

Medienmitteilung

Ergebnisse der Barry Callebaut Gruppe für das Geschäftsjahr 2014/15 Barry Callebaut wächst weiterhin deutlich schneller als der globale Schokoladenmarkt

- **Breit abgestütztes Wachstum der Verkaufsmenge von 4.5%, deutliche Beschleunigung im vierten Quartal**
- **Betriebsgewinn (EBIT) stieg um 7.4% in Lokalwährungen (-0.3% in CHF), Konzerngewinn um 2.7% tiefer in Lokalwährungen (-5.9% in CHF)**
- **Antoine de Saint-Affrique neuer CEO von Barry Callebaut seit 1. Oktober 2015**
- **Neue mittelfristige Finanzziele¹ mit Konzentration auf konstantem, über dem Markt liegendem Wachstum der Verkaufsmenge sowie Steigerung der Profitabilität und im Durchschnitt:**
 - **4–6% Volumenwachstum**
 - **EBIT-Wachstum in Lokalwährungen über dem Volumenwachstum**
- **Alle Verwaltungsratsmitglieder stellen sich zur Wiederwahl; Patrick De Maeseneire, neuer CEO der Jacobs Holding, zur Wahl in den Verwaltungsrat und als Vizepräsident vorgeschlagen**
- **Dividendenantrag von CHF 14.50 je Aktie; stabile Ausschüttungsquote von 33%**

Zürich/Schweiz, 4. November 2015 – Dazu Antoine de Saint-Affrique, CEO der Barry Callebaut Gruppe: „Wie stets in den letzten zehn Jahren übertrafen wir den Markt und erzielten ein solides, profitables Wachstum. Nach einem verhaltenen Start in das Geschäftsjahr 2014/15 beschleunigte sich das Verkaufsmengenwachstum, vor allem im letzten Quartal, auf insgesamt 4.5%, dies in deutlichem Gegensatz zum globalen Schokoladenmarkt². Unsere Verkaufsmenge wuchs auf breiter Basis, vor allem in den entwickelten Märkten und unterstützt von unseren Wachstumstreibern Outsourcing, Schwellenländer und Gourmet. Trotz des historisch schwachen Marktes für Kakaoprodukte und unter Ausschluss ungünstiger Währungsumrechnungseffekte konnten wir unseren Betriebsgewinn steigern, und zwar dank unseres anhaltenden Fokus auf Produktmix, Margen und Kosten. Ich gratuliere unserem gesamten Team zu dieser robusten Leistung.“

Kennzahlen der Barry Callebaut Gruppe für das Geschäftsjahr 2014/15					
		Veränderung in %			
		in Lokalwähr- ungen	in CHF	12 Monate bis 31. August 2015	12 Monate bis 31. August 2014
Verkaufsmenge	Tonnen		4.5	1,794,782	1,716,766
Umsatz	Mio. CHF	12.1	6.4	6,241.9	5,865.9
Bruttogewinn	Mio. CHF	4.8	(1.7)	846.8	861.1
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	7.4	(0.3)	414.8	416.2
Konzerngewinn für das Berichtsjahr	Mio. CHF	(2.7)	(5.9)	239.9	255.0
EBIT pro Tonne	CHF	2.9	(4.7)	231.1	242.4

¹ Im Durchschnitt für die drei Geschäftsjahre 2015/16 bis 2017/18, dies unter Ausschluss grösserer, unvorhergesehener Ereignisse

² Der globale Schokoladenmarkt gab um -2.7% nach. Quelle: Nielsen, September 2014 – August 2015.

Die Barry Callebaut Gruppe, der weltweit führende Hersteller hochwertiger Schokoladen- und Kakaoprodukte, steigerte im Geschäftsjahr 2014/15 (endend am 31. August 2015) die **Verkaufsmenge** um 4.5% auf 1,794,782 Tonnen, mit einer deutlichen Beschleunigung im letzten Quartal. Dieses Wachstum hebt sich positiv ab von der Entwicklung des globalen Schokoladenmarkts, der laut Nielsen um 2.7% nachgab. Die Verkaufsmenge wuchs auf breiter Basis; die entwickelten Märkte Westeuropas und Nordamerikas trugen massgeblich dazu bei, ebenso die Wachstumstreiber Outsourcing, Schwellenländer und Gourmet & Spezialitäten. Der **Umsatz** stieg um 12.1% in Lokalwährungen (6.4% in CHF) auf CHF 6,241.9 Mio. dank der gestiegenen Verkaufsmenge und höherer Kakaobohnenpreise im gesamten Geschäftsjahr³.

Der **Bruttogewinn** nahm um 4.8% in Lokalwährungen (-1.7% in CHF) auf CHF 846.8 Mio. zu. Er wurde stark beeinträchtigt von der aussergewöhnlich tiefen Combined Cocoa Ratio, was durch den stärkeren Fokus des Unternehmens auf Margen sowie Produkt- und Kundenmix und das Wachstum des Gourmet & Spezialitätengeschäfts kompensiert wurde.

Der **Betriebsgewinn** (EBIT) stieg um 7.4% in Lokalwährungen (-0.3% in CHF) auf CHF 414.8 Mio., d.h. rascher als die Verkaufsmenge. Der tiefe EBIT im Segment Global Cocoa wurde durch die positiven EBIT-Beiträge aller anderen Regionen und Produktgruppen ausgeglichen. Dies ist auch das Ergebnis der guten Bruttomargenentwicklung und strikter Disziplin bei den Fixkosten. Nach einem starken Vorjahr legte der **EBIT pro Tonne** um 2.9% in Lokalwährungen zu. Aufgrund bedeutender Währungsumrechnungseffekte ging der EBIT pro Tonne in CHF um 4,7% zurück.

Der **Konzerngewinn** lag für die Berichtsperiode in Lokalwährungen um 2.7% unter dem Vorjahr (-5.9% in CHF) und erreichte CHF 239.9 Mio. Dies spiegelt einen höheren durchschnittlichen Finanzierungsbedarf aufgrund der höheren Kakaobohnenpreise, einen Währungsverlust sowie höhere Steuern wider.

Ausblick – Fokus auf einem «smarten» Gleichgewicht zwischen einem konstanten, über dem Markt liegenden Verkaufsmengenwachstum und höherer Profitabilität

Antoine de Saint-Affrique zum Ausblick: „Wir sehen zahlreiche künftige Wachstumschancen. Auf der Basis unserer drei Wachstumstreiber Outsourcing & Partnerschaften, Schwellenmärkte und Gourmet & Spezialitäten wollen wir weiterhin konstant über dem Markt wachsen. Für die Zukunft streben wir ein ‚smartes‘ Wachstum an, d.h. ein Gleichgewicht zwischen dem Wachstum der Verkaufsmenge, der Steigerung der Profitabilität und der Erwirtschaftung von freiem Cash flow. Im Geschäftsjahr 2015/16 dürfte uns der Markt für Kakaoprodukte vor einige Herausforderungen stellen, was unsere Profitabilität vorübergehend beeinflussen wird. Wir treiben deshalb eine Reihe von strategischen Initiativen wie unser Projekt ‚Cocoa Leadership‘ voran, um unsere globale Präsenz im Bereich Kakao bestmöglich zu nutzen, unser Netzwerk zu optimieren und unsere Profitabilität mittelfristig zu stärken. Unsere mittelfristigen Finanzziele passen wir an auf ein durchschnittliches Verkaufsmengenwachstum von 4-6% pro Jahr und ein über dem Verkaufsmengenwachstum liegendes EBIT-Wachstum in Lokalwährungen für die 3-Jahres-Periode 2015/16 - 2017/18, dies unter Ausschluss grösserer, unvorhergesehener Ereignisse.“

Strategische Meilensteine im Geschäftsjahr 2014/15

- **«Expansion»:** Übernahme der Produktionsanlagen von [World's Finest® Chocolate](#) im attraktiven Mittleren Westen der USA und Unterzeichnung eines langfristigen Liefervertrags

³ Die Barry Callebaut Gruppe gibt die Rohstoffkosten für den Grossteil ihres Geschäfts direkt an die Kunden weiter.

für ihren gesamten Schokoladenbedarf. Erste Liefervereinbarung in Südostasien für einen Grossteil des Compound-Schokoladenbedarfs von [GarudaFood](#) in Indonesien. Eröffnung einer neuen [Schokoladenfabrik in Paine](#), Chile. Ausbau der Schokoladenfabriken in [Extrema](#), Brasilien, und [Lodz](#), Polen. Eröffnung einer kostengünstigen Fabrik für Compound-Schokolade in Pune, Indien. Umzug des CHOCOLATE ACADEMY™-Zentrums in [Russland](#) in die Innenstadt von Moskau und Eröffnung von drei solchen Zentren für professionelle Anwender in [Tokio](#), [Köln](#) und [Dubai](#) zur weiteren Stärkung des Gourmetgeschäfts; die Gesamtzahl von CHOCOLATE ACADEMY™-Zentren beträgt nun 19. Übernahme des Nusspezialisten [American Almond](#) in den USA zur Erweiterung unseres Angebots an Spezialitätenprodukten in Nord- und Südamerika.

- **«Innovation»:** Entwicklung von neuen Rezepturen für Schokolade und Compound-Schokolade mit [höherer Hitzeresistenz](#) zur Deckung der Nachfrage in wärmeren Klimazonen. Eröffnung eines Chocolate Application Center in Wieze, Belgien, sowie des ersten [Cocoa Application Center](#) in Asien-Pazifik in Pasir Gudang, Malaysia. 10% des Umsatzes im Geschäftsjahr 2014/15 stammt von neuen oder überarbeiteten Produkten.
- **«Kostenführerschaft»:** Einrichtung eines Shared Service Center in Lodz, Polen, in dem Transaktionsaktivitäten für ganz Europa gebündelt werden.
- **«Nachhaltiger Kakao»:** Gründung der unabhängigen gemeinnützigen Stiftung [Cocoa Horizons Foundation](#) zur Verbesserung der Lebensbedingungen der Kakaobauern und ihrer Gemeinschaften sowie als Investitionsplattform für Schokoladenunternehmen und andere Förderer einer nachhaltigen Kakaowirtschaft. Mehr als CHF 20 Mio. Prämien ausbezahlt an Kakaobauern und Bauerngruppierungen. Barry Callebaut geht Partnerschaften mit [Hershey](#) bzw. [Mondelez International](#) ein, um die beiden Firmen in ihren jeweiligen Engagements für Nachhaltigkeit und in der Umsetzung ihrer Programme für nachhaltigen Kakao vor Ort zu unterstützen.

Entwicklung nach Regionen/Segmenten

Region Europa⁴ – ausgeprägte Wachstumsdynamik in Westeuropa und insgesamt signifikante Gewinnsteigerung

Der europäische Schokoladenmarkt ging um 2.6%⁵ zurück.

Barry Callebaut steigerte seine Verkaufsmenge in der Region hingegen um 3.9% auf 763,646 Tonnen, mit einer starken Beschleunigung im letzten Quartal.

Der Ausbau der Produktionskapazität in Westeuropa behob die Kapazitätsengpässe und ermöglichte zusätzliches Wachstum. Die Region gewann zudem neue oder verlängerte bestehende Partnerschaftsvereinbarungen mit regional führenden Nahrungsmittelherstellern. Das Gourmet & Spezialitätenproduktgeschäft entwickelte sich erneut gut und erzielte in der Sparte Getränke ein markantes Wachstum.

In der Region EEMEA (Osteuropa, Naher Osten, Afrika) gab das Industriegeschäft im Vorjahresvergleich wegen des Verlusts eines Grosskunden nach; die gute Geschäftsentwicklung bei den übrigen Kunden glich diesen Effekt nicht vollständig aus. Einmal mehr erzielte das Gourmet & Spezialitätenproduktgeschäft ein solides Verkaufsmengenwachstum, mit einem ausgezeichneten Wachstum in der Türkei, während sich die schwierige politische und wirtschaftliche Lage in Russland negativ auswirkte.

Insgesamt wuchs der Umsatz der Region Europa auch dank höherer Kakaobohnenpreise und gestiegener Verkäufe von hochwertigeren Produkten deutlich um 11.0% in Lokalwährungen (-0.4% in CHF) auf CHF 2,563.7 Mio. Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um 19.7% (+8.1% in CHF) auf CHF 289.7 Mio., wobei bessere Bruttomargen im Geschäft mit industriellen Produkten und ein solider Beitrag aus dem Gourmet und Spezialitätenproduktgeschäft als Treiber wirkten.

⁴ Neue Bezeichnung ab 1. Oktober 2015: Region EMEA

⁵ Quelle: Nielsen, September 2014 – August 2015.

Region Nord- und Südamerika – solides Ergebnis in einem schwierigen Marktumfeld

Die Schokoladenmärkte in Nord- und Südamerika hatten ein schwieriges Jahr mit einem Rückgang von 3.5%⁵.

In der Region Nord- und Südamerika erbrachte Barry Callebaut erneut eine solide Leistung. Die Verkaufsmenge stieg um 4.7%, deutlich über dem Marktwachstum und mit einer Beschleunigung in der zweiten Jahreshälfte. In Nordamerika resultierte das Wachstum vor allem aus dem Gewinn neuer regionaler Industriekunden und dem Gourmetgeschäft, insbesondere mit den lokalen Gourmetmarken. Durch die Outsourcing-Vereinbarung mit World's Finest® Chocolate in Chicago erhielt Barry Callebaut einen neuen Produktionsstandort im attraktiven Mittleren Westen der USA und eine langfristige Liefervereinbarung für den gesamten Schokoladenbedarf des Unternehmens. In Südamerika baute Barry Callebaut sein Geschäft sowohl in Brasilien als auch in Chile dank der jüngsten Investitionen in die Produktionskapazitäten aus und verzeichnete ein zweistelliges Volumenwachstum.

Insgesamt stieg der Umsatz in der Region Nord- und Südamerika um 11.9% in Lokalwährungen (+17.1% in CHF) auf CHF 1,507.9 Mio. Das gute Volumenwachstum und der günstige Produktmix wurden durch Investitionen in den Ausbau von Strukturen in Südamerika zu einem guten Teil wieder kompensiert. Daher entwickelte sich der EBIT mit -0.3% in Lokalwährungen (+3.3% in CHF) flach und betrug CHF 130.7 Mio.

Region Asien-Pazifik – ein gutes Jahr mit solidem Volumen- und Gewinnwachstum

Die Schokoladenmärkte in Asien-Pazifik bewegten sich mit -0.3%⁶ praktisch seitwärts.

Die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in der Region erzielte demgegenüber einen Zuwachs um 7.2% auf 68,984 Tonnen. Wachstumstreiber waren nationale Industriekunden sowie ein zweistelliges Wachstum im Gourmet-Bereich. Barry Callebaut ist stolz auf die erste Outsourcing-Vereinbarung in Südostasien mit GarudaFood, einem der grössten indonesischen Nahrungsmittel- und Getränkeunternehmen, über die Lieferung eines Grossteils des Bedarfs an Compound-Schokolade. Eine Basis für diesen Geschäftsabschluss bildet die höhere Glaubwürdigkeit von Barry Callebaut als Geschäftspartner in Asien sowie die verstärkte Präsenz und Expertise in der Region nach der Übernahme des Kakaogeschäfts von Petra Foods.

Der Umsatz nahm infolge der gestiegenen Verkaufsmenge und höherer Kakaobohnenpreise um 11.2% in Lokalwährungen (+8.3% in CHF) auf CHF 269.8 Mio. zu. Laufende Investitionen in die Vertriebs- und Marketingkapazitäten zum Aufbau des Geschäfts in dieser aufstrebenden Region sowie in das neue CHOCOLATE ACADEMY™ Center in Tokio führten zu einem etwas langsameren Anstieg des EBIT im Vergleich zum Volumenwachstum. Dennoch stieg der Betriebsgewinn EBIT um 5.9% in Lokalwährungen (-0.4% in CHF) auf CHF 26.9 Mio.

Global Cocoa – anspruchsvolles Marktumfeld mit Auswirkungen auf die Profitabilität

Die Verkaufsmenge stieg um 5.1% auf 496,089 Tonnen, mit einer Beschleunigung im letzten Quartal. Höhere Kakaopulverpreise sorgten für ein kräftiges Umsatzwachstum von 13.9% in Lokalwährungen (+8.2% in CHF). Das anspruchsvolle Marktumfeld mit einer historisch tiefen Combined Cocoa Ratio aufgrund von Überkapazitäten in der Vermahlung und geringer Nachfrage nach Kakaoprodukten belastete die Profitabilität. Daher verzeichnete Global Cocoa einen Betriebsgewinn EBIT von CHF 47.2 Mio., was einem Rückgang um 33.7% in Lokalwährungen (-42.4% in CHF) im Vergleich zum Vorjahr entspricht.

Als Reaktion auf die Marktbedingungen und um seine globale Präsenz und Skaleneffekte im Kakaogeschäft in vollem Umfang zu nutzen, wird Barry Callebaut sein Geschäftsmodell im Rahmen des „Cocoa Leadership“-Projekts anpassen. Dieses Mehrjahresprojekt, welches zu den vor einem Jahr angekündigten strategischen Initiativen gehört, umfasst drei zentrale Bausteine:

⁵ Quelle: Nielsen, September 2014 – August 2015.

⁶ Quelle: Nielsen, September 2014 – August 2015.

1) Differenzierung und Neupositionierung des Produktangebots mit Fokus auf Commercial Excellence; 2) Zentralisierung strategischer Schlüsselaktivitäten, z.B. das Combined Cocoa Ratio Management; 3) Optimierung des Fabrikationsnetzwerks und der globalen Produktströme. Dies beinhaltet die Schliessung der Kakaofabrik Bangpakong, Thailand, per Ende Januar 2016 und den umgehenden Abbau von Produktionskapazitäten in Port Klang, Malaysia.

Entwicklung der Rohwarenpreise

Trotz des Angebotsüberhangs für die Kakaosaison 2014/15 stiegen die **Kakaobohnenpreise** weiter in der Berichtsperiode um rund +5% auf GBP 2,101 am 28. August 2015. In dem vorherrschenden volatilen Preisumfeld glichen eine Verlangsamung bei der Vermahlung (circa -4% im Vorjahresvergleich) und ein Rekord bei der Zwischenernte in der Elfenbeinküste die tiefere Ernte in Ghana mehr als aus.

Die tiefen Marktpreise hatten keinen Einfluss auf die weltweite **Milchpulver**produktion, die auf hohem Niveau weltweit stabil blieb. Die Nachfrage nach Milchpulver erholte sich nicht, was zu den tiefsten Preisen seit 2009 in der EU und seit 2002 im Weltmarkt führte, nach einer kurzen Erholung. Die Preise schlossen rund 15% tiefer als im Vorjahr.

Der Weltmarkt für **Zucker** setzte seine Talfahrt fort und erreichte am 24. August 2015 den tiefsten Stand seit 2008. Auslöser für diesen Preiszerfall waren vor allem der konstant schwache brasilianische Real (tiefster Stand seit 2002) zusammen mit einem Überangebot und der Short-Position von Fonds. In Europa liessen Kürzungen der begünstigten Einfuhren die Lagerbestände auf 1.2 Mio. Tonnen gegenüber 2 Mio. Tonnen im Vorjahr schwinden, was zu einer Preiserholung führte.

Wechsel an der Spitze von Barry Callebaut

Am 1. Oktober 2015 löste Antoine de Saint-Affrique Jürgen Steinemann als CEO von Barry Callebaut ab. Wie bereits früher mitgeteilt, war er zuvor für Unilever als President Foods und Mitglied der Konzernleitung tätig.

Der Verwaltungsrat und die Familie Jacobs sind Jürgen Steinemann sehr dankbar für seine hervorragende Unternehmensführung und seine bedeutenden Leistungen seit seinem Amtsantritt im Jahr 2009. Jürgen Steinemann bleibt Barry Callebaut als Mitglied des Verwaltungsrats verbunden.

Anträge an die Generalversammlung

Ausschüttung an die Aktionäre

Der Verwaltungsrat schlägt an der Generalversammlung am 9. Dezember 2015 die Ausschüttung einer Dividende von CHF 14.50 pro Aktie vor. Dies entspricht einer stabilen Ausschüttungsquote von 33% des Konzerngewinns. Die Ausschüttung erfolgt erneut über eine Dividendenzahlung aus den Reserven aus Kapitaleinlagen. Die Ausschüttung dieser Mittel an die Aktionäre ist nicht verrechnungssteuerpflichtig. 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 2016 ausgezahlt, vorbehaltlich der Genehmigung des Ausschüttungsantrags durch die Generalversammlung.

Verwaltungsrat

Sämtliche Mitglieder der Verwaltungsrats – Andreas Jacobs, Fernando Aguirre, Jakob Baer, James L. Donald, Nicolas Jacobs, Timothy E. Minges, Andreas Schmid, Jürgen B. Steinemann und Wai Ling „Winnie“ Liu – stellen sich zur Wiederwahl für eine weitere einjährige Amtsperiode. Der Verwaltungsrat schlägt Patrick De Maeseneire (geb. 1957, belgischer Staatsbürger) zur Wahl in den Verwaltungsrat und als Vizepräsident vor. Patrick De Maeseneire war von 2002-2009 als CEO von Barry Callebaut und von 2009-2015 als CEO von Adecco tätig. Er wurde per 4. November 2015 zum neuen CEO der Jacobs Holding ernannt.

Weitere Angaben finden Sie ab heute in den folgenden Publikationen:

- Annual Report 2014/15 (Mikro-)Website: <http://annual-report.barry-callebaut.com/>
- Annual Report 2014/15 (PDF): www.barry-callebaut.com/documentation
- [Kurzbericht 2014/15 \(Deutsch und Englisch\): annual-report.barry-callebaut.com](http://annual-report.barry-callebaut.com)

Die ersteren beiden Publikationen sind nur auf Englisch erhältlich.

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

Datum: Mittwoch, 4. November 2015

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 von Barry Callebaut zur Verfügung (bitte untenstehende Links nutzen):

[Medien](#)

[Analysten](#)

**Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2015/16
(1. September 2015 bis 31. August 2016):**

Generalversammlung 2014/15	9. Dezember 2015
3-Monats-Verkaufszahlen	20. Januar 2016
Halbjahresergebnisse	6. April 2016
9-Monats-Verkaufszahlen	7. Juli 2016
Jahresergebnisse 2015/16	2. November 2016
Generalversammlung 2015/16	7. Dezember 2016

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 6.2 Milliarden (EUR 5.6 Milliarden / USD 6.6 Milliarden) im Geschäftsjahr 2014/15 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 Compound-Schokoladen. Die Gruppe unterhält weltweit über 50 Produktionsstandorte und beschäftigt eine vielfältige und engagierte Belegschaft von über 9,000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

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

Die Barry Callebaut Gruppe setzt sich für eine nachhaltige Kakaoproduktion ein, um die künftige Versorgung mit Kakao sicherzustellen sowie die Lebensbedingungen der Bauern zu verbessern. Sie unterstützt die Cocoa Horizons Foundation in ihrem Ziel, eine nachhaltige Kakao- und Schokoladenzukunft zu gestalten.

Kontakte

für die Medien:

Bjoern Emde
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Tel.: +41 43 204 03 26
bjoern_emde @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 2014/15

		Veränderung in %			
		in Lokal- währungen	in CHF	12 Monate bis 31. August 2015	12 Monate bis 31. August 2014
Kennzahlen für die Gruppe					
Verkaufsmenge	Tonnen		4.5	1,794,782	1,716,766
Umsatz	Mio. CHF	12.1	6.4	6,241.9	5,865.9
Bruttogewinn	Mio. CHF	4.8	(1.7)	846.8	861.1
EBITDA	Mio. CHF	8.9	1.8	540.8	531.5
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	7.4	(0.3)	414.8	416.2
Konzerngewinn für das Berichtsjahr	Mio. CHF	(2.7)	(5.9)	239.9	255.0
EBIT pro Tonne	CHF	2.9	(4.7)	231.1	242.4
Nach Regionen					
Europa					
Verkaufsmenge	Tonnen		3.9	763,646	735,204
Umsatz	Mio. CHF	11.0	(0.4)	2,563.7	2,573.3
EBITDA	Mio. CHF	19.5	8.0	330.5	306.0
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	19.7	8.1	289.7	268.1
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		4.7	466,063	445,150
Umsatz	Mio. CHF	11.9	17.1	1,507.9	1,287.3
EBITDA	Mio. CHF	2.6	5.8	153.6	145.2
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(0.3)	3.3	130.7	126.5
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		7.2	68,984	64,322
Umsatz	Mio. CHF	11.2	8.3	269.8	249.1
EBITDA	Mio. CHF	5.3	0.6	33.9	33.7
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	5.9	(0.4)	26.9	27.0
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		5.1	496,089	472,090
Umsatz	Mio. CHF	13.9	8.2	1,900.5	1,756.2
EBITDA	Mio. CHF	(16.8)	(23.5)	100.3	131.1
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(33.7)	(42.4)	47.2	82.0
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge	Tonnen		4.5	1,794,782	1,716,766
Kakaoprodukte	Tonnen		5.1	496,089	472,090
Industrielle Produkte	Tonnen		4.1	1,116,513	1,072,750
Gourmet & Spezialitätenprodukte	Tonnen		6.0	182,180	171,926
Umsatz	Mio. CHF	12.1	6.4	6,241.9	5,865.9
Kakaoprodukte	Mio. CHF	13.9	8.2	1,900.5	1,756.2
Industrielle Produkte	Mio. CHF	11.4	6.1	3,444.7	3,247.4
Gourmet & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	10.9	4.0	896.7	862.3