



Medienmitteilung

Barry Callebaut – Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2011/12 Beschleunigte Verkaufsentwicklung, Weichenstellung für künftiges Wachstum

- **Starkes Wachstum der Verkaufsmenge in allen Regionen: Mit +8.7% wird der Markt deutlich übertroffen**
- **Umfangreiche Investitionen schmälern den Gewinn: EBIT +1.0%, Konzerngewinn - 5.2% (in Lokalwährungen)**
- **Verkaufsmengenwachstum angetrieben durch Industrielle Produkte, Schwellenländer und strategische Partnerschaften**
- **Erneuerte mittelfristige Wachstumsprognose¹: Anstieg von Verkaufsmenge und EBIT um 6-8% bis 2014/15**
- **Beantragte Ausschüttung von CHF 15.50 je Aktie, Ausschüttungsquote von 33%**
- **Nicolas Jacobs zur Wahl in den Verwaltungsrat vorgeschlagen, Rücktritt von Stefan Pfander**

Dazu Jürgen Steinemann, CEO von Barry Callebaut: «Barry Callebaut hat im abgelaufenen Geschäftsjahr einen starken Anstieg der Verkaufsmenge erzielt und den Markt deutlich übertroffen. Dank eines besonders dynamischen vierten Quartals konnten wir unser Wachstum sogar noch beschleunigen. Insgesamt blieb das Geschäft sowohl in den Industrie- als auch in den Schwellenmärkten solide. Wir haben ausserdem umfangreiche Investitionen in Strukturen, Produktionsstätten, unser Gourmetgeschäft und unseren strategischen Pfeiler «Nachhaltiger Kakao» getätigt. Zusammen mit den Anlaufkosten bei mehreren Partnerschaftsvereinbarungen haben diese gezielten Investitionen unsere Gewinnzahlen belastet.»

Verkaufszahlen der Barry Callebaut Gruppe für das Geschäftsjahr 2011/12 – aus fortzuführenden Geschäftsbereichen

		Veränderung in %			
		in Lokal- währungen	in Berichts- währung	12 Monate bis 31. August 2012	12 Monate bis 31. August 2011 ²
Verkaufsmenge	Tonnen		8.7	1,378,856	1,268,925
Umsatz	Mio. CHF	11.5	8.3	4,829.5	4,459.9
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	1.0	(2.5)	353.2	362.3
EBIT pro Tonne	Mio. CHF	(7.0)	(10.3)	256.2	285.5
Konzerngewinn	Mio. CHF	(5.2)	(8.5)	241.1	263.6

Zürich/Schweiz, 7. November 2012 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller hochwertiger Kakao- und Schokoladenprodukte, hat im am 31. August 2012 beendeten Geschäftsjahr 2011/12 die Geschwindigkeit seines Wachstums weiter beschleunigt und die Verkaufsmenge in allen Regionen erheblich gesteigert. Die Verkaufsmenge stieg insgesamt um

¹ Finanzziele für den 4-Jahres-Zeitraum von 2011/12 bis 2014/15: durchschnittlicher Anstieg der Verkaufsmenge von 6–8% und ein mindestens gleich hohes durchschnittliches EBIT-Wachstum in Lokalwährungen, vorbehaltlich unvorhersehbarer Ereignisse.

² Angepasst um den Effekt des aufgegebenen Geschäftsbereichs.



Medienmitteilung

8.7% auf 1,378,856 Tonnen. Zu dieser Steigerung trugen alle Produktgruppen bei. Das Wachstum von Barry Callebaut lag deutlich über dem des globalen Schokoladenmarkts.³ Als wichtigster Wachstumstreiber erwies sich der Bereich Industrielle Produkte, das Kerngeschäft des Unternehmens, einschliesslich der langfristigen Partnerschaftsvereinbarungen. Aber auch Spezialitätenprodukte und Schwellenländer trugen zum Wachstum bei. Im Gourmetgeschäft übertraf Barry Callebaut deutlich die Entwicklung der jeweiligen lokalen Märkte.

Der Umsatz stieg um 11.5% in Lokalwährungen (+8.3% in CHF) auf CHF 4,829.5 Mio. Um das aktuelle und künftige Wachstum anzukurbeln, tätigte Barry Callebaut erhebliche Investitionen in seine Strukturen, den Ausbau der Produktionsstätten, das Gourmetgeschäft, die Bereitstellung von Produktionsvolumen für strategische Partnerschaftsvereinbarungen sowie in den strategischen Pfeiler «Nachhaltiger Kakao». Eine steigende Nachfrage und Kapazitätsengpässe in einigen Bereichen führten zu höheren Betriebs- und Logistikkosten. Alle diese Faktoren beeinträchtigten den Betriebsgewinn (EBIT) des Unternehmens: Der EBIT stieg um 1.0% in Lokalwährungen (-2.5% in CHF) auf CHF 353.2 Mio. Aufgrund des tieferen EBIT (in CHF), höherer Finanzierungskosten und eines ungünstigeren Steuermix sank der Konzerngewinn aus fortzuführenden Geschäftsbereichen (-5.2% in Lokalwährungen, -8.5% in CHF) auf CHF 241.1 Mio. Einschliesslich aufgebener Geschäftsbereiche beträgt der Konzerngewinn für das Geschäftsjahr CHF 142.6 Mio., gegenüber CHF 176.8 Mio. im Vorjahr.

Ausblick – trotz des schwierigen Umfelds positive Erfolgsprognose

«Trotz des derzeit recht schwierigen wirtschaftlichen Umfelds, insbesondere in Westeuropa, sind wir immer noch optimistisch, unsere Strategie umsetzen und unsere Ziele erreichen zu können. Daher erneuern wir unsere mittelfristige Prognose für ein durchschnittliches Wachstum der Verkaufsmenge und des EBIT um durchschnittlich 6-8% bis 2014/15»,⁴ kommentierte Jürgen Steinemann den Ausblick. «Oberste Priorität hat für uns im nächsten Geschäftsjahr der Abschluss der verschiedenen Investitionen in Kapazitäten und Strukturen. Diese werden eine solide Grundlage für weiteres, profitables Wachstum schaffen. Weitere Schwerpunkte sind die Steuerung unserer weiteren Wachstumsentwicklung durch langfristige Partnerschaften, das Gourmetgeschäft und die Schwellenmärkte sowie die weitere Steigerung unserer operativen Effizienz durch das Projekt «Spring» in Westeuropa. Darüber hinaus wollen wir zusätzliche Innovationen auf den Markt bringen und unsere Nachhaltigkeitsinitiative «Cocoa Horizons» weiter vorantreiben.

Strategische Entwicklungen / Höhepunkte in Bezug auf die vier strategischen Säulen Expansion

Barry Callebaut hat jüngst langfristige Vereinbarungen mit Unilever, Grupo Bimbo (Mexiko), Morinaga (Japan) und Arcor (Chile) abgeschlossen. Zudem hat das Unternehmen ein Joint Venture mit P.T. Comextra zum Bau einer neuen Kakaoverarbeitungsanlage in Indonesien gegründet. Durch den Ausbau der Kapazitäten in bestehenden Produktionsstätten und die Ergänzung um neue Fabriken hat Barry Callebaut sein Produktionsnetz erheblich erweitert. Um seine geographische Präsenz in den Schwellenmärkten weiter auszubauen, hat das Unternehmen kürzlich den Bau einer neuen Fabrik in der Türkei angekündigt. Barry Callebaut hat zudem die spanische Firma la Morella nuts und den amerikanischen Dekorationshersteller Mona Lisa Food

³ Das Volumen des globalen Schokoladenmarkts stieg um 1.0% p.a. Quelle: Nielsen, September 2011 – August 2012.

⁴ Finanzziele für den 4-Jahres-Zeitraum von 2011/12 bis 2014/15: durchschnittlicher Anstieg der Verkaufsmenge von 6–8% und ein mindestens gleich hohes durchschnittliches EBIT-Wachstum in Lokalwährungen, vorbehaltlich unvorhersehbarer Ereignisse.



Medienmitteilung

Products, Inc übernommen, um das Wachstum seines Gourmetgeschäfts zu beschleunigen. Zudem hat das Unternehmen angekündigt, dass im Rahmen der Konzentration auf das Business-to-Business (B2B)-Geschäft der Verkauf der letzten verbliebenen Schokoladenfabrik für Verbraucherprodukte in Dijon (Frankreich) an „Chocolaterie de Bourgogne“ beabsichtigt wird.

Innovation

Barry Callebaut hat im Juli als erstes Unternehmen von der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) ein positives wissenschaftliches Gutachten zu einer gesundheitsbezogenen Aussage über Kakaoflavanole erhalten. Das Unternehmen konnte nachweisen, dass der Verzehr einer bestimmten Menge von Kakaoflavanolen eine positive Wirkung auf den Blutkreislauf im menschlichen Körper hat. Ausserdem hat Barry Callebaut Auszeichnungen für zwei seiner neuesten Innovationen erhalten: die Terra Cacao™-Schokolade, die auf der patentierten Methode der kontrollierten Fermentation beruht, und eine Spezialschokolade für ein neues Magnum®-Eis.

Kostenführerschaft

Die Herstellkosten pro Tonne verringerten sich auf vergleichbarer Basis um -3% (Ziel: -2%). Dank des starken Wachstums der Verkaufsmenge, das durch technologische Fortschritte und Prozessoptimierungen unterstützt wurde, ist die Kapazitätsauslastung sowohl im Bereich der Flüssigschokolade als auch in der Kakaoverarbeitung gestiegen.

Nach dem Verkauf des Verbrauchergeschäfts hat Barry Callebaut ein gross angelegtes Projekt zur Prozessoptimierung namens «Spring» lanciert, das sich überwiegend auf Westeuropa konzentriert. Damit will das Unternehmen seinen Kundenservice verbessern, Markteinführungen beschleunigen, interne Komplexität verringern sowie die Gesamteffizienz und die Leistungen für die anderen Regionen steigern.

Nachhaltiger Kakao

Mit der Initiative «Cocoa Horizons» hat Barry Callebaut das umfassendste Nachhaltigkeitsprogramm seiner Geschichte gestartet, welches auf langjährigem Engagement in diesem Gebiet aufbaut. Der Schwerpunkt des Programms liegt auf direkten und wirksamen Investitionen in den ersten Stufen der Kakao-Lieferkette. In den nächsten zehn Jahren wird Barry Callebaut dabei CHF 40 Mio. in den wichtigsten Erzeugerländern investieren. Letztes Jahr finanzierte das Unternehmen hauptsächlich die Schulung der Kakaobauern in guten landwirtschaftlichen Praktiken (GAP) und ihre Vorbereitung auf eine Zertifizierung. Darüber hinaus begann das Unternehmen im vergangenen Geschäftsjahr mit dem Bau eines Center of Cocoa Excellence in der Elfenbeinküste und führte über 500 „Farmer Field Schools“ durch.

Entwicklung in den Regionen / Segmenten

Region Europa – Kräftiges Wachstum in teils schwierigen Märkten

Die europäischen Schokoladenmärkte legten um 1.4% zu. Einem leichten Minus in Westeuropa (-0.6%) stand ein attraktives, überdurchschnittliches Wachstum von 5.2% in Osteuropa gegenüber. Als Wachstumsmotoren erwiesen sich dabei Russland, die Türkei und Polen.⁵

⁵ Quelle: Nielsen, September 2011 – August 2012.



Medienmitteilung

Vor dem Hintergrund der schwierigen Marktbedingungen insbesondere in Südeuropa erzielte die Region Europa ein starkes Wachstum der Verkaufsmenge, welche um 6.9% auf 688,203 Tonnen stieg.

Nach einem flauen Start konnte der Bereich Industrielle Produkte in Westeuropa seine Verkaufsmenge kontinuierlich steigern und verzeichnete ein ausserordentlich starkes viertes Quartal. Das Wachstum wurde angetrieben durch Outsourcing-Verträge und Spezialitätenprodukte sowie allgemeine Marktanteilsgewinne. Das Gourmetgeschäft entwickelte sich angesichts der schwierigen Marktlage in einigen wichtigen Ländern (u.a. Südeuropa) positiv. Die Verkaufsmenge der Getränkessparte ging aufgrund der Witterungsbedingungen und des Lagerabbaus bei den Kunden geringfügig zurück.

In Osteuropa wuchsen sowohl der Bereich Industrielle Produkte als auch das Gourmet- & Spezialitätengeschäft weiterhin im zweistelligen Prozentbereich, wobei Russland und Polen die grössten Beiträge leisteten.

Insgesamt stieg der Umsatz um 5.1% in Lokalwährungen (+0.2% in CHF) auf CHF 2,150.6 Mio. Die Anlaufkosten im Zusammenhang mit den Outsourcing-Verträgen, höhere Kosten für Herstellung und Logistik sowie Investitionen in strukturelle Anpassungen und in die Gourmetsparte schmälerten jedoch den Betriebsgewinn (EBIT). Dieser sank um 1.7% in Lokalwährungen (-5.1% in CHF) auf CHF 232.2 Mio.

Region Nord- und Südamerika – erneut zweistelliges Wachstum bei Umsatz und Gewinn

In den USA schrumpfte der Schokoladenmarkt um 2.0%, während sich die Wachstumsrate des brasilianischen Markts auf +4.7% verlangsamte.⁶ Barry Callebaut konnte jedoch das Wachstum der lokalen Schokoladenmärkte deutlich übertreffen.

Die Gesamtverkaufsmenge stieg in der Region Nord- und Südamerika kräftig um 15.3% auf 361,819 Tonnen. Sowohl der Bereich Industrielle Produkte als auch das Gourmet & Spezialitätengeschäft verzeichneten weiterhin zweistellige Wachstumsraten. In Nordamerika wurde dank der Zuwächse aus Outsourcing-Verträgen und Marktanteilsgewinnen sowohl im Grosskundengeschäft als auch im Geschäft mit nationalen Kunden ein zweistelliges Wachstum erzielt. In Brasilien konnte Barry Callebaut die lokalen Verkaufsmengen im Industriekundengeschäft mehr als verdoppeln. Auch Mexiko meldete mit einem Wachstum des Geschäftsvolumens im zweistelligen Prozentbereich ein erfreuliches Ergebnis. Die führenden importierten Marken Callebaut® und Cacao Barry® leisteten erhebliche Beiträge zum starken Wachstum des Gourmetgeschäfts.

Der Umsatz stieg um 13.1% in Lokalwährungen (+13.5% in CHF) auf CHF 1,111.8 Mio. Das Betriebsergebnis übertraf die Verkaufsmengen- und Umsatzentwicklung deutlich, was vor allem günstigen Mixeffekten zuzuschreiben war – insbesondere auch dank der starken Leistung des Gourmetgeschäfts. Ausserdem trugen die insgesamt gute Margenentwicklung und die höhere Kapazitätsauslastung positiv zum Ergebnis bei: Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um 25.4% in Lokalwährungen (+25.6% in CHF) auf CHF 90.2 Mio.

Region Asien-Pazifik – hohes, rentables Wachstum

Mit einem Plus von 5.5% setzten die asiatischen Schokoladenmärkte ihr solides Wachstum fort.⁷ Trotz einiger Kapazitätsengpässe, die Anfang des Jahres das Wachstumspotenzial beschränkten, konnte Barry Callebaut in der Region Asien-Pazifik das zweistellige Verkaufsmengenwachstum der letzten Jahre aufrechterhalten. Die Verkaufsmenge stieg um 10.3% auf 57,815 Tonnen. Der

⁶ Quelle: Nielsen, September 2011 – August 2012.

⁷ Quelle: Euromonitor International



Medienmitteilung

Bereich Industrielle Produkte konnte seine Verkaufsmenge vor allem dank strategischer Partnerschaften um eine zweistellige Prozentzahl steigern. Im Gourmetgeschäft baute das Unternehmen seine Führungsposition mit den globalen Marken Callebaut® und Cacao Barry® weiter aus.

Auf der Basis des Rückgangs der durchschnittlichen Rohstoffpreise gegenüber dem Vorjahr kletterte der Umsatz um 4.1% in Lokalwährungen (+4.7% in CHF) auf CHF 232.4 Mio. Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg kräftig um 20.9% in Lokalwährungen (+19.3% in CHF) auf CHF 29.7 Mio. und übertraf damit das Verkaufsmengenwachstum. Zurückzuführen ist dies teils auf die höhere Kapazitätsauslastung und teils auf eine positive Margenentwicklung.

Globale Beschaffung & Kakao⁸ – Investitionen in künftiges Wachstum

Nach einem anhaltenden Abwärtstrend bis Ende 2011 bewegten sich die Kakaopreise innerhalb einer Spanne von GBP 1,400 bis 1,600 pro Tonne. Durch die Trockenheit in Afrika und die Unsicherheit über die nächste Haupternte sowie die Kakaoreform in der Elfenbeinküste entstand Ende Juli ein leichter Aufwärtsdruck auf die Preise.

Auf dem globalen Zuckermarkt vollzogen die Preise eine deutliche Korrektur nach unten. Dagegen verharrten die Zuckerpreise in der EU auf historischen Höchstständen. Die Preise für Milchpulver gingen zunächst zurück, zogen dann jedoch infolge der Dürre in den USA wieder kräftig an und lagen am Jahresende erneut auf dem relativ hohen Niveau des Vorjahres.

Der Ausbau der Kapazitäten in bestehenden Fabriken und die höhere interne Nachfrage nach Kakaopulver hatten im ersten Halbjahr Auswirkungen auf das Wachstum des Segments Globale Beschaffung & Kakao. Ab Anfang 2012 begann auch die externe Nachfrage zu steigen, insbesondere aufgrund des Bedarfs der strategischen Partner von Barry Callebaut. Die Gesamtverkaufsmenge nahm um 4.7% auf 271,019 Tonnen zu. Das Segment meldete zudem ein anhaltend hohes Umsatzwachstum: Infolge der hohen Preise für Kakaopulver zum Zeitpunkt der Vertragsabschlüsse stieg der Umsatz um 23.8% in Lokalwährungen (+20,1% in CHF) auf CHF 1,334.7 Mio.

Nach einer anfänglichen Abwärtskorrektur zog die Combined Cocoa Ratio im späteren Jahresverlauf wieder an und zeigte insgesamt eine neutrale Wirkung auf die Rentabilität von Barry Callebaut. Zudem konnten die höheren Kosten im Zusammenhang mit den Anlaufkosten für die strategischen Partnerschaftsvereinbarungen (einschliesslich der damit verbundenen Liefer- und Logistikkosten) sowie den Investitionen in Nachhaltigkeit durch das Verkaufsmengenwachstum nicht ganz wettgemacht werden. Dadurch sank der Betriebsgewinn (EBIT) um 8.9% in Lokalwährungen (-15.7% in CHF) auf CHF 65.2 Mio.

Anträge an die Generalversammlung

Ausschüttung an die Aktionäre

Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung am 5. Dezember 2012 eine Ausschüttung in Höhe von CHF 15.50 je Aktie vorschlagen. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 33% (gegenüber dem Konzerngewinn aus fortgeführten Geschäftsbereichen). Diese Ausschüttung erfolgt teilweise aus den Reserven aus Kapitaleinlagen und teilweise in Form einer Kapitalherabsetzung durch Nennwertrückzahlung. Dadurch unterliegt die Ausschüttung an die

⁸ Die Zahlen unter «Globale Beschaffung & Kakao» umfassen den Verkauf aller Kakaoprodukte an Drittkunden in allen Regionen, während die unter den einzelnen Regionen rapportierten Zahlen alle Schokoladenverkäufe ausweisen.



Medienmitteilung

Aktionäre nicht der Verrechnungssteuer und – für Aktionäre, die als natürliche Personen ihr Steuerdomizil in der Schweiz haben und die Aktien im Privatvermögen halten – auch nicht der Einkommenssteuer. Die Ausschüttung an die Aktionäre wird vorbehaltlich der Zustimmung der Generalversammlung am 4. März 2013 erfolgen.

Verwaltungsrat

Mit Ausnahme von Stefan Pfander stellen sich sämtliche Mitglieder des Verwaltungsrats zur Wiederwahl für eine weitere Amtszeit von einem Jahr. Stefan Pfander wird an der Generalversammlung 2012 nach sieben Jahren sein Verwaltungsratsmandat niederlegen. Der Verwaltungsrat unter dem Vorsitz von Andreas Jacobs dankt ihm für seine wertvollen Beiträge zur Entwicklung des Unternehmens.

Bei der Generalversammlung wird der Verwaltungsrat Nicolas Jacobs zur Wahl als neues Verwaltungsratsmitglied vorschlagen. Darin widerspiegelt sich das Bekenntnis der Familie Jacobs als Mehrheitsaktionär, Barry Callebaut in seiner weiteren Entwicklung zu unterstützen. Nicolas Jacobs bekleidet derzeit die Position als Senior Director for Global M&A and Development bei der Burger King Corporation. Er gehört ausserdem seit 2008 dem Verwaltungsrat der Jacobs AG an. Nicolas Jacobs ist ein bedeutender Aktionär der Barry Callebaut AG. (siehe separaten Lebenslauf)

Detailliertere Finanzinformationen finden Sie im „Annual Report 2011/12“ (ab 7. November 2012 zunächst nur in englischer Sprache verfügbar; die deutsche Version wird ab 19. November 2012 (nur als PDF) vorliegen) sowie im „Letter to Investors 2011/12“ von Barry Callebaut. Beide Dokumente werden auf der Barry Callebaut Website zur Verfügung stehen (<http://www.barry-callebaut.com/documentation>). Gedruckte Versionen des „Annual Report 2011/12“ sowie des „Letter to Investors 2011/12“ sind ab 26. November 2012 erhältlich (nur in englischer Sprache).

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2012/13 (1. September 2012 bis 31. August 2013):

Generalversammlung 2011/12	5. Dezember 2012, Zürich
3-Monats-Verkaufszahlen 2012/13 (Medienmitteilung)	16. Januar 2013
Halbjahresergebnisse 2012/13 (Medienmitteilung & Konferenz)	8. April 2013, Zürich
9-Monats-Verkaufszahlen 2012/13 (Medienmitteilung)	4. Juli 2013
Jahresergebnis 2012/13 (Medienmitteilung & Konferenz)	7. November 2013, Zürich
Generalversammlung 2012/13	11. Dezember 2013, Zürich



Medienmitteilung

Barry Callebaut (www.barry-callebaut.com):

Mit einem Jahresumsatz von etwa CHF 4,8 Milliarden (EUR 4,0 Milliarden / USD 5,2 Milliarden) für das Geschäftsjahr 2011/12 ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut der weltweit grösste Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten – von der Kakaobohne bis zum feinsten Schokoladenprodukt. Barry Callebaut ist in 30 Ländern präsent, unterhält rund 45 Produktionsstandorte und beschäftigt eine vielfältige und engagierte Belegschaft von etwa 6,000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Barry Callebaut steht im Dienst der gesamten Nahrungsmittelindustrie und konzentriert sich dabei auf industrielle Nahrungsmittelhersteller, gewerbliche und professionelle Anwender (wie Chocolatiers, Confiseure oder Bäcker). Letztere bedient das Unternehmen mit seinen zwei globalen Marken Callebaut® und Cacao Barry®. Barry Callebaut ist weltweit führend in der Innovation von Kakao und Schokolade und erbringt eine Reihe von Dienstleistungen in den Bereichen Produktentwicklung und -verarbeitung, Schulung sowie Marketing. Kostenführerschaft ist unter anderem ein wichtiger Grund, weshalb sowohl globale als auch lokale Nahrungsmittelhersteller mit Barry Callebaut zusammenarbeiten. Im Rahmen einer breiten Palette von Nachhaltigkeitsinitiativen und Forschungsaktivitäten arbeitet das Unternehmen mit Bauern, Kooperativen und anderen Partnern zusammen, um zur künftigen Versorgung mit Kakao beizutragen und das wirtschaftliche Auskommen der Bauern zu verbessern.

Konferenzen für Medien resp. Analysten und institutionelle Investoren von Barry Callebaut AG

Datum: Mittwoch, den 7. November 2012

Ort: Barry Callebaut Hauptsitz, Chocolate Academy, Erdgeschoss,
Pfungstweidstrasse 60, Westpark, 8005 Zürich/Schweiz

Zeit: **Medien:** 09.30 bis 10.30 Uhr MEZ

Analysten/Institutionelle Investoren: 11.30 bis ca. 13.00 Uhr MEZ

Die Konferenzen können via Telefon oder Audio-Webcast mitverfolgt werden. Alle Einwahl- und Zugangsinformationen stehen auf der Website von Barry Callebaut zur Verfügung:

[Medien](#)

[Analysten](#)

Kontakte

für Investoren und Finanzanalysten:

Evelyn Nassar

Head of Investor Relations

Barry Callebaut AG

Telefon: +41 43 204 04 23

evelyn_nassar@barry-callebaut.com

für die Medien:

Raphael Wermuth

External Communications Manager

Barry Callebaut AG

Telefon: +41 43 204 04 58

raphael_wermuth@barry-callebaut.com



Medienmitteilung

Kennzahlen der Gruppe für das Geschäftsjahr 2011/12 – aus fortzuführenden Geschäftsbereichen

		Veränderung in %			
		in Lokal- währungen	in Berichts- währung	12 Monate bis 31. August 2012	12 Monate bis 31. August 2011 ⁹
Konzern					
Verkaufsmenge	Tonnen		8.7	1,378,856	1,268,925
Umsatz	Mio. CHF	11.5	8.3	4,829.5	4,459.9
EBITDA	Mio. CHF	4.4	0.9	434.3	430.3
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	1.0	(2.5)	353.2	362.3
Konzerngewinn	Mio. CHF	(5.2)	(8.5)	241.1	263.6
Konzerngewinn (inkl. aufgegebene Geschäftsbereiche)	Mio. CHF	(15.8)	(19.3)	142.6	176.8
Nach Regionen					
Europa					
Verkaufsmenge	Tonnen		6.9	688,203	643,943
Umsatz	Mio. CHF	5.1	0.2	2,150.6	2,147.1
EBITDA	Mio. CHF	0.1	(3.4)	261.3	270.6
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(1.7)	(5.1)	232.2	244.7
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		15.3	361,819	313,715
Umsatz	Mio. CHF	13.1	13.5	1,111.8	979.2
EBITDA	Mio. CHF	25.7	25.8	107.3	85.3
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	25.4	25.6	90.2	71.8
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		10.3	57,815	52,397
Umsatz	Mio. CHF	4.1	4.7	232.4	221.9
EBITDA	Mio. CHF	20.6	19.8	35.7	29.8
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	20.9	19.3	29.7	24.9
Globale Beschaffung & Kakao					
Verkaufsmenge	Tonnen		4.7	271,019	258,870
Umsatz	Mio. CHF	23.8	20.1	1,334.7	1,111.7
EBITDA	Mio. CHF	(1.2)	(7.4)	91.4	98.7
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(8.9)	(15.7)	65.2	77.3
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge	Tonnen		8.7	1,378,856	1,268,925
Kakaoprodukte	Tonnen		4.7	271,019	258,870
Industrielle Produkte	Tonnen		10.8	962,058	868,590
Gourmet & Spezialitätenprodukte	Tonnen		3.0	145,779	141,465
Umsatz	Mio. CHF	11.5	8.3	4,829.5	4,459.9
Kakaoprodukte	Mio. CHF	23.8	20.1	1,334.7	1,111.7
Industrielle Produkte	Mio. CHF	8.3	5.2	2,774.0	2,635.7
Gourmet & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	4.2	1.2	720.8	712.5

⁹ Angepasst um den Effekt der aufgegebenen Geschäftsbereiche.