

Medienmitteilung

Barry Callebaut Gruppe - Halbjahresresultate, Geschäftsjahr 2016/17 Beschleunigtes Verkaufsmengenwachstum, deutliche Gewinnsteigerung

- **Volumenwachstum zog im 2. Quartal dank den Wachstumstreibern um +3.5% an, was für das 1. Halbjahr zu einem Wachstum über dem Marktdurchschnitt¹ von +1.4% führte**
- **Umsatz +2.5% in Lokalwährungen (+3.3% in CHF) auf CHF 3.5 Milliarden**
- **Starke Verbesserung des Betriebsgewinns (EBIT) um +19.3% in Lokalwährungen, davon +11.1% wiederkehrend. Konzerngewinn +32.6% in Lokalwährungen, davon +18.9% wiederkehrend**
- **Mittelfristziele² bestätigt**

Zürich/Schweiz, 12. April 2017 – Antoine de Saint-Affrique, CEO der Barry Callebaut Gruppe, zu den Halbjahresresultaten: «Wir setzen unsere Strategie des «smarten Wachstums» weiter um. Im zweiten Quartal des laufenden Geschäftsjahres zog das Verkaufsmengenwachstum an, obwohl die globale Nachfrage im Schokoladenmarkt¹ verhalten ausfiel. Unser konstanter Fokus auf den Produkt- und Kundenmix sowie die erfolgreiche Umsetzung unseres Cocoa Leadership Programms führten zu einer signifikanten Profitabilitätssteigerung. Gleichzeitig fokussieren wir weiterhin auf den freien Cash flow und die Erträge.»

Kennzahlen der Barry Callebaut Gruppe 2016/17

für die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres		Veränderungen in %		6 Monate bis 28. Februar 2017	6 Monate bis 29. Februar 2016
		in Lokalwährungen			
		in CHF	in CHF		
Verkaufsmenge	Tonnen	1.4%		946,782	933,327
Umsatz	Mio. CHF	2.5%	3.3%	3,538.7	3,424.3
Bruttogewinn	Mio. CHF	6.2%	6.0%	464.0	437.9
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	19.3%	18.8%	238.4	200.7
Betriebsgewinn (EBIT) bereinigt um ausserordentliche Effekte	Mio. CHF	11.1%	10.6%	222.1	200.7
EBIT pro Tonne	CHF	17.6%	17.1%	251.8	215.0
Konzerngewinn	Mio. CHF	32.6%	31.7%	142.1	107.9
Konzerngewinn bereinigt um ausserordentliche Effekte	Mio. CHF	18.9%	16.6%	125.8	107.9
Freier Cash flow	Mio. CHF	(112.8%)	(113.2%)	(29.0)	220.4

Die Barry Callebaut Gruppe, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, verzeichnete im zweiten Quartal ein beschleunigtes **Verkaufsmengenwachstum** von +3.5% (erstes Quartal: -0.4%). Für die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2016/17 stieg die Verkaufsmenge um +1.4% auf 946,782 Tonnen. Der weltweite Schokoladenmarkt gab im selben Zeitraum um -2.1%¹ nach. Outsourcing-Aktivitäten wirkten sich besonders positiv auf das Wachstum aus, namentlich die erfolgreiche Integration der von Mondelez International

¹ Quelle: Nielsen, August 2016 - Januar 2017

² 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.

übernommenen Fabrik in Halle (Belgien), doch auch Gourmet- & Spezialitätenprodukte sowie die neuen Märkte leisteten positive Beiträge. Im Schokoladenmarkt wuchs die Verkaufsmenge um +3.5%, während die Verkaufsmenge im Kakaogeschäft infolge des gezielten und inzwischen abgeschlossenen Ausstiegs aus weniger profitablen Verträgen im Kakaogeschäft um -5.0% sank.

Der **Umsatz** wuchs mit +2.5% in Lokalwährungen (+3.3% in CHF) rascher als die Verkaufsmenge und erreichte dank eines guten Produktmixes und trotz geringerer Rohstoffpreise CHF 3,538.7 Mio.

Der **Bruttogewinn** belief sich auf CHF 464.0 Mio., was einem Zuwachs von +6.2% in Lokalwährungen (+6.0% in CHF) entspricht. Dieser deutlich über dem Verkaufsmengenwachstum liegende Anstieg lässt sich auf einen guten Produkt- und Kundenmix sowie die erfolgreiche Umsetzung des Cocoa-Leadership-Programms und bessere Marktbedingungen für Kakaoprodukte zurückführen.

Der **Betriebsgewinn (EBIT)** belief sich auf CHF 238.4 Mio., was einer Steigerung um +19.3% in Lokalwährungen (+18.8% in CHF) entspricht und auf die gute Entwicklung des Bruttogewinns zurückzuführen ist. Der EBIT pro Tonne stieg um +17.6% in Lokalwährungen (+17.1% in CHF) auf CHF 251.8 Mio. Nach Bereinigung um die ausserordentlichen akquisitionsbedingten Erträge in Höhe von CHF 16.3 Mio. betrug das EBIT-Wachstum +11.1% in Lokalwährungen. Auf dieser angepassten Basis erzielte die Gruppe einen wiederkehrenden EBIT pro Tonne von CHF 234.6, was einem Zuwachs von +10.0% in Lokalwährungen (+9.1% in CHF) entspricht.

Der **Konzerngewinn** stieg um +32.6% in Lokalwährungen (+31.7% in CHF) auf CHF 142.1 Mio. dank des starken EBIT-Anstiegs sowie tieferer Nettofinanzierungskosten und trotz eines höheren effektiven Steuersatzes. Nach Bereinigung um die ausserordentlichen Effekte betrug der Anstieg +18.9% in Lokalwährungen auf CHF 125.8 Mio.

Das **Nettoumlaufvermögen** stieg um +1.2% von CHF 1,382.3 Mio. in der Vorjahresperiode auf CHF 1,398.4 Mio. an und blieb damit leicht unter dem Verkaufsmengenwachstum der Gruppe . Dies wurde erzielt dank des Fokus der Gruppe auf ihre Lagerbestände und tiefere Kakaobohnenpreise und nach einer bereits signifikanten Senkung im Vorjahr, die durch einige positive Einmaleffekte beeinflusst war.

Die **Nettoverschuldung** sank im Vergleich zur Vorjahresperiode um -5.4% von CHF 1,538.2 Mio. auf CHF 1,454.9 Mio. Dies ist grösstenteils auf die Schuldenrückzahlung im Zuge des Fokus der Gruppe auf Cash flow zurückzuführen.

Der **freie Cash flow** für 6 Monate betrug CHF -29.0 Mio., was den Saisoneffekt der Kakao-Haupternte widerspiegelt. In der Vergleichsperiode im Vorjahr wurde ein Zufluss von CHF 220.4 Mio. verzeichnet, der auch einige positive Einmaleffekte umfasste. Aufgrund der Absicherungsstrategie der Gruppe wirken sich signifikante Veränderungen der Rohstoffpreise und Währungen mit einer gewissen Verzögerung auf den Cash flow aus. Auf einer rollierenden 12-Monats-Basis betrug der freie Cash flow CHF 154.6 Mio.

Ausblick – Fortsetzung der dynamischen Entwicklung erwartet

CEO Antoine de Saint-Affrique zum Ausblick: «während die Märkte nach wie vor volatil sind, verfügen wir über ein gesundes Schokoladenportfolio und gehen davon aus, dass sich die dynamische Entwicklung fortsetzt. Wir werden an der Umsetzung unseres Cocoa-Leadership-

Programms weiterarbeiten und die Umsetzung unserer Strategie für «smartem Wachstum» konsequent weiter vorantreiben. Auf dieser Grundlage bestätigen wir unsere Mittelfristziele³.»

Strategische Meilensteine in der ersten Hälfte des Geschäftsjahrs 2016/17

- **Expansion:** Am 31. Dezember 2016 schloss Barry Callebaut die Übernahme der Schokoladenfabrik von Mondelēz International in Halle (Belgien) ab. Die Transaktion umfasst auch eine langfristige Vereinbarung zur Lieferung von zusätzlich 30,000 Tonnen Flüssigschokolade pro Jahr an Mondelēz International. Zudem wurde bekannt gegeben, dass die Schokoladenfabriken des Unternehmens in Kalifornien (USA) und Singapur ausgebaut werden sollten. Mit der Eröffnung der ersten Schokoladenfabrik in Indonesien erreichte die Gruppe einen weiteren wichtigen Meilenstein.
- **Innovation:** Barry Callebaut hat über 700 neue F & D Produkte entwickelt, unter anderem neue Schokoladen- und Fruchtfüllungen mit niedrigen Wasseraktivitätswerten. Ausserdem erweiterte die Tochtergesellschaft la Morella nuts ihr Angebot um ein neues Sortiment an Bio-Nüssen aus der Mittelmeerregion. Carma, die Gourmet-Marke von Barry Callebaut für Schweizer Schokolade, brachte mit Black Zabuye 83% eine dunkle Edelcouvertüre mit einem Kakaogehalt von 83% auf den Markt.
- **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 erreicht werden sollen und die grössten Nachhaltigkeitsprobleme in der Schokoladen-Wertschöpfungskette angehen: Kinderarbeit, Armut der Kakaobauern, CO₂-Emissionen und Entwaldung sowie nachhaltig erzeugte Rohwaren. Mehr unter: www.barry-callebaut.com/new-sustainability-strategy and www.barry-callebaut.com/stories für Geschichten, wie bei Barry Callebaut Nachhaltigkeit umgesetzt wird.

Entwicklung nach Regionen / Segmenten

EMEA – Beschleunigtes Volumen- und Profitabilitätswachstum, gestützt durch Partnerschaftsvereinbarung

Die Verkaufsmenge im europäischen Schokoladenmarkt ging um -2.0% zurück⁴. Die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in der Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) stieg um +4.4% auf 429,867 Tonnen. In Westeuropa wuchsen alle Geschäftseinheiten, gestützt durch die zusätzliche Liefervereinbarung mit Mondelēz International und die Übernahme der Sparte Automatenfüllprodukte von FrieslandCampina. In Osteuropa sind die Marktbedingungen nach wie vor weniger günstig.

In der Region EMEA wuchs der Umsatz in Lokalwährungen um +5.8% (+4.7% in CHF) – und damit leicht schneller als die Verkaufsmenge – auf insgesamt CHF 1,470.9 Mio. Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg deutlich um +13.6% in Lokalwährungen (+12.5% in CHF) und erreichte CHF 162.4 Mio., einschliesslich eines Einmaleffekts aus einer Akquisition im Zusammenhang mit einer Partnerschaftsvereinbarung in Höhe von CHF 16.3 Mio. Bereinigt um diesen Effekt wuchs der EBIT um +2.3% in Lokalwährungen (+1.2% in CHF).

³ 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.

⁴ Quelle: Nielsen, August 2016 - Januar 2017

Nord- und Südamerika – Stabiles Verkaufsmengenwachstum in einem trägen Markt, bei deutlichem Anstieg der Profitabilität

Das Volumen des Schokoladenmarkts in Nord- und Südamerika nahm um -3.4% ab.⁴

Das Verkaufsmengenwachstum von Barry Callebaut in Nord- und Südamerika entwickelte sich gegenüber starkem Vorjahr flach mit +0.4% auf 252,068 Tonnen. Das Gourmetgeschäft und Südamerika wuchsen erneut stark.

Der Umsatz in der Region stieg um +1.3% in Lokalwährungen (+2.9% in CHF) auf CHF 841.1 Mio.

Der deutliche Anstieg der Profitabilität um + 11.1% in Lokalwährungen (+11.5% in CHF) ist auf den vorteilhafteren Kunden- und Produktmix zurückzuführen, sowie auf eine bessere Nutzung von Kostenvorteilen in der Region. Der EBIT lag bei CHF 78.5 Mio.

Asien Pazifik – Anhaltendes zweistelliges Volumen- und Gewinnwachstum

Das Volumen des Schokoladenmarkts legte in dieser Region um +1.6%⁴ zu.

Barry Callebaut verzeichnete in der Region Asien Pazifik sehr starke sechs Monate mit einem Verkaufsmengenwachstum um 14.6% auf 46,872 Tonnen über alle Divisionen hinweg. Der Umsatz nahm um +11.6 % in Lokalwährungen (+14.0% in CHF) auf CHF 184.5 Mio. zu und entsprach somit der Entwicklung der Verkaufsmenge.

Der EBIT stieg um +12.7% in Lokalwährungen (+13.6% in CHF) auf CHF 20.9 Mio. dank der guten Performance der Industriellen Produkte und der Gourmet- & Spezialitätenprodukte sowie einer strikten Kostendisziplin.

Global Cocoa – Deutliche Profitabilitätssteigerung unter leicht vorteilhafteren Bedingungen

Der gezielte stufenweise Ausstieg aus weniger profitablen Verträgen ist inzwischen abgeschlossen. Die Verkaufsmenge im Bereich Global Cocoa ging in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres um -5.0% auf 217,975 Tonnen zurück. Der Umsatz ging um -2.5% in Lokalwährungen zurück (+0.2% in CHF).

Wie bereits mitgeteilt, stieg der EBIT aufgrund der erfolgreichen Umsetzung des Cocoa Leadership Programms um +76.8% in Lokalwährungen (+74.3% CHF) auf CHF 19.7 Mio. Der EBIT pro Tonne stieg um +83.5% auf CHF 90.3.

Preisentwicklungen an den wichtigsten Rohwaren-Spot-Märkten

Der Futures-Preis für **Kakaobohnen** brach in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres um -32% ein (von 2,274 GBP/MT am 1. September 2016 auf 1,544 GBP/MT am 28. Februar 2017).

Grundsätzlich lässt sich der Preiseinbruch auf gute Wetterbedingungen zurückführen, die in der Elfenbeinküste zu Rekordernten und in der Kakaosaison 2016/17 insgesamt zu einem grossen Angebotsüberschuss führen dürften.

Die Combined Cocoa Ratio hat sich im Verlauf der ersten Hälfte des Geschäftsjahrs aufgrund der grösseren Produktknappheit und tieferen Kakaobohnenpreise weiter verbessert.

Der Aufwärtstrend bei den Preisen für **Milchprodukte** setzte sich im letzten Quartal 2016 aufgrund weltweit schwacher Produktion und stabiler Nachfrage fort. Gute Auszahlungsbedingungen für Flüssigmilch sowie gute Wetterbedingungen führten anfangs 2017 zu einer Verbesserung der Milchproduktion, so dass der Markt allmählich wieder zu einem Gleichgewicht zurückfindet und leichte Preiskorrekturen einsetzen.

⁴ Quelle: Nielsen, August 2016 - Januar 2017

Nach einem Preishoch Anfang Oktober 2016 erfuhr der Welt-**Zucker**markt eine starke Korrektur, da für 2017/18 ein Angebotsüberschuss möglich ist. In Europa legten die Preise kontinuierlich zu, gestützt von historisch tiefen EU-Lagerbeständen.

Ausführliche Finanzinformationen finden Sie im Investorenbrief «Halbjahresresultate 2016/17» von Barry Callebaut: www.barry-callebaut.com/LetterToInvestors.

Konferenzen für Medien und Analysten der Barry Callebaut Gruppe

Datum: Mittwoch, 12. April 2017 um 10:00 Uhr

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

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

9-Monats-Verkaufszahlen 2016/17 (Medienmitteilung)	13. Juli 2017
Jahresergebnisse 2016/17 (Medienmitteilung und Konferenz)	8. November 2017
Generalversammlung 2016/17	13. Dezember 2017

Über die Barry Callebaut Gruppe (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 fast 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, 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 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*](#)

 [*Instagram*](#)

 [*YouTube*](#)

 [*Flickr*](#)

Kontakte

für die Medien:

Christiaan Prins
Head of External Affairs
Barry Callebaut AG
Telefon +41 43 204 03 76
christiaan_prins@barry-callebaut.com

für Investoren und Finanzanalysten:

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

Kennzahlen der Barry Callebaut Gruppe 2016/17

für die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres		Veränderungen in %		6 Monate bis 28. Februar 2017	6 Monate bis 29. Februar 2016
		in Lokal- währungen	in CHF		
Kennzahlen					
Verkaufsmenge	Tonnen		1.4%	946,782	933,327
Umsatz	Mio. CHF	2.5%	3.3%	3,538.7	3,424.3
Bruttogewinn	Mio. CHF	6.2%	6.0%	464.0	437.9
EBITDA	Mio. CHF	14.7%	14.4%	309.9	270.9
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	19.3%	18.8%	238.4	200.7
Betriebsgewinn (EBIT) bereinigt um ausserordentliche Effekte	Mio. CHF	11.1%	10.6%	222.1	200.7
EBIT pro Tonne	CHF	17.6%	17.1%	251.8	215.0
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	32.6%	31.7%	142.1	107.9
Konzerngewinn für die Berichtsperiode bereinigt um ausserordentliche Effekte	Mio. CHF	18.9%	16.6%	125.8	107.9
Freier Cash flow	Mio. CHF	(112.8%)	(113.2%)	(29.0)	220.4
Nach Regionen					
EMEA					
Verkaufsmenge	Tonnen		4.4%	429,867	411,881
Umsatz	Mio. CHF	5.8%	4.7%	1,470.9	1,405.0
EBITDA	Mio. CHF	13.0%	11.6%	185.8	166.4
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	13.6%	12.5%	162.4	144.4
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		0.4%	252,068	251,151
Umsatz	Mio. CHF	1.3%	2.9%	841.1	817.4
EBITDA	Mio. CHF	7.2%	8.0%	94.0	87.0
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	11.1%	11.5%	78.5	70.4
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		14.6%	46,872	40,888
Umsatz	Mio. CHF	11.6%	14.0%	184.5	161.8
EBITDA	Mio. CHF	13.7%	14.8%	25.5	22.2
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	12.7%	13.6%	20.9	18.4
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		(5.0%)	217,975	229,407
Umsatz	Mio. CHF	(2.5%)	0.2%	1,042.2	1,040.1
EBITDA	Mio. CHF	23.6%	23.6%	46.6	37.7
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	76.8%	74.3%	19.7	11.3
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge					
Kakaoprodukte	Tonnen		(5.0%)	217,975	229,407
Industrielle Produkte	Tonnen		1.6%	611,713	601,858
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		14.7%	117,094	102,062
Umsatz					
Kakaoprodukte	Mio. CHF	(2.5%)	0.2%	1,042.2	1,040.1
Industrielle Produkte	Mio. CHF	2.8%	2.9%	1,925.8	1,871.5
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	11.1%	11.3%	570.7	512.7