



Medienmitteilung

Verkaufszahlen von Barry Callebaut für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2012/13

Weiterhin starke Entwicklung des Verkaufsmengenwachstums

- Steigerung der Verkaufsmenge um 8.2%
- Wachstumstreiber: Strategische Partnerschaften, Schwellenländer und das Gourmetgeschäft
- Erfolgreicher Abschluss der Akquisition der Cocoa Ingredients Division von Petra Foods
- Mittelfristige Prognose bestätigt¹

Dazu Jürgen Steinemann, CEO von Barry Callebaut: «Wir freuen uns, dass wir für die ersten neun Monate erneut ein so starkes, breit abgestütztes Verkaufsmengenwachstum erzielen konnten, vor allem wenn man bedenkt, dass das allgemeine Marktumfeld in Westeuropa weiterhin schwierig war. Unsere strategischen Partnerschaften, die Schwellenländer und unser Gourmet-Geschäft trugen am stärksten zu diesem Wachstum bei. Nach Abschluss der Akquisition konzentrieren wir uns nun auf die Integration des Kakaogeschäfts von Petra Foods. In den letzten sechs Monaten haben wir alle notwendigen Vorbereitungen dafür getroffen.»

Verkaufszahlen der Barry Callebaut Gruppe für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2012/13 – aus fortzuführenden Geschäftsbereichen

		Veränderung in %			
		in Lokalwährungen	in CHF	9 Monate bis 31. Mai 2013	9 Monate bis 31. Mai 2012 ²
Verkaufsmenge	Tonnen		8.2	1,112,309	1,028,237
Umsatz	Mio. CHF	(1.3)	(0.5)	3,540.7	3,557.3

Zürich/Schweiz – 4. Juli 2013 – Barry Callebaut – der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten – erzielte in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2012/13 (bis 31. Mai 2013) mit einer Steigerung der **Verkaufsmenge** um 8.2% auf 1,112,309 Tonnen ein starkes Wachstum. Im dritten Quartal konnte das Unternehmen sein Verkaufsmengenwachstum sogar auf 8.9% beschleunigen. Damit hat Barry Callebaut den globalen Schokoladenmarkt, der um 1.9% zulegte³, deutlich übertroffen.

Alle Regionen verzeichneten in der Berichtsperiode Wachstum, was in erster Linie der starken Unterstützung durch die langfristigen Outsourcing-Verträge und strategischen Partnerschaften sowie der Produktgruppe Gourmet & Spezialitätenprodukte zu verdanken war. Auch das Geschäft in den Schwellenländern hat sich weiterhin erfreulich entwickelt, insbesondere in den Regionen EEMEA und Lateinamerika.

Auf Basis des Cost-Plus-Modells von Barry Callebaut führten die im Vergleich zum Vorjahr niedrigeren durchschnittlichen Rohstoffpreise zu einem Rückgang des **Umsatzes**⁴: -1.3% in Lokalwährungen (-0.5% in CHF) auf CHF 3,540.7 Mio.

¹ Nach Konsolidierung des Kakaogeschäfts von Petra Foods: durchschnittlicher Anstieg der jährlichen Verkaufsmenge von 6-8% und Rückkehr des EBIT pro Tonne auf das Niveau vor der Akquisition bis 2015/16.

² Angepasste Zahlen aufgrund der Veräusserung des Verbrauchergeschäfts.

³ Quelle: Nielsen, September 2012 bis Mai 2013.

⁴ Barry Callebaut gibt die Rohstoffpreise für 80% seines Geschäfts direkt an die Kunden weiter.



Medienmitteilung

Ausblick – Integrationsprozess erfolgreich initiiert, mittelfristige Prognose bestätigt

Das kontinuierliche Wachstum von Barry Callebaut ist auf die konsequente Umsetzung seiner langfristigen Strategie zurückzuführen. Nach dem Abschluss der jüngst erfolgten Akquisition der Kakaosparte von Petra Foods konzentriert sich das Unternehmen nun auf die erfolgreiche Integration des übernommenen Geschäfts und auf die Margenverbesserung der Gruppe. CEO Jürgen Steinemann zum Ausblick: „Dank unserer führenden Position und mit Blick auf die laufenden geschäftlichen Entwicklung sind wir zuversichtlich, unsere mittelfristige Prognose¹ erreichen zu können.“

Strategische Entwicklungen –

Erfolgreicher Abschluss der Akquisition der Cocoa Ingredients Division von Petra Foods

Am 30. Juni 2013 hat Barry Callebaut die Akquisition der Cocoa Ingredients Division der in Singapur ansässigen Petra Foods Ltd. abgeschlossen. Die Unterzeichnung der Übernahmevereinbarung wurde am 12. Dezember 2012 bekannt gegeben. Daraufhin hat ein gemeinsames Integrationsteam einen Masterplan für die Integration entworfen, der nun umgesetzt wird. Mit der Zusammenführung der beiden sich ergänzenden Geschäfte wird Barry Callebaut zum weltgrössten Kakao- und Schokoladenhersteller mit über 8,000 Mitarbeitenden, einer geschätzten jährlichen Verkaufsmenge von 1.6 Millionen Tonnen und einem Umsatz von CHF 6 Mrd. (EUR 4.9 Mrd. / USD 6.4 Mrd.). Zudem erweitert das Unternehmen damit seine globale Präsenz auf 50 Fabriken auf vier Kontinenten.

Im Juni hat Barry Callebaut den Kaufpreis von etwa USD 860 Mio. (vorbehaltlich letzter Anpassungen nach Transaktionsabschluss) durch die Platzierung einer 10-jährigen vorrangigen Anleihe in Höhe von USD 400 Mio. mit einem Kupon von 5.5% sowie der Ausgabe neuer Aktien (ca. USD 300 Mio.) finanziert. Der Restbetrag wird durch die teilweise Beanspruchung eines bestehenden Überbrückungskredits von Banken finanziert.

Entwicklung in den Regionen / Segmenten

Region Europa – Weiterhin solides Wachstum in einem schwierigen Marktumfeld

Die Verkaufsmenge in der Region Europa blieb mit einem Anstieg um +5.7% auf 554,284 Tonnen auf einem soliden Wachstumspfad. Westeuropa hat sich vor dem Hintergrund eines nach wie vor schwierigen Marktumfelds erneut sehr gut entwickelt. Das Geschäft mit Gourmet & Spezialitätenprodukten verzeichnete ein starkes Wachstum im dritten Quartal. In Osteuropa, dem Nahen Osten und Afrika (EEMEA) wiesen die Produktgruppe Industrielle Produkte als auch das Gourmetgeschäft ein zweistelliges Wachstum der Verkaufsmenge aus. Russland schnitt besonders gut ab.

Der Umsatz konnte in der Region um 4.4% in Lokalwährungen (+5.0% in CHF) auf CHF 1,748.0 Mio. erhöht werden.

Region Nord- und Südamerika – Anhaltend starke Dynamik des Verkaufsmengenwachstums

Die Region Nord- und Südamerika erzielte erneut ein zweistelliges Wachstum; die Verkaufsmenge stieg um 17.1% auf 308,492 Tonnen. In Nordamerika wurden die Ergebnisse durch Grosskunden im Industrie- und Gourmetgeschäft beflügelt. Dies war der anhaltenden Verbesserung im Food-Service-Geschäft in den USA zu verdanken. Auch in Südamerika verzeichnete das Unternehmen ein zweistelliges Wachstum dank guter Verkäufe im Gourmetbereich.

Der Umsatz in der Region kletterte um 4.2% in Lokalwährungen (6.7% in CHF) auf CHF 863.4 Mio. Er wurde durch die im Vergleich zum Vorjahr gesunkenen durchschnittlichen Rohstoffpreise beeinflusst.



Medienmitteilung

Region Asien-Pazifik – Starkes Gourmetgeschäft

In der Region Asien-Pazifik konnte Barry Callebaut die Verkaufsmenge insgesamt um 5.4% auf 44,791 Tonnen steigern. Sowohl die strategischen als auch die lokalen Kunden trugen zum guten Wachstum der Produktgruppe Industrielle Produkte bei. Der Bereich Gourmet & Spezialitätenprodukte legte dank des guten Absatzes der globalen Marke Callebaut® im zweistelligen Bereich zu.

Infolge des Rückgangs der Rohstoffpreise sank der Umsatz insgesamt um 2.8% in Lokalwährungen (-2.5% in CHF) auf CHF 168.7 Mio.

Globale Beschaffung & Kakao⁵ – Umsatz beeinflusst durch niedrigere Preise für Kakaopulver

Das Segment Globale Beschaffung & Kakao erhöhte die gesamte Verkaufsmenge bei Drittkunden um 3.5% auf 204,742 Tonnen. Eine höhere interne Nachfrage nach Kakaopulver begrenzte die verfügbare Verkaufsmenge an Dritte.

Die Markt- und Verkaufspreise für Kakaopulver lagen deutlich unter jenen des Vorjahres. Daher ging der Umsatz um 16.4% in Lokalwährungen (-16.5% in CHF) auf CHF 760.6 Mio. zurück.

Entwicklung der Rohstoffpreise

In den letzten drei Monaten bewegten sich die Preise für **Kakao** weiterhin zwischen GBP 1,400 und 1,600 pro Tonne. Eine gute Nebenernte der laufenden Saison 2012/13 und Terminverkäufe für die kommende Saison 2013/14 in Kombination mit dem Aufbau von Long-Positionen durch Investmentfonds führten zu relativ stabilen Preisen.

Die Preise am Weltmarkt für **Zucker** gingen aufgrund des nach wie vor bestehenden Überangebots weiter zurück. In der EU wurden die Preise durch spezielle Massnahmen (Importquoten und Reklassifizierung) stabilisiert; sie befinden sich allerdings immer noch auf recht hohem Niveau.

Aufgrund einer ausgeprägten Trockenheit in Neuseeland, dem weltweit führenden Exporteur von Milchprodukten, zogen die Marktpreise für **Milchpulver** stark an, bevor sie sich auf historisch hohen Niveaus stabilisierten.

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2012/13 (1. September 2012 bis 31. August 2013):

Jahresergebnisse 2012/13 (Medienmitteilung & Konferenz)	7. November 2013, Zürich
Generalversammlung 2012/2013	11. Dezember 2013, Zürich

⁵ 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

Barry Callebaut (www.barry-callebaut.com):

Mit einem Jahresumsatz von etwa CHF 4.8 Milliarden (EUR 4.0 Milliarden / USD 5.2 Milliarden) für das Geschäftsjahr 2011/12 ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut der weltweit grösste Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten – von der Beschaffung und Verarbeitung der Kakaobohnen bis zur Herstellung der feinsten Schokolade, einschliesslich Füllungen, Dekorationen und Schokoladenmischungen. Zusammen mit der kürzlich übernommenen Kakaosparte von Petra Foods erzielt Barry Callebaut einen geschätzten Jahresumsatz von CHF 6 Milliarden (EUR 4.9 Milliarden / USD 6.4 Milliarden). Das Unternehmen unterhält weltweit rund 50 Produktionsstandorte, vertreibt seine Produkte in über 100 Ländern und beschäftigt eine vielfältige und engagierte Belegschaft von mehr als 8,000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Barry Callebaut steht im Dienst der gesamten Nahrungsmittelindustrie, von industriellen Nahrungsmittelherstellern bis zu gewerblichen und professionellen Anwendern wie Chocolatiers, Confisereure, Bäcker, Hotels, Restaurants oder Cateringunternehmen. Diese Kunden bedient das Unternehmen mit den zwei globalen Marken Callebaut® und Cacao Barry®.

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

Verkaufszahlen der Barry Callebaut Gruppe für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2012/13 – aus fortzuführenden Geschäftsbereichen

		Veränderung in %			
		in Lokalwährungen	in CHF	9 Monate bis 31. Mai 2013	9 Monate bis 31. Mai 2012 ⁶
Konzern					
Verkaufsmenge	Tonnen		8.2	1,112,309	1,028,237
Umsatz	Mio. CHF	(1.3)	(0.5)	3,540.7	3,557.3
Nach Regionen					
Europa					
Verkaufsmenge	Tonnen		5.7	554,284	524,345
Umsatz	Mio. CHF	4.4	5.0	1,748.0	1,664.2
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		17.1	308,492	263,515
Umsatz	Mio. CHF	4.2	6.7	863.4	809.0
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		5.4	44,791	42,514
Umsatz	Mio. CHF	(2.8)	(2.5)	168.7	173.0
Globale Beschaffung & Kakao					
Verkaufsmenge	Tonnen		3.5	204,742	197,863
Umsatz	Mio. CHF	(16.4)	(16.5)	760.6	911.1
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge	Tonnen		8.2	1,112,309	1,028,237
Kakaoprodukte	Tonnen		3.5	204,742	197,863
Industrielle Produkte	Tonnen		9.4	784,844	717,309
Gourmet & Spezialitätenprodukte	Tonnen		8.5	122,723	113,065
Umsatz	Mio. CHF	(1.3)	(0.5)	3,540.7	3,557.3
Kakaoprodukte	Mio. CHF	(16.4)	(16.5)	760.6	911.1
Industrielle Produkte	Mio. CHF	3.3	4.6	2,177.7	2,081.8
Gourmet & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	5.9	6.7	602.4	564.4

⁶ Angepasste Zahlen aufgrund der Veräusserung des Verbrauchergeschäfts.