.0
Anzahl ausgegebener Aktien			5,488,858	5,488,858	5,488,858	5,488,858	5,488,858
Total Ausschüttung an Aktionäre	CHF m	8.4%	109.8	85.1	79.6	85.1	79.6
Übrige							
Mitarbeitende		5.6%	11,570	10,528	9,898	9,430	9,319

1 Definition der Kennzahlen siehe Seite 11 des Geschäftsberichts (Annual Report 2017/18 – 5-Year Overview).

2 Siehe Seite 48 des Geschäftsberichts (Annual Report 2017/18), Summary of Accounting Policies – Restatement and reclassification of prior year comparatives. Vergleichszahlen in 2016/17 angepasst, auf wiederkehrender Basis.

Kontakt

Barry Callebaut Hauptsitz
Barry Callebaut AG
West-Park, Pfingstweidstrasse 60
8005 Zürich, Schweiz
Telefon +41 43 204 04 04
Fax +41 43 204 04 50
www.barry-callebaut.com

Investor Relations

Claudia Pedretti
Head of Investor Relations
Telefon +41 43 204 04 23
investorrelations@barry-callebaut.com

Medien

Frank Keidel
Media Relations Manager
Telefon +41 43 268 86 06
media@barry-callebaut.com

Adressänderungen

ShareCommServices AG
Europastrasse 29
8152 Glattbrugg, Schweiz
Telefon +41 44 809 58 52
Fax +41 44 809 58 59

Zukunftsbezogene Stellungnahmen

Einige in diesem Kurzbericht enthaltene Stellungnahmen zu den Geschäftsaktivitäten der Barry Callebaut Gruppe sind zukunftsbezogen und beruhen auf der seitens der Unternehmensleitung heute erfolgten Einschätzung künftiger Entwicklungen. Zukunftsbezogene Stellungnahmen dieser Art werden in der Regel durch Begriffe gekennzeichnet wie «glauben», «schätzen», «beabsichtigen», «können», «werden», «erwarten», «planen» und ähnliche auf das Unternehmen bezogene Ausdrücke. Sie enthalten bestimmte Risiken und Unwägbarkeiten, da sie sich auf künftige Ereignisse beziehen. Die tatsächlichen Ergebnisse können sich aus unterschiedlichen Gründen von den angestrebten, erwarteten oder projizierten Zahlen und Daten unterscheiden. Im Geschäftsbericht 2017/18 werden jene Faktoren und Gründe erörtert, die das künftige Geschäftsergebnis der Barry Callebaut Gruppe beeinflussen könnten. Dazu zählen unter anderem Faktoren wie allgemeine Wirtschaftsbedingungen, Währungsschwankungen, wettbewerbsbedingter Druck auf Produkt- und Preisgestaltung sowie Änderungen in der Steuergesetzgebung und regulatorische Entwicklungen. Auf diese zukunftsbezogenen Stellungnahmen sollte daher nicht unangemessen abgestützt werden. Die Barry Callebaut Gruppe ist nicht gehalten, zukunftsbezogene Stellungnahmen zu aktualisieren oder zu revidieren.

Agenda

12. Dezember 2018
Generalversammlung 2017/18, Zürich

23. Januar 2019
3-Monats-Verkaufszahlen 2018/19

11. April 2019
Halbjahresergebnis 2018/19

16./17. April 2019
Investoren-Tag

11. Juli 2019
9-Monats-Verkaufszahlen 2018/19

6. November 2019
Jahresergebnis 2018/19

11. Dezember 2019
Generalversammlung 2018/19, Zürich

Impressum

Herausgeber
Barry Callebaut AG
West-Park
Pfingstweidstrasse 60
8005 Zürich
Schweiz

Konzert
Source Associates,
Zürich, Schweiz

Foto
Jos Schmid
Zürich, Schweiz
Sergi Briet
Barcelona, Spain

Prepress / Druck
Linkgroup AG, Printlink AG
Zürich, Schweiz

Dieser Kurzbericht wird in Deutsch und Englisch publiziert. Massgebend ist die englische Version.

Klimaneutral produziert durch Printlink AG.

Dieser Kurzbericht ist auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt.

 **Klimaneutral**
Druckprodukt
ClimatePartner.com/11665-1809-1003

 **MIX**
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C007447

Barry Callebaut AG (Hauptsitz)
West-Park
Pfungstweidstrasse 60
8005 Zürich
Schweiz

Telefon +41 43 204 04 04

Fax +41 43 204 04 50

headoffice@barry-callebaut.com