



Zahlen auf einen Blick Figures at a glance

| Umsatz Net Sales | 2012 | 2011 |
|--|------|------|
| Gesamt Total (in Mio. Euro) | 526 | 521 |

| Absatz Sales Volume | 2012 | 2011 |
|---|------|------|
| Gesamt (in Tausend Tonnen) Total (in thousand tons) | 144 | 149 |

| Mitarbeiter Employees | 2012 | 2011 |
|--|-------|-------|
| Gesamt (Durchschnitt, teilzeitbereinigt) Total (Average, adjusted for part-time employment) | 2.454 | 2.527 |
| Inland National | 1.901 | 1.976 |
| Ausland Abroad | 553 | 551 |

Facts 2012

Bahlsen setzt auf Nachhaltigkeit

Trotz anhaltend schwieriger Rahmenbedingungen durch hohe Rohstoffkosten bei Weizen und Zucker zeigt sich Bahlsen zufrieden mit dem Geschäftsverlauf in 2012. Das Unternehmen konnte in Deutschland die Marktführerschaft und im Ausland seine Position ausbauen.

Für die positive Umsatzentwicklung waren vor allem Bahlsen ABC Russisch Brot, Leibniz Kakaokeks, Leibniz Choco Crunchy und PiCK UP! verantwortlich. Um die erhöhte Nachfrage nach PiCK UP! inklusive der 2013 erscheinenden neuen Variante Choco & Caramel zu bedienen, wurde 2012 eine zweite PiCK UP! Anlage im Werk Barsinghausen in Betrieb genommen. Für zukünftige Produkteinführungen hat das Unternehmen zudem die Prozesse zur Verarbeitung von Karamell weiterentwickelt.

Neben der Fortsetzung der Internationalisierung steht auch die konsequente Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie im Fokus: Um das Thema Nachhaltigkeit greifbarer zu machen, hat Bahlsen die vier Handlungsfelder „Strategie und Dialog“, „Produktverantwortung“, „Umweltschutz“ und „Mitarbeiter und Gesellschaft“ definiert. Unter anderem soll der umweltschonende Umgang mit Ressourcen bis 2020 dazu führen, dass 20 Prozent der Primärressourcen Strom, Gas und Wasser eingespart werden können.

Bahlsen counts on sustainability

Despite the continued difficult conditions caused by high raw material costs for wheat and sugar, Bahlsen is satisfied with the way the business has developed in 2012. The company managed to uphold its market leadership in Germany, and to improve its position abroad.

The positive turnover development was mainly due to Bahlsen ABC Russisch Brot, Leibniz Kakaokeks, Leibniz Choco Crunchy and PiCK UP!. To meet the increased demand for PiCK UP!, including the new version Choco & Caramel, which will be launched in 2013, a second PiCK UP! production line went into operation at the Barsinghausen plant in 2012. To support future product launches, the company has also developed its caramel processing methods further.

Another focus besides continued internationalisation is the further consistent realisation of the Sustainability Strategy: To make the issue of sustainability more graspable, Bahlsen has identified the four action fields 'Strategy and Dialogue', 'Product Responsibility', 'Environmental Protection' and 'Employees and Society'. Amongst other things, the environmentally friendly handling of resources should result in a 20 percent reduction in the usage of the primary resources electricity, gas and water by 2020.

Geschäftsführung/Management Board:

Werner M. Bahlsen
Michael Gawron
Dr. Christoph Hollemann
Sönke Renk

Chairman
Finances/Administration
Operations
Sales/Marketing