



# Medienmitteilung

## Barry Callebaut – Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2012/13 Deutliches Volumenwachstum, Profitabilität gewinnt an Dynamik

- Beschleunigtes, starkes Wachstum der Verkaufsmenge in einem anspruchsvollen Marktumfeld: +8.7% stand-alone<sup>1</sup> (+11.4% inkl. des kürzlich übernommenen Kakaogeschäfts)
- Betriebsgewinns (EBIT) gewinnt an Dynamik<sup>1</sup>: +4.4% stand-alone dank verbesserter Margen, teilweise kompensiert durch den Einfluss der Combined Cocoa Ratio (EBIT des Konzerns: -3.9%<sup>2</sup>)
- Integration des übernommenen Kakaogeschäfts im Gang, Synergiepotenzial bestätigt
- Mittelfristige Finanzziele bestätigt<sup>3</sup>
- Beantragte Ausschüttung von CHF 14.50 je Aktie, Ausschüttungsquote von 35%

Dazu Jürgen Steinemann, CEO von Barry Callebaut: «Ich bin stolz auf das hervorragende Wachstum unserer Verkaufsmenge, das wir vor allem mit strategischen Partnerschaftsvereinbarungen, in den aufstrebenden Märkten und in unserem Gourmet-Geschäft erzielt haben. Angesichts des anspruchsvollen Marktumfelds in einigen Regionen ist dieses Wachstum besonders bemerkenswert. Ebenso freut es mich, dass sich die Produktmargen weiter verbessert haben und unsere Profitabilität in einer Zeit an Dynamik gewonnen hat, in der wir erheblich in Strukturen und Prozesse investiert haben. Die Integration des neu übernommenen Kakaogeschäfts schreitet gut voran, und ich freue mich, das angekündigte Synergiepotenzial bestätigen zu können.»

### Verkaufszahlen Barry Callebaut für das Geschäftsjahr 2012/13 – für den gesamten Konzern

		Veränderung in %			
		in Lokalwährungen	in CHF	12 Monate bis 31. August 2013	12 Monate bis 31. August 2012
Verkaufsmenge	Tonnen		11.4	<b>1,535,662</b>	1,378,856
Umsatz	Mio. CHF	0.6	1.1	<b>4,884.1</b>	4,829.5
Bruttogewinn	Mio. CHF	8.1	8.3	<b>728.5</b>	672.6
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(4.0)	(3.9)	<b>339.6</b>	353.2
Konzerngewinn	Mio. CHF	(5.4)	(4.9)	<b>229.3</b>	241.1

### Stand-alone – ohne das von Petra Foods übernommene Kakaogeschäft<sup>1</sup>

Verkaufsmenge	Tonnen		8.7	1,498,632	1,378,856
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	4.2	4.4	368.8	353.2
EBIT pro Tonne	CHF	(4.1)	(3.9)	246.1	256.2

<sup>1</sup> “Stand-alone“-Zahlen verstehen sich ohne das kürzlich von der in Singapur ansässigen Petra Foods übernommene Kakaogeschäft. Barry Callebaut hat die am 12. Dezember 2012 bekannt gegebene Transaktion am 30. Juni 2013 abgeschlossen. Das neu übernommene Geschäft wurde für die Monate Juli und August in das Jahresergebnis der Gruppe konsolidiert.

<sup>2</sup> Einschliesslich des kürzlich von Petra Foods übernommenen Kakaogeschäfts.

<sup>3</sup> Ab Konsolidierung des kürzlich erworbenen Kakaogeschäfts: durchschnittlicher jährlicher Anstieg der Verkaufsmenge von 6–8% und Steigerung des EBIT pro Tonne bis 2015/16 auf das Niveau vor der Akquisition (CHF 256 pro Tonne), unter Ausschluss unvorhersehbarer Ereignisse.



# Medienmitteilung

Zürich/Schweiz, 7. November 2013 – Der weltweit führende Hersteller hochwertiger Schokoladen- und Kakaoprodukte Barry Callebaut hat im am 31. August 2013 beendeten Geschäftsjahr 2012/13 seine **Verkaufsmenge** kräftig um 11.4% auf 1,535,662 Tonnen gesteigert. Ohne das kürzlich übernommene Kakaogeschäft vermochte die Gruppe das Wachstum der Verkaufsmenge im zweiten Halbjahr zu beschleunigen auf 8.7% für das Gesamtjahr. Erzielt wurde dieser deutlich über dem globalen Schokoladenmarkt liegende Zuwachs<sup>4</sup> in einem teilweise schwierigen wirtschaftlichen Umfeld. Alle Regionen und Produktgruppen trugen zu diesem ausserordentlich starken Wachstum bei.

Der **Umsatz** stieg um 0.6% in Lokalwährungen (+1.1% in CHF) und erreichte CHF 4,884.1 Mio. Auf stand-alone-Basis ging er um 1.9% in Lokalwährungen (-1.5% in CHF) auf CHF 4,756.4 Mio. zurück. Dies ist eine Folge der im Vergleich zum Vorjahr niedrigeren durchschnittlichen Rohwarenpreise.<sup>5</sup>

**Bruttogewinn:** In der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres verbesserten sich die Produktmargen in allen Regionen und Produktgruppen weiter. Der negative Einfluss der Combined Cocoa Ratio nahm in der zweiten Jahreshälfte ab, war aber immer noch spürbar. Kapazitätsengpässe infolge des starken Verkaufsmengenwachstums verursachten zusätzliche Betriebs- und Logistikkosten. Der Bruttogewinn stieg um 8.1% in Lokalwährungen (+8.3% in CHF) auf CHF 728.5 Mio. Auf stand-alone-Basis betrug der Zuwachs 9.3% in Lokalwährungen (+9.6% in CHF) auf CHF 737.0 Mio.

Der **Betriebsgewinn (EBIT)** auf stand-alone-Basis entwickelte sich dynamisch mit einem soliden Wachstum von 4.2% in Lokalwährungen (+4.4% in CHF) und erreichte CHF 368.8 Mio. Einen positiven Beitrag dazu leistete das gute Ergebnis des Gourmet-Geschäfts, was jedoch durch verschiedene Einmalkosten und gezielte Investitionen in Strukturen und Prozesse teilweise kompensiert wurde. Der EBIT für die Gruppe ging um 4.0% in Lokalwährungen (-3.9% in CHF) auf CHF 339.6 Mio. zurück. Negativ schlugen hier die durch die Übernahme des Kakaogeschäfts von Petra Foods bedingten Einmalkosten sowie der erwartete operative Verlust dieses Geschäfts zu Buche.

Der **Konzerngewinn** aus fortzuführenden Geschäftsbereichen fiel infolge des niedrigeren EBIT des Konzerns mit CHF 229.3 Mio. um 5.4% in Lokalwährungen tiefer aus (-4.9% in CHF).

## Ausblick – Fortführung des Wachstumstempos und weitere Steigerung der Profitabilität

CEO Jürgen Steinemann zum Ausblick: «Mit Blick auf unser laufendes Geschäft bin ich zuversichtlich, dass wir unser schnelles Wachstumstempo aufrechterhalten können. Zudem werden wir auf eine weitere Verbesserung unserer Margen und unserer Profitabilität hinarbeiten. Oberste Priorität haben die Integration des neu übernommenen Kakaogeschäfts und die Realisierung der identifizierten Synergiepotenziale. Wir bestätigen unsere Prognose.»<sup>6</sup>

## Strategische Meilensteine im Geschäftsjahr 2012/13

- Die Übernahme des Kakaogeschäfts von der in Singapur ansässigen Petra Foods wurde am 30. Juni 2013 abgeschlossen. Das neue Geschäft wurde von Barry Callebaut in das Segment Globale Beschaffung & Kakao integriert.
- Anfang 2013 baute Barry Callebaut seine Präsenz in Skandinavien durch die Übernahme der schwedischen ASM Foods AB aus. Teil dieser Akquisition war eine Fabrik in Mjölby, in der Spezialitäten-Schokoladenmischungen, Füllungen und Einschlüsse hergestellt werden.

<sup>4</sup> Das Volumen des globalen Schokoladenmarkts stieg um 1.6%. Quelle: Nielsen, September 2012 – August 2013.

<sup>5</sup> Barry Callebaut gibt die Rohwarenkosten für den Grossteil seines Geschäfts direkt an die Kunden weiter.

<sup>6</sup> Ab Konsolidierung des kürzlich erworbenen Kakaogeschäfts: durchschnittlicher jährlicher Anstieg der Verkaufsmenge von 6–8% und Steigerung des EBIT pro Tonne bis 2015/16 auf das Niveau vor der Akquisition (CHF 256 pro Tonne), unter Ausschluss unvorhersehbarer Ereignisse.



# Medienmitteilung

- Mit dem Verkauf der Fabrik in Dijon im November 2012 wurde der Ausstieg aus dem Verbraucherproduktegeschäft definitiv abgeschlossen.
- Barry Callebaut unterzeichnete seine erste langfristige Outsourcing-Vereinbarung in Südamerika mit dem chilenischen Unternehmen Arcor-Dos en Uno sowie seine erste Vereinbarung dieser Art in Skandinavien mit der dänischen Carletti A/S.
- Neben der Eröffnung der deutlich vergrößerten Fabrik in Toluca (Mexiko) trieb Barry Callebaut seine Expansion in andere wachstumsstarke Schwellenländer weiter voran: So wurde zur Deckung der steigenden Kakaonachfrage in Asien gemeinsam mit dem Joint-Venture-Partner P.T. Comextra Majora eine neue Kakaofabrik in Makassar (Indonesien) eröffnet. Zudem hat das Unternehmen in Eskişehir (Türkei) eine Schokoladenfabrik errichtet, um diesen wachstumsstarken Markt weiter zu erschliessen. In Japan zog Barry Callebaut in eine grössere Fabrik in der Nähe von Tokio um. Des Weiteren baut das Unternehmen derzeit in Santiago de Chile eine neue Schokoladenfabrik, um in den Andenländern Fuss zu fassen. Diese Fabrik soll 2014 den Betrieb aufnehmen.
- Barry Callebaut erhielt für sein Gesundheitsversprechen über Kakaoflavonole die Zulassung der EU-Kommission – als erstes Unternehmen der Schokoladen- und Kakaoindustrie. Dies eröffnet neues Marktpotenzial für Barry Callebaut-Produkte unter der Marke ACTICOA®.
- Im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsinitiative «Cocoa Horizons» eröffnete Barry Callebaut in der Elfenbeinküste sein erstes Cocoa Center of Excellence, in welchem in den nächsten zwölf Monaten 300 Trainer geschult werden sollen. Das Unternehmen beschäftigt vor Ort mehr als 50 Mitarbeiter, die mit den Kakaobauern zusammenarbeiten und im letzten Jahr für die Ausbildung von 40,000 Kakaobauern in 575 «Farmer Field Schools» sorgten. Insgesamt stieg die Nachfrage der Kunden nach nachhaltigen Kakao- und Schokoladenprodukten im Geschäftsjahr 2012/13 um 56%.

## Entwicklung in den Regionen/Segmenten

### Region Europa<sup>7</sup> – Kräftiges Volumenwachstum resultiert in starker EBIT-Entwicklung

Der europäische Schokoladenmarkt legte um 2.1% zu. In Westeuropa betrug das Wachstum 1.7%, während in Osteuropa die Märkte um 2.8% wuchsen.<sup>8</sup>

In der Region Europa konnte Barry Callebaut sein Wachstumstempo in den letzten Monaten des Geschäftsjahres steigern, trotz eines schwierigen Marktumfelds. Die Verkaufsmenge nahm insgesamt deutlich um 8.1% auf 744,078 Tonnen zu.

Die Region Westeuropa erzielte ein Rekordjahr. Vorangetrieben wurde das kräftige Wachstum in relativ reifen Märkten durch strategische Partnerschaften, Spezialitätenprodukte sowie dank der neu übernommenen Unternehmen la Morella nuts und ASM Foods. Die zwei globalen Gourmet-Marken Callebaut® und Cacao Barry® konnten in fast allen Ländern Marktanteile hinzugewinnen, sogar in Südeuropa. Die Getränkepartie verbesserte sich.

Die noch junge Region EEMEA etablierte sich mit einem neuen regionalen Hauptsitz und einem kurz vor der Eröffnung stehenden Chocolate Academy™ Ausbildungszentrum in Istanbul. Ebenso wurde kürzlich die Schokoladenfabrik in Eskişehir eröffnet. Die Region verzeichnete weiterhin zweistellige Wachstumsraten und erzielte sowohl bei den Industriellen Produkten als auch im Gourmet-Geschäft gute Ergebnisse. Besonders erfreulich fiel die Entwicklung in Russland, im Nahen Osten und in der Türkei aus.

Insgesamt stieg der Umsatz in der Region Europa um 9.4% auf CHF 2,352.5 Mio. Der Betriebsgewinn (EBIT) erhöhte sich dank des kräftigen Verkaufsmengenwachstums und einer

<sup>7</sup> Bestehend aus Westeuropa sowie EEMEA (Osteuropa, Naher Osten und Afrika).

<sup>8</sup> Quelle: Nielsen, September 2012 – August 2013 (Volumenwachstum des Schokoladenmarkts).



# Medienmitteilung

Verbesserung der Margen um 9.0% auf CHF 253.2 Mio. Etwas geschmälert wurde er durch ausserordentliche Logistikkosten infolge von Kapazitätsengpässen.

## **Region Nord- und Südamerika – Fortsetzung einer bemerkenswerten Leistung**

Der US-amerikanische Schokoladenmarkt schrumpfte um 0.9%, während der brasilianische Markt um 1.2% zulegte.<sup>8</sup>

In einem Markt mit einer insgesamt flachen Volumenentwicklung erzielte die Region Nord- und Südamerika erneut ein hervorragendes Verkaufsmengenwachstum von 16.7%. Zu dieser positiven Entwicklung trugen alle Märkte und Produktgruppen bei. In Nordamerika und Mexiko wurde das Wachstum der Verkaufsmenge durch strategische Partnerschaftsvereinbarungen sowie das Gourmet-Geschäft angekurbelt. Darüber hinaus profitierte die Region von der erfolgreichen Integration des Dekorationsgeschäfts von Mona Lisa. In Brasilien fiel das Wachstum der Verkaufsmenge zweistellig aus, insbesondere im Segment Gourmet & Spezialitäten.

Der Umsatz stieg in der Region um 6.4% in CHF auf CHF 1,182.7 Mio., was die über weite Teile des Jahres durchschnittlich tieferen Rohwarenpreise reflektiert.

Die positive Entwicklung der Verkaufsmenge und höhere Margen in allen Geschäftsbereichen führten zu einer deutlichen Steigerung des EBIT um 19.3% auf CHF 107.6 Mio.

## **Region Asien-Pazifik – Investitionen in künftiges Wachstum**

Mit einem Anstieg des Wachstums auf 12.9%<sup>9</sup> trotzten die Schokoladenmärkte der Region der regionalen Konjunkturabschwächung.

Barry Callebaut steigerte seine Verkaufsmenge in der Region Asien-Pazifik um 1.8% auf 58,832 Tonnen. Aufgrund der Verlagerung der japanischen Fabrik und der vollen Kapazitätsauslastung an anderen Standorten konnte das Unternehmen das Wachstumspotenzial des Marktes in der zweiten Jahreshälfte nicht voll ausschöpfen. Das Gourmet-Geschäft entwickelte sich weiterhin erfreulich. Barry Callebaut baute seine Führungsposition im Bereich der Importschokolade aus Europa vor allem mit der Marke Callebaut® weiter aus und verstärkte insbesondere in China und Indien seine Marketing- und Vertriebsaktivitäten.

Der Umsatz in der Region schrumpfte infolge tieferer durchschnittlicher Rohwarenpreise gegenüber dem Vorjahr um 4.5% auf CHF 222.0 Mio. Der Betriebsgewinn (EBIT) wurde durch die höhere Kostenbasis infolge der anhaltenden Expansion beeinträchtigt und blieb daher mit CHF 26.9 Mio. um 9.4% unter dem Vorjahresniveau.

## **Globale Beschaffung & Kakao<sup>10</sup> – Starke Expansion und Übernahme einer Führungsposition**

Der Geschäftsbereich Globale Beschaffung & Kakao konnte seine Verkaufsmenge vor allem dank der kürzlich erfolgten Übernahme des Kakaogeschäfts von Petra Foods deutlich um 14.5% auf 310,372 Tonnen steigern. Auf stand-alone-Basis betrug das Wachstum der Verkaufsmenge lediglich 0.9% auf 273,342 Tonnen. Gründe hierfür sind eine höhere interne Nachfrage sowie selektive Verkäufe an Drittkunden infolge niedriger Marktpreise.

Die Marktpreise für Kakaopulver lagen deutlich unter dem Vorjahresniveau. Dies hatte Auswirkungen auf den Umsatz, der um 15.6% auf CHF 1,126.9 Mio. zurückging.

Der Betriebsgewinn (EBIT) sank unter anderem aufgrund des erwarteten operativen Verlusts des kürzlich übernommenen Kakaogeschäfts um 36.0% auf CHF 41.7 Mio. Auf stand-alone-Basis war

<sup>9</sup> Quelle: Nielsen, September 2012 – August 2013. Gesamtwert für China (+13.2%) und Indien (+12.7%) (Volumenwachstum des Schokoladenmarkts)

<sup>10</sup> Die Zahlen unter «Globale Beschaffung & Kakao» umfassen den Verkauf aller Kakaoprodukte an Drittkunden in allen Regionen, während die unter den einzelnen Regionen rapportierten Zahlen alle Schokoladenverkäufe ausweisen.



# Medienmitteilung

---

infolge der erwarteten negativen Wirkung der Combined Cocoa Ratio ein Minus von 17.6% auf CHF 53.7 Mio. zu verzeichnen.

## **Entwicklung der Rohwarenpreise**

Die **Kakaopreise** gingen bis März 2013 kontinuierlich zurück, weil die Haupternte in Westafrika gut ausfiel und Fonds ihre Long-Positionen liquidierten. Danach zogen die Preise wegen eines befürchteten Kakaodefizits für die Saison 2013/14 wieder an und schlossen am 31. August 2013 bei GBP 1,634 pro Tonne.

Die weltweite **Zuckerernte** 2012/13 war sehr gut und schloss mit einem Überschuss ab, dem dritten in Folge. Dies drückte die Preise auf den niedrigsten Stand seit 2010. In Europa wurden besondere Massnahmen (Importquoten und Reklassifizierung) ergriffen, aufgrund derer sich das Angebot erhöhte. Dies führte zu einer Stabilisierung der Preise, wenn auch weiterhin auf eher hohem Niveau.

Die Preise für **Milchpulver** stiegen ab März 2013 rasant, weil Neuseeland, das weltweit führende Erzeugerland für Milchprodukte, von einer Dürre betroffen war, durch die es auf dem Markt zu einem Rekorddefizit kam. In Europa folgten die Preise, die sich in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres bereits auf hohem Niveau stabilisiert hatten, ebenfalls dem Weltmarktrend und stiegen erneut kräftig an.

## **Anträge an die Generalversammlung**

### **Ausschüttung an die Aktionäre**

Der Verwaltungsrat schlägt der Generalversammlung vom 11. Dezember 2013 eine Ausschüttung in Höhe von CHF 14.50 je Aktie vor. Dies entspricht einer erhöhten Ausschüttungsquote von 35% des Konzerngewinns aus fortzuführenden Geschäftsbereichen. Diese Ausschüttung wird aus den Reserven aus Kapitaleinlagen vorgenommen. Sie unterliegt nicht der Verrechnungssteuer und – für Aktionäre, die als natürliche Personen ihr Steuerdomizil in der Schweiz haben und die Aktien im Privatvermögen halten – auch nicht der Einkommenssteuer. Die Ausschüttung an die Aktionäre wird vorbehaltlich der Zustimmung der Generalversammlung am 3. März 2014 erfolgen.

### **Verwaltungsrat**

Nach der Wahl zweier neuer Verwaltungsratsmitglieder an der ausserordentlichen Generalversammlung am 22. April 2013 stellen sich alle derzeitigen Mitglieder des Verwaltungsrats zur Wiederwahl für eine weitere Amtszeit von einem Jahr zur Verfügung, mit Ausnahme von **Herrn Markus Fiechter**. Wie im April 2013 angekündigt, wird er anlässlich der ordentlichen Generalversammlung vom Dezember 2013 aus dem Gremium ausscheiden, dem er seit 2004 angehört. Der Verwaltungsrat, die Geschäftsleitung und alle Mitarbeitenden von Barry Callebaut danken Herrn Fiechter herzlich für seinen langjährigen Einsatz und seinen äusserst wertvollen Beitrag zur erfolgreichen Entwicklung des Unternehmens.



# Medienmitteilung

\*\*\*

## **Jahresbericht/Nachhaltigkeitsbericht 2012/13 im Internet**

Ausführlichere Informationen über die Ergebnisse von Barry Callebaut im Geschäftsjahr 2012/13 finden sich auf der eigens **für den Jahresbericht eingerichteten Website** unter [www.barry-callebaut.com/annual-report](http://www.barry-callebaut.com/annual-report).

Der **Jahresbericht 2012/13** (am 7. November 2013 auf Englisch, ab 18. November 2013 auch auf Deutsch verfügbar) und der **Investorenbrief 2012/13** sind überdies auf der Website von Barry Callebaut unter der Adresse [www.barry-callebaut.com/documentation](http://www.barry-callebaut.com/documentation) im PDF-Format abrufbar. Gedruckte Fassungen des Jahresberichts 2012/13 (nur in englischer Sprache) sowie des Investorenbriefs 2012/13 (auf Englisch und Deutsch) erscheinen am 22. November 2013.

Barry Callebaut hat ebenso einen umfassenden **Nachhaltigkeitsbericht 2012/13** erstellt (durch GRI geprüft). Dieser Bericht kann unter [www.barry-callebaut.com/documentation](http://www.barry-callebaut.com/documentation) heruntergeladen werden (am 7. November 2013 auf Englisch, ab 18. November 2013 auch auf Deutsch verfügbar). Eine gedruckte Fassung erscheint am 22. November 2013 (nur in englischer Sprache).

Darüber hinaus ist auf [www.barry-callebaut.com/documentation](http://www.barry-callebaut.com/documentation) ein **GRI-Bericht** abrufbar.

\*\*\*

---

## **Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2013/14 (1. September 2013 bis 31. August 2014):**

Generalversammlung 2012/13	11. Dezember 2013, Zürich
3-Monats-Verkaufszahlen 2013/14 (Medienmitteilung)	15. Januar 2014
Halbjahresergebnisse 2013/14 (Medienmitteilung & Konferenz)	3. April 2014, Zürich
9-Monats-Verkaufszahlen 2013/14 (Medienmitteilung)	3. Juli 2014
Jahresergebnis 2013/14 (Medienmitteilung & Konferenz)	6. November 2014, Zürich
Generalversammlung 2013/14	10. Dezember 2014, Zürich

\*\*\*

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

*Mit einem Jahresumsatz von rund CHF 4.9 Milliarden (EUR 4.0 Milliarden / USD 5.2 Milliarden) für das Geschäftsjahr 2012/13 ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut 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. Das Unternehmen unterhält weltweit über 50 Produktionsstandorte und beschäftigt eine vielfältige und engagierte Belegschaft von mehr als 8,500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.*

*Barry Callebaut 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®.*

*Barry Callebaut setzt sich mit seiner Initiative «Cocoa Horizons» für eine nachhaltige Kakaoproduktion ein und hilft, die künftige Versorgung mit Kakao sicherzustellen sowie das wirtschaftliche Auskommen der Bauern zu verbessern.*

\*\*\*



# Medienmitteilung

---

## Konferenzen für Medien resp. Analysten und institutionelle Investoren von Barry Callebaut AG

---

Datum:	Donnerstag, 7. November 2013
Ort:	Barry Callebaut Hauptsitz, Chocolate Academy™ Center, Erdgeschoss, Pfingstweidstrasse 60, Westpark, 8005 Zürich/Schweiz
Zeit:	<b>Medien:</b> 09.30 bis 10.30 Uhr MEZ <b>Analysten/Institutionelle Investoren:</b> 11.30 bis ca. 13.00 Uhr MEZ

---

Die Konferenzen können via Telefon oder Audio-Webcast mitverfolgt werden. Alle Einwahl- und Zugriffsinformationen stehen auf der Website von Barry Callebaut zur Verfügung:

---

Medien  
Analysten/Institutionelle Investoren

---

\*\*\*

### Kontakte

#### für Investoren und Finanzanalysten:

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

#### für die Medien:

Raphael Wermuth  
Head of Media Relations  
Barry Callebaut AG  
Telefon: +41 43 204 04 58  
raphael\_wermuth@barry-callebaut.com



# Medienmitteilung

## Kennzahlen Barry Callebaut Konzern für das Geschäftsjahr 2012/13 – aus fortzuführenden Geschäftsbereichen

		Veränderung in %		12 Monate bis	12 Monate bis
		in Lokalwährungen	in CHF	31. August 2013	31. August 2012
<b>Kennzahlen für den gesamten Konzern</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		11.4	<b>1,535,662</b>	1,378,856
Umsatz	Mio. CHF	0.6	1.1	<b>4,884.1</b>	4,829.5
EBITDA	Mio. CHF	(0.1)	0.2	<b>435.1</b>	434.3
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(4.0)	(3.9)	<b>339.6</b>	353.2
Konzerngewinn	Mio. CHF	(5.4)	(4.9)	<b>229.3</b>	241.1
Konzerngewinn (inkl. aufgebener Geschäftsbereiche)	Mio. CHF	55.3	56.1	<b>222.6</b>	142.6
<b>Stand-alone Kennzahlen</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		8.7	<b>1,498,632</b>	1,378,856
Umsatz	Mio. CHF	(1.9)	(1.5)	<b>4,756.4</b>	4,829.5
Bruttogewinn	Mio. CHF	9.3	9.6	<b>737.0</b>	672.6
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	4.2	4.4	<b>368.8</b>	353.2
EBIT pro Tonne	CHF	(4.1)	(3.9)	<b>246.1</b>	256.2
<b>Nach Regionen – gesamter Konzern</b>					
<b>Europa</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		8.1	<b>744,078</b>	688,203
Umsatz	Mio. CHF	8.3	9.4	<b>2,352.5</b>	2,150.6
EBITDA	Mio. CHF	8.1	9.0	<b>284.8</b>	261.3
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	8.2	9.0	<b>253.2</b>	232.2
<b>Nord- und Südamerika</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		16.7	<b>422,380</b>	361,819
Umsatz	Mio. CHF	5.4	6.4	<b>1,182.7</b>	1,111.8
EBITDA	Mio. CHF	19.7	20.4	<b>129.2</b>	107.3
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	18.5	19.3	<b>107.6</b>	90.2
<b>Asien-Pazifik</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		1.8	<b>58,832</b>	57,815
Umsatz	Mio. CHF	(3.5)	(4.5)	<b>222.0</b>	232.4
EBITDA	Mio. CHF	(10.3)	(8.8)	<b>32.5</b>	35.7
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(11.2)	(9.4)	<b>26.9</b>	29.7
<b>Globale Beschaffung &amp; Kakao</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		14.5	<b>310,372</b>	271,019
Umsatz	Mio. CHF	(15.2)	(15.6)	<b>1,126.9</b>	1,334.7
EBITDA	Mio. CHF	(14.9)	(17.4)	<b>75.5</b>	91.4
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(32.2)	(36.0)	<b>41.7</b>	65.2
<b>Nach Produktgruppen – gesamter Konzern</b>					
<b>Verkaufsmenge</b>	Tonnen		11.4	<b>1,535,662</b>	1,378,856
Kakaoprodukte	Tonnen		14.5	<b>310,372</b>	271,019
Industrielle Produkte	Tonnen		10.7	<b>1,065,028</b>	962,058
Gourmet & Spezialitätenprodukte	Tonnen		9.9	<b>160,262</b>	145,779
<b>Umsatz</b>	Mio. CHF	0.6	1.1	<b>4,884.1</b>	4,829.5
Kakaoprodukte	Mio. CHF	(15.2)	(15.6)	<b>1,126.9</b>	1,334.7
Industrielle Produkte	Mio. CHF	6.1	7.1	<b>2,971.7</b>	2,774.0
Gourmet & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	8.4	9.0	<b>785.5</b>	720.8