

Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR
Übersetzung des englischen Originaltextes

Barry Callebaut stellt strategische Weichen für nachhaltig profitables Wachstum und höheren Cashflow

Kapitalmarkttag 2023: Barry Callebaut präsentiert strategische Wachstumsprioritäten und Ergebnisse des Geschäftsjahrs 2022/23

- **Strategie-Update und bereits kommuniziertes Investitionsprogramm *BC Next Level* setzen das Wachstumspotenzial von Barry Callebaut frei, erhöhen Profitabilität spürbar, Cashflow sowie Marktanteil und schaffen langfristigen Wert für alle Stakeholder**
- **Vier langfristige, strategische Wachstumsprioritäten, die von einer effizienteren und digitalisierten Organisationsstruktur sowie höchsten Ansprüchen an Nachhaltigkeit gestützt werden: Verstärkte Outsourcing-Partnerschaften mit Kunden, Neuaufstellung des Gourmet-Angebots, Erweiterung des Angebots an Spezialitäten-Schokolade, Erreichen eines «angemessenen» Marktanteils in Region Asien-Pazifik**
- **Nach einer Übergangsphase für das *BC Next Level*-Programm verfolgt Barry Callebaut ab dem Geschäftsjahr 2025/26 das Ziel eines Volumenwachstums im niedrigen(+) bis mittleren einstelligen Prozentbereich und eines EBIT-Anstiegs im mittleren(+) bis hohen einstelligen Prozentbereich**
- **Erste positive Auswirkungen werden bereits im Geschäftsjahr 2023/24 sichtbar mit gleichbleibendem Volumen und EBIT bei konstanten Wechselkursen; in 2024/25 moderates Volumen-Wachstum und stärkerer EBIT-Zuwachs erwartet (ohne Berücksichtigung einmaliger *BC Next Level*-Ausgaben)**
- **Drei Viertel der bereits kommunizierten Kostenreduktion von CHF 250 Mio. sollen vollständig ergebniswirksam sein und werden die Gewinnmarge einmalig auf ein höheres Niveau bringen; angestrebt wird eine EBIT-Marge von 10%**
- **Barry Callebauts Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2022/23:**
 - **Verkaufsmenge im vierten Quartal um 3.9% gewachsen, im Gesamtjahr -1.1 % auf 2.3 Mio. Tonnen**
 - **Umsatz von CHF 8.5 Mrd., +9.7 % in Lokalwährungen (+4.7 % in CHF)**
 - **Betriebsgewinn (EBIT) von CHF 659.4 Mio., +12.2 %¹ in Lokalwährungen (+5.6 %¹ in CHF)**
 - **Konzerngewinn von CHF 443.1 Mio., +9.6 %¹ in Lokalwährungen (+3.4 %¹ in CHF)**
 - **Angepasster freier Cashflow² von CHF 251.8 Mio. von Rohwarenpreisen beeinträchtigt**
 - **Dividendenantrag von CHF 29.00 pro Aktie, Ausschüttungsquote von 36 %**

Zürich/Schweiz, 1. November 2023 – Die Barry Callebaut Gruppe stellt heute im Rahmen ihres Kapitalmarkttag in London ihr Strategie-Update, den langfristigen Wachstumsplan und weitere Details zu ihrem strategischen Investitionsprogramm *BC Next Level* vor. Ausserdem präsentiert sie die Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2022/23.

¹ Im Vergleich zum Vorjahr Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend und Reingewinn wiederkehrend. Eine detaillierte Überleitung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 10.

² Freier Cashflow, angepasst um den Cashflow-Effekt der Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) ansieht.

Peter Feld, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: «Wir wollen die weltweit besten Lösungen rund um Schokolade für unsere Kunden anbieten – heute und in der Zukunft. Als Marktführer im attraktiven und wachsenden Markt für Schokoladenzutaten sowie dank unserer Stärke bei Innovation und Nachhaltigkeit sind wir ideal aufgestellt, um schneller zu wachsen als der Markt. Mit unseren strategischen Wachstumsprioritäten sowie dem Investitionsprogramm *BC Next Level* stellen wir die Weichen für nachhaltig profitables Wachstum und einen höheren Cashflow. Wir bieten unseren Kunden grösseren Mehrwert, besseren Service, bessere Qualität und Nachhaltigkeit auf Spitzen-Niveau. Barry Callebaut wird zu einem wesentlich widerstandsfähigeren und profitableren Unternehmen, womit wir langfristigen Wert für alle unsere Stakeholder schaffen.»

Vier strategische Prioritäten treiben die Ambitionen von Barry Callebaut voran

Mit *BC Next Level* wird die Gruppe ihre führende Position im Markt für Schokoladenzutaten voll nutzen. Dabei werden vier langfristige, strategische Wachstumsprioritäten verfolgt:

- **Verstärkte Outsourcing-Partnerschaften mit Kunden:** Barry Callebaut ist als bevorzugter globaler Outsourcing-Partner der wichtigsten Kunden aus dem Bereich schnelllebigter Konsumgüter in einer einzigartigen Position. Die Kunden wünschen sich zunehmend nachhaltigere und innovativere Schokoladenlösungen. Deshalb wird das Unternehmen diese Partnerschaften ausbauen und mit seiner Innovationskraft noch bessere Lösungen für die Kunden entwickeln. Barry Callebaut strebt an, in den kommenden Jahren zwei Drittel der auf den Markt kommenden Volumina an Outsourcing-Partnerschaften für sich zu gewinnen.
- **Neuaufstellung des Gourmet-Angebots (Gourmet 2.0):** Barry Callebaut wird näher an seine Kunden und den Markt rücken, um etwa Foodservice- und gewerbliche Kunden noch besser bedienen zu können. Im Zuge dessen wird das Unternehmen Premium- und Mainstream-Marktsegmente breiter abdecken, sein Markenportfolio vereinfachen und die Vertriebswege modernisieren. Barry Callebaut plant, seinen Marktanteil im Gourmet-Segment auszubauen, und will dort doppelt so schnell wachsen wie der Gesamtmarkt.
- **Erweiterung des Angebots an Spezialitäten-Schokolade:** Barry Callebaut strebt eine Verdopplung des Geschäftsbereichs Spezialitätenprodukte an. Hierzu wird das Unternehmen mit seinem stark differenzierten Spezialitätenportfolio stärker in schnell wachsende Märkte wie glutenfreie, vegane und sogenannter Single-Origin-Schokolade hineingehen. Der Fokus der Weiterentwicklung des Produktangebots liegt dabei auf den am stärksten skalierbaren Marktsegmenten. Zudem wird Barry Callebaut Innovationen noch fokussierter an den Kundenwünschen ausrichten und seine Marktpräsenz durch den Ausbau der Outsourcing-Partnerschaften stärken. Das geplante Wachstum im Bereich Spezialitätenprodukte wird somit dazu beitragen, das Gesamtangebot von Barry Callebaut in Richtung Premium aufzuwerten.
- **Erreichen eines “angemessenen” Marktanteils in der Region Asien-Pazifik (APAC):** Barry Callebaut plant, das Geschäft in APAC zu verdoppeln und den dortigen Marktanteil auf das Niveau der Gruppe weltweit zu erhöhen. Das Unternehmen wird in den neuen Ländergruppen lokale Strategien entwickeln. So kann Barry Callebaut Lösungen anbieten, die auf die Anforderungen der jeweiligen Märkte zugeschnitten sind und gleichzeitig dank des Programms *BC Next Level* von einem optimierten Vertrieb und der verstärkten Digitalisierung profitieren. Die Ambitionen der Gruppe in APAC werden von demografischen Trends und entsprechenden Investitionen führender Hersteller schnelllebigter Konsumgüter unterstrichen.

Diese Wachstumsprioritäten werden dadurch gestützt, dass die gesamte Organisation im Zuge von *BC Next Level* effizienter und digitalisierter aufgestellt sein wird. Ein weiterer positiver Treiber ist Barry Callebauts Verpflichtung zu Nachhaltigkeit auf höchstem Niveau. Das Unternehmen hat

sich zum Ziel gesetzt, moderne Kakaoanbaumethoden zu fördern und damit die Zukunft der Nachhaltigkeit in der Branche zu gestalten. Für Barry Callebaut ist es ein entscheidender Wettbewerbsvorteil, die eigenen, branchenführenden Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, da dies die Bindung zu Kunden und Endverbrauchern zusätzlich stärkt.

BC Next Level: Freisetzung von Wachstum sowie signifikante Steigerung der Profitabilität und Erhöhung des Cashflows

Insgesamt schafft das Investitionsprogramm *BC Next Level* die Grundlage für nachhaltig profitables Wachstum. Die Gruppe rückt noch näher an ihre Kunden und Märkte heran und setzt zudem auf die Digitalisierung der gesamten Prozesse im Front- und Back-End. Mit der Optimierung des Produktportfolios, der Vertriebsstrategien, der Lieferketten und der Produktion will Barry Callebaut den Kunden die nachhaltigsten und besten Lösungen anbieten. Das Programm wird die Gewinnmarge und den Cashflow auf ein höheres Niveau bringen und mittelfristig zu einem attraktiveren Finanzprofil führen.

Wie bereits angekündigt, sieht das Programm Nettoinvestitionen von CHF 500 Millionen (finanziert aus bestehenden Mitteln) in Bereiche vor, die für Kunden besonders relevant sind. Gleichzeitig sind Kosteneinsparungen in Höhe von CHF 250 Millionen geplant, von denen 75% vollständig ergebniswirksam sein sollen. Dies wird die Gewinnmarge einmalig erhöhen, angestrebt wird letztlich eine EBIT-Marge von 10 %.

Langfristiger Plan für Profitabilität und Wachstum schafft Wert für alle Stakeholder

Barry Callebaut rechnet mit einer 24-monatigen Übergangsphase, in der das Unternehmen alle Massnahmen ergreift, um die Basis für nachhaltig profitables Wachstum und damit langfristigen Wert für alle Stakeholder zu schaffen.

Für das Geschäftsjahr 2023/24 rechnet Barry Callebaut mit einem gleichbleibenden Volumen. Dem zu erwartenden leichten Wachstum des Geschäfts stehen kurzfristig dämpfende Massnahmen im Zuge von *BC Next Level* gegenüber wie die Optimierung des Produktportfolios und des Vertriebs. Darüber hinaus erwartet Barry Callebaut ein konstantes EBIT auf wiederkehrender Basis (in Lokalwährungen und ohne Berücksichtigung einmaliger *BC-Next-Level*-Ausgaben). In dieser Prognose spiegeln sich erste moderat positive Auswirkungen von *BC Next Level* wider, die kurzfristig dämpfende Effekte durch die Optimierung des Produktportfolios und des Vertriebs sowie im Zuge von Preismassnahmen im Gourmet-Segment kompensieren.

Für das Geschäftsjahr 2024/25 erwartet Barry Callebaut einen leichten Volumen- und EBIT-Anstieg (ohne Berücksichtigung einmaliger *BC-Next-Level*-Ausgaben und dauerhaft positiver Effekte des Programms) und ein stärkeres EBIT-Wachstum unter Berücksichtigung der dauerhaft positiven Effekte.

Ab dem Geschäftsjahr 2025/26 kommt die Gruppe auf ihren langfristigen Wachstumspfad: Barry Callebaut erwartet dann einen Volumenzuwachs im niedrigen(+) bis mittleren einstelligen Prozentbereich und einen EBIT-Anstieg im mittleren(+) bis hohen einstelligen Prozentbereich³.

Während der Übergangszeit wird die Dividende pro Aktie von Barry Callebaut nicht unter das Vorjahresniveau sinken.

³ Geschäftsjahr 2025/26 enthält noch einmalige Ausgaben für *BC Next Level* und dauerhaft positive Effekte.

Barry Callebaut Gruppe - Gesamtjahresergebnis, Geschäftsjahr 2022/23

Barry Callebaut hat heute auch seine Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2022/23 veröffentlicht. Der vollständige Ergebnisbericht ist im Geschäftsbericht 2022/23 zu finden. Ein verkürzter Überblick über die Kennzahlen der Gruppe für das Geschäftsjahr ist im folgenden Abschnitt aufgeführt.

Kennzahlen der Gruppe

für das Geschäftsjahr		Veränderung in %		2022/23	2021/22
		in Lokalwährungen	in CHF		
Verkaufsmenge	Tonnen		(1.1) %	2,280,925	2,306,681
Umsatz	Mio. CHF	9.7 %	4.7 %	8,470.5	8,091.9
Bruttogewinn	Mio. CHF	16.0 %	10.8 %	1,348.5	1,217.2
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	26.6 %	19.1 %	659.4	553.5
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ⁴	Mio. CHF	12.2 %	5.6 %	659.4	624.7
EBIT (wiederkehrend) ⁴ pro Tonne	CHF	13.4 %	6.7 %	289.1	270.8
Konzerngewinn	Mio. CHF	30.1 %	22.8 %	443.1	360.9
Konzerngewinn (wiederkehrend) ⁴	Mio. CHF	9.6 %	3.4 %	443.1	428.5
Freier Cashflow	Mio. CHF			113.0	266.2
Freier Cashflow angepasst ⁵	Mio. CHF			251.8	358.5

Die Barry Callebaut Gruppe verzeichnete im Geschäftsjahr 2022/23 (per 31. August 2023) einen leichten Rückgang der **Verkaufsmenge** um -1.1 % auf 2,280,925 Tonnen. Beeinträchtigt wurde das Volumen neben dem Salmonellenvorfall in Wieze im Vorjahr, der sich noch auf das Ergebnis des ersten Quartals 2022/23 auswirkte, durch die schwächere Kundennachfrage und steigende Rohwarenpreise.

Das Schokoladengeschäft wies vor dem Hintergrund des weltweit um -1.0%⁶ rückläufigen Schokoladenmarkts eine Abschwächung von -2.0% aus.

In der Region EMEA führte nach einem Volumenrückgang im ersten Halbjahr eine Erholung mit +3.2% Wachstum im zweiten Halbjahr zu einem insgesamt unveränderten Jahresergebnis von -0.4 %. In den Regionen Asien-Pazifik sowie Nord- und Südamerika nahm die Kundennachfrage in einem herausfordernden Marktumfeld weiter ab, was für das Gesamtjahr zu Rückgängen um -2.0 % bzw. -4.6 % führte.

Zu unseren zentralen Wachstumstreibern: Beim Outsourcing (strategische Partnerschaften) stieg das Volumen um +1.7 % (+4.8 % im vierten Quartal). Gourmet- & Spezialitätenprodukte gaben aufgrund schwächerer Nachfrage und vorübergehender Lieferunterbrechungen im Jahresverlauf durch den Vorfall in Wieze um -4.8 % nach, erholten sich aber nach und nach und beendeten das letzte Quartal mit +0.2 %. Die Schwellenländer blieben weitgehend auf Vorjahrsniveau bei -0.2 %. Die Verkaufsmenge von Global Cocoa wuchs im Jahresvergleich um +2.4 % auf 467,877 Tonnen.

Der **Umsatz** belief sich auf CHF 8,470.5 Mio., was einem Plus von +9.7 % in Lokalwährungen (+4.7 % in CHF) entspricht. Begründet lag die Zunahme im starken Preisanstieg bei Rohwaren sowie dem allgemein inflationären Umfeld.

Der **Bruttogewinn** übertraf mit CHF 1,348.5 Mio. bei einem Zuwachs von +16.0 % in Lokalwährungen (+10.8 % in CHF) dank eines guten Managements des inflationären Umfelds mithilfe des Cost-Plus-Preismodells des Unternehmens das Volumenwachstum.

⁴ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 10.

⁵ Freier Cashflow, angepasst um den Cashflow-Effekt der Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) ansieht.

⁶ Quelle: Nielsen, Volumenwachstum ohne E-Commerce – 26 Länder, September 2022 bis August 2023, Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulsverbrauch nur teilweise wieder.

Der **Betriebsgewinn (EBIT)** lag bei CHF 659.4 Mio. und wuchs verglichen mit dem wiederkehrenden EBIT⁷ des Vorjahrs um +12.2 % in Lokalwährungen (+5.6 % in CHF), was die Volumenentwicklung deutlich übertraf. Das Ergebnis verbesserte sich gegenüber dem schwächeren Vorjahr, das stark vom Vorfall in Wieze im letzten Geschäftsquartal beeinträchtigt wurde und daher mit geringeren Volumenzahlen und entsprechendem wiederkehrenden Betriebsgewinn (EBIT)⁷ schloss. Darüber hinaus trug das starke Ergebnis von Global Cocoa zu dem Zuwachs im Jahresvergleich bei. Der EBIT pro Tonne stieg um 13.4 % in Lokalwährungen (+6.7 % in CHF) auf CHF 289 gegenüber einem wiederkehrenden⁷ EBIT pro Tonne von CHF 271 im Vorjahr. Der ausgewiesene EBIT lag bei CHF 659.4 Mio. gegenüber CHF 553.5 Mio. im Vorjahr.

Der **Konzerngewinn** belief sich auf CHF 443.1 Mio., was gegenüber dem wiederkehrenden Konzerngewinn⁷ des Vorjahrs einem Plus von +9.6 % in Lokalwährungen (+3.4 % in CHF) entspricht. Die Nettofinanzierungskosten stiegen aufgrund höherer Referenzzinssätze leicht auf CHF -124.1 Mio. gegenüber CHF -121.8 Mio. im Vorjahr. Der Steueraufwand belief sich 2022/23 auf CHF -92.1 Mio., was einem effektiven Steuersatz von 17.2 % entspricht (16.4 % im Vorjahr).

Das **Nettoumlaufvermögen** stieg auf CHF 1,466.2 Mio. gegenüber CHF 1,293.1 Mio. im Vorjahr. Der Zuwachs beruhte auf dem Nettoeffekt höherer Rohwarenpreise auf Forderungen, Vorräte und Derivate.

Der **angepasste freie Cashflow**⁸ sank verglichen mit CHF 358.5 Mio. im Vorjahr auf CHF 251.8 Mio. Vor der Anpassung um den Effekt der Kakaobohnenvorräte, welche die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (Readily Marketable Inventories, RMI) ansieht, fiel der Cashflow nach einem starken Vorjahr mit CHF 266.2 Mio. auf CHF 113.0 Mio. Der freie Cashflow litt beträchtlich unter dem Preisanstieg der Rohwaren, insbesondere Kakao, was das Nettoumlaufvermögen stark beeinträchtigte.

Die **Nettoverschuldung** stieg angesichts des durch die gestiegenen Rohwarenpreise bedingten höheren Bedarfs an Nettoumlaufvermögen auf CHF 1,308.7 Mio., nach CHF 1,199.0 Mio. im Vorjahreszeitraum. Unter Berücksichtigung der Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) ansieht, sank die angepasste Nettoverschuldung auf CHF 41.1 Mio., verglichen mit CHF 349.8 Mio. im Vorjahreszeitraum.

⁷ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 10.

⁸ Freier Cashflow, angepasst um den Cashflow-Effekt der Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) ansieht.

Anträge zuhanden der Generalversammlung

Ausschüttung an die Aktionäre

Der Verwaltungsrat schlägt an der Generalversammlung vom 6. Dezember 2023 eine höhere Ausschüttung an die Aktionäre von CHF 29.00 je Aktie vor. Die Ausschüttungsquote liegt mit 36 % des ausgewiesenen Konzerngewinns innerhalb der angepeilten Quote von 35 bis 40%. Die Dividende wird den Aktionären, vorbehaltlich der Genehmigung durch die Generalversammlung, am oder um den 10. Januar 2024 ausgezahlt.

Verwaltungsrat

Angela Wei Dong, Mitglied des Verwaltungsrats seit 2018, und Elio Leoni Sceti, Mitglied des Verwaltungsrats seit 2017, werden sich an der Generalversammlung vom 6. Dezember 2023 nicht mehr zur Wiederwahl stellen. Der Verwaltungsrat möchte Angela Wei Dong und Elio Leoni Sceti seinen aufrichtigen Dank für ihre wertvollen Beiträge im Verwaltungsrat aussprechen.

Alle anderen Mitglieder des Verwaltungsrats stellen sich für eine weitere Amtszeit von einem Jahr zur Wiederwahl.

Der Verwaltungsrat schlägt vor, Mauricio Graber, mexikanischer Staatsbürger, als neues Mitglied des Verwaltungsrats zu wählen. Mauricio Graber kann auf eine bemerkenswerte Karriere im globalen Nahrungsmittel- und Biowissenschaftssektor zurückblicken. Nach mehr als 12 Jahren als Präsident der Division Aromen von Givaudan übernahm Mauricio Graber 2018 seine derzeitige Rolle als CEO von Chr. Hansen und wird voraussichtlich nach Abschluss der geplanten Fusion mit Novozymes im vierten Quartal 2023 oder im ersten Quartal 2024 zurücktreten. Sein Fachwissen im Nahrungsmittel- und Biowissenschaftssektor wird das Know-how des Verwaltungsrats in diesen wichtigen Bereichen erheblich ergänzen.

Weitere Angaben finden Sie in den folgenden Publikationen:

Jahresbericht 2022/23 (Englisch; PDF)

Kurzbericht 2022/23 (Englisch / Deutsch; PDF)

Abrufbar unter folgendem Link auf der Webseite von Barry Callebaut: www.barry-callebaut.com/en/group/investors/results-publications

Jahresergebnis der Barry Callebaut Gruppe und Kapitalmarkttag

Datum: Mittwoch, 1. November 2023, um 14:00–18:00 Uhr MEZ

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

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2023/24 (1. September 2023 bis 31. August 2024):

Generalversammlung 2022/23	6. Dezember 2023
3-Monats-Verkaufszahlen 2023/24	24. Januar 2024
Halbjahresergebnis 2023/24	10. April 2024
9-Monats-Verkaufszahlen 2023/24	11. Juli 2024
Jahresergebnis 2023/24	6. November 2024
Generalversammlung 2023/24	4. Dezember 2024

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 8.5 Milliarden für das Geschäftsjahr 2022/23 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 66 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, Confisereuren, 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 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 die Medien:

Kai Hummel

Global Head of Corporate Communications

Telefon: +41 43 204 15 22

media@barry-callebaut.com

für Investoren und Finanzanalysten:

Sarah Morgan

Interim Investor Relations Officer

Telefon: +41 79 275 83 95

investorrelations@barry-callebaut.com

Kennzahlen nach Regionen/Produktgruppen

für das Geschäftsjahr		Veränderung in %		2022/23	2021/22
		in Lokalwährungen	in CHF		
Nach Regionen					
EMEA					
Verkaufsmenge	Tonnen		(0.4) %	1,036,227	1,039,899
Umsatz	Mio. CHF	18.5 %	10.6 %	3,696.2	3,340.7
EBITDA	Mio. CHF	49.6 %	39.7 %	490.7	351.4
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	64.1 %	52.9 %	408.5	267.2
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ⁹	Mio. CHF	24.6 %	16.1 %	408.5	351.9
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		(4.6) %	619,747	649,389
Umsatz	Mio. CHF	2.5 %	2.1 %	2,236.8	2,190.2
EBITDA	Mio. CHF	0.8 %	(0.3) %	279.9	280.6
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(1.0) %	(1.6) %	220.0	223.5
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ⁹	Mio. CHF	0.1 %	(0.4) %	220.0	221.0
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		(2.0) %	157,074	160,304
Umsatz	Mio. CHF	2.7 %	(4.5) %	523.2	547.8
EBITDA	Mio. CHF	(10.1) %	(16.0) %	63.5	75.6
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(16.9) %	(22.2) %	46.0	59.1
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		2.4 %	467,877	457,089
Umsatz	Mio. CHF	5.1 %	0.1 %	2,014.3	2,013.2
EBITDA	Mio. CHF	6.7 %	2.6 %	180.4	175.7
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	8.8 %	4.5 %	107.1	102.5
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ⁹	Mio. CHF	22.0 %	17.1 %	107.1	91.5
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge					
Kakaoprodukte	Tonnen		2.4 %	467,877	457,089
Industrielle Produkte	Tonnen		(1.4) %	1,530,076	1,552,241
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		(4.8) %	282,972	297,351
Umsatz					
Kakaoprodukte	Mio. CHF	5.1 %	0.1 %	2,014.3	2,013.2
Industrielle Produkte	Mio. CHF	12.9 %	7.8 %	5,054.9	4,689.0
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	5.9 %	0.8 %	1,401.3	1,389.7

⁹ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 10.

Kennzahlen der Gruppe¹⁰

für das Geschäftsjahr		Veränderung in %		2022/23	2021/22
		in Lokalwährungen	in CHF		
Konzernerfolgsrechnung					
Verkaufsmenge	Tonnen		(1.1) %	2,280,925	2,306,681
Umsatz	Mio. CHF	9.7 %	4.7 %	8,470.5	8,091.9
Bruttogewinn	Mio. CHF	16.0 %	10.8 %	1,348.5	1,217.2
EBITDA	Mio. CHF	20.3 %	13.7 %	897.3	789.4
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	26.6 %	19.1 %	659.4	553.5
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹¹	Mio. CHF	12.2 %	5.6 %	659.4	624.7
EBIT (wiederkehrend) ¹¹ / Umsatz	%			7.8 %	7.7 %
EBIT (wiederkehrend) ¹¹ pro Tonne	CHF	13.4 %	6.7 %	289.1	270.8
Konzerngewinn	Mio. CHF	30.1 %	22.8 %	443.1	360.9
Konzerngewinn (wiederkehrend) ¹¹	Mio. CHF	9.6 %	3.4 %	443.1	428.5
Freier Cashflow	Mio. CHF			113.0	266.2
Freier Cashflow angepasst ¹²	Mio. CHF			251.8	358.5
Konzernbilanz					
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF		13.4 %	1,466.2	1,293.1
Anlagevermögen	Mio. CHF		(3.0) %	2,911.0	3,001.6
Investitionen	Mio. CHF		(12.6) %	241.2	275.9
Bilanzsumme	Mio. CHF		8.7 %	8,432.7	7,760.9
Nettoverschuldung	Mio. CHF		9.1 %	1,308.7	1,199.0
Nettoverschuldung angepasst	Mio. CHF		(88.2) %	41.1	349.8
Eigenkapital	Mio. CHF		(0.2) %	2,896.1	2,902.0
Quotienten					
Rendite auf investiertem Kapital (ROIC)	%			13.1 %	11.5 %
Rendite auf investiertem Kapital (ROIC) (wiederkehrend) ¹¹	%			13.1 %	13.2 %
Eigenkapitalrendite (ROE)	%			15.3 %	12.4 %
Eigenkapitalrendite (ROE) (wiederkehrend) ¹¹	%			15.3 %	14.8 %
Verschuldungsgrad	%			45.2 %	41.3 %
Zinsdeckungsgrad				7.2	6.5
Nettoverschuldung / EBITDA (wiederkehrend) ¹¹				1.4	1.4
Investitionen / Umsatz	%			2.8 %	3.4 %
Aktien					
Aktienkurs am Jahresende	CHF		(23.1) %	1,542	2,004
Anzahl ausgegebener Aktien				5,488,858	5,488,858
Börsenkapitalisierung am Jahresende	Mio. CHF		(23.1) %	8,463.8	10,999.7
EBIT (wiederkehrend) ¹¹ pro Aktie	CHF		5.5 %	120.3	114.0
Unverwässerter Gewinn pro Aktie	CHF		23.1 %	81.0	65.8
Freier Cashflow pro Aktie	CHF			20.6	48.6
Ausschüttung pro Aktie	CHF		3.6 %	29.0	28.0
Ausschüttungsquote	%			36 %	43 %
Kurs-Gewinn-Verhältnis am Jahresende				19.0	30.4
Übrige					
Mitarbeitende			2.5 %	13,754	13,418

¹⁰ Nicht durch IFRS definierte Kennzahlen sind unter Alternative Performance Measures im Geschäftsbericht 2022/23 auf Seite 188 definiert.

¹¹ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 10.

¹² Freier Cashflow angepasst um den Cashflow-Effekt der Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) ansieht.

Anhang: Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse

Die nachstehende Tabelle zeigt die Aufschlüsselung einmaliger Posten des Geschäftsjahrs 2021/22 und ihre Auswirkungen auf die alternativen Leistungskennzahlen (APM) der Gruppe. Im Geschäftsjahr 2022/23 sind keine einmaligen Posten angefallen.

2021/22					
in Mio. CHF	EMEA	Nord- und Südamerika	Asien-Pazifik	Global Cocoa	Gruppe (inkl. Corporate)
EBITDA	351.4	280.6	75.6	175.7	789.4
Einmalige Posten ¹³	84.7	(2.5)	–	(11.0)	71.2
EBITDA (wiederkehrend)	436.1	278.1	75.6	164.7	860.6
Betriebsgewinn (EBIT)	267.2	223.5	59.1	102.5	553.5
Einmalige Posten ¹³	84.7	(2.5)	–	(11.0)	71.2
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend)	351.9	221.0	59.1	91.5	624.7
Jahreskonzerngewinn					360.9
Einmalige Posten ¹³					67.6
Jahreskonzerngewinn (wiederkehrend)					428.5

¹³ Zu den einmaligen Posten zählten der einmalige Nettoeffekt aus dem Salmonellenfall in Wieze (CHF -76.9 Mio.), die brasilianischen indirekten Steuergutschriften (CHF +13.5 Mio., zusätzlich CHF +1.4 Mio. Finanzerträge mit Auswirkungen auf den Konzerngewinn) sowie Kosten aus der Schliessung der Schokoladenfabrik in Moreton (CHF -7.8 Mio.). Diese einmaligen Posten führten zu einem Steuereffekt von CHF +2.2 Mio.