

Medienmitteilung

Barry Callebaut Gruppe - Halbjahresresultate, Geschäftsjahr 2015/16 Solides Volumenwachstum, starker freier Cash flow

- Verkaufsmenge +4.5%
- Breit abgestütztes Verkaufsmengenwachstum bei Schokolade, deutlich über dem Markt¹, gezielter stufenweiser Ausstieg aus weniger profitablen Verträgen bei Kakao
- EBIT CHF 200.7 Mio., stabil (-0.3%) in Lokalwährungen (-8.4% in CHF), beeinträchtigt durch schwachen Markt für Kakaoprodukte
- Fokus auf Cash-Generierung zahlt sich aus: freier Cash flow² CHF 220.4 Mio., Nettoumlaufvermögen -11.8%, Nettoverschuldung -14.1%
- Mittelfristige Finanzziele bestätigt³

Zürich/Schweiz, 6. April 2016 – Antoine de Saint-Affrique, CEO der Barry Callebaut Gruppe, zu den Halbjahresresultaten: «Trotz des schwierigen Marktumfelds haben wir solide Ergebnisse erzielt. Unser Volumenwachstum zeigt eine konsistente, starke Leistung, während unsere Gewinnentwicklung den prognostizierten schwachen Markt für Kakaoprodukte und negative Währungsumrechnungseffekte widerspiegelt. Unsere Ausrichtung auf «smartes» Wachstum kommt in Schwung. Das entspricht alles unseren Erwartungen. »

Kennzahlen der Barry Callebaut Gruppe 2015/16

für die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres		Veränderungen in %		6 Monate bis	6 Monate bis
		in Lokalwährungen	in CHF	29. Februar 2016	28. Februar 2015
Verkaufsmenge	Tonnen	4.5%		933,327	893,437
Umsatz	Mio. CHF	11.7%	5.6%	3,424.3	3,244.2
Bruttogewinn	Mio. CHF	4.7%	(1.9%)	437.9	446.2
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(0.3%)	(8.4%)	200.7	219.2
Freier Cash flow	Mio. CHF	(246.7%)	(254.3%)	220.4	(142.8)
EBIT pro Tonne	CHF	(4.5%)	(12.4%)	215.0	245.3
Konzerngewinn	Mio. CHF	(12.5%)	(18.5%)	107.9	132.4

Barry Callebaut, der weltweit führende Hersteller hochwertiger Schokoladen- und Kakaoprodukte, steigerte seine **Verkaufsmenge** im ersten Halbjahr 2015/16 (per 29. Februar 2016) um 4.5% auf 933,327 Tonnen und wuchs damit deutlich schneller als der sich leicht erholende, aber immer noch schwache globale Schokoladenmarkt¹. Dieses Volumenwachstum war getrieben vom Schokoladengeschäft in allen Regionen. Alle Wachstumstreiber lieferten

¹ Volumentrückgang global: -2.6%, Quelle: Nielsen, September 2015 - Februar 2016.

² Netto Cash flow aus betrieblicher Tätigkeit ./ Netto Cash flow aus Investitionstätigkeit.

³ Im Durchschnitt für die drei Geschäftsjahre 2015/16-2017/18: 4-6% Verkaufsmengenwachstum und über dem Verkaufsmengenwachstum liegender EBIT in Lokalwährungen, unter Ausschluss unvorhergesehener Ereignisse.

positive Beiträge. Der Bereich Global Cocoa hat die Verkäufe an Dritte gezielt reduziert und lässt weniger profitable Verträge nach und nach auslaufen.

Der **Umsatz** wuchs um 11.7% in Lokalwährungen (5.6% in CHF) auf CHF 3,424.3 Mio., dies aufgrund der im Vergleich zum Vorjahr höheren Kakaobohnenpreise⁴ und der gestiegenen Verkäufe von hochwertigeren Produkten.

Der **Bruttogewinn** erhöhte sich um 4.7% in Lokalwährungen (-1.9% in CHF) auf CHF 437.9 Mio. und entsprach somit in etwa der Entwicklung der Verkaufsmenge da die negativen Auswirkungen der Combined Cocoa Ratio dank der guten Margenentwicklung und dem vorteilhafteren Produktmix infolge des strategischen Fokus auf das Schokoladengeschäft kompensiert werden konnten.

Verglichen mit der starken Vergleichsbasis aus dem Vorjahr entwickelte sich der **Betriebsgewinn (EBIT)** mit CHF 200.7 Mio. fast flach (-0.3% in Lokalwährungen und -8.4% in CHF, aufgrund bedeutender negativer Währungsumrechnungseffekte in Höhe von CHF -17.9 Mio. infolge der Stärke des Schweizer Frankens gegenüber dem Euro und einigen Schwellenlandwährungen). Wie erwartet wirkten sich auch Restrukturierungskosten im Rahmen des Cocoa Leadership-Projekts und weitere Investitionen in den Bereichen Sales und Marketing negativ aus.

Der **Konzerngewinn** ging um -12.5% in Lokalwährungen (-18.5% in CHF) auf CHF 107.9 Mio. zurück, dies infolge eines höheren Finanzaufwands, höherer Ertragssteuern und Währungsumrechnungseffekten.

Das **Nettoumlaufvermögen** nahm trotz des Wachstums der Gruppe um 11.8 % von CHF 1,566.6 Mio. in der Vorjahresperiode auf CHF 1,382.3 Mio. ab. Dies ist grösstenteils auf die Initiative der Gruppe zur Optimierung des Umlaufvermögens zurückzuführen, die zu einer deutlichen Reduzierung der Lagerbestände und einer Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und der übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten geführt hat.

Die **Nettoverschuldung** sank im Vergleich zur Vorjahresperiode um 14.1% von CHF 1,790.6 Mio. auf CHF 1,538.2 Mio. Dies ist grösstenteils auf den geringeren Finanzierungsbedarf in Bezug auf das Umlaufvermögen und den Investitionsaufwand zurückzuführen.

Infolgedessen stieg der **freie Cash flow** auf CHF 220.4 Mio. an, verglichen mit einem Abfluss von CHF -142.8 Mio. in der Vorjahresperiode.

Ausblick – Weiterhin herausforderndes Marktumfeld; mittelfristige Finanzziele bestätigt

CEO Antoine de Saint-Affrique zum Ausblick: «Wie angekündigt, wird das laufende Jahr bezüglich Profitabilität wegen des gegenwärtigen Kakaomarktes weiterhin einige Herausforderungen bereithalten. Wir werden unsere Strategie des «smarten» Wachstums konsequent weiter umsetzen und unser Kakaogeschäft auf die Wiederherstellung des EBIT pro Tonne ausrichten. Wir freuen uns, dass unsere Massnahmen beginnen, Früchte zu tragen, und wir bestätigen unsere mittelfristigen Finanzziele⁵.»

⁴ Die Barry Callebaut Gruppe gibt die Rohstoffkosten für den Grossteil ihres Geschäfts direkt an die Kunden weiter.

⁵ Im Durchschnitt für die drei Geschäftsjahre 2015/16 bis 2017/18: 4-6% Verkaufsmengenwachstum und über dem Verkaufsmengenwachstum liegender EBIT in Lokalwährungen, unter Ausschluss unvorhergesehener Ereignisse.

Strategische Meilensteine in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2015/16

- **«Expansion»:** Barry Callebaut schloss die Übernahme der Sparte Automatenfüllprodukte von FrieslandCampina Kievit ab, wodurch das Unternehmen zu einem führenden Anbieter von Pulvermischungen für Getränkeautomaten geworden ist. Mit zwei lokalen Akteuren in Osteuropa unterzeichnete Barry Callebaut zudem Outsourcing-Verträge, was das Outsourcing-Potenzial in den neuen Märkten bestätigt.
- **«Innovation»:** An den bedeutenden Branchenmessen FIE in Paris und ISM in Köln «gestaltete und mitgestaltete» Barry Callebaut mit seinen Kunden die Schokoladenerlebnisse der Zukunft und stellte drei Produktneuheiten vor: Caramel Doré (karamellisierte Premium-Schokolade aus Belgien), Choc37.9 (hitzebeständig) und Happy Chocolate (mit wissenschaftlich belegtem Gesundheitsnutzen).
- **«Kostenführerschaft»:** Barry Callebaut schloss die Straffung seiner Kakaoproduktion in Asien (Thailand und Malaysia) als Teil des Projekts «Cocoa Leadership» ab, bündelt in Europa weiterhin Transaktionsaktivitäten in seinem Shared Service Center in Łódź, Polen, und baut es weiter aus.
- **«Nachhaltiger Kakao»:** Angesichts der wachsenden Nachfrage nach nachhaltigen und rückverfolgbaren Zutaten hat Barry Callebaut die Produktion von Crema dell' Artigiano™ und Tintoretto™, zwei seiner beliebtesten Füllungen für Backwaren und Konditoreiprodukte, per Januar 2016 von der «Mass-Balance»-RSPO-Zertifizierung auf die «fully segregated»-RSPO-Zertifizierung für Palmölprodukte umgestellt.

Entwicklung nach Regionen / Segmenten**Region EMEA – Deutlich über dem Markt liegendes Wachstum**

In Europa gab der Schokoladenmarkt volumenmässig insgesamt um -2.2% nach.⁶

Die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in der Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) stieg um 6.5% auf 411,881 Tonnen. In Westeuropa war das Verkaufsmengenwachstum besonders stark im Bereich Industrielle Produkte und im Gourmetgeschäft, das sich im zweiten Quartal beschleunigte.

Ausgehend von einem niedrigen Vorjahresniveau war in Osteuropa ein zweistelliges Verkaufsmengenwachstum zu verzeichnen.

Der Umsatz nahm vor allem infolge höherer Rohstoffkosten um 10.7% in Lokalwährungen (2.5% in CHF) auf CHF 1,405.0 Mio. zu.

Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um +1.3 % in Lokalwährungen (-8.1 % in CHF) auf CHF 144.4 Mio.

Region Nord- und Südamerika – Ausgezeichnete Leistung in einem schwierigen Marktumfeld

Das Volumen des Schokoladenmarkts in Nord- und Südamerika nahm um -3.7% ab.⁶

Die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in der Region Nord- und Südamerika wuchs um 13.4% auf 251,151 Tonnen. Das Wachstum wurde getrieben vom regionalen und globalen Industriekundengeschäft, in erster Linie dank Outsourcing-Partnerschaften und zusätzlichen Marktanteilsgewinnen. Das Gourmetgeschäft verzeichnete ein äusserst gutes Ergebnis mit einem zweistelligen Wachstum in allen Ländern der Region.

Der Umsatz der Region Nord- und Südamerika blieb mit einem Anstieg um 9.5% in Lokalwährungen (11.9% in CHF) auf CHF 817.4 Mio. aufgrund des Produkt- und Kundenmixes leicht hinter dem Verkaufsmengenwachstum zurück.

Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um 4.3% in Lokalwährungen (4.6% in CHF) auf CHF 70.4 Mio.

⁶ Quelle: Nielsen, September 2015 - Februar 2016.

Region Asien-Pazifik – Deutlich über dem Markt liegendes Wachstum

Die Schokoladenmärkte in der Region Asien-Pazifik gaben volumenmässig um -1.7% nach.⁶ Die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in der Region Asien-Pazifik stieg deutlich um 12.6% auf 40,888 Tonnen an. Im Bereich Industrielle Produkte zog das Wachstum mit einer zweistelligen Wachstumsrate an; besonders gute Ergebnisse erzielten China, Indien, Indonesien und Malaysia. Das zweistellige Wachstum im Gourmetgeschäft war grösstenteils von Märkten wie China, Indien und Korea getragen.

Der Umsatz wuchs um +11.2% in Lokalwährungen (+10.4% in CHF) auf CHF 161.8 Mio. infolge eines verbesserten Produktmixes sowie höherer Kakaobohnenpreise. Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um 20.7% in Lokalwährungen (17.2% in CHF) auf CHF 18.4 Mio.

Global Cocoa – Weitere Umsetzung des Cocoa-Leadership-Projekts

Die Verkaufsmenge im Segment Global Cocoa ging um -7.8% auf 229,407 Tonnen zurück. Diese Abnahme ist auf den gezielten stufenweisen Ausstieg aus weniger profitablen Verträgen, einschliesslich einiger langfristiger Vereinbarungen für Zutaten, die nicht erneuert wurden, den nach wie vor schwierigen Markt für Kakaoprodukte sowie den Fokus auf das Umlaufvermögen zurückzuführen.

Der Umsatz nahm aufgrund der Ausrichtung auf die Profitabilität und den Kundenmix um 14.6% in Lokalwährungen (4.4% in CHF) auf CHF 1,040.1 Mio. zu.

Im Rahmen der strategischen Cocoa Leadership-Initiative zur Profitabilitätssteigerung schloss Barry Callebaut, wie im November 2015 angekündigt, den Abbau von Produktionskapazitäten in Asien sowie die Koordination aller kommerziellen Entscheidungen und Produktflüsse weltweit und des zentralisierten Combined Cocoa Ratio Management-Systems ab.

Der Betriebsgewinn (EBIT) sank aufgrund der niedrigen Combined Cocoa Ratio um -29.9% in Lokalwährungen (-45.1% CHF) auf CHF 11.3 Mio.

Preisentwicklungen an den wichtigsten Rohwaren-Spot-Märkten

In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahrs legten die **Kakaopreise** um 4% von GBP 2,126 am 1. September 2015 auf GBP 2,212 am 29. Februar 2016 zu. Dieser starke Preisanstieg wurde von der Erwartung eines leichten Angebotsdefizits im Jahr 2015/16 aufgrund tieferer Ernten in der Elfenbeinküste, Brasilien und Indonesien ausgelöst.

Infolge des negativen makroökonomischen Umfelds fielen die **Zuckerpreise** am Weltmarkt deutlich, bevor sie angesichts des knapperen Angebots und der Fondsaktivitäten wieder anzogen. In Europa erholen sich die Preise in Erwartung rekordtiefer Vorräte bis Saisonende.

Die Preise für **Milchpulver** fielen auf ein Sechsjahrestief, hauptsächlich infolge eines starken Produktionsanstiegs und einer gleichzeitigen Verlangsamung des weltweiten Nachfragewachstums.

Ausführlichere Finanzinformationen finden Sie im Aktionärsbrief «Halbjahresresultate 2015/16» von Barry Callebaut: www.barry-callebaut.com/LetterToInvestors

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

Datum: Mittwoch, 6. April 2016

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 (bitte untenstehende Links nutzen):

[Medien](#)

[Analysten](#)

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

9-Monats-Verkaufszahlen 2015/16 (Medienmitteilung)	7. Juli 2016
Jahresergebnisse 2015/16 (Medienmitteilung und Konferenz)	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) für das 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 Schokoladenmischungen. Die Gruppe unterhält weltweit über 50 Produktionsstandorte und beschäftigt eine vielfältige und engagierte Belegschaft von mehr als 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, Confisereuren, 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 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](#) [YouTube](#) [Flickr](#) [Instagram](#) [Google+](#)

Kontakte**für die Medien:**

Björn 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 2015/16

für die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres		Veränderungen in %		6 Monate bis 29. Februar 2016	6 Monate bis 28. Februar 2015
		in Lokal- währungen	in CHF		
Kennzahlen					
Verkaufsmenge	Tonnen		4.5%	933,327	893,437
Umsatz	Mio. CHF	11.7%	5.6%	3,424.3	3,244.2
Bruttogewinn	Mio. CHF	4.7%	(1.9%)	437.9	446.2
EBITDA	Mio. CHF	3.0%	(4.7%)	270.9	284.3
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(0.3%)	(8.4%)	200.7	219.2
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	(12.5%)	(18.5%)	107.9	132.4
Freier Cash flow	Mio. CHF	(246.7%)	(254.3%)	220.4	(142.8)
EBIT pro Tonne	CHF	(4.5%)	(12.4%)	215.0	245.3
Nach Regionen					
EMEA					
Verkaufsmenge	Tonnen		6.5%	411,881	386,730
Umsatz	Mio. CHF	10.7%	2.5%	1,405.0	1,370.9
EBITDA	Mio. CHF	2.5%	(6.7%)	166.4	178.3
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	1.3%	(8.1%)	144.4	157.2
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		13.4%	251,151	221,568
Umsatz	Mio. CHF	9.5%	11.9%	817.4	730.6
EBITDA	Mio. CHF	11.4%	9.9%	87.0	79.2
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	4.3%	4.6%	70.4	67.3
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		12.6%	40,888	36,326
Umsatz	Mio. CHF	11.2%	10.4%	161.8	146.5
EBITDA	Mio. CHF	15.1%	12.3%	22.2	19.8
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	20.7%	17.2%	18.4	15.7
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		(7.8%)	229,407	248,813
Umsatz	Mio. CHF	14.6%	4.4%	1,040.1	996.2
EBITDA	Mio. CHF	(11.5%)	(20.3%)	37.7	47.3
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(29.9%)	(45.1%)	11.3	20.6
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge				933,327	893,437
Kakaoprodukte	Tonnen		(7.8%)	229,407	248,813
Industrielle Produkte	Tonnen		9.5%	601,858	549,600
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		7.4%	102,062	95,024
Umsatz				3,424.3	3,244.2
Kakaoprodukte	Mio. CHF	14.6%	4.4%	1,040.1	996.2
Industrielle Produkte	Mio. CHF	10.2%	6.3%	1,871.5	1,761.3
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	10.8%	5.3%	512.7	486.7