

Medienmitteilung

Ergebnisse der Barry Callebaut Gruppe für das Geschäftsjahr 2013/14 Markanter Anstieg von Verkaufsmenge und Gewinn

- **Übernommenes Kakaogeschäft verstärkt Verkaufsmengenwachstum: +11.8% (+2.9 stand-alone¹), unterstützt durch Schwellenländer, Gourmet und Outsourcing**
- **Starker Gewinnanstieg: EBIT +21.4% (+5.6% stand-alone¹), Konzerngewinn +14.5%**
- **Erfolgreiche globale Integration des übernommenen Kakaogeschäfts, Gewinnbeitrag und Synergien im Plan**
- **Rücktritt von Jürgen Steinemann als CEO per Ende Geschäftsjahr 2014/15; vorgeschlagen zur Wahl als Vizepräsident des Verwaltungsrats**
- **Frau Wai Ling “Winnie” Liu ebenfalls vorgeschlagen zur Wahl in den Verwaltungsrats, als Nachfolgerin für den zurücktretenden Ajai Puri**
- **Dividendenantrag von CHF 15.50 je Aktie, Ausschüttungsquote von 34%**
- **Mittelfristige Finanzziele bestätigt²**

Zürich/Schweiz, 6. November 2014 – Dazu Jürgen Steinemann, CEO der Barry Callebaut Gruppe: «Erneut können wir auf ein Rekordjahr mit einem starken Verkaufsmengen- und Gewinnwachstum zurückblicken. Durch die Übernahme des Kakaogeschäfts stieg unsere Verkaufsmenge markant an, unterstützt von unseren drei Wachstumstreibern Schwellenmärkte, Gourmet und strategische Partnerschaften. Mit 2.9% erhöhte sich unsere stand-alone-Verkaufsmenge rascher als der globale Schokoladenmarkt³. In den letzten zwei Jahren haben wir unseren Fokus verstärkt auf Margenverbesserungen gerichtet. Dies hat sich in Form eines zweistelligen Wachstums von EBIT und Konzerngewinn ausbezahlt. Besonders freut mich die erfolgreiche globale Integration des übernommenen Kakaogeschäfts und dass der Bereich bereits im ersten Jahre einen Gewinnbeitrag geleistet hat.»

Verkaufszahlen der Barry Callebaut Gruppe für das Geschäftsjahr 2013/14 – für den gesamten Konzern

		Veränderung in %			
		in Lokalwährungen	in CHF	12 Monate bis 31. August 2014	12 Monate bis 31. August 2013
Verkaufsmenge	Tonnen		11.8	1,716,766	1,535,662
Umsatz	Mio. CHF	23.4	20.1	5,865.9	4,884.1
Bruttogewinn	Mio. CHF	20.7	18.2	861.1	728.7
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	23.9	21.4	416.2	342.9
EBIT pro Tonne	CHF	10.9	8.5	242.4	223.4
Konzerngewinn für das Berichtsjahr	Mio. CHF	15.7	14.5	255.0	222.8

Stand-alone – ohne das von Petra Foods übernommene Kakaogeschäft¹

Verkaufsmenge	Tonnen		2.9	1,541,654	1,498,632
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	7.6	5.6	392.8	372.1
EBIT pro Tonne	CHF	4.6	2.6	254.8	248.3

¹ «Stand-alone»-Zahlen verstehen sich ohne das von Petra Foods, Singapur, im Juni 2013 übernommene Kakaogeschäft.

² Ab Konsolidierung des erworbenen Kakaogeschäfts: durchschnittlicher jährlicher Anstieg der Verkaufsmenge von 6-8% und Steigerung des EBIT pro Tonne bis 2015/16 auf das Niveau vor der Akquisition (CHF 256 pro Tonne), unter Ausschluss unvorhergesehener Ereignisse.

³ Der globale Schokoladenmarkt legte um 2.3% zu. Quelle: Nielsen, September 2013 – August 2014.

Die Barry Callebaut Gruppe, der weltweit führende Hersteller hochwertiger Schokoladen- und Kakaoprodukte, hat im per 31. August 2014 beendeten Geschäftsjahr 2013/14 seine gesamte **Verkaufsmenge** signifikant um 11.8% auf 1,716,766 Tonnen gesteigert. Auf stand-alone-Basis beschleunigte sich das Verkaufsmengenwachstum im vierten Quartal und erreichte im gesamten Geschäftsjahr +2.9%, während der Markt für Schokoladenprodukte weltweit um 2.3%⁴ zulegte. Mit der Integration des im Juni 2013 übernommenen Kakaogeschäfts stieg das gesamte Wachstum der Gruppe markant an. Dazu beigetragen haben erneut auch die Schwellenmärkte, Gourmet und strategische Partnerschaften. Die Verkaufsmengen stiegen in sämtlichen Produktgruppen an.

Mit dem starken Verkaufsmengenwachstum und den gegenüber dem Vorjahr höheren Durchschnittspreisen für Kakaobohnen stieg der **Umsatz** um 20.1% (stand-alone +10.0%) auf CHF 5,865.9 Mio. an.⁵

Der **Bruttogewinn** erhöhte sich um 18.2% (stand-alone +10.6%) auf CHF 861.1 Mio. Diese markante Steigerung der Profitabilität ist das Ergebnis eines verbesserten Produktmix (mit einem höheren Anteil an Gourmet- & Spezialitätenprodukten) sowie höheren Produktmargen im Industriegeschäft. Die Combined Cocoa Ratio hatte insgesamt einen neutralen Effekt auf die Profitabilität der Gruppe, mit Unterschieden in den einzelnen Regionen.

Der **Betriebsgewinn** (EBIT) wuchs um 21.4% (stand-alone +5.6%) auf CHF 416.2 Mio. als Folge der Steigerung des stand-alone Bruttogewinns sowie der Betriebsgewinnbeitrag des übernommenen Kakaogeschäfts in Höhe von CHF 26.7 Mio. (ohne Transaktions- und Integrationskosten). Die Gruppe steigerte auch den **EBIT pro Tonne** markant um 8.5% auf CHF 242.4 (stand-alone +2.6% auf CHF 254.8).

Der **Konzerngewinn** stieg für die Berichtsperiode um 14.5% auf CHF 255.0 Mio. Hierzu trug vor allem die gute EBIT-Entwicklung bei, teilweise durch die höheren Finanzierungs- und Steuer-aufwendungen wieder aufgehoben.

Ausblick - Weiterhin attraktives Wachstumspotenzial, Fokus auf straffe Kostenkontrolle
CEO Jürgen Steinemann zum Ausblick: « Die kurzfristigen globalen wirtschaftlichen Aussichten bleiben herausfordernd. Daher werden wir den Fokus auf eine straffe Kontrolle unserer Kosten richten. Mit unserer bewährten Strategie, den strukturellen Investitionen, die wir in den letzten Jahren getätigt haben, und den globalen Plattformen, die wir zur Stärkung unserer Basis aufgebaut haben, sehen wir jedoch viele Wachstumschancen entlang unserer drei Wachstumstreiber – Schwellenmärkte, Outsourcing und Partnerschaften sowie Gourmet. Wir erwarten, dass wir weiterhin das Wachstum des globalen Schokoladenmarktes übertreffen können und richten weiterhin ein Augenmerk auf die Steigerung unserer Produktmargen. Das gibt uns das Vertrauen, dass wir unsere mittelfristigen Finanzziele erreichen werden.⁶»

Strategische Meilensteine im Geschäftsjahr 2013/14

- Im Zeichen ihrer starken Verpflichtung zur «**Expansion**» eröffnete die Gruppe in Makassar (Indonesien) eine neue Kakaofabrik und ihre erste Schokoladenfabrik in der Türkei. Zudem nahm die neu erbaute Schokoladenfabrik der Barry Callebaut Gruppe in Santiago de Chile im August den Betrieb auf. In Indien baut das Unternehmen derzeit ihren ersten Produktionsstandort in Pune auf, der Anfang 2015 den Betrieb aufnehmen wird.
- «**Innovation**»: Die Gruppe lancierte über 20 neue Produkte, angefangen bei Schokoladen mit längerer Haltbarkeit („Anti-Bloom Barrier“ zur Vermeidung von Fettreif) über reformulierte Schokoladen (z. B. Produkte mit geringerem Zucker- und/oder Fettgehalt) bis hin zu Einschlüssen, die vielfältige Textur- und- und Geschmackserlebnisse bieten.

⁴ Quelle: Nielsen, September 2013 – August 2014.

⁵ Die Barry Callebaut Gruppe gibt die Rohstoffkosten für den Grossteil ihres Geschäfts direkt an die Kunden weiter.

⁶ Ab Konsolidierung des erworbenen Kakaogeschäfts: durchschnittlicher jährlicher Anstieg der Verkaufsmenge von 6-8% und Steigerung des EBIT pro Tonne bis 2015/16 auf das Niveau vor der Akquisition (CHF 256 pro Tonne), unter Ausschluss unvorhergesehener Ereignisse.

- Mit dem Ausbau der Produktionskapazitäten an den bestehenden Standorten Wieze (Belgien); Łódz (Polen); Banbury (Grossbritannien); Vic (Spanien); Norderstedt (Deutschland); Eskişehir (Türkei); St. Hyacinthe und Chatham (Kanada); St. Albans, American Canyon und Hendersonville (USA); Extrema (Brasilien) und Singapur stärkte die Barry Callebaut Gruppe ihre **«Kostenführerschaft»** und entspannte gleichzeitig vorhandene Kapazitätsengpässe, vor allem in Westeuropa.
- Mit der Übernahme der verbleibenden 51% an der Biolands Group bestätigte Barry Callebaut ihr Engagement für **«Nachhaltigen Kakao»**. Im Juni 2014 organisierte das Unternehmen die zweite CHOCOVISION-Konferenz, um die Zusammenarbeit innerhalb der Branche zu fördern und die Nachhaltigkeit im Kakaosektor zu beschleunigen. Die Gruppe gehört auch zu den treibenden Kräften hinter dem von der World Cocoa Foundation (WCF) im Mai angekündigten Programm **«CocoaAction»** – der branchenweit wohl bedeutendsten Nachhaltigkeitsinitiative.

Entwicklung in den Regionen / Segmenten

Region Europa – Starke Gewinnentwicklung dank Fokus auf Produktmargen und Produktmix

Der europäische Schokoladenmarkt legte um 1.2% zu. In Westeuropa betrug das Wachstum +0.1%, während die Märkte in Osteuropa einen Zuwachs von 3.7% verzeichneten.⁷ In der Region Europa ging die Verkaufsmenge um 1.2% auf 735,204 Tonnen zurück. In Westeuropa optimierte die Gruppe ihren Kunden- und Produktmix und erzielte damit höhere Margen. Während Kapazitätsengpässe im Vorjahr das Wachstum eingeschränkt haben, konnten mit den jüngsten Investitionen diese Engpässe beseitigt werden, sodass nun die Basis für weiteres Wachstum vorhanden ist. Spezialitäten- und Dekorationsprodukte verzeichneten ein gutes Wachstum und trugen zu einem besseren Produktmix bei. Der Region gelang es überdies, verschiedene neue langfristige Partnerschaftsvereinbarungen mit regional führenden Unternehmen abzuschliessen. Das Gourmetgeschäft entwickelte sich ausgezeichnet und erreichte ein zweistelliges Wachstum bei den globalen Marken Callebaut® und Cacao Barry®. Die Getränke-sparte erreichte ein sehr gutes Ergebnis. In der Region EEMEA erzielten die Industriellen Produkte und das Gourmet- & Spezialitätenproduktgeschäft erneut ein zweistelliges Verkaufsmengenwachstum, trotz der sehr herausfordernden Märkte im vierten Quartal. Insgesamt wuchs der Umsatz in der Region Europa infolge der höheren Preise für Kakaobohnen und der vermehrten Nachfrage nach höherwertigen Produkten um 9.4% auf CHF 2,573.3 Mio. Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um 5.3% auf CHF 268.1 Mio, infolge besserer Bruttomargen im Geschäft mit Industriellen Produkten und einem starken Beitrag aus dem Gourmet- & Spezialitätenproduktgeschäft.

Region Nord- und Südamerika – Anhaltend starke Wachstumsdynamik bei Verkaufsmenge und Gewinn

Das Volumen des Schokoladenmarkts in Nord- und Südamerika stieg um 2.8%. In Nordamerika betrug das Wachstum 2.1%, während die Märkte in Südamerika ein Plus von 7.0% verzeichneten.⁷ Die Region Nord- und Südamerika erzielte erneut ein starkes Ergebnis. Die Verkaufsmenge erhöhte sich um 5.4% auf 445,150 Tonnen. In den NAFTA-Staaten wuchs der Bereich Industrielle Produkte deutlich schneller als der Markt. Sowohl die globalen als auch die regionalen Kunden der Gruppe trugen zu dieser Entwicklung bei. Das Gourmetgeschäft entwickelte sich ausgezeichnet, angetrieben von einem zweistelligen Wachstum mit den globalen Marken Callebaut® und Cacao Barry®. Mexiko und Südamerika verzeichneten eine starke Entwicklung der Verkaufsmenge im Industrie- und im Gourmetgeschäft, trotz einer allgemeinen wirtschaftlichen Verlangsamung.

⁷ Quelle: Nielsen, September 2013 – August 2014.

Insgesamt stieg der Umsatz in dieser Region um 8.8% auf CHF 1,287.3 Mio. an. Der Betriebsgewinn (EBIT) erhöhte sich markant um 17.5% auf CHF 126.5 Mio, insbesondere dank der höheren Verkaufsmengen und Margenverbesserungen in allen Geschäftsbereichen und Märkten.

Region Asien-Pazifik – Beschleunigtes Wachstum der Verkaufsmenge

Die Schokoladenmärkte in Asien-Pazifik wuchsen um 8.3%.⁸

Das Wachstum der Verkaufsmenge der Barry Callebaut Gruppe in der Region Asien-Pazifik beschleunigte sich im Vergleich zum Vorjahr um 9.3% auf 64,322 Tonnen. Wachstumstreiber waren die Industriellen Produkte, die zweistellig wuchsen. Insgesamt entwickelten sich die Verkaufsmenge im Gourmetgeschäft wegen Wechselkurseffekten in den Hauptmärkten sowie neuen Importeinschränkungen in Indien rückläufig.

Der Umsatz für das gesamte Geschäft nahm um 12.2% auf CHF 249.1 Mio. zu, massgeblich beeinflusst durch höhere Rohstoffpreise. Schwächere Währungen, eine Verlangsamung im Gourmetgeschäft, insbesondere in Japan, und weitere Investitionen in Strukturen und Fabriken wirkten sich auf den Betriebsgewinn aus; der EBIT stieg lediglich um 0.4% auf CHF 27.0 Mio. an.

Global Cocoa – Erfolgreiche globale Integration des übernommenen Kakaogeschäfts

Im ersten Jahr, in dem das im Juni 2013 übernommene Kakaogeschäft vollumfänglich in die Gruppe integriert war, erhöhte sich die Verkaufsmenge im Bereich Global Cocoa um 52.1% auf 472,090 Tonnen. Die stand-alone-Verkaufsmenge erhöhte sich um 8.6% auf 296,978 Tonnen. Der Umsatz für das gesamte Geschäft nahm um 55.8% auf CHF 1,756.2 Mio. zu, im Einklang mit dem Anstieg der Verkaufsmenge aufgrund des übernommenen Kakaogeschäfts. In einem herausfordernden Marktumfeld für Kakaoprodukte verzeichnete Global Cocoa einen starken EBIT-Zuwachs zu dem das übernommene Kakaogeschäfts einen Beitrag in Höhe von CHF 26.7 Mio. geleistet hat. Insgesamt stieg der Betriebsgewinn (EBIT) um 95.7% auf CHF 82.0 Mio. Der stand-alone-Betriebsgewinn nahm um 2.6% auf CHF 55.3 Mio. zu, beeinflusst durch die schwache Combined Cocoa Ratio.

Die meisten globalen Meilensteine zur Integration des übernommenen Kakaogeschäfts sind inzwischen erreicht. Die Verantwortlichkeiten für die noch ausstehenden Arbeiten wurden nun in die regionalen Divisionen des Bereichs Global Cocoa transferiert. Die übernommenen Produktionsanlagen und das Logistiknetzwerk sind vollumfänglich integriert und erste Synergien wurden erreicht. Die für 2015/16 erwarteten Synergien in Höhe von CHF 30-35 Mio. werden bestätigt.

Entwicklung der Rohwarenpreise

Die **Kakaopreise** standen zu Beginn des Geschäftsjahres bei rund GBP 1,600 pro Tonne und zogen dann stetig an. Im Verlaufe des Jahres betrug der Anstieg rund 25% und erreichte Ende August 2014 ein Niveau von über GBP 2,000 pro Tonne. Aus den beiden wichtigsten Herkunftsländern, der Elfenbeinküste und Ghana, trafen umfangreiche Ernten ein, sodass die Saison 2013/14 mit einem leichten Angebotsüberschuss abgeschlossen werden konnte. Dennoch hielt der Aufwärtstrend bei den Preisen an. Ängste im Zusammenhang mit dem Ausbruch von Ebola in einigen westafrikanischen Nachbarländern der Elfenbeinküste und Ghana, El-Niño-Prognosen, eine mögliche Kakao-Angebotslücke bis im Jahr 2020 sowie Finanzspekulation trieben die Preise in die Höhe.

Der Weltmarkt für **Zucker** zeigte sich sehr volatil – ein Verhalten, das sowohl von den Anlagefonds als auch von Wettererwartungen bestimmt wurde. Die Preise schlossen um knapp 20% unter dem Niveau zu Beginn des Geschäftsjahres. Die gute Zuckerversorgung in Europa liess die Preise stetig zurückgehen; insgesamt betrug der Preisrückgang rund 25%.

Hohe Marktpreise wirkten sich weltweit als Anreiz auf die Milchproduktion aus. Die Nachfrage nach **Milchpulver** blieb hinter dem reichlichen Angebot zurück, sodass sich die Preise auf

⁸ Quelle: Nielsen, September 2013 – August 2014.

globaler Ebene seit März 2014 rückläufig entwickelten. Die Preise liegen derzeit um rund 35% unter dem Niveau zu Beginn des Geschäftsjahres.

Anträge zuhanden der Generalversammlung (GV)

Ausschüttung an die Aktionäre

Der Verwaltungsrat wird an der Generalversammlung am 10. Dezember 2014 die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von CHF 15.50 pro Aktie beantragen. Dies entspricht einer Dividenden-erhöhung um 6.9% gegenüber dem Vorjahr und einer Ausschüttungsquote von 34% des Reingewinns aus fortzuführenden Geschäftsbereichen. Erneut erfolgt die Ausschüttung über eine Dividendenzahlung aus den Reserven aus Kapitaleinlagen. Die Ausschüttung dieser Mittel an die Aktionäre unterliegt nicht der Verrechnungssteuer. Für Aktionärinnen und Aktionäre, die in der Schweiz ansässig sind und die Aktien privat halten, entfällt zudem die Einkommenssteuer. Die Dividende wird den Aktionären am 2. März 2015 ausgezahlt, vorbehaltlich der Genehmigung des Ausschüttungsantrags durch die Generalversammlung.

Rücktritt von CEO Jürgen Steinemann per Ende Geschäftsjahr 2014/15 – vorgeschlagen als neues Mitglied und Vizepräsident des Verwaltungsrates

Jürgen Steinemann hat sich entschieden, auf das Ende des Geschäftsjahres 2014/15 von seinem Amt als CEO der Barry Callebaut Gruppe zurückzutreten, das er im August 2009 antrat. Der Verwaltungsrat schlägt Jürgen Steinemann an der kommenden Generalversammlung zur Wahl in den Verwaltungsrat und als Vizepräsidenten vor.

Dazu Jürgen Steinemann: „Nach einer intensiven Zeit als CEO von Barry Callebaut möchte ich von meiner Funktion auf das Ende des laufenden Geschäftsjahres zurücktreten. Bis dann werde ich mich weiterhin mit voller Kraft für Barry Callebaut einsetzen und sicherstellen, dass auch das laufende Geschäftsjahr erfolgreich wird. Es ist eine Ehre für mich, dass der Verwaltungsrat mich als neues Mitglied des Verwaltungsrates und als Vizepräsidenten vorschlägt. Denn das ermöglicht mir, das künftige Wachstum unseres grossartigen Unternehmens weiter zu unterstützen, mit Hilfe des unternehmerischen Denkens, der Begeisterung und dem einmaligen Wissen all meiner Kolleginnen und Kollegen.“

Andreas Jacobs, Präsident des Verwaltungsrates von Barry Callebaut, fügte an: „Der Verwaltungsrat bedauert, aber akzeptiert den Wunsch von Jürgen Steinemann, von seiner exekutiven Funktion zurückzutreten. Er wird bis Ende dieses Geschäftsjahres mit an Bord bleiben. Dies erlaubt uns eine zeitgerechte Nachfolgeplanung und garantiert einen nahtlosen Übergang. Die Suche nach einem Nachfolger wurde eingeleitet. Da der Verwaltungsrat weiterhin Jürgen Steinemanns umfassende Erfahrung nutzen möchte, schlagen wir ihn unseren Aktionärinnen und Aktionären zur Wahl in den Verwaltungsrat und als Vizepräsidenten vor. Wenn die Generalversammlung unserem Vorschlag folgt, freuen wir uns, Jürgen Steinemann in unserem Gremium begrüßen zu können.“

Im Weiteren schlägt der Verwaltungsrat Frau **Wai Ling “Winnie“ Liu** (1968, Hong Kong Chinesin) zur Wahl in den Verwaltungsrat vor. Frau Liu ist CEO von ENZO Jewelry, einer in Hong Kong gegründeten Schmuck-Einzelhandelsmarke, die über 230 Schmuckgeschäfte in 60 Städten auf dem chinesischen Festland betreibt (weitere Details im separaten Lebenslauf). Dazu Andreas Jacobs: „Unser Unternehmen und unsere Kundenbasis sind globaler geworden. Aus diesem Grund möchten wir unseren Verwaltungsrat weiter diversifizieren, ganz im Einklang mit unserer globalen Präsenz.“

Winnie Liu wird die Nachfolge von Ajai Puri antreten, der sich zum Rücktritt entschieden hat. Der Verwaltungsrat dankt Ajai Puri für seinen wertvollen Beitrag und freut sich, dass er noch in einer aktiven Beraterrolle für die Bereiche Innovation, Wissenschaft und Technologie dem Unternehmen zur Verfügung stehen wird.

Alle anderen Verwaltungsratsmitglieder – **Andreas Jacobs, Andreas Schmid, Fernando Aguirre, Jakob Bär, James L. Donald, Nicolas Jacobs und Timothy E. Minges** – stehen für eine Wiederwahl zur Verfügung.

Weitere Informationen finden Sie ab heute in den folgenden Publikationen:

- (Micro-)Website Jahresbericht 2013/14 www.barry-callebaut.com/annual-report
- Jahresbericht 2013/14 (PDF): www.barry-callebaut.com/documentation
- Kakao-Nachhaltigkeitsbericht 2013/14 (PDF): www.barry-callebaut.com/documentation

Konferenzen für Medien bzw. Analysten und institutionelle Investoren der Barry Callebaut Gruppe

Datum: Donnerstag, 6. November 2014

Ort: Barry Callebaut Hauptsitz, Chocolate Academy™ Center, Pfingstweidstrasse 60, 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 Zugriffsinformationen stehen auf der Website der Barry Callebaut Gruppe zur Verfügung (via untenstehende Direktlinks):

[Medien](#)

[Analysten](#)

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2014/15 (1. September 2014 bis 31. August 2015):

Generalversammlung 2013/2014	10. Dezember 2014
3-Monats-Verkaufszahlen 2014/15 (Medienmitteilung)	21. Januar 2015
Halbjahresergebnisse 2014/15 (Medienmitteilung und Konferenz)	1. April 2015
9-Monats-Verkaufszahlen 2014/15 (Medienmitteilung)	8. Juli 2015
Jahresergebnisse 2014/15 (Medienmitteilung und Konferenz)	4. November 2015
Generalversammlung 2014/2015	9. Dezember 2015

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 5.9 Milliarden (EUR 4.8 Milliarden / USD 6.5 Milliarden) für das Geschäftsjahr 2013/14 ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut Gruppe der weltweit grösste Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten – von der Beschaffung und Verarbeitung der Kakaobohnen bis zur Herstellung der feinsten Schokoladen, einschliesslich Füllungen, Dekorationen und Schokoladenmischungen. Die Gruppe unterhält weltweit über 50 Produktionsstandorte und beschäftigt eine vielfältige und engagierte Belegschaft von mehr als 9,300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Die Barry Callebaut Gruppe steht im Dienst der gesamten Nahrungsmittelindustrie, von industriellen Nahrungsmittelherstellern bis zu gewerblichen und professionellen Anwendern wie Chocolatiers, Confiseurs, Bäckern, Hotels, Restaurants oder Cateringunternehmen. Diese Gourmet-Kunden bedient die Gruppe mit den zwei globalen Marken Callebaut® und Cacao Barry®.

Die Barry Callebaut Gruppe setzt sich mit ihrer Initiative «Cocoa Horizons» für eine nachhaltige Kakaoproduktion ein, um die künftige Versorgung mit Kakao sicherzustellen sowie das wirtschaftliche Auskommen der Bauern zu verbessern.

Kontakte**für die Medien:**

Raphael Wermuth
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Tel.: +41 43 204 04 58
raphael_wermuth@barry-callebaut.com

für Investoren und Finanzanalysten:

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

Kennzahlen der Barry Callebaut Gruppe für das Geschäftsjahr 2013/14 – aus fortzuführenden Geschäftsbereichen

		Veränderung in %			
		in Lokal- Währungen	in CHF	12 Monate bis 31. August 2014	12 Monate bis 31. August 2013
Kennzahlen für die gesamte Gruppe					
Verkaufsmenge	Tonnen		11.8	1,716,766	1,535,662
Umsatz	Mio. CHF	23.4	20.1	5,865.9	4,884.1
Bruttogewinn	Mio. CHF	20.7	18.2	861.1	728.7
EBITDA	Mio. CHF	24.0	21.2	531.5	438.4
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	23.9	21.4	416.2	342.9
Konzerngewinn aus fortzu- führenden Geschäftsbereichen	Mio. CHF	12.3	11.1	255.0	229.5
Total Jahresergebnis (netto)	Mio. CHF	15.7	14.5	255.0	222.8
EBIT pro Tonne	CHF	10.9	8.5	242.4	223.4
Kennzahlen (auf stand-alone-Basis)					
Verkaufsmenge	Tonnen		2.9	1,541,654	1,498,632
Umsatz	Mio. CHF	13.0	10.0	5,231.2	4,756.4
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	7.6	5.6	392.8	372.1
EBIT pro Tonne	CHF	4.6	2.6	254.8	248.3
Nach Regionen – gesamte Gruppe					
Europa					
Verkaufsmenge	Tonnen		(1.2)	735,204	744,078
Umsatz	Mio. CHF	10.4	9.4	2,573.3	2,352.5
EBITDA	Mio. CHF	7.2	6.9	306.0	286.2
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	5.5	5.3	268.1	254.6
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		5.4	445,150	422,380
Umsatz	Mio. CHF	13.8	8.8	1,287.3	1,182.7
EBITDA	Mio. CHF	16.0	12.3	145.2	129.3
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	20.8	17.5	126.5	107.7
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		9.3	64,322	58,832
Umsatz	Mio. CHF	19.0	12.2	249.1	222.0
EBITDA	Mio. CHF	5.8	3.6	33.7	32.5
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	1.1	0.4	27.0	26.9
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		52.1	472,090	310,372
Umsatz	Mio. CHF	61.4	55.8	1,756.2	1,126.9
EBITDA	Mio. CHF	81.2	73.2	131.1	75.7
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	106.3	95.7	82.0	41.9
Nach Produktgruppen – gesamte Gruppe					
Verkaufsmenge	Tonnen		11.8	1,716,766	1,535,662
Kakaoprodukte	Tonnen		52.1	472,090	310,372
Industrielle Produkte	Tonnen		0.7	1,072,750	1,065,028
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		7.3	171,926	160,262
Umsatz	Mio. CHF	23.4	20.1	5,865.9	4,884.1
Kakaoprodukte	Mio. CHF	61.4	55.8	1,756.2	1,126.9
Industrielle Produkte	Mio. CHF	12.0	9.3	3,247.4	2,971.7
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	12.0	9.8	862.3	785.5