

Anstieg der Verkaufsmenge um 4.1% in einem rückläufigen Markt

Anstieg des Konzerngewinns um 10.4% (+18.5% in Lokalwährungen)

Bestätigung der Wachstumsstrategie mit 3 Pfeilern: geografische Expansion, Innovation und Kostenführerschaft

In Kürze

Barry Callebaut auf einen Blick

Barry Callebaut ist der weltweit führende Hersteller von qualitativ hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten – von der Kakaobohne bis zum fertigen Produkt im Regal.

Wir beliefern drei verschiedene Kundensegmente:

- Multinationale und nationale Markenartikelhersteller, die unsere Halbfertig- und Schokoladenprodukte als Zutaten in ihren Verbraucherprodukten verarbeiten
- Professionelle und gewerbliche Anwender von Schokolade wie Chocolatiers, Confiseure, Bäckereien, Gastronomie, Hotellerie und Caterer
- Lebensmitteleinzelhändler, für die wir sowohl Handelsmarken- als auch Markenprodukte herstellen.

Wachstumsstrategie von Barry Callebaut

Barry Callebaut verfolgt das Ziel, weiterhin deutlich stärker als der globale Schokoladenmarkt zu wachsen. Diese ehrgeizige Wachstumsstrategie stützt sich auf drei Pfeiler: geografische Expansion, Innovation und Kostenführerschaft.

Geografische Expansion



Um das verhaltene Wachstum in den reifen Schokoladenmärkten Westeuropas auszugleichen – ein Trend, der sich seit mehreren Jahren abzeichnet –, haben wir unsere jüngsten Investitionen grösstenteils auf die verstärkte geografische Präsenz in Wachstumsmärkten und Schwellenländern konzentriert. Heute sind wir ein globales Unternehmen mit einer unerreichten Präsenz in den klassischen Schokoladenmärkten Westeuropas und Nordamerikas sowie in den Wachstumsmärkten Osteuropas, Asiens und Lateinamerikas.

Im ersten Quartal 2010 werden wir eine Schokoladenfabrik mit einer Kapazität von 12,000 Tonnen in Brasilien eröffnen, einem der wenigen wichtigen Schokoladenmärkte der Welt, in dem wir bislang keine eigene Schokoladenfabrik hatten.

Innovation



Barry Callebaut gilt in der Schokoladenindustrie als Massstab für Innovation. Unsere spezialisierten Forschungs- und Entwicklungs-Teams in der ganzen Welt konzentrieren sich auf zwei unterschiedliche Bereiche: Grundlagenforschung auf dem Gebiet der gesundheitsfördernden Eigenschaften der Kakaobohne sowie angewandte Forschung zur Entwicklung neuartiger Produkte, die dem Wunsch von Verbrauchern nach innovativen Lebensmitteln entsprechen.

Im Geschäftsjahr 2008/09 führten wir elf klinische Studien durch, um die gesundheitsfördernde Wirkung von Kakao und Schokolade wissenschaftlich nachzuweisen – mit teilweise bahnbrechenden Ergebnissen. In der angewandten Forschung haben wir über 650 Projekte für und mit unseren Kunden erfolgreich abgeschlossen und mehr als 400 technische Besuche bei unseren Kunden vor Ort durchgeführt.

Kostenführerschaft



Kostenführerschaft ist ein wichtiger Grund, weshalb Industriekunden ihre Schokoladenherstellung an uns auslagern.

Wir arbeiten kontinuierlich an der Erhöhung unserer betrieblichen Effizienz durch eine bessere Kapazitätsauslastung, einen optimierten Produktfluss, eine bessere Lagerbewirtschaftung, tiefere Logistikkosten, weniger Energieverbrauch, höhere Skaleneffekte und geringere Fixkosten.

Kennzahlen Barry Callebaut

Für das Geschäftsjahr endend am 31. August		Veränderungen (%)		2008/09	2007/08
		in Lokal- währungen	in Berichts- währung		
Erfolgsrechnung					
Verkaufsmenge	Tonnen		4.1%	1,213,610	1,166,007
Umsatz	Mio. CHF	8.5%	1.3%	4,880.2	4,815.4
EBITDA ¹	Mio. CHF	9.1%	2.8%	456.1	443.7
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	9.5%	2.8%	350.8	341.1
Konzerngewinn aus fortzuführenden					
Geschäftsbereichen ²	Mio. CHF	16.5%	8.5%	226.9	209.1
Konzerngewinn für das Berichtsjahr	Mio. CHF	18.5%	10.4%	226.9	205.5
Geldfluss ³	Mio. CHF		(3.7%)	418.1	434.3
EBIT pro Tonne	CHF	5.2%	(1.2%)	289.1	292.5
Bilanz					
Bilanzsumme	Mio. CHF		(5.8%)	3,514.8	3,729.5
Nettoumlaufvermögen ⁴	Mio. CHF		(2.8%)	1,010.1	1,037.1
Anlagevermögen	Mio. CHF		0.6%	1,432.2	1,423.7
Nettoverschuldung	Mio. CHF		(9.5%)	942.7	1,041.2
Eigenkapital ⁵	Mio. CHF		6.8%	1,255.6	1,175.9
Quotienten					
Economic Value Added (EVA)	Mio. CHF		2.9%	129.9	126.3
Rendite auf dem investierten Kapital (ROIC) ⁶	%			13.9%	14.0%
Eigenkapitalrendite (ROE)	%			18.1%	17.7%
Verschuldungsgrad	%			75.1%	88.5%
Aktien					
Aktienkurs am Geschäftsjahresende	CHF		(20.7%)	574	724
EBIT pro Aktie (ausgegeben)	CHF	9.5%	2.8%	67.8	66.0
Unverwässerter Gewinn pro Aktie ⁷	CHF	16.9%	8.9%	44.0	40.4
Cash Earnings pro Aktie ⁸	CHF		(3.4%)	81.1	83.9
Auszahlung pro Aktie ⁹	CHF		8.7%	12.5	11.5
Andere					
Mitarbeitende			3.4%	7,525	7,281

1 EBIT + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte

2 Konzerngewinn aus fortzuführenden Geschäftsbereichen (inklusive Minderheiten)

3 Betrieblicher Geldfluss vor Veränderungen im Nettoumlaufvermögen

4 Beinhaltet Umlaufvermögen und kurzfristiges Fremdkapital aus betrieblicher Geschäftstätigkeit und kurzfristige Rückstellungen

5 Total den Aktionären des Mutterunternehmens zurechenbares Eigenkapital

6 EBIT x (1-effektive Steuerrate)/durchschnittlich eingesetztes Kapital

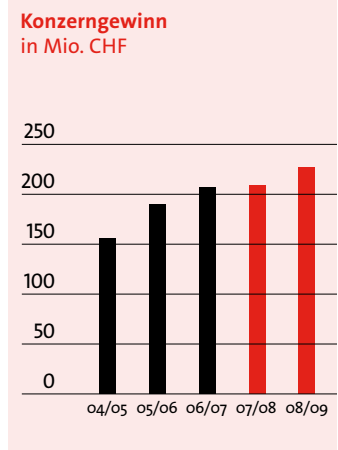
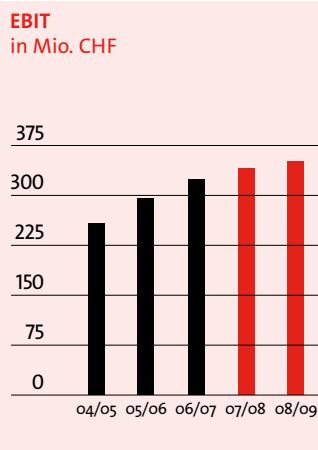
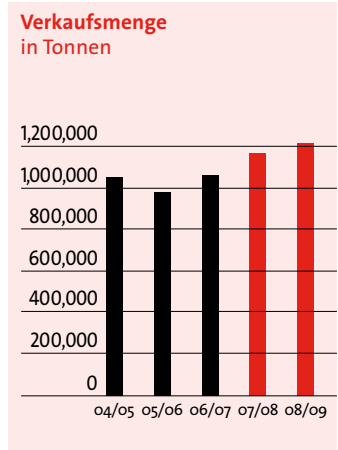
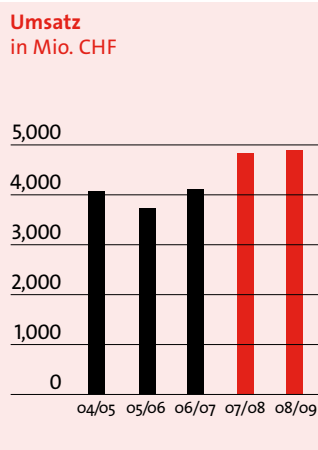
7 Basierend auf dem Konzerngewinn für das Berichtsjahr, der den Aktionären des Mutterunternehmens zurechenbar ist, exklusive Nettoverlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen/unverwässerte Anzahl ausstehender Aktien

8 Betrieblicher Geldfluss vor Veränderungen im Nettoumlaufvermögen/ unverwässerte Anzahl ausstehender Aktien

9 Nennwertreduktion anstelle einer Dividendenzahlung; 2008/09 gemäss Antrag des Verwaltungsrates an die Generalversammlung

Kennzahlen nach Regionen und Geschäftssegmenten

Barry Callebaut ist in drei Regionen organisiert: West- und Osteuropa (als Region Europa ausgewiesen), Nord- und Südamerika und Asien-Pazifik/Rest der Welt. Innerhalb der Regionen gibt es vier Geschäftsbereiche: Kakao, Industrielle Kunden, Gourmet & Spezialitäten sowie Verbraucherprodukte.



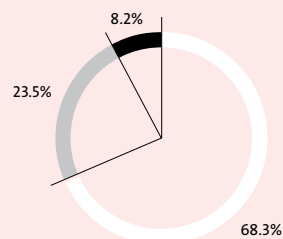
Umsatz nach Regionen

Europa	CHF 3,336 Mio.
Nord- und Südamerika	CHF 1,146 Mio.
Asien-Pazifik/Rest der Welt	CHF 399 Mio.

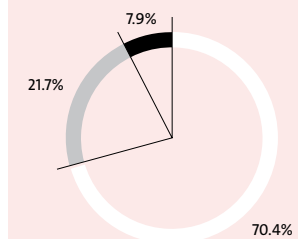
EBIT nach Regionen

Europa	CHF 296 Mio.
Nord- und Südamerika	CHF 91 Mio.
Asien-Pazifik/Rest der Welt	CHF 33 Mio.

Umsatz nach Regionen 2008/09 in Mio. CHF



EBIT nach Regionen 2008/09 in Mio. CHF



Industriegeschäft

		Veränderung in %	2008/09	2007/08
Umsatz	Mio. CHF	5.8%	3,447.0	3,258.3
Kakao	Mio. CHF	24.1%	748.9	603.7
Industrielle Kunden	Mio. CHF	1.6%	2,698.1	2,654.6
Verkaufsmenge	Tonnen	7.4%	979,051	911,819
Kakao	Tonnen	21.6%	196,808	161,811
Industrielle Kunden	Tonnen	4.3%	782,243	750,008
EBITDA	Mio. CHF	5.1%	319.9	304.4
EBIT	Mio. CHF	3.0%	254.5	247.1

Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft

		Veränderung in %	2008/09	2007/08
Umsatz	Mio. CHF	(8.0%)	1,433.2	1,557.1
Gourmet & Spezialitäten	Mio. CHF	(4.3%)	622.6	650.7
Verbraucherprodukte	Mio. CHF	(10.6%)	810.6	906.4
EBITDA	Mio. CHF	(0.7%)	201.2	202.7
EBIT	Mio. CHF	2.8%	166.2	161.7

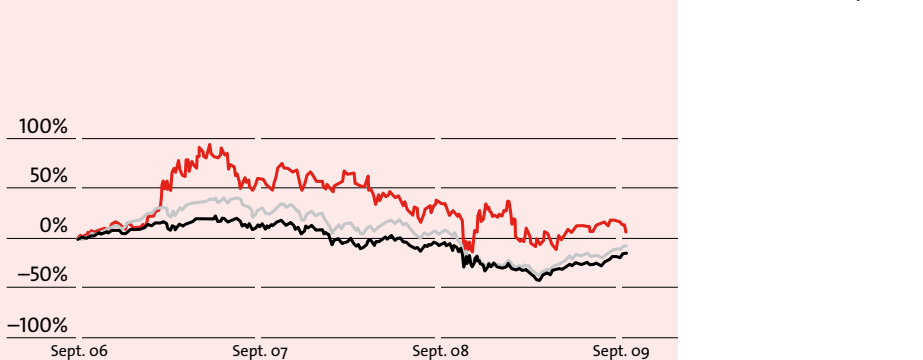
Preisentwicklung Kakao

Londoner Terminmarkt
6-Monats-Terminpreise
in GBP/Tonne



Aktienkursentwicklung Barry Callebaut vs. Indizes

Performance in %



— Barry Callebaut AG
— SPI Swiss Performance Index
— SPI Small & Mid-Cap Index

Highlights

Die Wachstumsstrategie von Barry Callebaut, die auf den drei Pfeilern geografische Expansion, Innovation und Kostenführerschaft aufbaut, hat sich auch in der weltweiten Wirtschaftskrise bewährt. Wir haben mit mehreren Akquisitionen und gezielten Investitionen unsere globale Präsenz gefestigt und unser Know-how weiter ausgebaut.



August/September 2008

Eröffnung von neuen Chocolate Academies in Chicago, USA, Mumbai, Indien und Tschechow, Russland.

September 2008

Akquisition von IBC in Kortrijk-Heule, Belgien, einem auf Dekorationen spezialisierten Unternehmen, zur Erweiterung unserer technischen Fähigkeiten und zum Ausbau unserer Produktpalette.

Oktober 2008

Einweihung einer Spezialitätenfabrik für servierfertige, dekorierte Premium-Tiefkühl-desserts in Alicante, Spanien, ein 80:20-Joint Venture zwischen Barry Callebaut und den spanischen Pâtisiers Paco und Jacob Torreblanca.

Oktober 2008

Unterzeichnung eines 4-Jahres-Vertrags mit Nestlé Italia S.p.A. über den Exklusivvertrieb von Schokoladenprodukten der weltbekannten Marke Perugina für gewerbliche Kunden.

Oktober 2008

Einweihung von neuen Fertigungslinien in der Kakaofabrik von Barry Callebaut in San Pedro, Elfenbeinküste, womit sich die jährliche Produktionskapazität auf 100,000 Tonnen verdreifacht.

Dezember 2008

Produktionsstart in der neuen Schokoladenfabrik in Japan; Auslieferung der ersten Produkte an Morinaga im Rahmen der bestehenden langfristigen Outsourcing-Vereinbarung.

Dezember 2008

Eröffnung eines Verkaufsbüros in Prag, Tschechische Republik.

Januar 2009

Einweihung einer neuen Schokoladenfabrik in Monterrey, Mexiko, mit einer Kapazität von 90,000 Tonnen, von der aus wir den mexikanischen Markt, den Süden der USA sowie Zentral- und Südamerika beliefern können.



Februar 2009

Barry Callebaut unterstützt gemeinsam mit der World Cocoa Foundation (wcf), anderen Branchenunternehmen und der Bill & Melinda Gates Foundation ein fünfjähriges Programm über USD 40 Mio. zur markanten Verbesserung der Lebensbedingungen von ca. 200,000 Kakaobauern in der Elfenbeinküste, Ghana, Nigeria, Kamerun und Liberia.

Februar 2009

Verkauf von 100% des Endverbraucher-geschäfts von Barry Callebaut in Asien, Van Houten Singapore, an The Hershey Company.



April 2009

Barry Callebaut Brasil s/A und Bunge Alimentos, ein bedeutendes brasilianisches Agrobusiness-Unternehmen, unterzeichnen eine Vertriebsvereinbarung für Brasilien. Bunge übernimmt den exklusiven Vertrieb im Food-Service-Bereich der Schokoladenprodukte, die Barry Callebaut für gewerbliche Kunden in Brasilien herstellen wird. Auf der Basis dieser Vereinbarung baut Barry Callebaut eine Schokoladenfabrik im Bundesstaat Minas Gerais, nördlich der Wirtschaftsmetropole São Paulo. Der Betrieb soll im ersten Quartal 2010 aufgenommen werden.



Juni 2009

Akquisition von Eurogran, einem dänischen Hersteller von Vending-Mix-Produkten für Verkaufsautomaten, zur weiteren Stärkung unserer Position im europäischen Automaten-geschäft.

September 2009

Bestätigung der strategischen Entscheidung von Barry Callebaut, sich aus dem Geschäft mit Verbraucherprodukten zurückzuziehen.

Vision & Werte

Unsere Vision

Barry Callebaut ist zugleich Herz und Motor der Schokoladenindustrie.

Unser Ziel ist es, die Nummer 1 in allen attraktiven Kundensegmenten und auf allen bedeutenden Märkten zu sein.

Unsere Herkunft, unser Wissen über die Herstellung und Verarbeitung von Schokolade – angefangen bei der Kakaobohne bis zum fertigen Produkt im Regal – und unsere Innovationskraft im Süßwarenereich machen uns zum bevorzugten Geschäftspartner der gesamten Nahrungsmittelindustrie. Dazu gehören gewerbliche Anwender und industrielle Hersteller genauso wie unsere Partner im internationalen Einzelhandel. Wir entwickeln unser Fachwissen ständig weiter und stellen es unseren Kunden und Marktpartnern gern zur Verfügung, damit auch ihr Geschäft weiter wächst. Unsere Leidenschaft gilt der Kreation und Vermarktung neuer, gesunder Produkte, die gut schmecken, alle Sinne erfreuen und vollkommenen Genuss bereiten.

Unsere Stärke beruht auf dem persönlichen Engagement und dem Fachwissen unserer Mitarbeitenden. Für sie möchten wir ein Umfeld schaffen, in dem Lernen einen kontinuierlichen Prozess darstellt, unternehmerisches Denken gefördert wird und Kreativität sich entfalten kann.

Unsere Werte

Kundenorientierung Indem wir Markttrends vorhersehen und aufgreifen und weder Zeit noch Aufwand scheuen, die Bedürfnisse unserer Kunden bis ins Detail zu verstehen, leisten wir auf lange Sicht unser Möglichstes, jedem unserer Kunden in professioneller, vertrauensvoller und partnerschaftlicher Zusammenarbeit hochwertige Produkte und Lösungen anzubieten.

Leidenschaft Der Stolz auf unser Unternehmen inspiriert und motiviert uns zu Höchstleistungen. Mit grossem Eifer lernen wir Neues in unserem geschäftlichen Umfeld und teilen unser Wissen genauso gern mit anderen wie unsere Begeisterung.

Unternehmerisches Denken Mit dem Ziel, Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen, halten wir nicht am Status quo fest. Vielmehr erforschen wir ständig Innovationsmöglichkeiten: neue Ernährungstrends, neue Märkte, neue Produktideen und Dienstleistungen sowie neue Wege, unser Geschäft zu entwickeln. Dafür stehen unsere Bereitschaft, in kalkulierbarem Mass Risiken einzugehen, und unsere Entschlossenheit, den eingeschlagenen und als richtig erkannten Weg zu Ende zu gehen.

Teamgeist Ob im Aussendienst, in der Produktion oder in der Administration – wir sind ein Team mit einer gemeinsamen Absicht und gemeinsamen Zielen. Alle Mitglieder dieses Teams tragen aktiv zu einer offenen Kommunikation bei, teilen Ideen mit anderen und arbeiten engagiert zusammen, um unsere gemeinsamen Ziele innerhalb des gesamten Unternehmens zu verwirklichen.

Integrität Wir zollen unseren Teamkollegen sowie all unseren externen Partnern Respekt und sind in all unseren Geschäftsaktivitäten und -beziehungen ehrlich, vertrauenswürdig und frei von Vorurteilen. Wir leben einen hohen ethischen Standard, der Fairness, Gleichstellung und Vielfalt fördert.

«Als Nahrungsmittelhersteller ist Barry Callebaut für die Sicherheit und Qualität seiner Produkte verantwortlich. Als internationales Unternehmen mit Aktivitäten in 26 Ländern wissen wir, dass unser Geschäft einen Einfluss auf das Leben vieler Menschen hat. Deshalb haben wir es uns zum Ziel gesetzt, die Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, durch verantwortungsbewusstes Handeln zu fördern und zu stärken.»

Unternehmensgeschichte

Barry Callebaut mit Sitz in der Schweiz ist aus der Fusion des belgischen Schokoladenherstellers Callebaut mit dem französischen Schokoladenproduzenten Cacao Barry im Jahr 1996 hervorgegangen. Die Fusion vereinte das Know-how von Cacao Barry in der Beschaffung und den ersten Verarbeitungsschritten von Kakao mit der umfangreichen Erfahrung von Callebaut in der Herstellung und Vermarktung von Schokoladenprodukten. Seit 1998 ist Barry Callebaut an der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange kotiert.

Heute ist Barry Callebaut der einzige voll integrierte Schokoladenkonzern mit globaler Präsenz. Die Firma bietet umfassende Lösungen von der Kakaobohne bis zu hochwertigen Schokoladenprodukten für die gesamte Lebensmittelindustrie an. Als bevorzugter Outsourcing-Partner hat Barry Callebaut einen geschätzten Verkaufsmengenanteil von über 40% im offenen Markt. Barry Callebaut ist in 26 Ländern präsent, betreibt rund 40 Produktionsstätten, beschäftigt etwa 7,500 Mitarbeitende und erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2008/09 einen Umsatz von ca. CHF 4.9 Milliarden.

- 1999** Akquisition der Carma AG, Schweiz
- 2002** Akquisition der Stollwerck-Gruppe, Deutschland
- 2003** Akquisition der niederländischen Gruppe Graverboom B.V. (einschliesslich Luijckx B.V.)
- 2003** Akquisition der Brach's Confections Holding Inc., USA
- 2004** Akquisition des Vending-Mix-Geschäfts (Getränkemischungen für Verkaufsautomaten) der AM Foods, Schweden
- 2005** Eröffnung einer Schokoladenfabrik in Kalifornien, USA
- 2007** Eröffnung einer Schokoladenfabrik in Tschchow, Russland
- 2007** Veräusserung von Brach's Confections Holding, Inc.
- 2007** Unterzeichnung von bedeutenden Outsourcing-Verträgen mit Nestlé, Hershey und Cadbury
- 2007** Akquisition einer Kakaofabrik in Pennsylvania, USA
- 2008** Eröffnung einer Schokoladenfabrik in Suzhou, China
- 2008** Unterzeichnung der Übernahme von Schokoladenproduktionskapazitäten von Morinaga, Japan
- 2008** Eröffnung eines Verkaufsbüros und einer Chocolate Academy in Mumbai, Indien
- 2008** Akquisition eines 60%-Anteils an KIK Cocoa in Malaysia
- 2008** Verkauf des afrikanischen Verbrauchergeschäfts
- 2008** Eröffnung von neuen Chocolate Academies in Suzhou, China; Zundert, Niederlande; Tschchow, Russland und Chicago, USA
- 2008** Akquisition des Dekorationsspezialisten IBC in Kortrijk-Heule, Belgien
- 2008** Start der Produktion der neuen Fabrik und der Outsourcing-Vereinbarung mit Morinaga in Japan
- 2009** Eröffnung einer Schokoladenfabrik in Monterrey, Mexiko
- 2009** Verkauf des Verbrauchergeschäfts Van Houten Singapore an Hershey
- 2009** Unterzeichnung einer Vertriebsvereinbarung mit Bunge Alimentos in Brasilien
- 2009** Akquisition des dänischen Herstellers von Vending-Mix-Produkten Eurogran

Zum Herunterladen: «In Kürze»
www.barry-callebaut.com/documentation