

Medienmitteilung

Ad- hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Barry Callebaut Gruppe - Jahresergebnis Geschäftsjahr 2021/22

Starke Ergebnisse, bei Mittelfristzielen auf Kurs

- **Wachstum der Verkaufsmenge um +5.3 % mit solider Leistung im Schokoladengeschäft (+5.9%)**
- **Umsatz von CHF 8.1 Mrd., +14.6 % in Lokalwährungen (+12.3 % in CHF)**
- **Wiederkehrender Betriebsgewinn (EBIT)¹ von CHF 624.7 Mio., +13.5 % in Lokalwährungen (+10.2 % in CHF); ausgewiesener Betriebsgewinn (EBIT) von CHF 553.5 Mio., +0.1 % in Lokalwährungen (-2.3 % in CHF)**
- **Wiederkehrender Konzerngewinn¹ von CHF 428.5 Mio., +14.1 % in Lokalwährungen (+11.4 % in CHF); ausgewiesener Konzerngewinn von CHF 360.9 Mio., -4.7 % in Lokalwährungen (-6.1 % in CHF)**
- **Anhaltend guter Cashflow mit einem angepassten freien Cashflow² von CHF 358.5 Mio.**
- **Auf Kurs, die Mittelfristziele³ zu erreichen**
- **Thomas Intrator zur Wahl in den Verwaltungsrat vorgeschlagen**
- **Antrag auf unveränderte Dividende von CHF 28.00 pro Aktie, Ausschüttungsquote von 43 %**

Zürich/Schweiz, 1. November 2022 – Peter Boone, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: «Wir präsentieren starke Unternehmenszahlen mit einem das ganze Jahr über profitablen Volumenwachstum, zu dem alle Regionen und Segmente und insbesondere Gourmet- & Spezialitätenprodukte beigetragen haben. Unsere breite geografische Aufstellung und Kundenbasis, zusammen mit dem optimierten Geschäftsmodell und der starken Bilanz, sorgten weiterhin für eine solide Wachstumsgrundlage.»

Kennzahlen der Gruppe

| für das Geschäftsjahr | | Veränderung in % | | 2021/22 | 2020/21 |
|---|----------|-------------------|--------|-----------|-----------|
| | | in Lokalwährungen | in CHF | | |
| Verkaufsmenge | Tonnen | | 5.3 % | 2,306,681 | 2,191,572 |
| Umsatz | Mio. CHF | 14.6 % | 12.3 % | 8,091.9 | 7,207.6 |
| Bruttogewinn | Mio. CHF | 8.4 % | 6.1 % | 1,217.2 | 1,147.2 |
| Betriebsgewinn (EBIT) | Mio. CHF | 0.1 % | (2.3)% | 553.5 | 566.7 |
| Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹ | Mio. CHF | 13.5 % | 10.2 % | 624.7 | 566.7 |
| EBIT (wiederkehrend) ¹ pro Tonne | CHF | 7.8 % | 4.7 % | 270.8 | 258.6 |
| Konzerngewinn | Mio. CHF | (4.7)% | (6.1)% | 360.9 | 384.5 |
| Konzerngewinn (wiederkehrend) ¹ | Mio. CHF | 14.1 % | 11.4 % | 428.5 | 384.5 |
| Freier Cashflow | Mio. CHF | | | 266.2 | 355.0 |
| Freier Cashflow angepasst ² | Mio. CHF | | | 358.5 | 314.9 |

Die Barry Callebaut Gruppe, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, verzeichnete im Geschäftsjahr 2021/22 (per 31. August 2022) ein kräftiges Wachstum ihrer **Verkaufsmenge** um +5.3 % auf 2,306,681 Tonnen. Das Schokoladengeschäft erzielte ein starkes Volumenwachstum von +5.9% (+4.5% organisches Wachstum ohne Berücksichtigung der erstmaligen Konsolidierung der ECC) und übertraf damit deutlich den zugrunde liegenden globalen Schokoladenmarkt (+0.3%)⁴. Zu dem Volumenwachstum trugen alle Regionen (Asien-Pazifik +15.8 %, Nord- und Südamerika +6.4 %, EMEA +4.3 %) sowie alle zentralen Wachstumstreiber bei: Outsourcing (+4.8%), Schwellenländer (+7.9%) und besonders stark

¹ Eine detaillierte Aufschlüsselung 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.

³ Im Durchschnitt für die drei Geschäftsjahre 2020/21 bis 2022/23: Volumenwachstum um 5% bis 7% und ein EBIT über dem Volumenwachstum in Lokalwährungen, unter Ausschluss grösserer unvorhersehbarer Ereignisse.

⁴ Quelle: Nielsen, Volumenwachstum ohne E-Commerce – 25 Länder, September 2021 bis August 2022. Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Nielsen-Daten geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder.

Gourmet- & Spezialitätenprodukte (+22.5 %). Das Verkaufsmengenwachstum von Global Cocoa normalisierte sich weiter auf 456,970 Tonnen, was einem Plus von +2.5 % entspricht.

Der **Umsatz** belief sich auf CHF 8,091.9 Mio., was einem Plus von +14.6 % in Lokalwährungen (+12.3 % in CHF) entspricht. Der Anstieg wurde durch das allgemein inflationäre Umfeld beeinflusst, dem Barry Callebaut für den Grossteil des Geschäfts mit ihrem Cost-Plus-Preismodell begegnete.

Der **Bruttogewinn** wuchs schneller als die Verkaufsmenge und lag bei CHF 1,217.2 Mio., was einem Zuwachs von +8.4 % in Lokalwährungen (+6.1 % in CHF) entspricht. Trotz entgangener Volumen aufgrund des vorübergehenden Produktionsstopps in der Schokoladenfabrik in Wieze war der Beitrag des Volumens zum Bruttogewinn sehr erfreulich. Insbesondere das Wachstum bei Gourmet & Spezialitäten sowie das solide Cost-Plus-Preismodell der Gruppe wirkten sich weiter positiv auf den Mix aus. Wie erwartet verbesserte sich die Profitabilität des Kakaogeschäfts, das einen positiven Beitrag zum Geschäftsjahr 2021/22 leistete.

Der **wiederkehrende Betriebsgewinn (EBIT)**⁵ lag bei CHF 624.7 Mio. und wuchs damit um +13.5 % in Lokalwährungen (+10.2 % in CHF), was das Volumenwachstum deutlich übertraf. Der wiederkehrende EBIT pro Tonne verbesserte sich auf CHF 271 gegenüber CHF 259 im Vorjahr. Der ausgewiesene Betriebsgewinn betrug CHF 553.5 Mio., ein Plus von +0.1 % in Lokalwährungen (-2.3 % in CHF); er enthielt einen positiven Effekt von CHF 13.5 Mio. aus der Rückerstattung indirekter Steuergutschriften für frühere Steuerperioden in Brasilien, einen einmaligen Nettoeffekt von CHF -76.9 Mio. im Zusammenhang mit dem Salmonellen-Vorfall in der Fabrik Wieze, Belgien, und einen negativen Effekt von CHF -7.8 Mio. aus der Schliessung der Schokoladenfabrik in Moreton, GB.

Der **wiederkehrende Konzerngewinn**⁵ belief sich auf CHF 428.5 Mio., was gegenüber dem Vorjahr einem Anstieg von +14.1 % in Lokalwährungen (+11.4 % in CHF) entspricht. Der ausgewiesene Konzerngewinn für dieses Jahr lag bei CHF 360.9 Mio., ein Minus von -4.7 % in Lokalwährungen (-6.1 % in CHF). Die Nettofinanzierungskosten bezifferten sich auf CHF -121.8 Mio. gegenüber CHF -101.7 Mio. im Vorjahr. Der Steueraufwand belief sich 2021/22 auf CHF -70.8 Mio., was einem effektiven Steuersatz von 16.4% entspricht (17.3% im Vorjahr).

Das **Nettoumlaufvermögen** stieg auf CHF 1,293.1 Mio. gegenüber CHF 1,241.8 Mio. im Vorjahr. Der Anstieg lag unter dem Volumenwachstum der Gruppe. Die Forderungen stiegen aufgrund des Geschäftswachstums. Während die gute Lagerbewirtschaftung die Auswirkungen der allgemein steigenden Rohwarenpreise weitgehend abfing, führte der vorübergehende Produktionsstopp in Wieze zu einigen Erhöhungen. Beide Entwicklungen wurden grösstenteils durch höhere Verbindlichkeiten ausgeglichen.

Der **angepasste freie Cashflow**⁶ stieg auf CHF 358.5 Mio. gegenüber CHF 314.9 Mio. im Vorjahr. Selbst vor der Anpassung um den Effekt der Kakaobohnenvorräte, welche die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (Readily Marketable Inventories, RMI) ansieht, blieb der Cashflow mit CHF 266.2 Mio. gegenüber einem äusserst starken Vorjahr (CHF 355.0 Mio.) solide.

Die **Nettoverschuldung** sank nach CHF 1,281.3 Mio. im Vorjahreszeitraum weiter auf CHF 1,199.0 Mio., wozu der anhaltend solide Cashflow der Gruppe beitrug. Unter Berücksichtigung der Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) ansieht, sank die angepasste Nettoverschuldung auf CHF 349.8 Mio., verglichen mit CHF 547.4 Mio. im Vorjahreszeitraum.

⁵ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 10.

⁶ Freier Cashflow, angepasst um den Cashflow-Effekt der Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) ansieht.

Ausblick – Auf Kurs, die Mittelfristziele zu erreichen

CEO Peter Boone zum Ausblick: «Dank unserer konsistenten Wachstumsstrategie und der starken Innovationspipeline sind wir auf Kurs, unsere Mittelfristziele im Geschäftsjahr 2022/23 zu erreichen. Unsere Schokoladenfabrik in Wieze läuft wieder mit normaler Auslastung, obgleich wir auch im ersten Quartal 2022/23, wenn wir den Volumenrückstand aufholen, noch Auswirkungen spüren werden. Mein Dank gilt allen beteiligten Kolleginnen und Kollegen für ihren unermüdlichen Einsatz bei der Reinigung des Werks sowie all unseren Kunden für ihre Treue und Kooperation.»

Strategische Meilensteine

Expansion: Im Oktober 2022 unterzeichnete Barry Callebaut ein Partnerschaftsabkommen mit Attelli in Marokko, wodurch die Gruppe ihre Expansion in der Region beschleunigen wird. Im Rahmen des Abkommens erwarb Barry Callebaut die Produktionsanlagen von Attelli in Casablanca und schuf damit die erste eigene Schokoladenfabrik in Marokko und damit auf dem afrikanischen Kontinent.

Im September 2022 stärkte die Gruppe mit dem Spatenstich für eine neue Produktionsstätte in Brantford, Ontario, ihre Präsenz in Kanada. Nach seiner Fertigstellung wird der Standort zuckerfreie, eiweissreiche und andere Schokoladenspezialitäten herstellen und damit das langfristige Wachstum von Barry Callebaut in Nordamerika weiter unterstützen.

Im August 2022 feierte Barry Callebaut ihre 15-jährige Präsenz in China, einem wichtigen Gourmetmarkt für Schokolade, mit der Eröffnung des zentral gelegenen Hauptsitzes für den Grossraum China sowie ihres lokalen Aushängeschildes, des CHOCOLATE ACADEMY™ Center in Shanghai. Über ihr Netzwerk von 26 CHOCOLATE ACADEMY Center weltweit kann Barry Callebaut gewerbliche Anwender, Confiseure, Konditoren, Bäcker und Caterer inspirieren, schulen und individuell unterstützen.

Innovation: Im Oktober 2022 führte Barry Callebaut eine bahnbrechende Innovation ein, welche die Schokoladenherstellung von Grund auf revolutioniert. Dank verbesserter Verfahren bei Anbau, Fermentierung und Rösten von Kakaobohnen geniessen Schokoladenliebhaber nun den reinen Kakaogeschmack – denn die neue Schokolade wird nach dem denkbar kürzesten Rezept hergestellt: Dunkle Schokolade wird ausschliesslich aus Kakao und Zucker produziert, wohingegen Milkschokolade auch Milchpulver enthält. Mit dieser Innovation unterstützt Barry Callebaut Marken und gewerbliche Anwender bei der Einführung innovativer, aufregender Schokoladenkreationen für Süss- und Backwaren, Confiterie, Desserts und Eiscreme.

Im September 2022 eröffnete Barry Callebaut offiziell ihre Pilotanlage mit Schokoladenlabor und angeschlossener Bäckerei in Banbury, GB. Die hochmoderne Forschungs- und Entwicklungseinrichtung wird zusammen mit dem lokalen CHOCOLATE ACADEMY™ Center die Zusammenarbeit mit den Kunden in Grossbritannien und in Irland stärken und ihnen helfen, wegweisende inspirierende Schokoladenerlebnisse von der Konzeption bis zur Kreation zu entwickeln.

Anfang 2022 brachte Barry Callebaut in den USA und Kanada neue pflanzliche Innovationen auf den Markt, darunter milchfreie Compound- und Bio-Schokolade. Die Neuheiten umfassen neue Lösungen für die Segmente Backwaren, Süsswaren, Snacks und Eiscreme und tragen der wachsenden Nachfrage von Konsumenten nach pflanzlichen und milchfreien Produkten Rechnung.

Kostenführerschaft: Im September 2022 stuft Standard & Poor's Global Ratings (S&P) das langfristige Unternehmensrating der Gruppe von BBB- auf BBB hoch. Gleichzeitig wurden auch alle Ratings zu vorrangigen unbesicherten Langzeit-Verbindlichkeiten der Barry Callebaut Services N.V. von BBB- auf BBB hochgesetzt. Der Ausblick für sämtliche Ratings gilt als «stabil». Das verbesserte Rating untermauert das starke Finanzprofil von Barry Callebaut.

Nachhaltigkeit: Im September 2022 stuft Sustainalytics Barry Callebaut in der Kategorie «Lebensmittelprodukte» als Spitzenreiterin unter 584 Unternehmen ein. Sustainalytics ist eine führende Ratingagentur, die den Umgang der Branche mit Risiken im Bereich Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG) in ihren Lieferketten bewertet. Damit wurde Barry Callebaut im vierten Jahr in Folge nicht nur im Kakao- und Schokoladensektor, sondern auch in der weiter gefassten Lebensmittel- und Getränkeindustrie für ihr wegweisendes ESG-Management in ihren Lieferketten ausgezeichnet.

Zusammen mit Conseil Café Cacao (CCC) in Côte d'Ivoire arbeitete Barry Callebaut in den vergangenen Monaten in der Region um Aboisso an einem Pilotprojekt zur Zurückverfolgbarkeit, das auch die Zusammenführung von Daten von Barry Callebaut mit staatlichen Daten zu Landwirten beinhaltet. Ziel des Testprojekts ist es, die Erkenntnisse in eine gemeinsame nationale Landwirtschaftsdatenbank zu speisen, die derzeit von CCC aufgebaut wird.

Entwicklung nach Regionen/Segmenten

Region EMEA – Robustes Ergebnis angesichts des vorübergehenden Produktionsstopps in Wieze

In der Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) wirkten sich der Salmonellen-Zwischenfall im Werk Wieze, Belgien, und die daraus resultierende vorübergehende Einstellung der Produktion, die am Ende des Geschäftsjahrs allmählich wieder hochgefahren wurde, erheblich auf Volumen und Gewinn aus. Dank des starken Wachstums in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs stieg das Volumen in der Region für das gesamte Geschäftsjahr 2021/22 um +4.3 % auf 1,040,018 Tonnen. Im Oktober 2022 war die Reinigung der Schokoladenfabrik Wieze so gut wie abgeschlossen, die nun wieder mit normaler Auslastung arbeitet. Ohne den erstmaligen Konsolidierungseffekt der Europe Chocolate Company (ECC) per September 2021 betrug das organische Volumenwachstum im Berichtszeitraum +3.0% und lag damit weit über dem Niveau des rückläufigen regionalen Schokoladenmarkts (-1.3%)⁷. Das Industriekundengeschäft insbesondere in Westeuropa erlitt im vierten Quartal aufgrund des Zwischenfalls in Wieze einen beträchtlichen Volumentrückgang, was sein bis dahin gesundes Volumenwachstum beeinträchtigte. Der Bereich Gourmet & Spezialitäten war von dem Produktionsstopp nicht unmittelbar betroffen und konnte seinen starken Wachstumskurs in der gesamten Region fortsetzen. Der Umsatz belief sich auf CHF 3,341.0 Mio., was einem Anstieg von +13.9 % in Lokalwährungen (+6.8 % in CHF) entspricht. Der ausgewiesene Betriebsgewinn (EBIT) lag bei CHF 267.2 Mio. und verzeichnete damit einen Rückgang um -15.6 % in Lokalwährungen (-21.2 % in CHF). Unter Vernachlässigung des einmaligen Effekts aus dem Zwischenfall in der Produktionsstätte in Wieze sowie der Kosten für die Schließung der Schokoladenfabrik in Moreton, GB, belief sich der wiederkehrende Betriebsgewinn⁸ auf CHF 351.9 Mio. Dies entspricht einem Zuwachs von +10.5 % in Lokalwährungen (+3.7 % in CHF), was den guten Produktmix und eine effektive Kostenkontrolle widerspiegelt.

Region Nord- und Südamerika – Smartes Wachstum liess EBIT zweistellig wachsen

Die Region Nord- und Südamerika setzte ihren starken Wachstumskurs fort und erreichte ein neues Rekordvolumen von 649,389 Tonnen. Der Zuwachs um +6.4 % liegt damit weit über dem Niveau des regionalen zugrunde liegenden Schokoladenmarkts (+0.7%)⁷. Das breit gestreute Wachstum im Industriekundengeschäft wurde von dem anhaltenden Trend hin zu «Better for You»-Produkten gestützt. Gourmet & Spezialitäten verzeichnete erneut starkes Wachstum: Der Umsatz stieg um +16.2 % in Lokalwährungen (+19.7 % in CHF) und belief sich auf CHF 2,190.2 Mio. Der wiederkehrende Betriebsgewinn (EBIT)⁸ stieg dank eines robusten Segments sowie eines

⁷ Quelle: Nielsen. Volumenwachstum ohne E-Commerce – September 2021 bis August 2022. Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Nielsen-Daten geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder.

⁸ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 10.

margensteigernden Produktmix¹ mit +14.8 % in Lokalwährungen (+18.5 % in CHF) deutlich stärker als das Volumen und betrug CHF 221.0 Mio.

Region Asien-Pazifik – Starke Wachstumsdynamik

In der Region Asien-Pazifik setzte sich das starke Volumenwachstum mit +15.8 % fort und erreichte im Geschäftsjahr 2021/22 160,304 Tonnen, womit es den zugrunde liegenden Schokoladenmarkt (+11.0%) deutlich übertraf⁹. Das Industriekundengeschäft verzeichnete erneut kräftiges Wachstum auf Schlüsselmärkten wie Indien und China, obgleich einige Märkte – darunter Australien – noch mit den Nachwirkungen der COVID-19-Pandemie zu kämpfen hatten. Trotz der herausfordernden Vergleichsbasis blieb auch der Bereich Gourmet & Spezialitäten auf starkem Wachstumskurs. Der Umsatz stieg um +23.3 % in Lokalwährungen (+23.4 % in CHF) auf CHF 547.8 Mio., was weitgehend das inflationäre Umfeld widerspiegelt. Der Betriebsgewinn (EBIT) belief sich auf CHF 59.1 Mio., was einem Plus von +2.9 % in Lokalwährungen (+3.8 % in CHF) entspricht. Der EBIT-Zuwachs blieb hauptsächlich aufgrund wachstumsfördernder Investitionen insbesondere in Australien hinter dem Volumenwachstum zurück. Dennoch lag die Profitabilität per Tonne in der Region weiterhin deutlich über der durchschnittlichen Profitabilität der Gruppe.

Global Cocoa – Erwartete Verbesserung der Profitabilität eingetreten

Die Verkaufsmenge von Global Cocoa stieg im Geschäftsjahr 2021/22 um +2.5 % auf 456,970 Tonnen. Der Umsatz belief sich auf CHF 2,012.9 Mio., was einem Plus von +12.0 % in Lokalwährungen (+11.5 % in CHF) entspricht. Der wiederkehrende Betriebsgewinn (EBIT)⁸ erholte sich wie erwartet und stieg dank der Normalisierung auf dem Kakaomarkt auf CHF 91.5 Mio., was einem Plus von +7.5 % in Lokalwährungen (+5.8 % in CHF) entspricht.

Entwicklung der Rohwarenpreise

Im Geschäftsjahr 2021/22 bewegten sich die Preise für **Kakaobohnen**¹⁰ zwischen GBP 1,636 und GBP 1,882 pro Tonne und schlossen per 31. August 2022 bei GBP 1,878 pro Tonne. Durchschnittlich stiegen die Preise für Kakaobohnen um +4.2 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Obwohl die Prognose für die globale Angebots- und Nachfragesituation bei Kakaobohnen für 2021/22 ein Defizit ankündigt, sollte der grosse Überschuss des Vorjahrs zu einer ausgewogenen Marktsituation führen. Die durchschnittliche Combined Ratio stieg leicht an auf 3.6x, verglichen mit 3.5x im Vorjahr. Grund dafür war der anziehende Preis für Kakaopulver, während der Preis für Kakaobutter unter den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie litt. Gegen Ende des Geschäftsjahrs 2021/22 begann der Preis für Kakaobutter dank des starken Schokoladenkonsums in Europa und den USA zu steigen.

Der Weltmarktpreis für **Zucker** stieg durchschnittlich um +18.7 %. Grund hierfür sind die deutlich geringere Ernte in Brasilien sowie hohe Energiepreise und geopolitische Unsicherheiten, die das allgemeine Marktumfeld belasten. In Europa zog der Zuckerpreis im Geschäftsjahr 2021/22 um durchschnittlich +56.4 % an. Einer robusten Nachfrage stand ein geringes Angebot gegenüber, das auf weniger Anbauflächen und trockenes Wetter zurückzuführen war. Die zusätzlich steigenden Energiekosten trugen ebenfalls zum starken Preisanstieg bei.

Die Preise für **Milchprodukte** zogen im Geschäftsjahr 2021/22 durchschnittlich um +51.5 % an. Die steigende Nachfrage in Verbindung mit einem stark rückläufigen Milchangebot, bedingt durch die Dürre auf der Nordhalbkugel sowie die Inflation bei Betriebsmitteln aufgrund des Kriegs in der Ukraine, liess die Preise für Milchprodukte auf ein historisches Hoch schnellen.

⁸ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 10.

⁹ Quelle: Nielsen. Volumenwachstum ohne E-Commerce – September 2021 bis August 2022, fünf Länder ohne Australien und Japan. Unter der Annahme eines Nullwachstums für diese beiden Märkte läge das angepasste Marktwachstum in diesem Zeitraum bei etwa 6%.

¹⁰ Quelle: Preise am Londoner Terminmarkt für sogenannte «2nd position»-Preise, September 2021 bis August 2022. Die Terminmarktpreise berücksichtigen das «Living Income Differential» (LID, Prämie zur Existenzsicherung) und die Preisunterschiede zwischen den Ländern nicht.

Anträge zuhanden der Generalversammlung

Ausschüttung an die Aktionäre

Der Verwaltungsrat schlägt an der Generalversammlung vom 14. Dezember 2022 eine stabile Ausschüttung an die Aktionäre von CHF 28.00 je Aktie vor. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 43 % des ausgewiesenen Konzerngewinns, die damit aufgrund des oben beschriebenen Einmaleffekts auf den Konzerngewinn für einmal über der angepeilten Quote von 35 bis 40% liegt. Die Dividende wird den Aktionären, vorbehaltlich der Genehmigung durch die Generalversammlung, am oder um den 11. Januar 2023 ausgezahlt.

Verwaltungsrat

Alle Mitglieder des Verwaltungsrats stellen sich für eine weitere einjährige Amtsperiode zur Verfügung. Der Verwaltungsrat schlägt Thomas Intrator (Schweizer Staatsbürger) zur Wahl in den Verwaltungsrat vor. Thomas Intrator war im internationalen Transport, Handel, Energiesektor und Risikomanagement bei Cargill tätig, wo ihn seine bemerkenswerte Karriere bis zur Funktion des President und CEO von Cargill SA führte. Sein Fachwissen auf den Gebieten Energie, Logistik, Handel und Risikomanagement werden die Expertise des Vorstands in diesen Kernbereichen beträchtlich erweitern.

Generalversammlung

Die für den 14. Dezember 2022 angesetzte Generalversammlung 2021/22 wird dieses Jahr wieder als Präsenzveranstaltung für Aktionäre stattfinden. Einzelheiten sind auf der Website der Gruppe und in der Einladung zur Generalversammlung zu finden, die Mitte November 2022 versandt wird.

Weitere Angaben finden Sie in den folgenden Publikationen:Jahresbericht 2021/22) ([LINK](#))Kurzbericht 2021/22 Englisch ([LINK](#)) und Deutsch ([LINK](#))**Konferenz der Barry Callebaut Gruppe für Medien und Analysten**

Datum: Mittwoch, 2. November 2022, um 10:00–11:30 Uhr MEZ

Ort: SIX ConventionPoint, 8005 Zürich

Es handelt sich um eine physische Konferenz, die von Peter Boone, CEO, und 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):

| | |
|---------------------------------|-------------------|
| Generalversammlung 2021/22 | 14. Dezember 2022 |
| 3-Monats-Verkaufszahlen 2022/23 | 18. Januar 2023 |
| Halbjahresergebnis 2022/23 | 5. April 2023 |
| 9-Monats-Verkaufszahlen 2022/23 | 13. Juli 2023 |
| Jahresergebnis 2022/23 | 1. November 2023 |
| Generalversammlung 2022/23 | 6. Dezember 2023 |

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 8.1 Milliarden (EUR 7.8 Milliarden / USD 8.6 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, 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 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 die Medien:

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 nach Regionen/Produktgruppen

| für das Geschäftsjahr | | Veränderung in % | | 2021/22 | 2020/21 |
|--|----------|-------------------|---------|------------------|------------------|
| | | in Lokalwährungen | in CHF | | |
| Nach Regionen | | | | | |
| EMEA | | | | | |
| Verkaufsmenge | Tonnen | | 4.3 % | 1,040,018 | 997,324 |
| Umsatz | Mio. CHF | 13.9 % | 6.8 % | 3,341.0 | 3,128.5 |
| EBITDA | Mio. CHF | (11.7)% | (17.2)% | 351.4 | 424.4 |
| Betriebsgewinn (EBIT) | Mio. CHF | (15.6)% | (21.2)% | 267.2 | 339.2 |
| Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹¹ | Mio. CHF | 10.5 % | 3.7 % | 351.9 | 339.2 |
| Nord- und Südamerika | | | | | |
| Verkaufsmenge | Tonnen | | 6.4 % | 649,389 | 610,133 |
| Umsatz | Mio. CHF | 16.2 % | 19.7 % | 2,190.2 | 1,830.3 |
| EBITDA | Mio. CHF | 13.5 % | 16.9 % | 280.6 | 240.1 |
| Betriebsgewinn (EBIT) | Mio. CHF | 16.0 % | 19.8 % | 223.5 | 186.6 |
| Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹¹ | Mio. CHF | 14.8 % | 18.5 % | 221.0 | 186.6 |
| Asien-Pazifik | | | | | |
| Verkaufsmenge | Tonnen | | 15.8 % | 160,304 | 138,396 |
| Umsatz | Mio. CHF | 23.3 % | 23.4 % | 547.8 | 444.0 |
| EBITDA | Mio. CHF | 5.3 % | 6.0 % | 75.6 | 71.4 |
| Betriebsgewinn (EBIT) | Mio. CHF | 2.9 % | 3.8 % | 59.1 | 57.0 |
| Global Cocoa | | | | | |
| Verkaufsmenge | Tonnen | | 2.5 % | 456,970 | 445,719 |
| Umsatz | Mio. CHF | 12.0 % | 11.5 % | 2,012.9 | 1,804.8 |
| EBITDA | Mio. CHF | 13.4 % | 12.2 % | 175.7 | 156.6 |
| Betriebsgewinn (EBIT) | Mio. CHF | 19.7 % | 18.5 % | 102.5 | 86.5 |
| Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹¹ | Mio. CHF | 7.5 % | 5.8 % | 91.5 | 86.5 |
| Nach Produktgruppen | | | | | |
| Verkaufsmenge | Tonnen | | | 2,306,681 | 2,191,572 |
| Kakaoprodukte | Tonnen | | 2.5 % | 456,970 | 445,719 |
| Industrielle Produkte | Tonnen | | 3.2 % | 1,550,019 | 1,501,285 |
| Gourmet- & Spezialitätenprodukte | Tonnen | | 22.5 % | 299,692 | 244,568 |
| Umsatz | Mio. CHF | | | 8,091.9 | 7,207.6 |
| Kakaoprodukte | Mio. CHF | 12.0 % | 11.5 % | 2,012.9 | 1,804.8 |
| Industrielle Produkte | Mio. CHF | 12.1 % | 9.4 % | 4,684.4 | 4,281.1 |
| Gourmet- & Spezialitätenprodukte | Mio. CHF | 28.1 % | 24.3 % | 1,394.6 | 1,121.7 |

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

Kennzahlen der Gruppe¹²

| für das Geschäftsjahr | | Veränderung in % | | 2021/22 | 2020/21 |
|---|----------|-------------------|---------|-----------|-----------|
| | | in Lokalwährungen | in CHF | | |
| Konzernerfolgsrechnung | | | | | |
| Verkaufsmenge | Tonnen | | 5.3 % | 2,306,681 | 2,191,572 |
| Umsatz | Mio. CHF | 14.6 % | 12.3 % | 8,091.9 | 7,207.6 |
| Bruttogewinn | Mio. CHF | 8.4 % | 6.1 % | 1,217.2 | 1,147.2 |
| EBITDA | Mio. CHF | 1.5 % | (0.7)% | 789.4 | 795.2 |
| Betriebsgewinn (EBIT) | Mio. CHF | 0.1 % | (2.3)% | 553.5 | 566.7 |
| Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹³ | Mio. CHF | 13.5 % | 10.2 % | 624.7 | 566.7 |
| EBIT (wiederkehrend) / Umsatz ¹³ | % | | | 7.7 % | 7.9 % |
| EBIT (wiederkehrend) pro Tonne ¹³ | CHF | 7.8 % | 4.7 % | 270.8 | 258.6 |
| Konzerngewinn | Mio. CHF | (4.7)% | (6.1)% | 360.9 | 384.5 |
| Konzerngewinn (wiederkehrend) ¹³ | Mio. CHF | 14.1 % | 11.4 % | 428.5 | 384.5 |
| Freier Cashflow | Mio. CHF | | | 266.2 | 355.0 |
| Freier Cashflow angepasst ¹⁴ | Mio. CHF | | | 358.5 | 314.9 |
| Konzernbilanz | | | | | |
| Nettoumlaufvermögen | Mio. CHF | | 4.1 % | 1,293.1 | 1,241.8 |
| Anlagevermögen | Mio. CHF | | 0.8 % | 3,001.6 | 2,977.9 |
| Investitionen | Mio. CHF | | 0.2 % | 275.9 | 275.2 |
| Bilanzsumme | Mio. CHF | | 7.1 % | 7,760.9 | 7,244.0 |
| Nettoverschuldung | Mio. CHF | | (6.4)% | 1,199.0 | 1,281.3 |
| Nettoverschuldung angepasst | Mio. CHF | | (36.1)% | 349.8 | 547.4 |
| Eigenkapital | Mio. CHF | | 8.2 % | 2,902.0 | 2,682.9 |
| Quotienten | | | | | |
| Rendite auf investiertem Kapital (ROIC) | % | | | 11.5 % | 12.2 % |
| Rendite auf investiertem Kapital (ROIC) (wiederkehrend) ¹³ | % | | | 13.2 % | 12.2 % |
| Eigenkapitalrendite (ROE) | % | | | 12.4 % | 14.3 % |
| Eigenkapitalrendite (ROE) (wiederkehrend) ¹³ | % | | | 14.8 % | 14.3 % |
| Verschuldungsgrad | % | | | 41.3 % | 47.8 % |
| Zinsdeckungsgrad | | | | 6.5 | 7.8 |
| Nettoverschuldung / EBITDA (wiederkehrend) ¹³ | | | | 1.4 | 1.7 |
| Investitionen / Umsatz | % | | | 3.4 % | 3.8 % |
| Aktien | | | | | |
| Aktienkurs am Jahresende | CHF | | (14.1)% | 2,004 | 2,334 |
| Anzahl ausgegebener Aktien | | | | 5,488,858 | 5,488,858 |
| Börsenkapitalisierung am Jahresende | Mio. CHF | | (14.1)% | 10,999.7 | 12,811.0 |
| EBIT (wiederkehrend) pro Aktie | CHF | | 10.2 % | 114.0 | 103.4 |
| Unverwässerter Gewinn pro Aktie | CHF | | (6.0)% | 65.8 | 70.0 |
| Freier Cashflow pro Aktie | CHF | | | 48.6 | 64.8 |
| Ausschüttung pro Aktie | CHF | | 0.0 % | 28.0 | 28.0 |
| Ausschüttungsquote | % | | | 43 % | 40 % |
| Kurs-Gewinn-Verhältnis am Jahresende | | | | 30.4 | 33.3 |
| Übrige | | | | | |
| Mitarbeitende | | | 5.0 % | 13,418 | 12,783 |

¹² Nicht durch IFRS definierte Kennzahlen sind unter Alternative Performance Measures im Geschäftsbericht 2021/22 auf Seite 175 definiert.

¹³ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 10.

¹⁴ 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 eine Aufschlüsselung einmaliger Posten und ihre Auswirkungen auf die Leistungskennzahlen der Gruppe.

für das Geschäftsjahr 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 |
| Brasilianische indirekte Steuergutschriften | | 2.5 | | 11.0 | 13.5 |
| Einmaliger Nettoeffekt im Zusammenhang mit dem Salmonellenvorfall im Werk Wieze, Belgien | (76.9) | | | | (76.9) |
| Kosten im Zusammenhang mit der Schliessung der Schokoladenfabrik in Moreton, GB | (7.8) | | | | (7.8) |
| EBITDA (wiederkehrend) | 436.1 | 278.1 | 75.6 | 164.7 | 860.6 |
| Betriebsgewinn (EBIT) | 267.2 | 223.5 | 59.1 | 102.5 | 553.5 |
| Brasilianische indirekte Steuergutschriften | | 2.5 | | 11.0 | 13.5 |
| Einmaliger Nettoeffekt im Zusammenhang mit dem Salmonellenvorfall im Werk Wieze, Belgien | (76.9) | | | | (76.9) |
| Kosten im Zusammenhang mit der Schliessung der Schokoladenfabrik in Moreton, GB | (7.8) | | | | (7.8) |
| Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) | 351.9 | 221.0 | 59.1 | 91.5 | 624.7 |
| Konzerngewinn | | | | | 360.9 |
| Brasilianische indirekte Steuergutschriften (inkl. finanzieller Posten) | | | | | 14.9 |
| Einmaliger Nettoeffekt im Zusammenhang mit dem Salmonellenvorfall im Werk Wieze, Belgien | | | | | (76.9) |
| Kosten im Zusammenhang mit der Schliessung der Schokoladenfabrik in Moreton, GB | | | | | (7.8) |
| Steuereffekt einmaliger Posten | | | | | 2.2 |
| Konzerngewinn (wiederkehrend) | | | | | 428.5 |