

Medienmitteilung

Barry Callebaut Gruppe – Halbjahresresultat Geschäftsjahr 2019/20

Starkes Volumenwachstum und starke Rentabilität

- Verkaufsmenge +5.4%
- Umsatz von CHF 3.8 Mrd., +5.8% in Lokalwährungen (+2.4% in CHF)
- Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend¹ +6.7%² in Lokalwährungen (+3.1% in CHF)
- Konzerngewinn wiederkehrend¹ +11.6%² in Lokalwährungen (+7.1% in CHF)
- COVID-19 Update
- Festhalten an Mittelfristzielen³

Zürich/Schweiz, 16. April 2020 – Antoine de Saint-Affrique, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: «In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2019/20 haben wir ein starkes profitables Wachstum erzielt. Alle Regionen sind weiterhin deutlich stärker als der globale Schokoladenmarkt gewachsen.»

Kennzahlen der Gruppe

für die 6-Monats-Periode endend am 29./28. Februar						2020	2019	2019 Pro-forma (IFRS 16) ²
		Veränderung in % Veröffentlicht		Veränderung in % Pro-forma				
		in Lokal- währungen	in CHF	in Lokal- währungen	in CHF			
Verkaufsmenge	Tonnen		5.4%		5.4%	1,103,728	1,046,695	1,046,695
Umsatz	Mio. CHF	5.8%	2.4%	5.8%	2.4%	3,761.8	3,672.7	3,672.7
Bruttogewinn	Mio. CHF	6.3%	3.3%	6.1%	3.2%	607.4	587.9	588.7
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	4.3%	0.7%	4.0%	0.5%	303.5	301.4	302.1
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹	Mio. CHF	7.0%	3.4%	6.7%	3.1%	311.5	301.4	302.1
EBIT (wiederkehrend) pro Tonne	CHF	1.5%	(2.0%)	1.2%	(2.2%)	282.2	287.9	288.6
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	6.7%	2.3%	7.5%	3.1%	203.7	199.1	197.6
Konzerngewinn für die Berichtsperiode (wiederkehrend) ¹	Mio. CHF	10.7%	6.3%	11.6%	7.1%	211.7	199.1	197.6
Freier Cash flow	Mio. CHF					(359.2)	(140.6)	(119.1)
Freier Cash flow angepasst ⁴	Mio. CHF					(17.9)	(31.4)	(9.9)

Die Barry Callebaut Gruppe, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, steigerte in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2019/20 (per 29. Februar 2020) die **Verkaufsmenge** um +5.4% auf 1,103,728 Tonnen. Die Verkaufsmenge im Schokoladengeschäft stieg um +5.2% und lag damit laut Nielsen deutlich über dem stagnierenden Wachstum des globalen Schokoladenmarkts (-0.0%)⁵. Alle Regionen und wichtigen Wachstumstreiber trugen zum Wachstum bei: Outsourcing (+1.8%), Schwellenländer (+10.6%) und Gourmet & Spezialitäten (ohne Getränke, +3.6%). Global Cocoa erzielte ein Verkaufsmengenwachstum von +6.5%. Ohne den erstmaligen Konsolidierungsbeitrag von Inforum belief sich das organische Wachstum auf +4.0%.

Der **Umsatz** stieg um +5.8% in Lokalwährungen (+2.4% in CHF) auf CHF 3,761.8 Mio.

¹ Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend und Konzerngewinn wiederkehrend ohne die Kosten von CHF -8.0 Mio. für die Schliessung der Kakaofabrik in Makassar (Indonesien).

² Vorjahresvergleichszahlen wurden auf Pro-forma-Basis berechnet, um die geschätzten Auswirkungen von IFRS 16 zu berücksichtigen, falls dieser zu diesem Zeitpunkt angewendet worden wäre (für die Auswirkungen im laufenden Jahr siehe Halbjahresbericht, Seite 17–21).

³ Im Durchschnitt für die drei Geschäftsjahre 2019/20 bis 2021/22: Wachstum der Verkaufsmenge um +4–6% pro Jahr und EBIT über dem Volumenwachstum in Lokalwährungen, unter Ausschluss unvorhersehbarer Ereignisse.

⁴ Freier Cash flow, bereinigt um den Cash-flow-Effekt der Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (readily marketable inventories, RMI) ansieht.

⁵ Quelle: Nielsen, Volumenwachstum ohne E-Commerce – 23 Länder (ohne China und Indonesien), August 2019 bis Januar/Februar 2020; Daten vorbehaltlich einer Anpassung an die Berichtsperiode von Barry Callebaut.

Der **Bruttogewinn** belief sich auf CHF 607.4 Mio., was einem Zuwachs von +6.1% in Lokalwährungen (+3.2% in CHF) entspricht, verglichen mit den Pro-forma-Zahlen des Vorjahrs gemäss IFRS 16⁶. Dieser über dem Volumenwachstum liegende Anstieg ist auf einen verbesserten Produktmix zurückzuführen.

Der **Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend**⁷ stieg um +6.7% in Lokalwährungen (+3.1% in CHF) auf CHF 311.5 Mio., verglichen mit den Pro-forma-Zahlen des Vorjahrs gemäss IFRS 16⁶. Währungen hatten einen negativen Umrechnungseffekt von CHF –10.9 Mio. Die Kosten für die Schliessung der Kakaofabrik in Makassar, Indonesien, hatten einen negativen Effekt von CHF –8.0 Mio. Demzufolge belief sich der ausgewiesene EBIT auf CHF 303.5 Mio., was einem Anstieg von +4.0% in Lokalwährungen entspricht (+0.5% in CHF), verglichen mit den Pro-forma-Zahlen des Vorjahrs gemäss IFRS 16⁶. Der wiederkehrende **EBIT pro Tonne** blieb mit etwa CHF 282 stabil.

Der **Konzerngewinn für die Berichtsperiode wiederkehrend**⁷ stieg um +11.6% in Lokalwährungen (+7.1% in CHF) auf CHF 211.7 Mio. Der ausgewiesene Konzerngewinn belief sich auf CHF 203.7 Mio., was einem Anstieg von +7.5% in Lokalwährungen entspricht (+3.1% in CHF), verglichen mit den Pro-forma-Zahlen des Vorjahrs gemäss IFRS 16⁶. Der Anstieg wurde durch die niedrigeren Netto-Finanzierungskosten unterstützt, während die Ertragssteuern mit CHF –49.6 Mio. gegenüber CHF –47.5 Mio. in der Vorjahrsperiode in etwa gleich blieben.

Das **Nettoumlaufvermögen** stieg leicht auf CHF 1,838.3 Mio., verglichen mit CHF 1,762.1 Mio. in der Vorjahrsperiode. Die aufgrund der gestiegenen Preise für Kakaobohnen höheren Lagerbestände wurden grösstenteils durch einen Rückgang der Forderungen und der derivativen finanziellen Verbindlichkeiten sowie durch strukturelle Verbesserungen der Verbindlichkeiten ausgeglichen.

Die **Nettoverschuldung** blieb mit CHF 1,981.0 Mio. stabil, verglichen mit CHF 1,974.8 Mio. im Vorjahr auf Pro-forma-Basis gemäss IFRS 16⁶. Berücksichtigt man die Kakaobohnen-Lagerbestände als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (readily marketable inventories, RMI), sank die angepasste Nettoverschuldung auf CHF 882.0 Mio., verglichen mit CHF 1,042.9 Mio. im Vorjahr auf Pro-forma-Basis gemäss IFRS 16⁶.

Der **freie Cash flow** belief sich in den ersten sechs Monaten der Berichtsperiode auf CHF –359.2 Mio., verglichen mit CHF –119.1 Mio. im Vorjahr auf Pro-forma-Basis gemäss IFRS 16⁶. Bereinigt um den Effekt der als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (readily marketable inventories, RMI) betrachteten Kakaobohnen war der **bereinigte freie Cash flow** in etwa unverändert und betrug CHF –17.9 Mio. (per 28. Februar 2019, auf Pro-forma-Basis gemäss IFRS 16⁶: CHF –9.9 Mio.).

Aktuelle Informationen zu COVID-19

Als Marktführer und vertrauenswürdiger Partner in der globalen Nahrungsmittelkette spielt Barry Callebaut eine wesentliche Rolle bei der Aufrechterhaltung der Verfügbarkeit von Nahrungsmitteln während der COVID-19-Pandemie. Dazu hat die Gruppe Vorsichtsmassnahmen ergriffen, um für ihre Mitarbeitenden sichere Arbeitsumgebungen zu schaffen und um die Kontinuität der Geschäftstätigkeit aufrechtzuerhalten. Barry Callebaut hat – bereits früh – auf globaler und regionaler Ebene spezialisierte Teams eingerichtet, welche die Entwicklung der Situation aufmerksam beobachten und entsprechende Massnahmen gemäss den Vorgaben von Regierungen und zuständigen Behörden anpassen.

⁶ Die Vorjahrsvergleichszahlen wurden auf Pro-forma-Basis berechnet, um die geschätzten Auswirkungen von IFRS 16 zu berücksichtigen, falls dieser zu diesem Zeitpunkt angewendet worden wäre (für die Auswirkungen im laufenden Jahr siehe Halbjahresbericht, Seite 17–21).

⁷ Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend und Konzerngewinn wiederkehrend ohne die Kosten von CHF –8.0 Mio. für die Schliessung der Kakaofabrik in Makassar (Indonesien).

Barry Callebaut verzeichnete bisher keine grösseren Unterbrechungen der Produktionstätigkeit. Während das Industriekundengeschäft und Global Cocoa weniger stark betroffen sind, leidet die Verkaufsmenge im Gourmet-Geschäft unter den staatlichen Beschränkungen des Besuchs von Geschäften und Restaurants. In China gibt es Anzeichen für eine starke Erholung der Nachfrage. Das allgemeine Fortschreiten der Pandemie ist jedoch nach wie vor ungewiss und lässt sich nur schwer vorhersagen.

Aufgrund der Unsicherheit auf den Finanzmärkten beschloss Barry Callebaut vorsichtshalber, die revolvingende Kreditfazilität von insgesamt EUR 1 Mrd. mit einer Laufzeit von sechs Monaten in voller Höhe in Anspruch zu nehmen. Dadurch soll eine Alternative zum Commercial Paper Program der Gruppe geschaffen (die ungefähr EUR 450 Mio. entspricht) und der Zugang zu Liquidität verbessert werden. Barry Callebaut nutzte die revolvingende Kreditfazilität über viele Jahre als Ausweichmöglichkeit für den Fall, dass der Markt für Commercial Papers nicht mehr die erforderliche Liquidität bietet.

CEO Antoine de Saint-Affrique sagte: «Im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie ergreifen wir alle nötigen Massnahmen, um die Gesundheit unserer Mitarbeiter und ihrer Familien zu schützen. Wir tragen auch weiterhin täglich zur Aufrechterhaltung der globalen Nahrungsmittelkette bei. Ich möchte all unseren Mitarbeitenden sowie unseren Lieferanten und Kunden dafür danken, dass sie in dieser schwierigen Zeit kontinuierlich Einsatz, Engagement und Leidenschaft zeigen, um Nahrungsmittel zu produzieren und zu vertreiben.»

Ausblick – Weiterhin den Mittelfristzielen verpflichtet

CEO Antoine de Saint-Affrique zum Ausblick: «COVID-19 ist ein Ereignis von grosser Tragweite, das niemand vorhersehen konnte. Wir haben zwar Vorsichtsmassnahmen ergriffen, um unseren Geschäftsbetrieb aufrechtzuerhalten. Dennoch können die Auswirkungen auf Geschäftswachstum und Profitabilität zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht quantifiziert werden, da sie von Dauer und Schwere der Pandemie abhängen. In der Zwischenzeit bleiben wir unseren Mittelfristzielen verpflichtet, die mit dem Geschäftsjahr 2021/22 enden. Unsere globale Präsenz, eine starke Innovations-pipeline, Diversität bezüglich Kunden und Kanälen zusammen mit der gewissenhaften Umsetzung unserer bewährten Strategie des «smarten Wachstums» bilden eine solide Basis, um die COVID-19-Pandemie zu bewältigen.»

Strategische Meilensteine in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2019/20

- **Expansion:** Im März 2020 begann Barry Callebaut mit dem Bau ihrer ersten Schokoladenfabrik in Südosteuropa. Die hochmoderne Anlage wird in Novi Sad, Serbien, nahe der Hauptstadt Belgrad entstehen. Die Fabrik wird anfänglich eine jährliche Produktionskapazität von über 50,000 Tonnen haben und als regionale Drehscheibe dienen, von der aus Barry Callebaut die wachstumsstarken Märkte Südosteuropas bedienen kann.
Im Januar 2020 weihte Barry Callebaut sein modernisiertes CHOCOLATE ACADEMY™ Center im britischen Banbury ein. Das Zentrum ist Teil des globalen Netzwerks von 23 CHOCOLATE ACADEMY™ Centers und wird dazu beitragen, die steigende Nachfrage nach innovativen und hochwertigen Schokoladenprodukten in Grossbritannien zu decken und einen der weltweit grössten Schokoladenmärkte zu bedienen.
- **Innovation:** Im Februar 2020 stellte Barry Callebaut auf der ISM in Köln, der weltweit führenden Fachmesse für Süswaren und Snacks, die 100% milchfreie «Milk Chocolate» vor. Die neue Schokolade erfüllt die insbesondere bei den Generationen Y und Z wachsende Nachfrage nach Produkten auf Pflanzenbasis. Die neue «Milk Chocolate» ist Teil des wachsenden Portfolios von Barry Callebaut an «Plant Craft»-Produkten, die von Schokolade, Kakao, Nüssen und Füllungen bis hin zu Dekorationen reichen.
Ebenfalls im Februar 2020 lancierte Mona Lisa, die Gourmet-Marke der Gruppe, mit «Mona Lisa 3D Studio» die weltweit erste personalisierte belgische Schokolade aus dem 3D-Drucker in grossem Massstab. Die Einführung revolutioniert die Welt der handwerklichen Schokoladen-

herstellung: Sie kombiniert wegweisende Produktionstechnologie, massgeschneiderte Designs und das Schokoladen-Know-how von Barry Callebaut und erlaubt so Chocolatiers, einzigartige Kreationen herzustellen und diese, unabhängig von der Komplexität des Entwurfs, rasch und preisgünstig zu reproduzieren.

Ruby – der vierte Schokoladentypus – setzte seinen Erfolg im Jahr 2020 fort und eroberte die Produktkategorie Eiscrème mit der Einführung von «Magnum Ruby» und «Häagen-Dazs Ruby Cacao».

- **Kostenführerschaft:** In Lokeren, Belgien, feierte Barry Callebaut im Februar 2020 die Grundsteinlegung ihres neuen Global Distribution Centers (GDC). Durch die Bündelung ihrer Lager- und Vertriebsaktivitäten an einem einzigen Standort ist Barry Callebaut dank des GDC in der Lage, ihre Kunden besser zu bedienen, die Effizienz zu optimieren und die Wirtschaftlichkeit ihrer Geschäftstätigkeit zu verbessern.

Im Rahmen der kontinuierlichen Bemühungen der Gruppe um eine Optimierung ihrer Kostenstruktur und angesichts des rückläufigen Kakaoanbaus in Indonesien schloss Barry Callebaut im Januar ihre Kakaofabrik in Makassar, Indonesien. Durch die Schliessung entstanden Kosten von CHF –8.0 Mio. Das Wachstum der Gruppe im asiatisch-pazifischen Raum wird durch ihre anderen Fabriken in der Region unterstützt werden.

- **Nachhaltigkeit:** Im Februar 2020 wurde Barry Callebaut mit zwei «edie» Sustainability Leaders Awards ausgezeichnet, dem prestigeträchtigsten Preis für Nachhaltigkeit in Grossbritannien. Barry Callebaut erhielt für «Forever Chocolate» – ihren Plan, nachhaltig produzierte Schokolade bis 2025 zur Norm zu machen – die Auszeichnung «Business of the Year». Das Programm «Seeds for Change» von Barry Callebaut erhielt den «edie» Award für das führende Mitarbeiterengagement-Programm.

Barry Callebaut ist stolz, für ihre Massnahmen zur Reduktion ihres CO₂-Fussabdrucks bei der Beurteilung von CDP im Jahr 2019 die Bewertung «A-» erhalten zu haben. CDP – ehemals Carbon Disclosure Project – ist eine unabhängige Organisation, die jährlich die Pläne von über 7,000 Unternehmen zur CO₂-Reduktion beurteilt und sie auf einer Skala von A – den Pionieren – bis F bewertet.

Entwicklung nach Regionen/Segmenten

Region EMEA – Gutes Wachstum und gute Rentabilität

Die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in der Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) stieg um +5.5% auf 507,177 Tonnen. Ohne die erstmalige Konsolidierung von Inforum per Februar 2019 betrug das organische Wachstum +2.4% und lag damit deutlich über dem Wachstum des zugrunde liegenden Schokoladenmarkts (+0.4%)⁸. Das Industriekundengeschäft setzte sein solides Wachstum in Westeuropa und EEMEA fort. Das Gourmet-Geschäft beschleunigte sein Wachstum im zweiten Quartal. Das Getränkegeschäft verzeichnete ein negatives Volumenwachstum, es wurden jedoch Massnahmen getroffen, um es wieder auf Wachstumskurs zu bringen.

Der Umsatz stieg insgesamt um +6.8% in Lokalwährungen (+2.8% in CHF) auf CHF 1,584.9 Mio. Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um +7.2% in Lokalwährungen (+3.1% in CHF) auf CHF 183.8 Mio. und übertraf damit das Volumenwachstum.

Region Nord- und Südamerika – Stetiges Wachstum mit starker Rentabilität

Die Region Nord- und Südamerika steigerte ihre Verkaufsmenge um +2.2% auf 287,482 Tonnen. Dieses stetige Wachstum wurde trotz eines laut Nielsen allgemein rückläufigen Schokoladenmarkts (–3.0%) erzielt⁸. Das Volumenwachstum wurde durch das Geschäft mit Industriekunden in Nordamerika und durch das solide Wachstum im Gourmet-Geschäft in Südamerika unterstützt.

Der Umsatz stieg um +4.5% in Lokalwährungen (+3.2% in CHF) und betrug CHF 938.0 Mio. Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um +7.4% in Lokalwährungen (+5.0% in CHF) auf CHF 94.9 Mio. und

⁸ Quelle: Nielsen, Volumenwachstum ohne E-Commerce – August 2019 bis Januar/Februar 2020; Daten vorbehaltlich einer Anpassung an die Berichtsperiode von Barry Callebaut.

damit mehr als doppelt so stark wie die Verkaufsmenge, was auf den verbesserten Produktmix zurückzuführen ist.

Region Asien-Pazifik – Starkes Wachstum trotz Auswirkungen von COVID-19

Die Region Asien-Pazifik setzte ihr starkes Verkaufsmengenwachstum trotz der Auswirkungen von COVID-19 auf den chinesischen Markt im zweiten Quartal fort. Das Volumenwachstum fiel in den ersten sechs Monaten zweistellig aus und stieg um +16.7% auf 66,754 Tonnen. Aufgrund der COVID-19-Pandemie waren die Nielsen-Daten über das zugrunde liegende Marktwachstum in der Region Asien-Pazifik unvollständig⁹. Das Industriekundengeschäft verzeichnete erneut ein zweistelliges Wachstum, wozu vor allem regionale Kunden beitrugen. Der Umsatz stieg um +6.0% in Lokalwährungen (+5.5% in CHF) auf CHF 215.4 Mio. Gourmet & Spezialitäten verzeichnete in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres ein hohes einstelliges Volumenwachstum.

China war das erste Land, das von der COVID-19-Pandemie betroffen war, was zu einem deutlichen Rückgang im Gourmet-Geschäft im Februar 2020 – vor allem im Premiumbereich – führte. Dies wirkte sich auf den Betriebsgewinn (EBIT) aus, der um +4.4% in Lokalwährungen (+3.0% in CHF) stieg, damit hinter dem Volumenwachstum zurückblieb und CHF 27.7 Mio. betrug.

Global Cocoa – Normalisierung des Volumenwachstums

Wie erwartet verzeichnete Global Cocoa im zweiten Quartal eine Normalisierung des Volumenwachstums, die zu einem Anstieg von +6.5% auf 242,315 Tonnen in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs führte. Der Umsatz stieg um +5.5% in Lokalwährungen (+0.5% in CHF) auf CHF 1,023.5 Mio. Der Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend¹⁰ betrug CHF 55.3 Mio., verglichen mit CHF 54.6 Mio. in der Vorjahrsperiode, was auf das schwierigere Umfeld zurückzuführen ist.

Entwicklung der wichtigsten Rohwarenpreise

In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres bewegten sich die Preise für **Kakaobohnen** zwischen GBP 1,734 und GBP 2,045 pro Tonne und schlossen per 29. Februar 2020 bei GBP 1,955. Durchschnittlich stiegen die Kakaobohnenpreise gegenüber der Vorjahrsperiode um +13.6%. Angebot und Nachfrage bei Kakaobohnen hielten sich global weiterhin die Waage. Die Elfenbeinküste und Ghana kündigten im Juli 2019 eine Prämie zur Existenzsicherung («Living Income Differential», LID) in Höhe von USD 400 pro Tonne Kakaobohnen an, die ab der Ernte 2020/21 eingeführt wird.

Die Preise für **Zucker** in Europa stiegen durchschnittlich um +18.4% verglichen mit der Vorjahrsperiode, wofür vor allem die schlechte Ernte verantwortlich ist. Der globale Zuckerpreis stieg durchschnittlich um +3.0%.

Die Preise für **Milchprodukte** zogen im Durchschnitt um +43.0% gegenüber der Vorjahrsperiode an, was auf das schwache Milchangebot und die anhaltend hohe Nachfrage zurückzuführen ist.

⁹ Quelle: Nielsen, Volumenwachstum für die Region APAC +7.7%, ohne E-Commerce, August 2019 bis Januar/Februar 2020, nur bestehend aus Südkorea, Indien und Australien, ohne China und Indonesien.

¹⁰Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend ohne die Kosten von CHF –8.0 Mio. für die Schliessung der Kakaofabrik in Makassar (Indonesien).

Ausführliche Finanzinformationen finden Sie im «[Half-Year Results 2019/20 Report](#)» von Barry Callebaut.

Webcast/Telefonkonferenz von Barry Callebaut für Medien und Analysten

Datum: Donnerstag, 16. April 2020, 10.00–11.30 Uhr MEZ

Ort: Aufgrund der COVID-19-Pandemie findet keine physische Konferenz statt.

Die Telefonkonferenz kann via Telefon und/oder Webcast mitverfolgt werden. Alle Einwahldaten stehen auf der [Website](#) der Barry Callebaut Gruppe zur Verfügung.

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2019/20 (1. September 2019 bis 31. August 2020):

9-Monats-Verkaufszahlen 2019/20	9. Juli 2020
Jahresergebnisse 2019/20	11. November 2020
Generalversammlung 2019/20	9. Dezember 2020

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 7.3 Milliarden (EUR 6.5 Milliarden / USD 7.4 Milliarden) für das Geschäftsjahr 2018/19 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 mehr als 60 Produktionsstandorte und beschäftigt eine vielfältige und engagierte Belegschaft von mehr als 12,000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Die Barry Callebaut Gruppe steht im Dienst der gesamten Nahrungsmittelindustrie, von industriellen Nahrungsmittelherstellern bis zu gewerblichen und professionellen Anwendern wie Chocolatiers, Confiseurs, 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 Journalisten:

Frank Keidel
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Telefon: + 41 43 268 86 06
frank_keidel@barry-callebaut.com

für Investoren und Finanzanalysten:

Claudia Pedretti
Head of Investor Relations
Barry Callebaut AG
Telefon: +41 43 204 04 23
claudia_pedretti@barry-callebaut.com

Kennzahlen der Gruppe¹¹

für die 6-Monats-Periode endend am 29./28. Februar		2020		2019		2019 Pro-forma (IFRS 16) ¹²		
		Veränderung in % Veröffentlicht		Veränderung in % Pro-forma				
		in Lokal- währungen	in CHF	in Lokal- währungen	in CHF			
Kennzahlen								
Verkaufsmenge	Tonnen		5.4%		5.4%	1,103,728	1,046,695	1,046,695
Umsatz	Mio. CHF	5.8%	2.4%	5.8%	2.4%	3,761.8	3,672.7	3,672.7
Bruttogewinn	Mio. CHF	6.3%	3.3%	6.1%	3.2%	607.4	587.9	588.7
EBITDA	Mio. CHF	10.3%	6.8%	5.1%	1.7%	413.0	386.7	406.0
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	4.3%	0.7%	4.0%	0.5%	303.5	301.4	302.1
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹³	Mio. CHF	7.0%	3.4%	6.7%	3.1%	311.5	301.4	302.1
EBIT (wiederkehrend) pro Tonne	CHF	1.5%	(2.0%)	1.2%	(2.2%)	282.2	287.9	288.6
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	6.7%	2.3%	7.5%	3.1%	203.7	199.1	197.6
Konzerngewinn für die Berichtsperiode (wiederkehrend) ¹³	Mio. CHF	10.7%	6.3%	11.6%	7.1%	211.7	199.1	197.6
Freier Cash flow	Mio. CHF					(359.2)	(140.6)	(119.1)
Freier Cash flow angepasst ¹⁴	Mio. CHF					(17.9)	(31.4)	(9.9)
Nach Regionen								
EMEA								
Verkaufsmenge	Tonnen		5.5%			507,177	480,721	
Umsatz	Mio. CHF	6.8%	2.8%			1,584.9	1,542.0	
EBITDA	Mio. CHF	10.1%	6.0%			221.4	208.9	
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	7.2%	3.1%			183.8	178.3	
Nord- und Südamerika								
Verkaufsmenge	Tonnen		2.2%			287,482	281,204	
Umsatz	Mio. CHF	4.5%	3.2%			938.0	908.5	
EBITDA	Mio. CHF	11.0%	8.7%			121.5	111.8	
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	7.4%	5.0%			94.9	90.4	
Asien-Pazifik								
Verkaufsmenge	Tonnen		16.7%			66,754	57,192	
Umsatz	Mio. CHF	6.0%	5.5%			215.4	204.1	
EBITDA	Mio. CHF	8.3%	6.9%			34.0	31.8	
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	4.4%	3.0%			27.7	26.9	
Global Cocoa								
Verkaufsmenge	Tonnen		6.5%			242,315	227,578	
Umsatz	Mio. CHF	5.5%	0.5%			1,023.5	1,018.1	
EBITDA	Mio. CHF	3.6%	1.3%			82.8	81.7	
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(11.3%)	(13.4%)			47.3	54.6	
Nach Produktgruppen								
Verkaufsmenge						1,103,728	1,046,695	
Kakaoprodukte	Tonnen		6.5%			242,315	227,578	
Industrielle Produkte	Tonnen		6.0%			729,628	688,602	
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		1.0%			131,785	130,515	
Umsatz						3,761.8	3,672.7	
Kakaoprodukte	Mio. CHF	5.5%	0.5%			1,023.5	1,018.1	
Industrielle Produkte	Mio. CHF	6.4%	3.6%			2,121.2	2,046.7	
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	4.5%	1.5%			617.1	607.9	

¹¹ Nicht durch IFRS definierte Finanzkennzahlen sind im Geschäftsbericht 2018/19 auf Seite 181 definiert.

¹² Die Vorjahrsvergleichszahlen wurden auf Pro-forma-Basis berechnet, um die geschätzten Auswirkungen von IFRS 16 zu berücksichtigen, falls dieser zu diesem Zeitpunkt angewendet worden wäre (für die Auswirkungen im laufenden Jahr siehe Halbjahresbericht, Seite 17-21).

¹³ Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend und Konzerngewinn wiederkehrend ohne die Kosten von CHF -8.0 Mio. für die Schliessung der Kakaofabrik in Makassar (Indonesien).

¹⁴ Freier Cash flow, bereinigt um den Cash-flow-Effekt der Kakaobohnen-Lagerbestände, die die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (readily marketable inventories, RMI) ansieht.