

Medienmitteilung

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

Barry Callebaut Gruppe – Halbjahresresultate, Geschäftsjahr 2024/25

Stabiler EBIT trotz rückläufiger Nachfrage wegen beispielloser Preisschwankungen am Kakaomarkt

- **Beispiellose Volatilität der Kakaobohnenpreise in H1 24/25 mit einem Preisanstieg von +95% gegenüber der Vorjahresperiode**
- **Verkaufsmenge sinkt um -4,7 % in disruptivem Marktumfeld, höhere Preise und verzögerte Kundenbestellungen belasten Nachfrage. Gourmet, Spezialitäten und AMEA wachsen**
- **Wiederkehrender¹ Betriebsgewinn (EBIT) steigt um +1,5 %, wiederkehrender¹ Konzerngewinn wegen längerem Preiszyklus und höheren Finanzierungskosten in einem beispiellosen Umfeld rückläufig**
- **Freier Cash flow von CHF -2.114,0 Mio. durch Wertanstieg der Lagerbestände um rund CHF 2 Mrd., da sich Kakaobohnenpreise fast verdoppelt haben. Zusätzliche Liquidität durch überzeichnete Anleihe in Höhe von EUR 1,750 Mio. gesichert, um nachhaltige Versorgung der Kunden zu gewährleisten**
- **Erwartung, dass Einsparungen aus BC Next Level wegen des höchst disruptiven und volatilen Umfelds rund 12 Monate später vollständig im Ergebnis sichtbar werden. Ursprünglicher Plan von CHF 250 Millionen Kosteneinsparungen davon 75 % ergebniswirksam, hingegen bestätigt**
- **Weitere Massnahmen angestossen, um Betriebsmodell zu stärken, Verschuldung zu reduzieren und ROIC in neuem Marktumfeld zu steigern. Dazu zählen Preisanpassungen wegen des höheren Kapitalbedarfs, eine kürzere Cash Conversion und verstärkte lagerbezogene Finanzierung**
- **Ausblick auf Geschäftsjahr 2024/25: Rückgang der Verkaufsmenge im mittleren einstelligen Prozentbereich und zweistelliges Wachstum des wiederkehrenden¹ EBIT in Lokalwährungen**

Zürich/Schweiz, 10. April 2025 – Peter Feld, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: "Wir steuern durch ein beispielloses, disruptives Marktumfeld und setzen dabei weiter aktiv auf Sieg. Die starke Volatilität des Kakaobohnenpreises prägte unsere Branche, beeinflusste unsere Kunden und hat sich auf unsere Ergebnisse im ersten Halbjahr 2024/25 ausgewirkt. Diese Herausforderungen unterstreichen einmal mehr die Relevanz unseres strategischen Investitionsprogramms BC Next Level, mit dem wir nachhaltig profitables Wachstum vorantreiben. Im ersten Halbjahr haben wir bei wichtigen Initiativen zentrale Fortschritte erzielt. Wir haben alle Sozialpläne vereinbart, Stellenanpassungen vorgenommen, und vier Global Business Services (GBS)-Hubs eingerichtet. Wir haben weitere Fortschritte bei der Schliessung von vier Fabriken gemacht und die Vereinfachung unseres Produktportfolios über Plan erreicht. Wir stärken unser Liefernetzwerk in Nordamerika, wollen unsere Kapazitäten in den USA deutlich ausbauen, zusätzlich zu unseren jüngsten Investitionen in Brantford (Kanada). Gleichzeitig passen wir unser Betriebs- und Finanzierungsmodell strategisch an die neue Marktrealität an. So steigern wir die Rendite, senken die Verschuldung und stärken Barry Callebaut als Marktführer – davon werden alle Beteiligten profitieren."

¹ In Lokalwährungen. Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 9.

Kennzahlen der Gruppe

für die 6-Monats-Periode endend am 28./29. Februar		Veränderungen in %		2025	2024
		in Lokalwährungen	in CHF		
Verkaufsmenge	Tonnen		(4,7) %	1.085.048	1.138.524
Umsatz	Mio. CHF	63,1 %	56,9 %	7.287,1	4.643,0
Bruttogewinn	Mio. CHF	1,7 %	(1,4) %	653,8	663,1
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	73,6 %	66,1 %	295,8	178,1
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ²	Mio. CHF	1,5 %	(2,9) %	329,6	339,4
EBIT (wiederkehrend) ² pro Tonne	CHF	6,5 %	1,9 %	303,7	298,1
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	(58,7) %	(60,2) %	30,5	76,8
Konzerngewinn für die Berichtsperiode (wiederkehrend) ²	Mio. CHF	(69,4) %	(70,6) %	63,5	215,8
Freier Cash flow	Mio. CHF			(2.114,0)	(1.116,3)

Die Barry Callebaut Gruppe erzielte in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2024/25 (bis 28. Februar 2025) eine **Verkaufsmenge** von 1.085.048 Tonnen. Das volatile Marktumfeld wirkte sich negativ auf das Kundenverhalten und die Preise aus, was zu einem Rückgang von -4,7 % führte.

Global Chocolate verzeichnete in einem laut Nielsen³ rückläufigen Markt für Schokoladen und Süßwaren (-2.4%) einen Volumenrückgang von -4,5 %. Die Marktbedingungen hatten erhebliche Auswirkungen auf Lebensmittelhersteller (-5,6 %). Gründe dafür waren umfangreiche Preisanpassungen, historisch geringe Kundenbestellungen und weitere kurzfristige Veränderungen im Kundenverhalten infolge der aktuellen Volatilität. Gourmet (+0,7 %) ist gewachsen und erholte sich im zweiten Quartal dank einer stabilen Nachfrage in den meisten Regionen.

Mit Blick auf die regionale Volumenentwicklung bei Global Chocolate war Lateinamerika (+7,5 %) der stärkste Wachstumstreiber, gestützt von einer soliden Nachfrage in allen Verkaufsregionen sowie innovativen Kundenlösungen. Asien-Pazifik, Mittlerer Osten und Afrika (AMEA, +1,8 %) verzeichnete ein zweistelliges Wachstum in Indien, Indonesien und im Mittleren Osten, das jedoch durch konjunkturellen Gegenwind am chinesischen Markt gebremst wurde. In Nordamerika ging das Volumen um -2,3 % zurück. Dies ist einerseits auf die präventive vorübergehende Schliessung des Werks in Toluca, Mexiko, sowie auf eine geringere Nachfrage grosser Lebensmittelhersteller zurückzuführen. Dadurch wurden die Neukundengewinne in der Region mehr als ausgeglichen. Geringere Verkaufsmengen bei mehreren grossen regionalen und lokalen Lebensmittelherstellern, insbesondere in der Türkei, resultierten in einem Rückgang der Verkaufsmenge in Zentral- und Osteuropa (-6,6 %). In Westeuropa (-7,6 %) passten Kunden ihr Verhalten an das Marktumfeld und die hohen Preise an, indem sie zum Beispiel verstärkt auf selektives Insourcing setzten. Zudem trug die Optimierung von Lagerhaltungseinheiten zu dem Volumenrückgang bei. Teilweise wurde die Entwicklung der Region allerdings durch die hohe Vergleichsbasis beeinflusst, da im Vorjahreszeitraum ein einmaliger Grossvertrag abgeschlossen worden war.

Die Verkaufsmenge bei **Global Cocoa** ging um -5,6 % zurück, da Barry Callebaut wegen der Versorgungsengpässe stärker auf Volumen gesetzt hat und die stark steigenden Kakaobohnenpreise die Nachfrage gebremst haben, insbesondere in AMEA sowie Zentral- und Osteuropa.

Der **Umsatz** stieg um +63,1 % in Lokalwährungen (+56,9 % in CHF) auf CHF 7.287,1 Mio. Dieser Anstieg ist auf Barry Callebauts Kosten-Plus-Preismodell zurückzuführen, mit dem das Unternehmen den deutlich höheren Kakaobohnenpreis an die Kunden weitergeben konnte.

Der **Bruttogewinn** belief sich dank des Kosten-Plus-Preismodells und des Produktmix auf CHF 653,8 Mio., und stieg damit um +1,7 % in Lokalwährungen (-1,4 % in CHF).

² Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 9.

³ Quelle: Nielsen Volumenwachstum ohne E-Commerce - 26 Länder, August 2024 - Januar 2025. Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder.

Der **wiederkehrende⁴ Betriebsgewinn (EBIT)** lag bei CHF 329,6 Mio., was einem Anstieg von +1,5 % in Lokalwährungen (-2,9 % in CHF) entspricht. Der wiederkehrende Betriebsgewinn stieg damit, obwohl die niedrigere und zudem verzögerte Kundennachfrage in Folge der Rekordpreise für Kakaobohnen zu niedrigeren Verkaufsmengen führte. Mit dem Kosten-Plus-Preismodell konnte Barry Callebaut erfolgreich einen grossen Teil der Kostensteigerungen weitergeben. Der **wiederkehrende⁴ EBIT pro Tonne** wuchs um +6,5 % in Lokalwährungen auf CHF 304 (+1,9 % in CHF). Der **wiederkehrende⁴ EBIT für Global Chocolate** lag bei CHF 340,1 Mio. und stieg damit um +2,0 % in Lokalwährungen (-2,3 % in CHF). Der **wiederkehrende⁴ EBIT für Global Cocoa** lag bei CHF 49,4 Mio. und wuchs damit um +11,1 % in Lokalwährungen (+7,6 % in CHF), dank der Priorisierung von Volumen in einem von Versorgungsengpässen geprägten Marktumfeld.

Der **ausgewiesene EBIT** lag bei CHF 295,8 Mio. im Vergleich zu CHF 178,1 Mio. im Vorjahr (+73,6 % in Lokalwährungen und +66,1 % in CHF). Die einmaligen Netto-Betriebskosten für BC Next Level lagen bei CHF 26,8 Mio.

Der **wiederkehrende Konzerngewinn⁴ für die Berichtsperiode** belief sich auf CHF 63,5 Mio., was einem Rückgang von -69,4 % in Lokalwährungen (-70,6 % in CHF) entspricht. Das Ergebnis war stark beeinflusst von den deutlich höheren Finanzierungskosten und einer sogenannten Backwardation-Struktur am Kakaomarkt. Das Kosten-Plus-Preismodell konnte die erheblichen Preiserhöhungen aufgrund der beispiellosen Marktvolatilität, geringer Kundenbestellungen und dem längeren Preiszyklus im Gourmetbereich nicht vollständig an die Kunden weitergeben. Die im Vorjahresvergleich (CHF -72,1 Mio.) höheren Nettofinanzierungskosten von CHF -196,7 Mio. sind hauptsächlich auf die höhere Verschuldung im Zusammenhang mit dem Anstieg des Kakaobohnenpreises sowie auf gestiegene Zinsen zurückzuführen. Der ausgewiesene Reingewinn betrug CHF 30,5 Mio., inklusive der einmaligen BC Next Level-Nettoausgaben.

Das **Nettoumlaufvermögen** stieg von CHF 2.775,7 Mio. in der Vorjahresperiode auf CHF 5.900,8 Mio. Der Anstieg war auf die erheblichen negativen Auswirkungen der doppelt so hohen Kakaobohnenpreise zurückzuführen, bedingt durch den langen Zeitraum zwischen dem Einkauf der Bohnen und dem Verkauf an die Kunden. Zudem trug eine deutliche Erhöhung der von den Terminbörsen geforderten Sicherheitsleistungen (Initial- und Variationsmargen) aufgrund des volatilen Umfelds zum Anstieg bei.

Der **freie Cash flow** belief sich auf CHF -2.114,0 Mio., im Vergleich zu CHF -1.116,3 Mio. in der Vorjahresperiode, was auf den erheblichen Anstieg des Nettoumlaufvermögens in Folge der hohen Kakaobohnenpreise zurückzuführen ist.

Die **Nettoverschuldung⁵** stieg auf CHF 2.919,1 Mio., verglichen mit CHF 245,7 Mio. in der Vorjahresperiode, wobei die Kakaobohnen-Vorräte als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) berücksichtigt wurden. Dieser Anstieg liegt in erster Linie an dem um rund CHF 2 Mrd. gestiegenen Wert der Lagerbestände, inklusive kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) sowie Halb- und Fertigprodukte. Infolgedessen lag die bereinigte Nettoverschuldung⁵ / das wiederkehrende⁴ EBITDA bei 3,1x.

Disruptives Marktumfeld unterstreicht die Bedeutung von strategischem Investmentprogramm BC Next Level

Die beispiellose Volatilität des Kakaobohnenpreises und das disruptive Marktumfeld unterstreichen einmal mehr die Bedeutung des strategischen Investitionsprogramms BC Next Level. Das Programm bringt Barry Callebaut näher an seine Absatzmärkte und Kunden und legt den Fokus auf Vereinfachung und Digitalisierung mit Nettoinvestitionen von CHF 500 Millionen.

⁴ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 9.

⁵ Nettoverschuldung bereinigt um Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absetzbare Lagerbestände betrachtet (Februar 2025: CHF 3.192,5 Mio.; Februar 2024: CHF 2.391,7 Mio.).

Barry Callebaut hat in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2024/25 wichtige Fortschritte bei den zentralen BC Next Level-Initiativen früher als erwartet erzielt. Die Sozialpläne wurden weltweit erfolgreich vereinbart und die Stellenanpassungen schreiten schneller voran als geplant. Zudem wurde mit der Einstellung von 36% der Lagerhaltungseinheiten das Produktportfolio von Barry Callebaut bereits erheblich vereinfacht. Damit hat die Gruppe das ursprüngliche Ziel von mindestens 30% übertroffen. Neue betriebliche Standards für Qualität und Lebensmittelsicherheit werden weiter eingeführt, einschliesslich eines 100% positiven Produktfreigabeprozesses, um eine erstklassige Qualität für die Kunden zu gewährleisten. Die Einrichtung von vier globalen Business Service Center (GBS) trägt zusätzlich dazu bei. Damit bietet Barry Callebaut seinen Kunden rund um die Uhr einen best-in-class Service an.

Im Rahmen der Optimierung des Produktionsnetzwerks wurden Fortschritte bei der Schliessung von vier Fabriken erzielt, während gleichzeitig ein noch stärkeres Liefernetzwerk in Nordamerika und darüber hinaus aufgebaut wird. Dazu gehört auch der Plan, die Kapazitäten in den USA und Südostasien erheblich zu erweitern sowie der Ausbau der neuen Standorte in Brantford (Kanada) und Neemrana (Indien).

Aufgrund des beispiellosen und höchst volatilen Umfelds erwartet Barry Callebaut, dass die Einsparungen aus BC Next Level mit etwa 12 Monaten Verzögerung vollständig im Ergebnis sichtbar werden, wenngleich das Unternehmen den ursprünglichen Plan von Kosteneinsparungen von CHF 250 Millionen, von denen 75 % ergebniswirksam sein sollen, erneut bestätigt.

Massnahmen zur Stärkung des Betriebsmodells und zur Reduktion der Verschuldung von Barry Callebaut in einem neuen Marktumfeld

Barry Callebaut plant zudem, mit gezielten Massnahmen das eigene Betriebsmodell weiter zu verbessern, die Profitabilität zu erhöhen und die Verschuldung im aktuellen Marktumfeld zu senken. Dazu gehört insbesondere:

1. Optimierung der Preisgestaltung in Folge höherer Kapitalkosten und Anpassung des Kosten-Plus-Preismodells
2. Verkürzte Cash Conversion in Zusammenarbeit mit den wichtigsten Kunden
3. Verstärkte inventarbezogene Finanzierung

Darüber hinaus ist das Unternehmen im Bereich Compounds und Kakaoalternativen aktiv, um profitables Wachstum zu generieren. Es wird erwartet, dass die Ergebnisse dieser eingeleiteten Massnahmen in 12 bis 18 Monaten sichtbar werden.

Refinanzierungsmassnahmen

Der Kakaopreis ist in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2024/25 um mehr als 95% gestiegen. Um dieser Herausforderung zu begegnen und die Versorgung mit Kakaobohnen bis 2026 sicherzustellen, hat sich Barry Callebaut erfolgreich zusätzliche Liquidität gesichert. Im Januar 2025 emittierte das Unternehmen eine Anleihe in Schweizer Franken in Höhe von CHF 300 Mio., gefolgt von einer überzeichneten Euro-Anleihe in Höhe von EUR 1.750 Mio. im Februar 2025. Beide Emissionen zeigen die anhaltende Unterstützung der Investoren sowie die Stärke der langjährigen Bankbeziehungen von Barry Callebaut.

Ausblick

Angesichts eines herausfordernden und volatilen Marktumfelds hat das Unternehmen seine Volumenprognose für das Geschäftsjahr 2024/25 angepasst. Barry Callebaut erwartet nun einen Rückgang der Verkaufsmenge im mittleren einstelligen Prozentbereich, und bestätigt ein

zweistelliges Wachstum des wiederkehrenden⁶ EBIT in Lokalwährungen. Das Unternehmen bekräftigt seine ursprüngliche Ankündigung, dass die Dividende während der Übergangsphase von BC Next Level nicht unter dem Niveau des Geschäftsjahres 2023/24 liegen wird.

Preisentwicklung bei den wichtigsten Rohstoffen

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2024/25 stiegen die Terminmarktpreise⁷ für **Kakaobohnen** vor allem aufgrund spekulativer Käufe im Markt deutlich an. Die Preise erhöhten sich von einem Preistief von GBP 5.332 zu Beginn des Zeitraums auf ein Hoch von GBP 9.425, bevor sie zum Ende des Zeitraums bei einem Schlusspreis von GBP 7.342 pro Tonne am 28. Februar 2025 standen. Im Durchschnitt lagen die Preise für Kakaobohnen damit um +95 % höher als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. In den ersten Monaten der Kampagne 2024/25 wurden in Westafrika und anderen Herkunftsländern solide Mengen an Kakaobohnen angeliefert. Ungünstige Wetterbedingungen in der späteren Phase des Zeitraums beeinträchtigten aber die Zwischenernte.

Der Weltmarktpreis für **Zucker** lag im Durchschnitt um -20% unter dem Vorjahresniveau, was auf eine Verbesserung der Fundamentaldaten zurückzuführen ist. In Brasilien, dem weltweit grössten Produzenten und Exporteur, wird für die Kampagne 2025/26 eine Erholung erwartet. In Europa sanken die Zuckerpreise durchschnittlich um -39%. Dies ist auf Flächenzuwächse bei Zuckerrüben in der Kampagne 2024/25, ein höheres Inlandsangebot und eine leicht schwächere Nachfrage zurückzuführen.

Die Preise für **Milchprodukte** sind gegenüber dem Vorjahr um durchschnittlich +1 % gestiegen. Obwohl für 2025 ein moderates Wachstum der globalen Milchproduktion prognostiziert wird, bleibt das europäische Angebot eingeschränkt. Grund dafür sind die schlechten Wetterbedingungen des Vorjahres, die die Qualität des Winterfutters beeinträchtigt haben. Auch die anhaltenden Folgen des Blauzungenvirus hat die Milchleistung der betroffenen Kühe verringert. Zudem blieb die Exportnachfrage stabil, wodurch eine mögliche Ausweitung der globalen Milchbestände begrenzt wurde.

Ausführlichere Finanzinformationen finden Sie im "[Half-Year Results 2024/25 Report](#)".

⁶ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 9.

⁷ Quelle: Preise am Londoner Terminmarkt für sogenannte «2nd position»-Preise, September 2024 bis Februar 2025. Die Terminmarktpreise berücksichtigen die Prämie zur Existenzsicherung (LID) und die Preisunterschiede zwischen den Ländern nicht.

Medien- und Analystenkonferenz der Barry Callebaut Gruppe:

Datum: Donnerstag, 10. April, um 09:00 Uhr CEST

Die virtuelle Konferenz wird von Peter Feld, CEO, und Peter Vanneste, CFO, geleitet und kann sowohl per Telefon als auch per Webcast verfolgt werden. Einwahl- und Zugangsdaten finden Sie [hier](#).

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2024/25 (1. September 2024 bis 31. August 2025):

9-Monats-Verkaufszahlen 2024/25	10. Juli 2025
Jahresergebnis 2024/25	5. November 2025
Generalversammlung 2024/25	10. Dezember 2025

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 10,4 Milliarden für das Geschäftsjahr 2023/24 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 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®](#) und [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](#)

 [YouTube](#)

 [Flickr](#)

 [Facebook](#)

Kontakt für die Medien:

Kai Hummel

Global Head of Communications

Barry Callebaut AG

Phone: + 41 43 204 15 22

media@barry-callebaut.com

Für Investoren und Finanzanalysten:

Sophie Lang

Head of Investor Relations

Barry Callebaut AG

Phone: +41 79 275 83 95

investorrelations@barry-callebaut.com

Kennzahlen der Gruppe⁸

für die 6-Monats-Periode endend am 28./29. Februar	Veränderungen in %		2025	2024 ⁹
	in Lokalwährungen	in CHF		
Kennzahlen				
Verkaufsmenge	Tonnen	(4,7) %	1.085.048	1.138.524
Umsatz	Mio. CHF	63,1 %	7.287,1	4.643,0
Bruttogewinn	Mio. CHF	1,7 %	653,8	663,1
EBITDA	Mio. CHF	45,0 %	417,8	298,7
EBITDA (wiederkehrend) ¹⁰	Mio. CHF	1,8 %	451,6	460,0
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	73,6 %	295,8	178,1
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹⁰	Mio. CHF	1,5 %	329,6	339,4
EBIT (wiederkehrend) ¹⁰ pro Tonne	CHF	6,5 %	303,7	298,1
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	(58,7) %	30,5	76,8
Konzerngewinn für die Berichtsperiode (wiederkehrend) ¹⁰	Mio. CHF	(69,4) %	63,5	215,8
Freier Cash flow	Mio. CHF		(2.114,0)	(1.116,3)
Nach Regionen				
Global Chocolate				
Verkaufsmenge	Tonnen	(4,5) %	871.528	912.297
Umsatz	Mio. CHF	47,6 %	4.882,0	3.382,3
EBITDA	Mio. CHF	15,8 %	413,4	369,9
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	18,6 %	329,4	289,1
Global Cocoa				
Verkaufsmenge	Tonnen	(5,6) %	213.520	226.227
Umsatz	Mio. CHF	104,8 %	2.405,1	1.260,7
EBITDA	Mio. CHF	1018,8 %	91,2	8,4
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	293,1 %	54,8	(29,2)
Nach Produktgruppen				
Verkaufsmenge			1.085.048	1.138.524
Kakaoprodukte	Tonnen	(5,6) %	213.520	226.227
Industrielle Produkte	Tonnen	(5,6) %	712.986	754.934
Gourmet	Tonnen	0,7 %	158.542	157.363
Umsatz			7.287,1	4.643,0
Kakaoprodukte	Mio. CHF	104,8 %	2.405,1	1.260,7
Industrielle Produkte	Mio. CHF	49,1 %	3.771,8	2.581,5
Gourmet	Mio. CHF	42,6 %	1.110,2	800,8

⁸ Nicht durch IFRS definierte Kennzahlen sind unter Alternative Performance Measures im Geschäftsbericht 2023/24 auf Seite 148 definiert.

⁹ Bestimmte Kunden wurden einer anderen Produktgruppe zugeordnet, um sie besser bedienen zu können. Die geringfügige Neuordnung machte weniger als 1 % des Gesamtvolumens und des Umsatzes im Geschäftsjahr 2023/24 aus.

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

Nach Verkaufsgruppe

für die 6-Monats-Periode endend am 28./29. Februar	Veränderungen in %		2025	2024 ¹¹	
	in Lokalwährungen	in CHF			
Verkaufsmenge					
Westeuropa	Tonnen	(7,6) %	341.808	370.042	
Mittel - und Osteuropa	Tonnen	(6,6) %	142.065	152.159	
Nordamerika	Tonnen	(2,3) %	263.970	270.313	
Lateinamerika	Tonnen	7,5 %	32.651	30.371	
Asien, Naher Osten und Afrika	Tonnen	1,8 %	91.034	89.412	
Global Chocolate	Tonnen	(4,5) %	871.528	912.297	
Global Cocoa	Tonnen	(5,6) %	213.520	226.227	
Umsatz					
Westeuropa	Mio. CHF	43,6 %	41,9 %	2.023,5	1.426,0
Mittel - und Osteuropa	Mio. CHF	72,5 %	65,7 %	908,1	548,1
Nordamerika	Mio. CHF	40,5 %	38,0 %	1.391,0	1.008,0
Lateinamerika	Mio. CHF	40,5 %	23,3 %	128,6	104,3
Asien, Naher Osten und Afrika	Mio. CHF	46,9 %	45,6 %	430,8	295,9
Global Chocolate	Mio. CHF	47,6 %	44,3 %	4.882,0	3.382,3
Global Cocoa	Mio. CHF	104,8 %	90,8 %	2.405,1	1.260,7

¹¹ Bestimmte Kunden wurden einer anderen Produktgruppe zugeordnet, um sie besser bedienen zu können. Die geringfügige Neuordnung machte weniger als 1 % des Gesamtvolumens und des Umsatzes im Geschäftsjahr 2023/24 aus.

Anhang: Überleitung der wiederkehrenden Ergebnisse

Die Überleitung der einmaligen Posten in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2024/25 und ihre Auswirkungen auf die wichtigsten alternativen Leistungskennzahlen (APM) der Gruppe sind in der nachstehenden Tabelle zu finden. Im Vergleichszeitraum des Geschäftsjahres 2023/24 gab es keine einmaligen Posten.

für die 6-Monats-Periode endend am 28. Februar, 2025			
in Mio. CHF	Global Chocolate	Global Cocoa	Gruppe (inkl. Corporate)
EBITDA	413,4	91,2	417,8
Einmalige Posten:	10,7	(5,4)	33,8
Toluca vorübergehende Schliessung ¹²	7,0	—	7,0
BC Next Level Kosten ¹³	3,7	(5,4)	26,8
EBITDA (wiederkehrend)	424,1	85,8	451,6
Betriebsgewinn (EBIT)	329,4	54,8	295,8
Einmalige Posten (s. Details unter EBITDA)	10,7	(5,4)	33,8
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend)	340,1	49,4	329,6
Konzerngewinn für die Berichtsperiode			30,5
Einmalige Posten inkl. Zinsertrag und Steuern			33,0
Einmalige Posten (s. Details unter EBITDA)			33,8
Steuereffekt Toluca vorübergehende Schliessung			(2,1)
Steuereffekt BC Next Level Kosten			1,3
Konzerngewinn für die Berichtsperiode (wiederkehrend)			63,5

¹² Basierend auf einer proaktiven Qualitätskontrolle wurde die vorübergehende Schliessung des Werks in Toluca, Mexico, beschlossen.

¹³ Davon sind CHF 1.3 Mio. Abschreibungen von Vorräten, die als "Cost of goods sold" ausgewiesen werden, CHF 33.1 Mio. Programmkosten für BC Next Level, "General and administration expenses", und CHF 14.6 Mio. Wertaufholungen als "Other income", CHF 7.0 Mio. BC Next Level-Kosten unter "Other expense". Nähere Informationen finden Sie in Note 3 des Halbjahresberichts 2024/25.