

Medienmitteilung

Barry Callebaut Gruppe – Halbjahresresultate, Geschäftsjahr 2017/18

Starkes Ergebnis in den ersten sechs Monaten

- Verkaufsmenge +8.0%
- Umsatz von CHF 3.5 Mrd., -1.8% in Lokalwährungen (+0.3% in CHF)
- Betriebsgewinn¹ (EBIT) +20.6% in Lokalwährungen (+24.6% in CHF)
- Konzerngewinn¹ +32.9% in Lokalwährungen (+37.5% in CHF)
- Mittelfristziele² bestätigt

Zürich/Schweiz, 11. April 2018 – Antoine de Saint-Affrique, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: «Wir haben in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres ein sehr starkes Ergebnis erzielt, das von allen Produktgruppen und Regionen sowie unseren wichtigsten Wachstumstreibern unterstützt wurde. Dies führte dank des vorteilhaften Mix, operativer Effizienz und besserer Marktbedingungen zur fortgesetzten Verbesserung unserer Profitabilität.»

Kennzahlen der Gruppe

für die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres		Veränderungen in %		6 Monate bis 28. Februar 2018	6 Monate bis 28. Februar 2017
		in Lokal- währungen	in CHF		
Verkaufsmenge	Tonnen		8.0%	1,022,565	946,782
Umsatz	Mio. CHF	(1.8%)	0.3%	3,549.9	3,538.7
Bruttogewinn	Mio. CHF	15.5%	19.2%	553.0	464.0
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	12.3%	16.1%	276.8	238.4
Betriebsgewinn (EBIT) (wiederkehrend ¹)	Mio. CHF	20.6%	24.6%	276.8	222.1
EBIT pro Tonne (wiederkehrend ¹)	CHF	11.6%	15.4%	270.7	234.6
Konzerngewinn	Mio. CHF	17.6%	21.7%	173.0	142.1
Konzerngewinn (wiederkehrend ¹)	Mio. CHF	32.9%	37.5%	173.0	125.8
Freier Cash flow	Mio. CHF	N/A	N/A	39.0	(32.1)

Die Barry Callebaut Gruppe, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, steigerte in der ersten Hälfte des Geschäftsjahrs 2017/18 (per 28. Februar 2018) die **Verkaufsmenge** um +8.0% auf 1,022,565 Tonnen und lag damit deutlich über dem Wachstum des globalen Schokoladenmarktes von +2.5%³. Im zweiten Quartal erzielte die Gruppe ein Wachstum von +8.1%. Alle wichtigen Wachstumstreiber – Gourmet & Spezialitäten (+7.1%), Outsourcing (+8.1%) und Schwellenländer (+11.0%) – sowie die allmähliche Erholung der Marktnachfrage trugen zu diesem starken Volumenwachstum bei. Der **Umsatz** sank um -1.8% in

¹ Auf wiederkehrender Basis (ohne Einmaleffekte aus Vergleichsperiode des Vorjahres)

² 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

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

Lokalwährungen (+0.3% in CHF) auf CHF 3,549.9 Mio., was vor allem auf die tieferen Preise für Kakao und andere Rohwaren zurückzuführen ist. Diese werden im Rahmen des Cost-Plus-Modells des Unternehmens für den grössten Teil seines Geschäfts direkt an die Kunden weitergegeben.

Der **Bruttogewinn** belief sich auf CHF 553.0 Mio., was einem Zuwachs von +15.5% in Lokalwährungen (+19.2% in CHF) entspricht. Der Anstieg, welcher deutlich über dem Verkaufsmengenwachstum liegt, ist auf einen guten Produkt- und Kundenmix sowie bessere Marktbedingungen zurückzuführen.

Der **Betriebsgewinn (EBIT)** stieg aufgrund des höheren Bruttogewinns um +12.3% in Lokalwährungen (+16.1% in CHF) auf CHF 276.8 Mio.. Der wiederkehrende EBIT erhöhte sich um +20.6% in Lokalwährungen (+24.6% in CHF). Auf wiederkehrender Basis steigerte die Gruppe ihren EBIT pro Tonne um +11.6% in Lokalwährungen (+15.4% in CHF) auf CHF 271.

Der **Konzerngewinn** für die Berichtsperiode wuchs um +17.6% in Lokalwährungen (+21.7% in CHF) auf CHF 173.0 Mio.. Diese Entwicklung war dem starken Anstieg des EBIT und tieferen Nettofinanzierungskosten zu verdanken. Sie konnte trotz des höheren Steueraufwands infolge eines Einmaleffekts im Zusammenhang mit Unternehmenssteuerreformen in Belgien und den USA erzielt werden. Auf wiederkehrender Basis stieg der Konzerngewinn für die Berichtsperiode um +32.9% in Lokalwährungen (+37.5% in CHF).

Das **Nettoumlaufvermögen** ging von CHF 1,398.4 Mio. in der Vorjahresperiode um –16.0% auf CHF 1,174.7 Mio. zurück. Der wachstumsbedingte Effekt wurde durch die im Vergleich zum Vorjahr niedrigeren durchschnittlichen Rohwarenpreise kompensiert.

Der **freie Cash flow**⁴ für die sechsmonatige Berichtsperiode stieg auf CHF 39.0 Mio. im Vergleich zu CHF –32.1 Mio. im Vorjahr. Dies ist vor allem auf die höhere Profitabilität zurückzuführen, während sich alle anderen Positionen weitgehend neutralisierten. Auf einer rollierenden 12-Monats-Basis betrug der freie Cash flow CHF 546.7 Mio. Gründe hierfür waren der höhere Betriebsgewinn, ein tieferes Nettoumlaufvermögen und die anhaltende Investitionsdisziplin (CAPEX).

Die **Nettoverschuldung** sank im Vergleich zur Vorjahresperiode infolge der Schuldentrückzahlung aus dem erwirtschafteten Cash flow um –16.9% von CHF 1,454.9 Mio. auf CHF 1,208.4 Mio.

Ausblick – Gute Portfolio-Visibilität und disziplinierte «Smart Growth»-Umsetzung

CEO Antoine de Saint-Affrique zum Ausblick: «Wir sehen weiterhin eine gesunde Marktdynamik. Die gute Visibilität unseres Portfolios und die disziplinierte Umsetzung unserer «Smart Growth»-Strategie stimmen uns zuversichtlich, dass wir unsere 4-Jahres-Ziele⁵ erreichen werden.

⁴ Nettogeldfluss aus betrieblicher Tätigkeit./Nettogeldfluss aus Investitionstätigkeit (ohne Akquisitionen/Veräusserungen von Tochtergesellschaften)

⁵ 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

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2017/18 erreichte strategische Meilensteine

- **Expansion:** Die Integration der jüngsten Akquisitionen – d. h. von D'Orsogna Dolciaria in Italien im Oktober 2017 und von Gertrude Hawk Ingredients in den USA im Dezember 2017 – verläuft nach Plan und ermöglicht Barry Callebaut den weiteren Ausbau seines höherwertigen Spezialitäten- und Dekorationsgeschäfts. Um seine Kunden weiterhin optimal bedienen zu können, hat Barry Callebaut in die Expansion seiner globalen Schokoladeproduktionskapazität in der Region EMEA, in Singapur und in der Region Nord- und Südamerika investiert.
- **Innovation:** Seit der Lancierung durch Barry Callebaut im September 2017 wird Ruby – der vierte Schokoladentyp – am Verbrauchermarkt eingeführt. Die ersten Konsumentenprodukte mit Ruby wurden in Japan und Südkorea auf den Markt gebracht. Barry Callebaut kündigte zudem die Lancierung von Ruby für die Gourmet- & Spezialitätenkunden unter der Marke Callebaut an. Inspiriert von Wein, Kaffee und Craft-Bieren hat Barry Callebaut im Januar 2018 eine sensorische Terminologie und ein Verkostungsritual für Schokolade eingeführt. Diese Instrumente werden es Marken und gewerblichen Anwendern ermöglichen, dass ihre Kunden Schokolade noch mehr schätzen als heute. Auch die zuckerreduzierten Lösungen von Barry Callebaut begeistern die Kunden und verzeichnen ein zweistelliges Wachstum.
- **Nachhaltigkeit:** Barry Callebaut lancierte seinen ersten «Forever Chocolate»-Piloten. Indonesien. Es ist das erste von insgesamt fünf Pilotprogrammen, mit denen in Kakaoanbauländern neue Ansätze getestet werden sollen, um den Übergang zu einer nachhaltigen Kakaoproduktion zu beschleunigen. Dabei arbeitet Barry Callebaut mit der niederländischen Wageningen University & Research zusammen, die der Gruppe solide wissenschaftliche Unterstützung bei der Definition der Richtwerte und eines analytischen Rahmenwerks für die Ergebnismessung liefert.

Entwicklung nach Regionen/Segmenten**Region EMEA – Ausserordentliches Verkaufsmengenwachstum**

Die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in der Region EMEA erhöhte sich um +9.6% auf 471,120 Tonnen und damit weitaus stärker als der Markt, der +2.8%⁶ zulegte. Die wichtigsten Wachstumsfaktoren waren langfristige Outsourcing-Vereinbarungen, Gourmet und Schwellenländer innerhalb der Region sowie die Akquisition von D'Orsogna Dolciaria in Italien (seit Oktober 2017). Der Umsatz war mit +0.4% in Lokalwährungen (+7.3% in CHF) fast unverändert und belief sich auf CHF 1,577.8 Mio. Auf wiederkehrender Basis (ohne den positiven Einmaleffekt aus dem Vorjahr) stieg der Betriebsgewinn (EBIT) aufgrund des guten Produktmix um +12.1% in Lokalwährungen (+19.8% in CHF).

Region Nord- und Südamerika – Beschleunigte Performance im zweiten Quartal

In der Region Nord- und Südamerika stieg die Verkaufsmenge um +5.5% auf 265,904 Tonnen, während der Schokoladenmarkt in der Region um +1.4%⁶ wuchs. Alle Länder der Region trugen zum Verkaufsmengenwachstum der Gruppe bei, allen voran Brasilien, Mexiko und Kanada mit einer besonders starken Performance. Der Umsatz blieb unverändert in Lokalwährungen (–1.9% in CHF) und belief sich auf CHF 825.5 Mio. Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um +9.2% in Lokalwährungen (+7.6% in CHF), was einem ausgewogenen Produktportfolio und weiterer Kosteneffizienz in der Region zu verdanken war. Die Integration von Gertrude Hawk Ingredients begann im Dezember 2017.

⁶ Quelle: Nielsen Schokoladenverkaufsmenge von August 2017 bis Januar 2018 – 25 Länder

Region Asien-Pazifik – Zweistelliges Wachstum

Das Verkaufsmengenwachstum der Gruppe in der Region Asien-Pazifik erreichte in den ersten sechs Monaten +15.5%, wobei Länder wie China, Indonesien, Indien und Japan starke zweistellige Zuwächse verzeichneten. Diese Performance lag deutlich über dem Marktwachstum von +4.0%⁷. Der Umsatz stieg um +4.6% in Lokalwährungen (+2.7% in CHF) auf CHF 189.5 Mio. Der Betriebsgewinn (EBIT) erhöhte sich parallel zum Verkaufsmengenwachstum um +15.6% in Lokalwährungen (+15.8% in CHF).

Global Cocoa – Starke Dynamik

Die gute Dynamik im Markt für Kakaoprodukte hielt an und führte zu einem starken Anstieg der Verkaufsmenge an Drittkunden um +6.2%, dies auf der Basis eines schwachen Vorjahres. Der Umsatz sank aufgrund tieferer Preise für Kakaoprodukte um –7.6% in Lokalwährungen (–8.2% in CHF). Der Betriebsgewinn (EBIT) verbesserte sich deutlich um +130.5% in Lokalwährungen (+132.0% in CHF), was einem besseren Marktumfeld für die Kakaoverarbeitung sowie einigen zusätzlichen Effekten aus dem «Cocoa Leadership»-Projekt der Gruppe zu verdanken war.

Entwicklung der Rohwarenpreise

In der ersten Hälfte des Geschäftsjahrs 2017/18 stiegen die Preise für **Kakaobohnen** um +4,4% von GBP 1,516 pro Tonne am 1. September 2017 auf GBP 1,582 pro Tonne am 28. Februar 2018. Im Durchschnitt sanken die Kakaobohnenpreise gegenüber dem Vorjahr um –23.1%. Ein geringerer Kakaobohnenüberschuss als erwartet infolge eines leichten Rückgangs der Kakaoproduktion, der steigenden Marktnachfrage sowie wachsender Finanzspekulation führte zu einem Aufwärtsdruck auf die Kakaopreise. Die Combined Cocoa Ratio verbesserte sich aufgrund der tieferen Kakaobohnenpreise und der höheren Preise für Kakaobutter.

Günstige Wetterbedingungen und weltweit gute Erzeugerpreise für **Milch** führten seit dem Sommer 2017 zu einer erheblichen Steigerung der Weltproduktion. Dadurch gingen die Preise für Milchpulver zurück. Die Weltmarktpreise für **Zucker** entwickelten sich aufgrund hoher Überschüsse in den wichtigsten Anbauländern rückläufig. In der EU hielt eine Rekordernte die lokalen Preise auf einem tieferen Niveau.

Ausführliche Finanzinformationen finden Sie im Investorenbrief «Halbjahresresultate 2017/18» von Barry Callebaut: www.barry-callebaut.com/LetterToInvestors.

Konferenzen für Medien und Analysten der Barry Callebaut Gruppe

Datum: Mittwoch, 11. April 2018 von 10:00 bis 11:30 Uhr, gefolgt von einem leichten Lunch

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

Die Konferenzen können via Telefon oder Audio-Webcast mitverfolgt werden. Alle Einwahl- und Zugriffsinformationen stehen auf der [Website](#) von Barry Callebaut zur Verfügung

⁷ Quelle: Nielsen Schokoladenverkaufsmenge von August 2017 bis Januar 2018 – 25 Länder

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2017/18 (1. September 2017 – 31. August 2018):	
9-Monats-Verkaufszahlen 2017/18 (Medienmitteilung)	12. Juli 2018
Jahresergebnisse 2017/18 (Medienmitteilung und 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 auf:[Twitter](#)[LinkedIn](#)[Facebook](#)[YouTube](#)[Flickr](#)**Kontakte****für die Medien:**

Christiaan Prins
Head of External Affairs
Barry Callebaut AG
Telefon +41 43 204 03 76
christiaan_prins@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

Kennzahlen der Gruppe

für die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres		Veränderungen in %		6 Monate bis 28. Februar 2018	6 Monate bis 28. Februar 2017
		in Lokal- währungen	in CHF		
Kennzahlen					
Verkaufsmenge	Tonnen		8.0%	1,022,565	946,782
Umsatz	Mio. CHF	(1.8%)	0.3%	3,549.9	3,538.7
Bruttogewinn	Mio. CHF	15.5%	19.2%	553.0	464.0
EBITDA	Mio. CHF	12.3%	16.0%	359.4	309.9
EBITDA (wiederkehrend ¹)	Mio. CHF	13.8%	22.4%	359.4	293.6
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	12.3%	16.1%	276.8	238.4
Betriebsgewinn (EBIT) (wiederkehrend ¹)	Mio. CHF	20.6%	24.6%	276.8	222.1
EBIT pro Tonne (wiederkehrend ¹)	CHF	11.6%	15.4%	270.7	234.6
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	17.6%	21.7%	173.0	142.1
Konzerngewinn für die Berichtsperiode (wiederkehrend ¹)	Mio. CHF	32.9%	37.5%	173.0	125.8
Freier Cash flow	Mio. CHF	N/A	N/A	39.0	(32.1)
Nach Regionen					
EMEA					
Verkaufsmenge	Tonnen		9.6%	471,120	429,867
Umsatz	Mio. CHF	0.4%	7.3%	1,577.8	1,470.9
EBITDA (wiederkehrend ¹)	Mio. CHF	12.9%	20.6%	204.5	169.5
Betriebsgewinn (EBIT) (wiederkehrend ¹)	Mio. CHF	12.1%	19.8%	175.0	146.1
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		5.5%	265,904	252,068
Umsatz	Mio. CHF	0.0%	(1.9%)	825.5	841.1
EBITDA	Mio. CHF	11.3%	9.8%	103.2	94.0
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	9.2%	7.6%	84.5	78.5
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		15.5%	54,121	46,872
Umsatz	Mio. CHF	4.6%	2.7%	189.5	184.5
EBITDA	Mio. CHF	15.4%	14.2%	29.1	25.5
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	15.6%	15.8%	24.2	20.9
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		6.2%	231,420	217,975
Umsatz	Mio. CHF	(7.6%)	(8.2%)	957.1	1,042.2
EBITDA	Mio. CHF	55.6%	57.9%	73.7	46.6
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	130.5%	132.0%	45.7	19.7
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge					
Kakaoprodukte	Tonnen		6.2%	231,420	217,975
Industrielle Produkte	Tonnen		8.8%	665,763	611,713
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		7.1%	125,382	117,094
Umsatz					
Kakaoprodukte	Mio. CHF	(7.6%) ²	(8.2%)	957.1	1,042.2
Industrielle Produkte	Mio. CHF	0.0% ²	3.2%	1,987.4	1,925.8
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	1.2% ²	6.1%	605.4	570.7

¹ Auf wiederkehrender Basis (ohne Einmaleffekte aus Vergleichsperiode des Vorjahres)

² Berechnung angepasst nach ursprünglicher Publikation