

# Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Barry Callebaut Gruppe – Halbjahresresultate, Geschäftsjahr 2022/23

## Hohe Rentabilität und progressive Volumenerholung

- **Progressive Erholung der Verkaufsmenge im zweiten Quartal (-0,5 %) begrenzt Volumenrückgang im Halbjahresergebnis 2022/23 auf -2,9 %**
- **Umsatz von CHF 4,2 Mrd., +7,9 % in Lokalwährungen (+3,7 % in CHF)**
- **Starker Betriebsgewinn (EBIT) von CHF 348,4 Mio., +11,0 % in Lokalwährungen (+9,5 % in CHF) verglichen mit dem wiederkehrenden Vorjahres-EBIT<sup>1</sup>; ausgewiesener EBIT +6,7 % in Lokalwährungen (+5,3 % in CHF)**
- **Konzerngewinn von CHF 234,3 Mio., +10,4 % in Lokalwährungen (+10,5 % in CHF) verglichen mit dem wiederkehrenden Konzerngewinn<sup>1</sup> vom Vorjahr; ausgewiesener Konzerngewinn +4,1 % in Lokalwährungen (+4,2 % in CHF)**
- **Solider Cashflow, angepasster freier Cashflow<sup>2</sup> von CHF 71,2 Mio.**
- **Aktualisierte Prognose erwartet flaches bis moderates Volumenwachstum im Gesamtjahr 2022/23 bei anhaltend starkem Betriebsgewinn (EBIT)**
- **Ziele für Dreijahreszeitraum 2023/24 bis 2025/26 bestätigt<sup>3</sup>**

Zürich/Schweiz, 5. April 2023 – Ben De Schryver, CFO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: «In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs haben wir eine hohe Rentabilität verzeichnet, welche die Stärke unseres Geschäftsmodells widerspiegelt. Hierzu gehören die unveränderte Kostenführerschaft in einem hochinflationären Umfeld sowie ein guter Produktmix. Gegenüber einem starken Vergleichszeitraum hat sich die Verkaufsmenge schrittweise erholt, wenn auch langsamer als erwartet. Dies lag an der vorübergehend eingeschränkten Verfügbarkeit unserer globalen Gourmet-Marken sowie einer Kundennachfrage, die im inflationären Umfeld hinter den Erwartungen zurückblieb. Ich danke allen Kolleginnen und Kollegen für ihr Engagement und ihre Leidenschaft, mit denen sie unser Geschäft voranbringen.»

### Kennzahlen der Gruppe

für die 6-Monats-Periode endend am zum 28. Februar		Veränderungen in %		2023	2022
		in Lokalwährungen	in CHF		
Verkaufsmenge	Tonnen		(2,9) %	1.130.742	1.164.749
Umsatz	Mio. CHF	7,9 %	3,7 %	4.180,7	4.030,3
Bruttogewinn	Mio. CHF	11,4 %	9,5 %	664,1	606,4
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	6,7 %	5,3 %	348,4	330,9
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) <sup>1</sup>	Mio. CHF	11,0 %	9,5 %	348,4	318,1
EBIT (wiederkehrend) <sup>1</sup> pro Tonne	CHF	14,3 %	12,8 %	308,1	273,1
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	4,1 %	4,2 %	234,3	224,8
Konzerngewinn für die Berichtsperiode (wiederkehrend) <sup>1</sup>	Mio. CHF	10,4 %	10,5 %	234,3	212,1
Freier Cash flow	Mio. CHF			(188,2)	(132,6)
Freier Cash flow angepasst <sup>2</sup>	Mio. CHF			71,2	167,0

<sup>1</sup> Vorjahr ohne Nachforderung indirekter Steuergutschriften in Brasilien von CHF +12.8 Mio. auf Stufe Betriebsgewinn (EBIT) und CHF +12.7 Mio. auf Stufe Konzerngewinn.

<sup>2</sup> Freier Cashflow, bereinigt um den Cashflow-Effekt der Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) ansieht.

<sup>3</sup> Im Durchschnitt für die drei Geschäftsjahre 2023/24 bis 2025/26: +4 bis +6% Volumenwachstum und +8 bis +10% EBIT-Wachstum in Lokalwährungen, verbunden mit weiterer Verbesserung der Rendite auf investiertem Kapital, unter Ausschluss grösserer unvorhersehbarer Ereignisse.

Die Barry Callebaut Gruppe, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, verzeichnete in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2022/23 (endend am 28. Februar 2023) eine ausgewiesene **Verkaufsmenge** von 1.130.742 Tonnen. Nach einem verhaltenen Start im ersten Quartal (-5,1 %) aufgrund der Nachwirkungen des Hochfahrens der Fabrik in Wieze erholte sich die Verkaufsmenge schrittweise im zweiten Quartal (-0,5 %), wodurch die Gruppe im ersten Halbjahr einen Volumentrückgang von -2,9 % verbuchte. Bei Schokolade stieg die Verkaufsmenge im zweiten Quartal in der Region EMEA (+1,8 %, zum Halbjahr bei -3,7 %) und blieb in der Region Asien-Pazifik in etwa stabil (+0,4 %, zum Halbjahr bei +0,3 %). Dagegen sank die Verkaufsmenge in der Region Nord- und Südamerika (-6,6 %, zum Halbjahr bei -4,4 %). Insgesamt ging die Verkaufsmenge bei Schokolade in den ersten sechs Monaten zurück (-3,6 %). Bereinigt um die Auswirkungen des Hochfahrens des Werks in Wieze entsprach das Ergebnis der Verkaufsmenge dem zugrunde liegenden Schokoladenmarkt (-1,8 %)<sup>4</sup>. Die zentralen Wachstumstreiber der Gruppe wendeten sich im zweiten Quartal ins Positive: Outsourcing erzielte +3,0 % (zum Halbjahr bei +1,4 %), Schwellenländer +2,1 % (zum Halbjahr bei -1,0 %) und Gourmet & Spezialitäten +0,4 % (zum Halbjahr bei -5,8 %). Die Verkaufsmenge von Global Cocoa normalisierte sich auf 227.773 Tonnen und blieb gegenüber dem Vorjahreszeitraum stabil (-0,1 %).

Der **Umsatz** belief sich auf CHF 4.180,7 Mio., was einem Plus von +7,9 % in Lokalwährungen (+3,7 % in CHF) entspricht. Zum Anstieg trugen gestiegene Rohwarenpreise und das inflationäre Umfeld, dem Barry Callebaut für den Grossteil des Geschäfts mit ihrem Cost-Plus-Modell begegnet, sowie der positive Produktmix bei.

Der **Bruttogewinn** belief sich auf CHF 664,1 Mio., was einem Plus von +11,4 % in Lokalwährungen (+9,5 % in CHF) entspricht. Die Auswirkungen der negativen Verkaufsmenge, die den Nachwirkungen des Hochfahrens des Werks in Wieze im ersten Quartal geschuldet ist, wurden durch die Effekte des starken Produktmix sowie den positiven Beitrag des Kakaogeschäfts mehr als kompensiert.

Der **Betriebsgewinn (EBIT)** erreichte starke CHF 348,4 Mio., was verglichen mit dem wiederkehrenden EBIT<sup>5</sup> im Vorjahr einem Anstieg von +11,0 % in Lokalwährungen (+9,5 % in CHF) entspricht und die Volumenentwicklung deutlich übertraf. Der **EBIT pro Tonne** stieg dank des positiven Produktmix von CHF 273 wiederkehrend<sup>5</sup> im Vorjahr auf CHF 308.

Der **Konzerngewinn für die Berichtsperiode** lag bei CHF 234,3 Mio. Dies entspricht einem Wachstum von +10,4 % in Lokalwährungen (+10,5 % in CHF) im Vergleich zum wiederkehrenden Konzerngewinn<sup>5</sup> der Vorjahresperiode. Der Anstieg wurde von einem starken Betriebsgewinn (EBIT) gestützt, der teilweise von leicht gestiegenen Netto-Finanzierungskosten aufgrund von höheren Referenzzinssätzen und leicht gestiegenen Ertragssteuern in Höhe von CHF -53,9 Mio. aufgehoben wurde. Der effektive Steuersatz betrug 18,7%.

Das **Nettoumlaufvermögen** stieg auf CHF 1.699,3 Mio., nach CHF 1.598,8 Mio. im Vorjahreszeitraum. Aufgrund der Inflation der Rohmaterialpreise wuchsen Forderungen und Vorräte, wobei Letztere zusätzlich vom frühen Zeitpunkt der Haupternte der Kakaobohnen getrieben wurden. Die Effekte wurden teilweise durch höhere Verbindlichkeiten ausgeglichen.

Der **freie Cashflow** blieb weiter solide und erreichte trotz der steigenden Rohmaterialpreise CHF -188,2 Mio. gegenüber CHF -132,6 im Vorjahreszeitraum. Angepasst um den Effekt der als absatzfähige Lagerbestände (RMI) betrachteten Kakaobohnen belief sich der **angepasste freie Cashflow** auf CHF 71,2 Mio. (gegenüber CHF 167,0 Mio. am 28. Februar 2022).

<sup>4</sup> Quelle: Nielsen, Volumenwachstum ohne E-Commerce – 26 Länder, September 2022 bis Januar 2023. Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder.

<sup>5</sup> Vorjahr ohne Nachforderung indirekter Steuergutschriften in Brasilien von CHF +12,8 Mio. auf Stufe Betriebsgewinn (EBIT) und CHF +12,7 Mio. auf Stufe Konzerngewinn.

Die **Nettoverschuldung** blieb mit CHF 1.581,5 Mio. nach CHF 1.594,3 Mio. im Vorjahreszeitraum in etwa unverändert. Unter Berücksichtigung der Kakaobohnen-Lagerbestände als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) sank die **angepasste Nettoverschuldung** auf CHF 368,4 Mio., verglichen mit CHF 561,1 Mio. im Vorjahreszeitraum.

### **Ausblick: Anhaltend starker Betriebsgewinn, aktualisierte Volumenprognose für das Gesamtjahr 2022/23**

CFO Ben De Schryver zum Ausblick: «Wir sind zuversichtlich, dass wir auch in der zweiten Jahreshälfte einen anhaltend starken Betriebsgewinn verzeichnen werden. Aufgrund des verzögerten Volumenwachstums rechnen wir nun für das Gesamtjahr 2022/23 mit einem flachen bis moderaten Volumenwachstum. Für die Dreijahres-Periode<sup>6</sup> erwarten wir ein durchschnittliches Volumenwachstum von unter 5%, wohingegen das EBIT Wachstum deutlich stärker ausfallen wird.»

### **Strategische Meilensteine**

**Innovation:** Im Januar 2023 präsentierte Barry Callebaut die wichtigsten Schokoladentrends für 2023 und darüber hinaus. Die wichtigsten Schokoladentrends nach Regionen sind für Europa, Nordamerika, Lateinamerika und Asien-Pazifik verfügbar (mehr dazu auf unserer [Website](#)) und halten die Schokoladen-Profis über das aktuelle Marktgeschehen auf dem Laufenden. Ebenfalls im Januar 2023 brachte die globale Marke Cacao Barry mit ihrer Cacao Powders Collection eine Reihe leistungsstarker Kakaopulver mit verbesserter Textur und Farbe sowie besserem Geschmack für Chocolatiers und Pâtissiers auf den Markt. Im März 2023 wurde die zweite Schokoladengeneration von Barry Callebaut beim International Food & Drink Event 2023 in London in vier Kategorien als Finalist der World Food Innovation Awards ausgezeichnet. Die bahnbrechende Innovation bietet Schokoladenliebhabern puren Kakaogeschmack. Die neue dunkle und die Milkschokolade beruhen auf einem neuen Produktdesign, welches dem Grundsatz «Kakao zuerst, Zucker zuletzt» folgt. Sie enthalten nur diese beiden Zutaten sowie – im Fall der Milkschokolade – Milch.

**Kostenführerschaft:** Im Januar 2023 erhöhte Moody's Investors Service den Ausblick für das langfristige Emittentenrating der Gruppe von «stabil» auf «positiv». Ferner wurden auch alle Ratings zu vorrangigen unbesicherten Langzeit-Verbindlichkeiten der Barry Callebaut Services N.V. von «stabil» auf «positiv» hochgesetzt. Gleichzeitig bestätigte Moody's die Bonitätsnoten «Baa3». Die Ratingagentur begründete die Anpassungen mit ihrer Erwartung einer weiteren Stärkung der Kreditkennzahlen von Barry Callebaut im Laufe der nächsten 12 bis 18 Monate.

**Nachhaltigkeit:** Im März 2023 kündigte Barry Callebaut ein langfristig angelegtes Agroforstprojekt mit Nestlé in Côte d'Ivoire an, dessen Ziel 11,500 Hektar agroforstwirtschaftlich genutzte Fläche sind. Ebenfalls enthalten sind Zahlungen für Beiträge zur Verbesserung des Ökosystems an über 6,000 Landwirte. Die kürzlich unterzeichnete Vereinbarung ist ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg der Gruppe hin zur Skalierung ihrer Agroforst-Strategie durch Partnerschaften mit Kunden in Kakaoanbaugebieten, wovon die Bauern profitieren, und gleichzeitig CO<sub>2</sub> in den Lieferketten von Barry Callebaut und ihren Kunden abgebaut wird.

---

<sup>6</sup> Im Durchschnitt für die drei Geschäftsjahre 2020/21 bis 2022/23: Wachstum der Verkaufsmenge um 5% bis 7% und ein EBIT über dem Volumenwachstum in Lokalwährungen, unter Ausschluss grösserer unvorhersehbarer Ereignisse.

## Entwicklung nach Regionen/Segmenten

### Region EMEA – Volumenwachstum im Aufwärtstrend und hohe Rentabilität

In der Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) sank die Verkaufsmenge in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs um -3,7 % auf 517.593 Tonnen. Im zweiten Quartal zog das Wachstum wieder an (+1,8 %) und lag deutlich über dem zugrunde liegenden rückläufigen weltweiten Süsswarenmarkt (-2.4 %; zum Halbjahr bei -3.2 %)<sup>7</sup>. Die Verkaufsmenge des Industriekundengeschäfts erholte sich in der Region im zweiten Quartal trotz eines herausfordernden Marktumfelds weiter. Gourmet- & Spezialitätenprodukte verzeichnete im zweiten Quartal wieder ein gesundes Volumenwachstum, das von West- und Osteuropa gestützt wurde. Der Umsatz belief sich auf CHF 1.842,5 Mio., was einem Plus von +15,8 % in Lokalwährungen (+8,0 % in CHF) entspricht. Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um +10,3 % in Lokalwährungen (+6,7 % in CHF) auf CHF 205,1 Mio., da die Gruppe die höheren Kosten im allgemein inflationären Umfeld weitergeben und sich auf einen positiven Produktmix stützen konnte.

### Region Nord- und Südamerika – Hohe Rentabilität trotz schwachem Volumen

In einem schwachen zugrunde liegenden Schokoladenmarkt (-0.5 %)<sup>7</sup> und gegenüber einem starken Vergleichszeitraum im Vorjahr ging die Verkaufsmenge in der Region Nord- und Südamerika um -4,4 % auf 304.032 Tonnen zurück. Die Kundennachfrage fiel geringer als erwartet aus, was die Verkaufsmenge im Industriekundengeschäft beeinträchtigte. Die Verkaufsmenge im Bereich Gourmet- & Spezialitätenprodukte verzeichnete weiterhin positives Wachstum in Lateinamerika, wohingegen Nordamerika besonders im ersten Quartal unter der eingeschränkten Verfügbarkeit globaler Gourmet-Marken sowie im zweiten Quartal unter dem schwachen Abschneiden lokaler Marken litt. Der Umsatz belief sich auf CHF 1.114,9 Mio., was einem Plus von +5,0 % in Lokalwährungen (+9,1 % in CHF) entspricht. Trotz der geringeren Verkaufsmenge trug der anhaltende Fokus auf beschleunigte Wertsteigerung zur hohen Rentabilität bei, was zu einem Betriebsgewinn (EBIT) von CHF 116,2 Mio. führte. Dies entspricht im Vergleich zum wiederkehrenden EBIT<sup>8</sup> des Vorjahrs einem Plus von +5,8 % in Lokalwährungen (+11,2 % in CHF).

### Region Asien-Pazifik – Stagnierende Verkaufsmenge beeinträchtigt vorübergehend Rentabilität

In der Region Asien-Pazifik stagnierte die Verkaufsmenge in den ersten sechs Monaten der Berichtsperiode bei 81.344 Tonnen (0,3 %). Der zugrunde liegende Schokoladenmarkt wuchs laut Nielsen um +2.5 %<sup>7</sup>, wobei diese Daten nur eine begrenzte Zahl an Märkten widerspiegeln. Das Wachstum im Industriekundengeschäft blieb im niedrigen einstelligen Bereich. Verantwortlich dafür sind die Auswirkungen der Inflation auf die Verkaufsmenge in Indonesien und Japan sowie eine schwächere Nachfrage, insbesondere bei Backwaren und Keksen. Die Verkaufsmenge im Geschäftsbereich Gourmet- & Spezialitätenprodukte verbesserte sich im zweiten Quartal, gestützt vom Wachstum lokaler Marken in Märkten wie Indien und Indonesien stetig. Der Umsatz belief sich auf CHF 276,0 Mio., was einem Plus von +5,1 % in Lokalwährungen (+0,5 % in CHF) entspricht. Der Betriebsgewinn (EBIT) lag bei CHF 28,7 Mio. und verzeichnete damit aufgrund einer gemässigten Volumenerholung und einer Verschiebung im Produktmix einen leichten Rückgang um -4,2 % in Lokalwährungen (-6,8 % in CHF).

<sup>7</sup> Quelle: Nielsen Volumenwachstum ohne E-Commerce – September 2022 bis Januar 2023, Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder. Nielsen berücksichtigte für das Volumenwachstum von +2.5% im Asien-Pazifik-Raum sechs Länder: Australien, China, Indien, Indonesien, Japan und Südkorea. Im Vergleich mit denselben Märkten schnitt das Volumenwachstum der Region Asien-Pazifik ähnlich ab.

<sup>8</sup> Vorjahr ohne Nachforderung indirekter Steuergutschriften in Brasilien von CHF +12.8 Mio. auf Stufe Betriebsgewinn (EBIT) und CHF +12.7 Mio. auf Stufe Konzerngewinn. Die Auswirkungen auf regionaler Ebene sind wie folgt: Der wiederkehrende EBIT in der Region Nord- und Südamerika schloss CHF +2.4 Mio. aus und der Bereich Global Cocoa CHF +10.4 Mio.

### Global Cocoa – Normalisiertes Volumenwachstum und gute Rentabilität

Bei Global Cocoa erholte sich die Verkaufsmenge im zweiten Quartal (+2,6 %), was zu einer normalisierten unveränderten (-0,1 %) Verkaufsmenge von 227.773 Tonnen in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs führte. Der Umsatz lag bei CHF 947,3 Mio. und verzeichnete damit einen Rückgang um -1,5 % in Lokalwährungen (-7,8 % in CHF). Wie erwartet, verbesserte sich der Betriebsgewinn (EBIT) erheblich auf CHF 52,1 Mio., was einem Anstieg von +29,8 % in Lokalwährungen (+30,9 % in CHF) gegenüber dem wiederkehrenden EBIT<sup>9</sup> im Vorjahr entspricht, das durch ein Ungleichgewicht im Kakaomarkt beeinträchtigt wurde.

### Entwicklung der wichtigsten Rohwarenpreise

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2022/23 bewegten sich die Terminmarktpreise<sup>9</sup> für **Kakaobohnen** zwischen GBP 1,822 und GBP 2,144 pro Tonne und schlossen per 28. Februar 2023 bei GBP 2,129 pro Tonne. Im Schnitt stiegen die Preise für Kakaobohnen um +11.3% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die weltweite Prognose für die globale Angebots- und Nachfragesituation bei Kakaobohnen für 2022/23 kündigt ein Defizit an.

Die **Zuckerpreise** in Europa stiegen im Berichtszeitraum durchschnittlich um +83.4 %, was vor allem auf niedrige Vorräte in Kombination mit einer schlechten Ernte und hohen Energiepreisen zurückzuführen ist. Der Weltmarktpreis für Zucker stieg aufgrund geringerer Zuckerexporte aus Indien durchschnittlich um +5.3%.

Die Preise für **Milchprodukte** sanken während der ersten sechs Monate des Geschäftsjahrs 2022/23 durchschnittlich um -6.1 %. Das Milchangebot stieg weltweit dank hoher Zahlungen an die Landwirte, während die Verbrauchernachfrage sich aufgrund der anhaltend hohen Inflation verlangsamte.

Ausführlichere Finanzinformationen finden Sie im «[Half-Year Results 2022/23 Report](#)» von Barry Callebaut.

\*\*\*

---

<sup>9</sup> Quelle: Preise am Londoner Terminmarkt für sogenannte «2nd position»-Preise, September 2022 bis Februar 2023. Die Terminmarktpreise berücksichtigen die Prämie zur Existenzsicherung (LID) und die Preisunterschiede zwischen den Ländern nicht.

**Konferenz der Barry Callebaut Gruppe für Medien und Analysten**

Datum: Mittwoch, 5., April 2023, 10:00 – 11:30 Uhr MESZ

Ort: SIX Convention Point, Pfingstweidstrasse 110, 8005 Zürich

Es handelt sich um eine physische Konferenz, die von Ben De Schryver, CFO, geleitet wird und auch per Telefon oder Webcast verfolgt werden kann. Die Einwahl- und Zugangsinformationen finden Sie [hier](#).

**Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2022/23 (1. September 2022 bis 31. August 2023):**







Forever Chocolate: Impact beyond 2025, Live-Event	10. Mai 2023
Forever Chocolate: Impact beyond 2025, Live-Veranstaltung für Investoren mit Fragen & Antworten	11. Mai 2023
9-Monats-Verkaufszahlen 2022/23	13. Juli 2023
Jahresergebnisse 2022/23	1. November 2023
Generalversammlung 2022/23	6. Dezember 2023

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 8.1 Milliarden für das Geschäftsjahr 2021/22 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 65 Produktionsstandorte und beschäftigt eine vielfältige und engagierte Belegschaft von mehr als 13,000 Mitarbeitenden.

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 globalen Marken [Callebaut®](#), [Cacao Barry®](#), [Carma®](#) und dem Dekorations-Spezialisten [Mona Lisa®](#). 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 [Cocoa Horizons Foundation](#) in ihrem Ziel, eine nachhaltige Kakao- und Schokoladenzukunft zu gestalten.

**Folgen Sie der Barry Callebaut Gruppe:**

-  [LinkedIn](#)
-  [Instagram](#)
-  [Twitter](#)
-  [YouTube](#)
-  [Flickr](#)
-  [Facebook](#)

Kontakt für Medien:

Frank Keidel

Head of Media Relations

Barry Callebaut AG

Telefon: + 41 76 399 69 06

[media@barry-callebaut.com](mailto:media@barry-callebaut.com)

für Investoren und Finanzanalysten:

Claudia Pedretti

Head of Investor Relations

Barry Callebaut AG

Telefon: +41 43 204 04 23

[investorrelations@barry-callebaut.com](mailto:investorrelations@barry-callebaut.com)

## Kennzahlen der Gruppe<sup>10</sup>

für die 6-Monats-Periode endend am 28. Februar		Veränderungen in %		2023	2022
		in Lokalwährungen	in CHF		
<b>Kennzahlen</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		(2,9) %	1.130.742	1.164.749
Umsatz	Mio. CHF	7,9 %	3,7 %	4.180,7	4.030,3
Bruttogewinn	Mio. CHF	11,4 %	9,5 %	664,1	606,4
EBITDA	Mio. CHF	6,5 %	4,6 %	466,9	446,5
EBITDA (wiederkehrend) <sup>11</sup>	Mio. CHF	9,6 %	7,7 %	466,9	433,7
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	6,7 %	5,3 %	348,4	330,9
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) <sup>11</sup>	Mio. CHF	11,0 %	9,5 %	348,4	318,1
EBIT (wiederkehrend) <sup>11</sup> pro Tonne	CHF	14,3 %	12,8 %	308,1	273,1
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	4,1 %	4,2 %	234,3	224,8
Konzerngewinn für die Berichtsperiode (wiederkehrend) <sup>11</sup>	Mio. CHF	10,4 %	10,5 %	234,3	212,1
Freier Cash flow	Mio. CHF			(188,2)	(132,6)
Freier Cash flow angepasst <sup>12</sup>	Mio. CHF			71,2	167,0
<b>Nach Regionen</b>					
<b>EMEA</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		(3,7) %	517.593	537.469
Umsatz	Mio. CHF	15,8 %	8,0 %	1.842,5	1.705,7
EBITDA	Mio. CHF	9,2 %	5,0 %	245,6	233,9
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	10,3 %	6,7 %	205,1	192,2
<b>Nord- und Südamerika</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		(4,4) %	304.032	318.133
Umsatz	Mio. CHF	5,0 %	9,1 %	1.114,9	1.022,1
EBITDA	Mio. CHF	3,9 %	8,4 %	145,9	134,6
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	3,3 %	8,7 %	116,2	106,9
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) <sup>11</sup>	Mio. CHF	5,8 %	11,2 %	116,2	104,5
<b>Asien-Pazifik</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		0,3 %	81.344	81.123
Umsatz	Mio. CHF	5,1 %	0,5 %	276,0	274,7
EBITDA	Mio. CHF	(0,4) %	(3,5) %	37,4	38,8
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(4,2) %	(6,8) %	28,7	30,8
<b>Global Cocoa</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		(0,1) %	227.773	228.024
Umsatz	Mio. CHF	(1,5) %	(7,8) %	947,3	1.027,8
EBITDA	Mio. CHF	4,5 %	4,0 %	89,2	85,7
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	2,9 %	3,8 %	52,1	50,2
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) <sup>11</sup>	Mio. CHF	29,8 %	30,9 %	52,1	39,8
<b>Nach Produktgruppen</b>					
<b>Verkaufsmenge</b>					
				<b>1.130.742</b>	<b>1.164.749</b>
Kakaoprodukte	Tonnen		(0,1) %	227.773	228.024
Industrielle Produkte	Tonnen		(3,2) %	756.588	781.387
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		(5,8) %	146.381	155.338
<b>Umsatz</b>				<b>4.180,7</b>	<b>4.030,3</b>
Kakaoprodukte	Mio. CHF	(1,5) %	(7,8) %	947,3	1.027,8
Industrielle Produkte	Mio. CHF	12,6 %	9,4 %	2.499,6	2.284,9
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	6,4 %	2,3 %	733,8	717,6

<sup>10</sup> Nicht durch IFRS definierte Finanzkennzahlen sind im Geschäftsbericht 2021/22 auf Seite 175 definiert.

<sup>11</sup> Im Vorjahr wurden vom wiederkehrenden EBITDA und Betriebsgewinn (EBIT) auf Konzernebene CHF +12,8 Mio. und vom wiederkehrenden Konzerngewinn für die Berichtsperiode CHF +12,7 Mio. ausgeschlossen, da für frühere Steuerperioden in Brasilien indirekte Steuergutschriften nachgefordert wurden. Die Auswirkungen auf regionaler Ebene sind wie folgt: Der wiederkehrende EBIT in der Region Nord- und Südamerika schloss CHF +2,4 Mio. aus, und Global Cocoa CHF +10,4 Mio.

<sup>12</sup> Freier Cashflow, bereinigt um den Cashflow-Effekt der Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) ansieht.