

Medienmitteilung

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

Barry Callebaut Gruppe – Jahresergebnis, Geschäftsjahr 2023/24

Barry Callebaut meistert beispiellose Marktlage und bleibt mit BC Next Level auf Kurs

- **Barry Callebaut beweist Resilienz mit leicht positivem Volumen im Bereich Global Chocolate und mit stabilem Volumen im Geschäftsjahr 23/24, trotz herausforderndem Marktumfeld und deutlich verschärften Massnahmen zur Sicherung von Qualität und Lebensmittelsicherheit**
- **Umsatz +28.1 % in Lokalwährungen (+22.6 % in CHF) steigt auf CHF 10.4 Mrd., ein Haupttreiber waren höhere Kakaobohnenpreise**
- **Wiederkehrender¹ Betriebsgewinn (EBIT) um +12.7 % in Lokalwährungen (+6.8 % in CHF) auf CHF 704.4 Mio. gewachsen**
- **Freier Cashflow von CHF -2,330.7 Mio., operative Verbesserungen wurden durch den Anstieg der Lagerbestände um CHF 2,696.7 Mio. aufgrund der höheren Kakaobohnenpreise mehr als eliminiert**
- **Wichtige Meilensteine im ersten Jahr des strategischen Investitionsprogramms BC Next Level wurden erreicht**
- **Dividendenantrag von CHF 29.00 pro Aktie, wie im vorherigen Geschäftsjahr**
- **Ausblick auf das Geschäftsjahr 24/25: konstantes Volumen in einem herausfordernden Marktumfeld mit leicht positivem Wachstum bei Global Chocolate; zweistelliges Wachstum des wiederkehrenden EBIT (bei konstanten Währungen)**

Zürich/Schweiz, 6. November 2024 – Peter Feld, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: "Ich möchte dem gesamten Team von Barry Callebaut für die grossartige Arbeit und das Engagement in diesem besonderen Jahr danken. Unsere Jahresergebnisse sind ein klarer Beweis für die Widerstandsfähigkeit unseres Geschäftsmodells. Wir sahen uns mit beispiellosen Herausforderungen am Markt konfrontiert, haben aber unser strategisches Investitionsprogramm BC Next Level weiter konsequent umgesetzt mit dem Ziel, unseren Kundenservice weiter zu verbessern und die internen Prozesse zu optimieren. Gleichzeitig fokussieren wir uns mit höchster Priorität auf die Themen, die für unsere Kunden am wichtigsten sind. Wir haben bereits vieles verbessert, um die Performance von Barry Callebaut deutlich zu steigern. Wir rechnen kurzfristig weiterhin mit Herausforderungen bei der Kakaobeschaffung und damit verbundene Auswirkungen auf die Märkte. Trotzdem konzentrieren wir uns weiter auf die Umsetzung unserer BC Next Level-Investitionen, damit wir unser volles Potenzial ausschöpfen und unseren Kunden die weltweit besten Schokoladenlösungen bieten können."

Kennzahlen der Gruppe

für das Geschäftsjahr		Veränderung in %		2023/24	2022/23
		in Lokalwährungen	in CHF		
Verkaufsmenge	Tonnen		0.0 %	2,279,811	2,280,925
Umsatz	Mio. CHF	28.1 %	22.6 %	10,386.3	8,470.5
Bruttogewinn	Mio. CHF	7.7 %	2.5 %	1,382.3	1,348.5
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(26.8) %	(32.3) %	446.1	659.4
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹	Mio. CHF	12.7 %	6.8 %	704.4	659.4
EBIT (wiederkehrend) ¹ pro Tonne	CHF	12.7 %	6.9 %	309.0	289.1
Konzerngewinn	Mio. CHF	(53.5) %	(56.9) %	190.9	443.1
Konzerngewinn (wiederkehrend) ¹	Mio. CHF	(2.0) %	(5.8) %	417.5	443.1
Freier Cashflow	Mio. CHF			(2,330.7)	113.0
Freier Cashflow angepasst ²	Mio. CHF			(874.6)	251.8

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 Bestände (RMI) ansieht.

Barry Callebaut Gruppe – Gesamtjahresergebnis, Geschäftsjahr 2023/24

Die Barry Callebaut Gruppe verzeichnete im Geschäftsjahr 2023/24 (per 31. August 2024) eine **Verkaufsmenge** von 2,279,811 Tonnen (0.0% gegenüber dem Vorjahr). Die Verkaufsmenge ging im vierten Quartal um -1.2 % zurück, weil Kunden des Gourmet-Geschäfts teilweise zeitlich versetzt ihre Einkäufe tätigten und die Fabrik in Toluca, Mexiko, präventiv vorübergehend geschlossen wurde.

Global Chocolate erzielte im Geschäftsjahr 2023/24 ein Volumenwachstum von +0.3 % und lag damit über dem laut Nielsen insgesamt rückläufigen Markt für Schokoladen und Süßwaren (-1.1 %)³. Das Volumen bei den Lebensmittelherstellern (-1.5 %) wurde durch die niedrige Nachfrage grosser globaler Kunden beeinträchtigt, was teilweise durch die robusten Verkäufe bei den Private-Label-Kunden ausgeglichen wurde. Das Volumen im Gourmet-Geschäft stieg um +9.8 %, mit einer starken Leistung in allen Regionen und Marktsegmenten.

Wachstumstreiber von Global Chocolate war die Region Asien-Pazifik, Mittlerer Osten und Afrika (+5.2 %), die in der zweiten Jahreshälfte zweistellig wuchs. Grund dafür waren das anhaltend starke Wachstum in Indien und die bessere Performance in Indonesien. Das Volumen in Westeuropa (+0.8 %) war solide, weil das wachsende Gourmet-Geschäft die schwächere Nachfrage bei den Lebensmittelherstellern ausgleichen konnte. Dank eines starken Geschäfts in Brasilien, vor allem bei Gourmet-Kunden, wuchs das Verkaufsvolumen in Lateinamerika um +7.2 %. In Mittel- und Osteuropa (-1.2 %) verzeichnete Barry Callebaut ein geringeres Volumen, welches durch einige grossen globalen und regionalen Kunden ausgelöst wurde. In Nordamerika ging das Volumen um -1.8 % zurück, was auf die schwächere Nachfrage bei grossen globalen Lebensmittelherstellern zurückzuführen ist. Bei regionalen Lebensmittelherstellern und im Gourmet-Bereich lief das Geschäft weiterhin gut.

Aufgrund der signifikant angestiegenen Kakaobohnenpreise sank die Verkaufsmenge von **Global Cocoa** um -1.4 %. Der Verkauf von Kakaobutter und Kakaomasse wurde durch Lieferengpässe beeinträchtigt. Die Nachfrage nach Kakaopulver blieb robust, insbesondere in Indien und Indonesien.

Der **Umsatz** wuchs um +28.1 % in Lokalwährungen (+22.6 % in CHF) auf CHF 10,386.3 Mio. Grund dafür ist der signifikante Anstieg der Kakaobohnenpreise, dem Barry Callebaut für den Grossteil des Geschäfts mit ihrem Kosten-Plus-Preismodell begegnete.

Der **Bruttogewinn** belief sich dank des Kosten-Plus-Preismodells und des Produktmix auf CHF 1,382.3 Mio. und stieg damit um +7.7 % in Lokalwährungen (+2.5 % in CHF).

Der wiederkehrende⁴ Betriebsgewinn (EBIT) lag bei CHF 704.4 Mio., was einem Anstieg von +12.7 % in Lokalwährungen (+6.8 % in CHF) entspricht. Der starke Anstieg widerspiegelt die Weitergabe höherer Finanzierungskosten durch das Kosten-Plus-Preismodell, welche unterhalb des EBIT ausgewiesen werden. Zudem wirken sich der Mix und erste Kosteneinsparungen von BC Next Level positiv aus. Im Laufe des Jahres führten vorbeugende Massnahmen zur Sicherstellung des Kundenservice sowie strengere Testverfahren und Qualitätskontrollen zu höheren Kosten. Der **wiederkehrende⁴ EBIT für Global Chocolate** lag bei CHF 725.5 Mio. und wächst damit um +14.3 % in Lokalwährungen (+7.6 % in CHF). Das unterstreicht die Stärke des Kosten-Plus-Preismodells der Gruppe. **Der wiederkehrende⁴ EBIT für Global Cocoa** belief sich auf CHF 100.7 Mio. und ging damit um -3.2 % in Lokalwährungen (-6.0 % in CHF) zurück. Dies ist auf geringere Mengen in einem von

³ Quelle: Nielsen-Volumenwachstum ohne E-Commerce – 26 Länder, September 2023 bis August 2024, Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wider.

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

Lieferengpässen geprägten Markt sowie auf höhere Finanzierungs- und Haltekosten und Kosten für das Rollen von Derivaten zurückzuführen. Das Segment **Corporate** verzeichnete einen **wiederkehrenden⁵ EBIT** von CHF -121.8 Mio., mit einem Rückgang von -7.9 % in Lokalwährungen (0.3 % in CHF). Der wiederkehrende⁵ EBIT pro Tonne lag bei CHF 309, und stieg damit um +12.7 % in Lokalwährungen (+6.9 % in CHF).

Der **ausgewiesene Betriebsgewinn (EBIT)** belief sich auf CHF 446.1 Mio. im Vergleich zu CHF 659.4 Mio. im Vorjahr. Dieser Rückgang ist auf einmalige Ausgaben in Höhe von CHF 264.5 Mio. für BC Next Level zurückzuführen. Davon entfallen 171.4 Mio. CHF auf zahlungswirksame einmalige BC Next Level Programm- und Restrukturierungskosten. Die restlichen 93.1 Mio. CHF betreffen nicht zahlungswirksame Wertminderungen und Abschreibungen im Zusammenhang mit Standortschliessungen.

Der **wiederkehrende⁵ Konzerngewinn** belief sich auf CHF 417.5 Mio. und ging damit um -2.0 % in Lokalwährungen (-5.8 % in CHF) zurück. Das Ergebnis wurde durch den längeren Preiszyklus im Gourmet-Geschäft beeinträchtigt, um die gestiegenen Kosten vollständig an die Kunden weiterzugeben, sowie von einem Anstieg der Qualitätskosten. Die Nettofinanzierungskosten stiegen deutlich auf CHF -207.3 Mio., verglichen mit CHF -124.1 Mio. im Vorjahr. Der Hauptgrund dafür ist die höhere Verschuldung aufgrund des Preisanstiegs bei Kakaobohnen. Auf wiederkehrender⁵ Basis sank der Steueraufwand auf CHF 74.8 Mio., verglichen mit CHF 92.1 Mio. im Vorjahr. Dies entspricht einem effektiven Steuersatz von 15.2 % (17.2 % im Vorjahr). Der Rückgang des effektiven Steuersatzes auf wiederkehrender Basis ist hauptsächlich auf eine etwas günstigere Zusammensetzung des Gewinns vor Steuern und den positiven Effekt der Schweizer Unternehmenssteuerreform zurückzuführen, die am 1. Januar 2020 eingeführt wurde.

Der **ausgewiesene Konzerngewinn** nach Abzug der einmaligen BC Next Level-Kosten betrug CHF 190.9 Mio.

Das **Nettoumlaufvermögen** stieg auf CHF 3,808.0 Mio., verglichen mit CHF 1,466.2 Mio. im Vorjahr. Der Anstieg war ausschliesslich auf die erheblichen negativen Auswirkungen der gestiegenen Kakaobohnenpreise zurückzuführen, sowie auf eine deutliche Erhöhung der von den Terminbörsen geforderten Initial Margins aufgrund des volatilen Umfelds.

Der **freie Cashflow** sank von CHF 113.0 Mio. im Vorjahr auf nunmehr CHF -2,330.7 Mio. Operative Verbesserungen durch Massnahmen zur besseren Planung und höheren operativen Exzellenz führten zu einer verkürzten Cash Conversion. Diese positiven Effekte wurden durch den erheblichen Anstieg des Nettoumlaufvermögens aufgrund der Kakaobohnenpreise sowie durch die BC Next Level-Investitionen aber mehr als eliminiert.

Die **Nettoverschuldung** stieg auf CHF 3,818.0 Mio., verglichen mit CHF 1,308.7 Mio. im Vorjahreszeitraum. Die Erhöhung ist hauptsächlich auf den Anstieg des Wertes der Lagerbestände um CHF 2,696.7 Mio. aufgrund der gestiegenen Kakaobohnenpreise zurückzuführen.

Fortschritte bei BC Next Level

Mit seinem strategischen Investitionsprogramm BC Next Level schöpft Barry Callebaut sein volles Potenzial aus und stärkt die führende Position im Markt für Schokoladen und Süsswaren. Das Programm bringt Barry Callebaut näher an die Kunden und Absatzmärkte und legt den Fokus auf Vereinfachung und Digitalisierung.

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

Im Geschäftsjahr 2023/24 wurden wichtige Fortschritte bei den BC Next Level-Initiativen erzielt, sodass die Umsetzung weiterhin nach Plan verläuft. Um die Standardisierung und Digitalisierung weiter voranzutreiben, zentralisiert Barry Callebaut alle unterstützenden Funktionen und richtet zwei zusätzliche Global Business Service (GBS) Center in Monterrey (Mexiko) und Hyderabad (Indien) ein. Die Optimierung des Produktionsnetzwerks der Gruppe ist in vollem Gange, und die Standortschliessungen in Norderstedt (Deutschland) und Port Klang (Malaysia) sind vollendet. In Intra (Italien) wurden anfangs September die Pläne für eine Schliessung angekündigt und die Verhandlungen mit den Sozialpartnern laufen. In Deutschland (Norderstedt und Hamburg), Frankreich, Polen, den Niederlanden und Malaysia (Port Klang) wurden Sozialpläne vereinbart. Erhebliche Fortschritte konnten zudem bei der Vereinfachung des Portfolios erzielt werden, wobei bereits rund 25 % der angestrebten 30 % Lagerhaltungseinheiten (stock-keeping units, SKU) eingestellt wurden. Das neue Barry Callebaut Operating System (BCOS) wurde implementiert, um die Betriebsabläufe in den Fabriken zu standardisieren und Prozesse weltweit zu vernetzen. Dabei wurden klare KPIs für alle Fabriken festgelegt. In den Bereichen Qualität und Lebensmittelsicherheit wurden neue entscheidende operative Massnahmen getroffen. Zu diesen Verschärfungen in der Qualitätskontrolle gehören unter anderem die Einführung einer rigorosen Produktfreigabe und Investitionen in die Qualitätsinfrastruktur und Testkapazitäten. Barry Callebaut plant in der AMEA-Region die Eröffnung eines Kompetenzzentrums für Compound und Künstliche Intelligenz (KI) im strategischen Knotenpunkt Singapur, um Innovationen für die gesamte Branche zu fördern. Die Weiterentwicklung von Compound-Schokoladenanwendungen sowie die Förderung der digitalen Transformation stehen dabei besonders im Fokus. Erhebliche Fortschritte wurden bei der konsequenten Umsetzung der nahtlosen Rückverfolgbarkeit erzielt, wodurch die führende Position der Gruppe im Bereich Nachhaltigkeit weiter gestärkt wurde.

Wie bereits angekündigt, sieht BC Next Level Nettoinvestitionen von 500 Mio. CHF in Bereichen vor, die für die Kunden besonders relevant sind. Gleichzeitig sind Kosteneinsparungen in Höhe von 250 Mio. CHF geplant, von denen voraussichtlich 75 % vollständig ergebniswirksam sein sollen.

Umsetzung langfristiger strategischer Wachstumsprioritäten

Mit dem strategischen Investitionsprogramm BC Next Level schöpft die Gruppe ihr volles Potenzial aus und will ihre führende Position auf dem Markt für Schokoladenzutaten weiter ausbauen. Dabei verfolgt sie vier strategische Wachstumsprioritäten, die bereits im Geschäftsjahr 2023/24 zu den Resultaten beigetragen haben:

- **Verstärkte Outsourcing-Partnerschaften mit Kunden:** Durch neue Outsourcing-Verträge und Partnerschaften konnte die Gruppe im Geschäftsjahr ihr Jahresvolumen um rund 35.000 Tonnen steigern. Dazu gehörten eine wichtige Partnerschaft mit einem neuen Kunden in Nordamerika und mit einem bedeutenden Speiseeiskunden in Europa.
- **Gourmet 2.0:** Gourmet verzeichnete im Geschäftsjahr 2023/24 ein Volumenwachstum von +9.8 %, mit einer starken Nachfrage in allen Regionen und Marktsegmenten. Das Unternehmen konnte Marktanteile zurückgewinnen und profitierte von den ersten umgesetzten strategischen Massnahmen.
- **Erweiterung des Angebots an Spezialitäten-Schokolade:** Im Laufe des Jahres hat die Gruppe wichtige strategische Schritte unternommen, um das Spezialitätengeschäft deutlich auszubauen. Der Bereich wurde nach einer tiefgehenden Analyse neu ausgerichtet. Der Fokus liegt nun auf einem erfolgreichen Portfolio, mit dem Barry Callebaut weiterhin als vertrauenswürdiger Berater für seine Kunden agieren kann.

- **Erreichen eines «angemessenen» Marktanteils in der Region AMEA (Asien-Pazifik, Mittlerer Osten und Afrika):** Die AMEA-Region verzeichnete ein Volumenwachstum von +5.2 %, mit einem starken zweistelligen Wachstum in Indien, dem Mittleren Osten und Afrika. Innerhalb der AMEA-Region verzeichnete das Gourmet-Geschäft ein starkes Wachstum, unterstützt durch die kontinuierliche Erweiterung des Portfolios auf neue Märkte und die Verbesserung des Vertriebsnetzes. Auf diese Weise wurde ein zielgerichteter Marktzugang sichergestellt. Verstärkte Investitionen in kundenorientierte Funktionen ermöglichten es zudem, den bestehenden Kundenstamm zu erweitern und neue Kundensegmente zu erschließen.

Ausblick

Im Geschäftsjahr 2024/2025 erwartet Barry Callebaut, seinen Marktanteil in einem herausfordernden Marktumfeld zu behaupten. Es bleibt jedoch unsicher, wie sich die kakaobedingten Preiserhöhungen auf die kurzfristige Nachfrage auswirken werden. Vor diesem Hintergrund erwartet Barry Callebaut ein gleichbleibendes Volumen mit einem leicht positiven Wachstum für Global Chocolate sowie ein zweistelliges Wachstum des wiederkehrenden EBIT bei konstanten Währungen.

Barry Callebaut bestätigt zudem, dass das Unternehmen nach der Übergangsphase von BC Next Level ab dem Geschäftsjahr 2025/26 langfristig ein niedriges bis mittleres einstelliges Volumenwachstum und ein mittleres bis hohes einstelliges EBIT-Wachstum anstrebt.

Preisentwicklungen bei den wichtigsten Rohstoffen

Im Geschäftsjahr 2023/24 schwankten die Terminmarktpreise⁶ für **Kakaobohnen** zwischen GBP 2,869 und GBP 9,835 pro Tonne und schlossen am 31. August 2024 bei GBP 5,332 pro Tonne. Im Durchschnitt stiegen die Kakaobohnenpreise im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um +131 %. Das Geschäftsjahr war durch das Auftreten eines erheblichen Defizits für das Erntejahr 2023/24 und damit einer geringen Verfügbarkeit von Kakaobohnen gekennzeichnet. Diese grundlegende Versorgungslücke in Verbindung mit einer anhaltend tieferen Marktbeteiligung (und der daraus resultierenden geringen Liquidität) führte zu einer erheblichen Volatilität und Intraday-Preisschwankungen.

Der Weltmarktpreis für **Zucker** lag im Durchschnitt um +4 % höher als im Vorjahreszeitraum, was auf die geringere Zuckerproduktion in zwei wichtigen Exportländern, Indien und Thailand, zurückzuführen ist. Dies lag an der Beeinträchtigung des Zuckerrohranbau 2023 durch El Niño. In Europa lagen die Zuckerpreise im Durchschnitt um 32 % niedriger. Dies lag an den angekündigten Flächenzuwächsen bei Zuckerrüben für die Kampagne 2024/25, dem höheren Inlandsangebot in Verbindung mit den angezogenen ukrainischen Exporten im Zeitraum 2023/24 und den niedrigeren Energiepreisen.

Die Preise für **Milchprodukte** sanken im Vergleich zum Vorjahr um durchschnittlich 10 % aufgrund der hohen Inflation im vergangenen Jahr. Im Laufe des Geschäftsjahres stiegen die Preise für Milchprodukte jedoch stetig an, da das Milchangebot in den meisten wichtigen Exportregionen knapp war und die Nachfrage auf hohem Niveau stabil blieb.

⁶ Quelle: Preise am Londoner Terminmarkt für sogenannte «2nd position»-Preise, September 2023 bis August 2024. 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 den Aktionären anlässlich der virtuellen Generalversammlung am 4. Dezember 2024 eine Ausschüttung von CHF 29.00 pro Aktie vor. Dies entspricht der ursprünglichen Ankündigung der Gruppe, dass die Dividende pro Aktie während der Übergangsphase von BC Next Level nicht unter dem Niveau des Geschäftsjahres 2022/23 liegen wird. Die Dividende wird den Aktionären, vorbehaltlich der Genehmigung durch die Generalversammlung, am oder um den 9. Januar 2025 ausgezahlt.

Verwaltungsrat

Antoine de Saint-Affrique, Mitglied des Verwaltungsrates seit 2021, Tim E. Minges, Mitglied des Verwaltungsrates seit 2013, und Yen Yen Tan, Mitglied des Verwaltungsrates seit 2020, werden sich an der Generalversammlung am 4. Dezember 2024 nicht mehr zur Wiederwahl stellen. Der Verwaltungsrat möchte Antoine de Saint-Affrique, Tim E. Minges und Yen Yen Tan seinen aufrichtigen Dank für ihre wertvollen Beiträge im Verwaltungsrat aussprechen.

Alle weiteren Verwaltungsratsmitglieder stellen sich für eine weitere Amtszeit von einem Jahr zur Wiederwahl.

Der Verwaltungsrat schlägt vor, Barbara Richmond, britische Staatsbürgerin, und Aruna Jayanthi, indische Staatsbürgerin, als neue Mitglieder des Verwaltungsrates zu wählen.

Barbara Richmond bringt umfassende Kenntnisse in den Bereichen Finanzen und Strategie mit, die sie als Finanzchefin verschiedener Unternehmen erworben hat. Derzeit ist sie CFO von Redrow, einem führenden britischen Bauunternehmen, und Direktorin für Group Integration and Synergies bei Baratt Redow. Barbara Richmond verfügt zudem über umfangreiche Erfahrung in Verwaltungsräten, unter anderem im Verwaltungsrat der Lonza Group, einem weltweit führenden Hersteller von Gesundheitsprodukten mit Sitz in der Schweiz, wo sie auch den Vorsitz des Prüfungs- und Compliance-Ausschusses innehat.

Aruna Jayanthi ist eine erfahrene Führungskraft in der globalen Beratungsbranche, mit verschiedenen vormaligen Spitzenpositionen bei Capgemini, darunter CEO Indien und CEO von Asien-Pazifik und Lateinamerika. Derzeit leitet sie die Geschäfte von Capgemini in Kanada und Lateinamerika und ist Mitglied des Führungsgremiums von Capgemini. Aruna Jayanthi war ausserdem unabhängiges Mitglied im Aufsichtsrat der Michelin-Gruppe, wo sie zusätzlich im Prüfungsausschuss tätig ist.

Weitere Angaben finden Sie in den folgenden Publikationen:

Annual Report 2023/24 (Englisch; PDF)

Annual Social and Environmental Impact Report 2023/24 (Englisch; PDF)

Report on non-financial matters pursuant to art. 964a et seq. of Swiss Code of Obligations 2023/24 (Englisch; PDF)

Abrufbar unter folgendem Link auf der Website von Barry Callebaut: www.barry-callebaut.com/en/about-us/investors/results-presentations

Jahresergebnis der Barry Callebaut Gruppe

Datum: Mittwoch, 6. November 2024, um 10:30-12:00 Uhr MEZ

Ort: SIX Convention Point, Pfingstweidstrasse 110, 8005 Zürich

Es handelt sich um eine physische Konferenz für Analysten und Investoren, die von Peter Feld, CEO, und Peter Vanneste, CFO, geleitet wird und auch per Telefon oder Webcast verfolgt werden kann. Die Einwahl- und Zugangsdaten finden Sie [hier](#).

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

Generalversammlung 2023/24	4. Dezember 2024
3-Monats-Verkaufszahlen 2024/25	22. Januar 2025
Halbjahresergebnis 2024/25	10. April 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®](#), [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](#)

 [X](#)

 [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:

Sophie Lang

Head of Investor Relations

Telefon: +41 79 275 83 95

investorrelations@barry-callebaut.com

Kennzahlen nach Segmenten / Produktgruppen / Verkaufsgruppe

für das Geschäftsjahr		Veränderung in %		2023/24	2022/23 ⁸
		in Lokalwährungen	in CHF		
Nach Segmenten					
Global Chocolate					
Verkaufsmenge	Tonnen		0.3 %	1,818,294	1,813,051
Umsatz	Mio. CHF	22.2 %	16.8 %	7,540.5	6,456.2
EBITDA (wiederkehrend) ⁷	Mio. CHF	12.9 %	6.8 %	890.6	834.1
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(3.1) %	(9.7) %	608.8	674.5
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ⁷	Mio. CHF	14.3 %	7.6 %	725.5	674.5
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		(1.4) %	461,517	467,874
Umsatz	Mio. CHF	46.9 %	41.3 %	2,845.8	2,014.3
EBITDA (wiederkehrend) ⁷	Mio. CHF	1.1 %	(1.8) %	177.1	180.4
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(74.7) %	(76.5) %	25.2	107.1
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ⁷	Mio. CHF	(3.2) %	(6.0) %	100.7	107.1
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge					
	Tonnen			2,279,811	2,280,924
Kakaoprodukte	Tonnen		(1.4) %	461,517	467,874
Industrielle Produkte	Tonnen		(1.5) %	1,508,701	1,531,050
Gourmet	Tonnen		9.8 %	309,593	282,001
Umsatz					
	Mio. CHF			10,386.3	8,470.5
Kakaoprodukte	Mio. CHF	46.9 %	41.3 %	2,845.8	2,014.3
Industrielle Produkte	Mio. CHF	20.9 %	15.7 %	5,854.4	5,060.1
Gourmet	Mio. CHF	27.1 %	20.8 %	1,686.1	1,396.1
Nach Verkaufsgruppe					
Verkaufsmenge					
Westeuropa	Tonnen		0.8 %	727,844	721,736
Mittel - und Osteuropa	Tonnen		(1.2) %	295,309	298,944
Nordamerika	Tonnen		(1.8) %	554,190	564,348
Lateinamerika	Tonnen		7.2 %	59,381	55,399
Asien, Naher Osten und Afrika	Tonnen		5.2 %	181,570	172,624
Global Chocolate					
	Tonnen		0.3 %	1,818,294	1,813,051
Global Cocoa					
	Tonnen		(1.4) %	461,517	467,874
Umsatz					
Westeuropa	Mio. CHF	23.4 %	20.8 %	3,143.9	2,603.3
Mittel - und Osteuropa	Mio. CHF	40.1 %	24.9 %	1,274.5	1,020.2
Nordamerika	Mio. CHF	14.5 %	10.8 %	2,269.7	2,048.2
Lateinamerika	Mio. CHF	14.7 %	7.9 %	203.6	188.6
Asien, Naher Osten und Afrika	Mio. CHF	15.4 %	8.9 %	648.8	595.9
Global Chocolate					
	Mio. CHF	22.2 %	16.8 %	7,540.5	6,456.2
Global Cocoa					
	Mio. CHF	46.9 %	41.3 %	2,845.8	2,014.3

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

⁸ Die Vorjahreszahlen wurden angepasst, siehe "Note 1" auf Seite 34 des Geschäftsberichts 2023/24 für Details.

Kennzahlen der Gruppe⁹

für das Geschäftsjahr		Veränderung in %		2023/24	2022/23
		in Lokalwährungen	in CHF		
Konzernerfolgsrechnung					
Verkaufsmenge	Tonnen		0.0 %	2,279,811	2,280,925
Umsatz	Mio. CHF	28.1 %	22.6 %	10,386.3	8,470.5
Bruttogewinn	Mio. CHF	7.7 %	2.5 %	1,382.3	1,348.5
EBITDA (wiederkehrend) ¹⁰	Mio. CHF	11.2 %	5.9 %	950.5	897.3
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(26.8) %	(32.3) %	446.1	659.4
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹⁰	Mio. CHF	12.7 %	6.8 %	704.4	659.4
EBIT (wiederkehrend) ¹⁰ / Umsatz	%			6.8 %	7.8 %
EBIT (wiederkehrend) ¹⁰ pro Tonne	CHF	12.7 %	6.9 %	309.0	289.1
Konzerngewinn	Mio. CHF	(53.5) %	(56.9) %	190.9	443.1
Konzerngewinn (wiederkehrend) ¹⁰	Mio. CHF	(2.0) %	(5.8) %	417.5	443.1
Freier Cashflow	Mio. CHF			(2,330.7)	113.0
Freier Cashflow angepasst ¹¹	Mio. CHF			(874.6)	251.8
Konzernbilanz					
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF		159.7 %	3,808.0	1,466.2
Anlagevermögen	Mio. CHF		2.3 %	2,979.4	2,911.0
Investitionen	Mio. CHF		18.2 %	285.1	241.2
Bilanzsumme	Mio. CHF		79.8 %	15,159.3	8,432.7
Nettoverschuldung	Mio. CHF		191.7 %	3,818.0	1,308.7
Nettoverschuldung angepasst ¹¹	Mio. CHF		2633.4 %	1,123.7	41.1
Eigenkapital	Mio. CHF		(2.0) %	2,839.4	2,896.1
Quotienten					
Rendite auf investiertem Kapital (ROIC)	%			6.6 %	13.1 %
Rendite auf investiertem Kapital (ROIC, wiederkehrend) ¹⁰	%			11.0 %	13.1 %
Eigenkapitalrendite (ROE)	%			6.7 %	15.3 %
Eigenkapitalrendite (ROE, wiederkehrend) ¹⁰	%			14.7 %	15.3 %
Zinsdeckungsgrad				3.3	7.2
Nettoverschuldungsgrad	%			134.5 %	45.2 %
Nettoverschuldungsgrad angepasst ¹¹	%			39.6 %	1.4 %
Nettoverschuldung / EBITDA (wiederkehrend) ¹⁰				2.7	1.4
Nettoverschuldung angepasst ¹¹ / EBITDA (wiederkehrend) ¹⁰				0.6	0.2
Investitionen / Umsatz	%			2.7 %	2.8 %
Aktien					
Aktienkurs am Jahresende	CHF		(10.8) %	1,376	1,542
Anzahl ausgegebener Aktien				5,488,858	5,488,858
Börsenkapitalisierung am Jahresende	Mio. CHF		(10.8) %	7,552.7	8,463.8
EBIT (wiederkehrend) ¹⁰ pro Aktie	CHF		6.9 %	128.6	120.3
Unverwässerter Gewinn (wiederkehrend) ¹⁰ pro Aktie	CHF		(6.2) %	76.0	81.0
Freier Cashflow pro Aktie	CHF			(425.4)	20.6
Ausschüttung pro Aktie	CHF		0.0 %	29.0	29.0
Ausschüttungsquote	%			83 %	36 %
Kurs-Gewinn-Verhältnis am Jahresende				39.7	19.0
Übrige					
Mitarbeitende			(2.4) %	13,423	13,754

⁹ Nicht durch IFRS definierte Kennzahlen sind unter Alternative Performance Measures im Geschäftsbericht 2023/24 auf Seite 148 definiert.

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

¹¹ Freier Cashflow und Nettoverschuldung angepasst um den 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 2023/24 und ihre Auswirkungen auf die alternativen Leistungskennzahlen (APM) der Gruppe. Im Geschäftsjahr 2022/23 sind keine einmaligen Posten angefallen.

2023/24 in Mio. CHF	Global Chocolate	Global Cocoa	Group (inkl. Corporate)
EBITDA	773.9	101.6	692.2
Einmalige Posten:	116.7	75.5	258.3
Indirekte Steuergutschriften Brasilien ¹²	(1.0)	(5.2)	(6.2)
BC Next Level Kosten ¹³	117.7	80.7	264.5
EBITDA (wiederkehrend)	890.6	177.1	950.5
Betriebsgewinn (EBIT)	608.8	25.2	446.1
Einmalige Posten (siehe oben für Details)	116.7	75.5	258.3
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend)	725.5	100.7	704.4
Konzerngewinn			190.9
Einmalige Posten inkl. Zinsen und Steuern			226.6
Einmalige Posten vor Zinsen und Steuern (siehe oben für Details)			258.3
Zinsertrag bzgl. brasilianischer indirekter Steuergutschriften			(4.9)
Steuereffekt auf einmalige Posten			(26.8)
Konzerngewinn (wiederkehrend)			417.5

¹² Hauptsächlich ausgewiesen als "Other income" (CHF 5.8 Mio.), ohne Zinserträge in Höhe von CHF 4.9 Mio., welche als "Finance income" ausgewiesen sind.

¹³ Davon sind CHF 4.2 Mio. Abwertung von Vorräten, die als "Cost of goods sold" ausgewiesen werden, CHF 61.0 Mio. Programmkosten für BC Next Level, "General and administration expenses", und CHF 199.3 Mio. BC Next Level-Kosten unter "Other expense". Nähere Informationen finden Sie in Note 1.3 des Geschäftsberichts 2023/24.