

Medienmitteilung

Verkaufszahlen von Barry Callebaut für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2017/18

Starker Start ins Jahr

- Verkaufsmenge +8.0%, unterstützt von allen Regionen und Produktgruppen
- Alle wichtigen Wachstumstreiber trugen zur Outperformance des Marktes bei¹
- Umsatz von CHF 1,872.2 Mio., ein leichter Rückgang um -0,7%, vor allem aufgrund tieferer Preise für Kakao und andere Rohwaren
- Mittelfristziele bestätigt²

Zürich/Schweiz, 24. Januar 2018 – Antoine de Saint-Affrique, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: «Wir sind stark in das neue Geschäftsjahr gestartet und haben ein Wachstum erzielt, das deutlich über dem Markt liegt. Ich freue mich, dass der Anstieg unserer Verkaufsmenge breit abgestützt ist, mit positiven Beiträgen aller Regionen und einer starken Dynamik bei sämtlichen wichtigen Wachstumstreibern.»

Verkaufskennzahlen der Barry Callebaut Gruppe 2017/18

für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres			3 Monate bis zum 30. November 2017	3 Monate bis zum 30. November 2016
			Veränderungen in %	
			in Lokalwährungen	in CHF
Verkaufsmenge	Tonnen	8.0%	532,165	492,931
Umsatz	Mio. CHF	(3.2%) (0.7%)	1,872.2	1,885.8

Die Barry Callebaut Gruppe, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, erzielte in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2017/18 (endend am 30. November 2017) ein starkes Wachstum der Verkaufsmenge von +8.0% auf 532,165 Tonnen. Im selben Zeitraum wuchs der globale Schokoladenmarkt um +3.1%¹. Das Wachstum der Verkaufsmenge wurde von sämtlichen Regionen und Produktgruppen unterstützt. Alle wichtigen Wachstumstreiber trugen zur Outperformance des Marktes bei: Gourmet & Spezialitäten (+8.9%), Schwellenländer (+11.1%) und Outsourcing (+8.1%). Barry Callebaut erzielte einen Umsatz von CHF 1,872.2 Mio., was einem leichten Rückgang um -0.7% in CHF (-3.2% in Lokalwährungen) gegenüber dem Vorjahr entspricht. Dies ist vor allem auf die tieferen Preise für Kakao und andere Rohwaren zurückzuführen, die im Rahmen des Cost-Plus-Modells des Unternehmens für den grössten Teil des Geschäfts direkt an die Kunden weitergegeben werden.

Ausblick:

CEO Antoine de Saint-Affrique zum Ausblick: «Wir haben eine gute Visibilität bezüglich unseres Verkaufsportfolios und gehen davon aus, dass sich der Markt weiter erholt. In Verbindung mit der

¹ Quelle: Nielsen Schokoladenverkaufsmenge, August bis Oktober 2017

² Mittelfristziele: Durchschnittliches Wachstum der Verkaufsmenge von 4–6% pro Jahr und über dem Verkaufsmengenwachstum liegender EBIT in Lokalwährungen, unter Ausschluss unvorhergesehener Ereignisse

sorgfältigen Umsetzung unserer Strategie des «smarten Wachstums» sind wir zuversichtlich, dass wir auf gutem Wege sind, unsere Mittelfristziele 2018/19² zu erreichen.»

Strategische Meilensteine in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2017/18

Expansion: Barry Callebaut schloss die Akquisition von D'Orsogna Dolciaria in Italien im Oktober 2017 und von Gertrude Hawk Ingredients in den USA im Dezember 2017 ab und baute damit sein höherwertiges Spezialitäten- und Dekorationsgeschäft weiter aus. Um seine Kunden auch künftig optimal beliefern zu können, kündigte Barry Callebaut für das kommende Jahr zudem Investitionen zur Steigerung der Schokoladeproduktionskapazität weltweit und insbesondere in Westeuropa an. Darüber hinaus plant Barry Callebaut den Aufbau eines globalen Kompetenzzentrums für sein Dekorationsgeschäft in Halle (Belgien); dort sollen Dekorationen mit Kunden sowie Technologien mit Dritten gemeinsam entwickelt werden.

Innovation: Barry Callebaut enthüllte im September 2017 Ruby, den vierten Schokoladentypus. Dank eines einzigartigen Verfahrens kann das Unternehmen den intensiven neuen Geschmack und den von Natur aus roten Farbton der Ruby-Kakaobohnen nutzen. Es werden weder Beeren noch Farbstoffe oder Aromen beigefügt. Kitkat in Japan führte am 19. Januar als erste Verbrauchermarke der Welt eine Ruby-Schokoladenversion ein. Darüber hinaus kündigte Barry Callebaut Pläne zur Einführung eines neuartigen Kapselsystems für frische Instant-Eiscreme in Zusammenarbeit mit dem Start-up-Unternehmen Solo Gelato an. Dieses Produkt soll in der zweiten Jahreshälfte 2018 auf den Weltmarkt kommen.

Nachhaltigkeit: Im Dezember 2017 veröffentlichte Barry Callebaut seinen Fortschrittsbericht Forever Chocolate 2016/17. Weltweit arbeitete das Unternehmen mit mehr als 157,000 Bauern in der Vermittlung von guten Anbaumethoden. Rund 36% des gesamten Kakaos und 30% der anderen Schokoladenzutaten wurden im Geschäftsjahr 2016/17 aus nachhaltigen Quellen beschafft. Zudem hat Barry Callebaut seine Farm Services ausgebaut, die Kakaobauern Produkte und Dienstleistungen zur Produktionssteigerung anbieten. In der Elfenbeinküste verzeichneten die teilnehmenden Kakaobauern eine durchschnittliche Produktivitätssteigerung um +23% pro Hektar Anbaufläche. Im November 2017 hat Barry Callebaut ferner die wegweisenden Frameworks for Action der Cocoa and Forests Initiative mitunterzeichnet; in diesem Aktionsrahmen setzen sich Regierungen, Industrie und NGOs gemeinsam dafür ein, die durch Kakaoanbau bedingte Abholzung in der Elfenbeinküste und in Ghana zu stoppen. Der vollständige Fortschrittsbericht ist abrufbar unter: <http://forever-chocolate.barry-callebaut.com/>

Entwicklung nach Regionen/Segmenten

Region EMEA – Starke Performance unterstützt durch Outsourcing

Der europäische Schokoladenmarkt legte volumenmässig um +3.6% zu.³

Barry Callebaut konnte seine Verkaufsmenge in der Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) zweistellig um +10.3% auf 248,184 Tonnen steigern, was auf die starke Performance im Bereich Industriekunden zurückzuführen war, gestützt zudem durch die weitere Umsetzung des Vertrags mit Mondelēz in Belgien und eine weiterhin solide Entwicklung des Gourmet- & Spezialitätengeschäfts in Westeuropa. Osteuropa liegt dank einem breiter diversifizierten Kundenkreis wieder klar im Bereich zweistelliger Wachstumsraten, wobei das Industriekunden- und das Gourmetgeschäft ähnlich schnell wuchsen.

³ Quelle: Nielsen Schokoladenverkaufsmenge, August bis Oktober 2017

Der Umsatz in der Region EMEA stieg um +8.0% in CHF (+2.0% in Lokalwährungen) auf CHF 834.6 Mio. Dies war dem hohen Verkaufsmengenwachstum und dem guten Produktmix zu verdanken, beeinträchtigt durch tiefere Preise für Kakao und andere Rohwaren.

Region Nord- und Südamerika – Ein guter Start ins neue Geschäftsjahr

Der Schokoladenmarkt in Nord- und Südamerika wuchs volumenmässig um +1.3%⁴.

Mit einem Verkaufsmengenwachstum von +2.9% auf 136,981 Tonnen verzeichnete die Region Nord- und Südamerika einen guten Start dank solider Ergebnisse im Industriekunden- und Gourmetgeschäft. In Südamerika fiel das Wachstum bei Industriekunden zweistellig aus, vor allem dank höherer Verkäufe in Brasilien.

Der Umsatz in der Region Nord- und Südamerika war infolge tieferer Preise für Kakao und andere Rohwaren mit -0.2% in CHF (-0.3% in Lokalwährungen) flach und betrug CHF 430.8 Mio.

Region Asien Pazifik – Anhaltendes zweistelliges Wachstum

Das Volumen des Schokoladenmarkts in der Region Asien-Pazifik stieg um +4.8%⁴.

Barry Callebaut verbuchte in dieser Region ein zweistelliges Verkaufsmengenwachstum von +17.4% auf 26,467 Tonnen, zu dem sowohl das Industriekunden- als auch das Gourmetgeschäft beitrugen. Gestützt wurde das Wachstum durch die weitere Umsetzung der Outsourcing-Vereinbarung mit Garuda Food in Indonesien, ein starkes Gourmetgeschäft sowie positive Entwicklungen in Indien und China.

Der Umsatz erhöhte sich um +4.6% in CHF (+6.6% in Lokalwährungen) auf CHF 97.2 Mio. dank des erfreulichen Verkaufsmengenwachstums, wurde jedoch durch tiefere Preise für Kakao und andere Rohwaren beeinträchtigt.

Global Cocoa – Marktdynamik hält an

Die Verkäufe an Drittkunden stiegen im Bereich Global Cocoa um +7.4% auf 120,533 Tonnen. Das Unternehmen verzeichnete im ersten Quartal 2017/18 eine aussergewöhnlich hohe Nachfrage nach Kakaoprodukten dank eines positiven Marktumfelds und einer geringeren Anzahl von Anbietern. Der Umsatz sank um -13.4% in CHF (-13.8% in Lokalwährungen) auf CHF 509.6 Mio., vor allem aufgrund tieferer Preise für Kakaopulver und Kakaobutter infolge rückläufiger Kakaobohnenpreise.

Preisentwicklungen an den wichtigsten Rohwaren-Spot-Märkten

Von September 2017 bis November 2017 sanken die Preise für **Kakao** in London geringfügig um -1.8% von GBP 1,522 pro Tonne am 31. August 2017 auf zuletzt GBP 1,495 pro Tonne. Im ersten Quartal des Geschäftsjahres ging der durchschnittliche Kakaobohnenpreis im Vergleich zur Vorjahresperiode um -27.4% zurück. Grundsätzlich verbesserten günstige Wetterbedingungen die Aussichten für das wichtigste Kakaoanbauland, die Elfenbeinküste. Auch wenn die Nachfrage nach Kakaobohnen in den meisten Regionen aufgrund rückläufiger Preise zunahm, dürfte in der Saison 2017/18 insgesamt ein kleiner Überschuss resultieren.

Die Preise für **Zucker** gingen in den ersten beiden Monaten der Berichtsperiode zurück, erholten sich aber im November 2017 wieder. In der EU sanken die Zuckerpreise aufgrund einer EU-Rekordernte kombiniert mit der neuen EU-Zuckermarktordnung, aufgrund welcher die Produktions- und Exportquoten weggefallen sind.

Die weltweite **Milchproduktion** nahm weiter zu, nicht zuletzt dank höherer Milchpreise, starker Erträge und niedriger Futterkosten. Diese Überproduktion drückte die Preise für Milchprodukte.

⁴ Quelle: Nielsen Schokoladenverkaufsmenge, August bis Oktober 2017

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2017/18 (1. September 2017 – 31. August 2018):

Halbjahresergebnisse 2017/18	11. April 2018
9-Monats-Verkaufszahlen 2017/18	13. Juli 2018
Jahresergebnisse 2017/18	7. November 2018
Generalversammlung 2017/18	12. Dezember 2018

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 6.8 Milliarden (EUR 6.3 Milliarden / USD 6.9 Milliarden) für das Geschäftsjahr 2016/17 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 fast 60 Produktionsstandorte und beschäftigt eine vielfältige und engagierte Belegschaft von etwa 11,000 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, um die künftige Versorgung mit Kakao sicherzustellen und 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](#)[Facebook](#)[YouTube](#)[Flickr](#)**Kontakt für die****Medien:**

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

Investoren und Finanzanalysten:

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

Verkaufskennzahlen der Barry Callebaut Gruppe 2017/18

für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres			3 Monate bis zum 30. November 2017	3 Monate bis zum 30. November 2016	
		Veränderungen in %			
		in Lokal- währungen	in CHF		
Kennzahlen					
Verkaufsmenge	Tonnen		8.0%	532,165	492,931
Umsatz	Mio. CHF	(3.2%)	(0.7%)	1,872.2	1,885.8
Nach Regionen					
EMEA					
Verkaufsmenge	Tonnen		10.3%	248,184	225,087
Umsatz	Mio. CHF	2.0%	8.0%	834.6	772.7
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		2.9%	136,981	133,112
Umsatz	Mio. CHF	(0.3%)	(0.2%)	430.8	431.7
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		17.4%	26,467	22,544
Umsatz	Mio. CHF	6.6%	4.6%	97.2	92.9
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		7.4%	120,533	112,188
Umsatz	Mio. CHF	(13.8%)	(13.4%)	509.6	588.5
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge			8.0%	532,165	492,931
Kakaoprodukte	Tonnen		7.4%	120,533	112,188
Industrielle Produkte	Tonnen		8.0%	346,843	321,233
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		8.9%	64,789	59,510
Umsatz		(3.2%)	(0.7%)	1,872.2	1,885.8
Kakaoprodukte	Mio. CHF	(13.8%)	(13.4%)	509.6	588.5
Industrielle Produkte	Mio. CHF	1.1%	4.5%	1,047.6	1,002.8
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	1.8%	7.0%	315.0	294.5