

# Medienmitteilung

## Verkaufszahlen von Barry Callebaut für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2016/17

### Solider Jahresauftakt, konsistent über dem Markt liegendes Wachstum

- Verkaufsmenge stabil (-0.4%), was ein über dem Markt liegendes Wachstum im Schokoladengeschäft (+2.3%) und den fast abgeschlossenen Ausstieg aus weniger profitablen Verträgen im Kakaogeschäft (-8.6%) reflektiert
- Umsatz von CHF 1.9 Milliarden, +3.2% in Lokalwährungen (+4.2% in CHF)
- Anhaltend starkes Wachstum des Gourmet- & Spezialitätengeschäfts, +14.3%

Zürich/Schweiz, 25. Januar 2017 – Dazu Antoine de Saint-Affrique, CEO der Barry Callebaut Gruppe: «Wir hatten einen soliden Jahresauftakt: Unser Cocoa Leadership-Projekt verläuft plangemäss, im Schokoladengeschäft verzeichneten alle Regionen ein solides, über dem Markt liegendes Wachstum, und der Bereich Gourmet- & Spezialitäten entwickelte sich ausgezeichnet. Unsere «smarte Wachstumsstrategie» bewährt sich in einem nach wie vor anspruchsvollen Marktumfeld.»

#### Verkaufskennzahlen der Barry Callebaut Gruppe 2016/17

für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres				3 Monate bis zum 30. November 2016	3 Monate bis zum 30. November 2015
				Veränderungen in %	
				in Lokalwährungen	in CHF
Verkaufsmenge	Tonnen		(0.4%)	492,931	494,873
Umsatz	Mio. CHF	3.2%	4.2%	1,885.8	1,809.3

Barry Callebaut, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, verzeichnete in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2016/17 (per 30. November 2016) nach einem starken Vorjahresquartal ein flaches Wachstum der Verkaufsmenge (-0.4%) auf 492,931 Tonnen. Insgesamt lag das Verkaufsmengenwachstum jedoch konsistent über dem Volumen des weltweit rückläufigen Schokoladenmarkt (-2.3%)<sup>1</sup>. Die gute Entwicklung im Schokoladengeschäft mit einem Plus von 2.3% wurde durch den anhaltenden und inzwischen nahezu abgeschlossenen bewussten Ausstieg aus weniger profitablen Verträgen im Kakaogeschäft (-8.6%) kompensiert. Mit +14.3% verzeichneten Gourmet- & Spezialitätenprodukte ein ausgezeichnetes Volumenwachstum, wozu auch die Übernahme des Geschäfts für Getränkepulvermischungen von FrieslandCampina Kievit beitrug. Barry Callebaut steigerte den Umsatz um +3.2% in Lokalwährungen (+4.2% in CHF) auf CHF 1,885.8 Mio.

<sup>1</sup> Quelle; Nielsen, September-November 2016

**Ausblick: Gute Visibilität bezüglich Verkaufsmengenwachstum, Umsetzung der «smarten Wachstumsstrategie» auf Kurs**

CEO Antoine de Saint-Affrique zum Ausblick: «Wir haben eine gute Visibilität bezüglich Verkaufsmengenwachstum und erwarten für die zweite Hälfte des Geschäftsjahres eine Wachstumsbeschleunigung. Zudem liegen wir auf Kurs bei der Verbesserung unserer Profitabilität im Kakaogeschäft. Auf der Basis unserer «smarten Wachstumsstrategie» konzentrieren wir uns auf die richtige Ausgewogenheit zwischen einem konsistent über dem Markt liegenden Wachstum, einer höheren Profitabilität und der Erwirtschaftung von freiem Cash flow. Wir bestätigen unsere mittelfristigen Finanzziele bis 2017/18: Durchschnittliches Wachstum der Verkaufsmenge um 4-6% pro Jahr und EBIT über dem Volumenwachstum in Lokalwährungen, dies unter Ausschluss unvorhersehbarer Ereignisse.»

**Strategische Meilensteine in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahrs 2016/17**

- **Expansion:** Im September gab Barry Callebaut die Absicht bekannt, die Schokoladenfabrik von Mondelēz International in Halle (Belgien) zu übernehmen und in sein Netzwerk zu integrieren. Zudem würde mit Mondelēz International eine Vereinbarung für die langfristige Lieferung von weiteren 30,000 Tonnen Flüssigschokolade pro Jahr getroffen. Die Transaktion wurde am 31. Dezember 2016 abgeschlossen. Des Weiteren wurden Kapazitätserweiterungen für die Schokoladenfabriken in Kalifornien (USA) und Singapur angekündigt. Mit der Eröffnung der ersten Schokoladenfabrik in Indonesien erreichte die Gruppe einen weiteren wichtigen Meilenstein.
- **Innovation:** Zusammen mit einem niederländischen Partner aus dem High-Tech-Sektor entwickelte Barry Callebaut eine revolutionäre Technologie für den 3D-Schokoladendruck. Mit 3D-Druck kann Barry Callebaut sein reiches Erbe in der Schokoladenproduktion mit zukunftssträchtigen Technologien verbinden und neue Dimensionen für den Schokoladengenuss erschliessen.
- **Nachhaltigkeit:** Im November stellte Barry Callebaut mit «Forever Chocolate» die neue Nachhaltigkeitsstrategie der Gruppe vor: Bis 2025 sollen 100% der Schokolade nachhaltig hergestellt werden. Um nachhaltige Schokolade zur Norm zu machen, umfasst Forever Chocolate vier Nachhaltigkeitsziele, die bis 2025 umgesetzt sein sollen und die grössten Nachhaltigkeitsprobleme in der Wertschöpfungskette der Branche angehen: Kinderarbeit, Armut von Kakaobauern, die Bilanz bezüglich CO<sub>2</sub>-Emissionen und Entwaldung sowie Nachhaltigkeit aller verwendeten Rohwaren. Mehr unter: <https://www.barry-callebaut.com/new-sustainability-strategy>

**Entwicklung nach Regionen/Segmenten****Region EMEA – Gutes Verkaufsmengenwachstum in den entwickelten Märkten**

Der europäische Schokoladenmarkt gab volumenmässig um 3.1%<sup>2</sup> nach. Die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in der Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) verzeichnete trotz anhaltend schwierigen Marktbedingungen einen Anstieg um 2.2% auf 225,087 Tonnen. Zu diesem Wachstum trugen alle Produktgruppen bei, insbesondere Gourmet- & Spezialitäten, auch dank der Übernahme des Geschäfts mit Getränkepulvermischungen von FrieslandCampina Kievit.

In Westeuropa verzeichneten sowohl die Industrie- wie die Gourmetprodukte ein starkes Wachstum, während Osteuropa mit einem schwierigeren Umfeld konfrontiert war.

---

<sup>2</sup> Quelle: Nielsen, September – November 2016

Insgesamt stieg der Umsatz der Region EMEA dank des guten Verkaufsmengenwachstums und der vermehrten Nachfrage nach Spezialitätenprodukten um 3.3% in Lokalwährungen (+3.0% in CHF) auf CHF 772.7 Mio.

#### **Region Nord- und Südamerika – Stabil ins neue Geschäftsjahr**

Der Schokoladenmarkt nahm in Nord- und Südamerika volumenmässig um 2.0% ab.<sup>2</sup>

Nach einem herausragenden Vorjahresquartal mit zweistelligem Wachstum in der Region verlief der Start ins neue Geschäftsjahr stabil mit einem Verkaufsmengenwachstum von 1.4% auf 113,112 Tonnen. Ein starkes Wachstum bei Gourmet- & Spezialitätenprodukten sowie eine ausgezeichnete Entwicklung in Südamerika wurden zum Teil durch ein geringeres Wachstum bei Industrieprodukten in Nordamerika kompensiert.

Der Umsatz in der Region blieb infolge tieferer Rohwarenpreise mit -0.2% Wachstum in Lokalwährungen (+0.8% in CHF) nahezu unverändert und betrug CHF 431.7 Mio.

#### **Region Asien-Pazifik – Anhaltend dynamisches Wachstum**

Das Volumen des Schokoladenmarkts in der Region Asien-Pazifik stieg um 3.7%.<sup>3</sup>

Barry Callebaut konnte in dieser Region ein solides Verkaufsmengenwachstum von +8.8% auf 22,544 Tonnen verzeichnen, wobei die Entwicklung in den meisten der wichtigen Länder der Region gut war. Grösster Wachstumstreiber war der Bereich Industrielle Produkte.

Verbesserungen beim Produkt- und Kundenmix steigerten den Umsatz in dieser Region insgesamt um 10.2% in Lokalwährungen (+13.8% in CHF) auf CHF 92.9 Mio.

#### **Global Cocoa – Fortsetzung des geplanten Mengenabbaus**

Die Verkäufe an Drittkunden gingen im Bereich Global Cocoa um -8.6% auf 112,188 Tonnen zurück. Wie angekündigt wurde der Ausstieg aus weniger profitablen Verträgen weitergeführt und steht nun kurz vor dem Abschluss.

Der Umsatz stieg vor allem infolge des vorteilhafteren Produktmix um 4.5% in Lokalwährungen (+7.2% in CHF) auf CHF 588.5 Mio.

#### **Preisentwicklungen an den wichtigsten Rohwaren-Spot-Märkten**

Die Preise für **Kakaobohnen** gaben in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres um 14% nach und gingen von GBP 2,274/MT auf GBP 1,956/MT zurück. Diese Abwärtsentwicklung ist auf die Erwartung von Ernteüberschüssen für das Erntejahr 2016/17 insbesondere in den grösseren Anbaugeländen Westafrikas zurückzuführen. Im Vorjahr war noch ein deutliches Defizit zu verzeichnen. Bis Ende Dezember 2016 sanken die Preise für Kakaobohnen weiter und erreichten Niveaus unter GBP 1,800/MT, dies aufgrund einer grossen Haupternte und einer anhaltend schwachen Nachfrage.

Die Combined Ratio tendiert in die richtige Richtung, ist aber durch eine hohe Volatilität gekennzeichnet. Nach einer bedeutenden Erholung Ende Oktober 2016 erfuhr die Combined Cocoa Ratio wieder einen Einbruch; sie liegt aber nach wie vor über dem Vorjahreswert.

Die Preise am weltweiten **Zuckermarkt** erreichten Ende September 2016 den höchsten Wert seit vier Jahren. Darauf brachen die Preise stark ein, insbesondere weil Finanzinvestoren ihre Netto-Long-Positionen abbauten und weil ein kleineres Defizit prognostiziert wurde. In Europa zogen die Preise in Erwartung rekordtiefer Vorräte bis Saisonende weiter an.

Die Marktpreise für **Milchpulver** und insbesondere für Milchlaktose setzten in der Berichtsperiode ihren Höhenflug fort, da weltweit bedeutend weniger Milch erzeugt wird.

---

<sup>3</sup> Quelle: Nielsen, September – November 2016

\*\*\*

**Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2016/17 (1. September 2016 bis 31. August 2017):**

Half-year results 2016/17 (Pressemitteilung & Konferenz)	12. April 2017
9 Monatsverkaufszahlen 2016/17 (Pressemitteilung)	13. Juli 2017
Jahresergebnis 2016/17 (Pressemitteilung & Konferenz)	8. November 2017
Generalversammlung 2016/17	13. Dezember 2017

\*\*\*

**Über die Barry Callebaut Gruppe ([www.barry-callebaut.com](http://www.barry-callebaut.com)):**

Mit einem Umsatz von rund CHF 6.7 Milliarden (EUR 6.1 Milliarden / USD 6.8 Milliarden) für das Geschäftsjahr 2015/16 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 nahezu 10,000 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 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:**[Twitter](#)[LinkedIn](#)[YouTube](#)[Flickr](#)[Instagram](#)[Google+](#)**Kontakt für die****Medien:**

Christiaan Prins  
Head of External Affairs  
Barry Callebaut AG  
Phone: +41 43 204 03 76  
[christiaan\\_prins@barry-callebaut.com](mailto:christiaan_prins@barry-callebaut.com)

**Investoren und Finanzanalysten:**

Evelyn Nassar  
Head of Investor Relations  
Barry Callebaut AG  
Phone: +41 43 204 04 23  
[evelyn\\_nassar@barry-callebaut.com](mailto:evelyn_nassar@barry-callebaut.com)

\*\*\*

## Verkaufskennzahlen der Barry Callebaut Gruppe 2016/17

für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres				3 Monate bis zum 30. November 2016	3 Monate bis zum 30. November 2015
		Veränderungen in %			
		in Lokal- währungen	in CHF		
<b>Kennzahlen</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		(0.4%)	492,931	494,873
Umsatz	Mio. CHF	3.2%	4.2%	1,885.8	1,809.3
<b>Nach Regionen</b>					
<b>EMEA</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		2.2%	225,087	220,196
Umsatz	Mio. CHF	3.3%	3.0%	772.7	750.3
<b>Nord- und Südamerika</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		1.4%	133,112	131,230
Umsatz	Mio. CHF	(0.2%)	0.8%	431.7	428.4
<b>Asien-Pazifik</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		8.8%	22,544	20,716
Umsatz	Mio. CHF	10.2%	13.8%	92.9	81.6
<b>Global Cocoa</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		(8.6%)	112,188	122,731
Umsatz	Mio. CHF	4.5%	7.2%	588.5	549.0
<b>Nach Produktgruppen</b>					
<b>Verkaufsmenge</b>			(0.4%)	<b>492,931</b>	<b>494,873</b>
Kakaoprodukte	Tonnen		(8.6%)	112,188	122,731
Industrielle Produkte	Tonnen		0.4%	321,233	320,077
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		14.3%	59,510	52,065
<b>Umsatz</b>		3.2%	4.2%	<b>1,885.8</b>	<b>1,809.3</b>
Kakaoprodukte	Mio. CHF	4.5%	7.2%	588.5	549.0
Industrielle Produkte	Mio. CHF	0.1%	0.5%	1,002.8	997.4
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	11.8%	12.0%	294.5	262.9