BARRY CALLEBAUT

Kurzbericht

2019/20

Wir sind
Herz und Motor
der Kakao- und
Schokoladenindustrie

Barry Callebaut ist der weltweit führende Hersteller von Schokoladen- und Kakaoprodukten, von der Rohstoff-beschaffung bis zur Herstellung feinster Produkte.

Online-Version des Geschäftsberichts unter:
barry-callebaut.com/annual-report

Kennzahlen

für das Geschäftsjahr		Veränderung % Pro-forma in Lokalwährungen	Veränderung % Pro-forma in CHF	2019/20	2018/19 Pro-forma (IFRS 16)[1]
Verkaufsmenge	Tonnen		(2.0%)	2,095,982	2,139,758
Umsatz	Mio. CHF	(0.4%)	(5.7%)	6,893.1	7,309.0
Bruttogewinn	Mio. CHF	(6.8%)	(11.3%)	1,063.7	1,198.7
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(15.1%)	(19.8%)	483.2	602.7
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend)[2]	Mio. CHF	(13.8%)	(18.5%)	491.0	602.7
EBIT (wiederkehrend)[2] pro Tonne	CHF	(12.0%)	(16.8%)	234.2	281.7
Konzerngewinn	Mio. CHF	(9.4%)	(14.8%)	311.5	365.7
Konzerngewinn (wiederkehrend)[2]	Mio. CHF	(13.3%)	(18.5%)	319.3	391.7
Freier Cash flow	Mio. CHF			317.0	323.7
Freier Cash flow angepasst[3]	Mio. CHF			403.8	290.8

1 Vorjahreszahlen auf Pro-forma-Basis, um die geschätzten Auswirkungen von IFRS 16 zu berücksichtigen.
2 Betriebsgewinn (EBIT) und Konzerngewinn wiederkehrend ohne CHF –7.8 Mio. Kosten für Schliessung der Kakaofabrik in Makassar, Indonesien.
3 Freier Cash flow, bereinigt um Cash flow-Effekt kurzfristig absatzfähiger Lagerbestände von Kakaobohnen (RMI).

Verkaufsmenge

in Tonnen

EBIT

in Mio. CHF

Verkaufsmenge nach Regionen

in Tonnen

EMEA	945,640
Nord- und Südamerika	565,650
Asien-Pazifik	127,306
Global Cocoa	457,386

Verkaufsmenge nach Produktgruppe

in Tonnen

Industrielle Produkte	1,429,178
Kakaoprodukte	457,386
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	209,418

Geschäftsjahr 2019/20 auf einen Blick

- Verkaufsmenge –2.0%, schrittweise Erholung im vierten Quartal
- Umsatz von CHF 6.9 Mrd., –0.4% in Lokalwährungen
- Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend[1] –13.8%[2] in Lokalwährungen
- Konzerngewinn wiederkehrend[1] –13.3%[2] in Lokalwährungen
- Starker Freier Cash flow von CHF 317 Mio.
- Zuversichtlich bezüglich Erreichung der Mittelfristziele[2]
- Verwaltungsratsmitglied Suja Chandrasekaran steht nicht zur Wiederwahl. Yen Yen Tan zur Wahl in den Verwaltungsrat vorgeschlagen
- Dividendenantrag von CHF 22.00 je Aktie, stabile Ausschüttungsquote 39%

	EMEA	Nord- und Südamerika	Asien-Pazifik	Global Cocoa
Verkaufsmenge gegenüber Vorjahr in Tonnen	–3.6%	–1.4%	+7.4%	–2.0%
EBIT-Wachstum gegenüber Vorjahr in Lokalwährungen	–20.8%	+1.8%	–17.2%	–1.5%[1]

1 Ohne Berücksichtigung der Kosten von CHF –7.8 Mio. für die Schliessung der Kakaofabrik von Makassar, Indonesien.
2 Vorjahrsvergleichszahlen wurden auf Pro-forma-Basis berechnet, um die geschätzten Auswirkungen von IFRS 16 zu berücksichtigen, falls dieser zu diesem Zeitpunkt angewendet worden wäre (für die Auswirkungen im laufenden Jahr siehe Jahresbericht, Seite 46–49).
3 Im Durchschnitt für die 3-Jahres-Periode 2020/21 bis 2022/23: Verkaufsmengenwachstum von 5–7% pro Jahr und ein über dem Verkaufsmengenwachstum liegender EBIT in Lokalwährungen, unter Ausschluss grösserer unvorhersehbarer Ereignisse und basierend auf der Annahme einer allmählichen Erholung von der COVID-19-Pandemie ohne erneute umfassende Lockdown Massnahmen.

Meilensteine

September 2019

- Vorstellung von «Cacaofruit Experience» und Wholefruit Chocolate

November 2019

- Vorläufige US-Marktzulassung für Ruby als 4. Schokoladentypus

Januar 2020

- CHOCOLATE ACADEMY™ Center in Banbury, GB, neu gestaltet

Februar 2020

- Einführung 100% milchfreie «M_lk Chocolate»
- Lancierung von Mona Lisa 3D Studio, dem weltweit ersten 3D-Druck von Schokolade in grossem Massstab
- Grundsteinlegung für globales Verteilzentrum in Lokeren, Belgien

März 2020

- Grundsteinlegung für Barry Callebauts erste Schokoladenfabrik in Südosteuropa in Novi Sad, Serbien

Mai 2020

- Bedeutende Outsourcing-Vereinbarung in EMEA unterzeichnet

Juni 2020

- Schokoladenfabrik in Senoko, Singapur, neu mit 4. Produktionslinie

Juli 2020

- Erfolgreiche Platzierung eines 2. Schuldscheindarlehens
- Forever Chocolate von Sustainalytics als zweitbeste Nachhaltigkeitsstrategie ausgezeichnet
- Abschluss der Übernahme von GKC Foods in Australien

Vollständige Übersicht unter www.barry-callebaut.com/history

Widerstandsfähig und zuversichtlich

Dank unserer langfristigen Strategie und unserer Fokussierung auf Unterstützung, Kontinuität und Cash flow haben wir in diesen ausserordentlichen Zeiten solide Ergebnisse erzielt. Unsere Kundenorientierung und unsere Innovationspipeline geben uns Zuversicht, unser Geschäft auszuweiten und neue Geschäftsmöglichkeiten zu erschliessen.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Wir blicken auf ein Geschäftsjahr zurück, wie wir es noch nie zuvor erlebt haben. Als die COVID-19-Pandemie ausbrach, haben wir entschlossen Massnahmen ergriffen mit Fokus auf Unterstützung, Kontinuität und Cash flow. Unsere Vorsichtsmassnahmen haben zum Schutz der Gesundheit unserer Mitarbeitenden und der Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, beigetragen. Gleichzeitig konnten wir in einem sich rasch wandelnden Geschäftsumfeld weltweit den Betrieb und ein hohes Serviceniveau für unsere Kunden aufrechterhalten. Zudem konnten wir eine solide finanzielle Basis sicherstellen und unsere Bilanz weiter stärken.

Im Geschäftsjahr 2019/20 verzeichneten wir pandemiebedingt einen Rückgang der Verkaufsmenge um –2.0% auf 2,095,982 Tonnen. Wie erwartet setzte im vierten Quartal eine schrittweise Erholung ein. Im Schokoladengeschäft sank die Verkaufsmenge im Berichtsjahr um –2.1%. Der globale Schokoladenmarkt ging laut Nielsen[1] um –0.3% zurück. Diese Daten geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder, der durch Lockdowns stark beeinträchtigt war. Der Umsatz sank um –0.4% in Lokalwährungen auf CHF 6,893.1 Mio. Der Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend[2] erreichte CHF 491.0 Mio., ein Rückgang von –13.8%[3] in Lokalwährungen. Der Konzerngewinn für die Berichtsperiode wiederkehrend[2] belief sich auf CHF 319.3 Mio. und blieb damit um –13.3%[3] in Lokalwährungen hinter dem Vorjahresergebnis zurück. Dank konsequenter Bewirtschaftung des Umlaufvermögens resultierte erneut ein starker Freier Cash flow von CHF 317 Mio, nach CHF 324 Mio. im Vorjahr.[3]

1 Quelle: Nielsen, Volumenwachstum ohne E-Commerce, September 2019 bis August 2020 – 25 Länder.
2 Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend und Konzerngewinn wiederkehrend ohne die Kosten von CHF –7.8 Mio. für die Schliessung der Kakaofabrik in Makassar, Indonesien.
3 Vorjahreszahlen auf Pro-forma-Basis, um die geschätzten Folgen von IFRS 16 zu berücksichtigen.

Der Präsident des Verwaltungsrats, Patrick De Maeseneire, und CEO Antoine de Saint-Affrique.
Das Foto wurde vor der COVID-19 Pandemie gemacht.

Wir sind der langfristigen Wertschöpfung für unsere Aktionäre und Stakeholder verpflichtet. Der Verwaltungsrat wird der Generalversammlung vom 9. Dezember 2020 eine Dividende von CHF 22.00 pro Aktie beantragen. Dies entspricht einer stabilen Ausschüttungsquote von 39% des Konzerngewinns.

Im Geschäftsjahr 2019/20 haben wir erneut mehrere strategische Meilensteine erreicht.

Wir haben die **Expansion** weiter vorangetrieben. Im Juli 2020 haben wir in Australien die Akquisition von GKC Foods, einem Hersteller von Schokolade, Glasuren und Füllungen, abgeschlossen. Wir produzieren jetzt auf fünf Kontinenten! Zudem sind wir einen langfristigen Liefer-Vertrag mit einem führenden Snack-Produzenten über 100% nachhaltige Schokolade eingegangen. Beide Transaktionen helfen uns, in Australien und Neuseeland schneller zu wachsen. Wir haben zudem im Juni 2020 unsere Fabrik in Senoko, Singapur, um eine vierte Produktionslinie erweitert. Diese erhöht die Gesamtkapazität unserer grössten Schokoladenfabrik in der Region deutlich.

In der Region EMEA haben wir im Mai 2020 mit einem grossen Schokoladenproduzenten in Osteuropa die langfristige Lieferung von Schokolade vereinbart. In Grossbritannien, einem der volumenmässig grössten Schokoladenmärkte Europas, hatten wir zuvor das neu gestaltete CHOCOLATE ACADEMY™ Center in Banbury eingeweiht.

Wir haben auch unsere Präsenz in Lateinamerika gestärkt. Mit der Grundsteinlegung für den Bau eines Kakao-Beschaffungszentrums in Duran, Ecuador, unterstreichen wir unsere strategischen Wachstumsaktivitäten im drittgrössten Kakao-Anbauland der Welt.

Dieses Jahr war reich an bahnbrechenden **Innovationen.** So präsentierte Mona Lisa, unsere globale Marke für Dekorationen, mit «Mona Lisa 3D Studio» die weltweit erste in grossem Massstab hergestellte personalisierte Schokolade aus dem 3D-Drucker. Zudem haben wir die 100% milchfreie «M_lk Chocolate» eingeführt. Sie gehört zu unserem wachsenden «Plant Craft» Portfolio, das von Schokolade über Nüsse bis hin zu Füllungen und Dekorationen reicht. Darüber hinaus hat Callebaut ihr Sortiment an Feinster Belgischer Schokolade überarbeitet. Diese lässt sich nun noch leichter verarbeiten und ermöglicht gewerblichen Anwendern, für jedes ihrer Produkte eine Geschichte von der Bohne bis zur fertigen Schokolade zu erzählen, da der zu 100% nachhaltig angebaute Kakao bis zu den Landwirtschaftskooperativen zurückverfolgt werden kann.

Rückverfolgbarkeit und Transparenz sind für die **Nachhaltigkeit** in der Kakao-Lieferkette sehr wichtig. Im September 2020 haben wir unsere direkten Kakaolieferanten in Elfenbeinküste, Ghana und Kamerun bekannt gegeben. Damit unterstreichen wir unsere Fähigkeiten bei der Datenerhebung. Obwohl noch viel zu tun bleibt, machen wir Fortschritte auf dem Weg zu einer nachhaltigen Kakao-Lieferkette: Alle globalen Gourmet-Marken setzen neu zu 100% auf nachhaltigen Kakao.

Wir sind stolz darauf, dass unsere Bemühungen Anerkennung finden. Im Juli 2020 wurde «Forever Chocolate» von Sustainalytics als zweitbeste Nachhaltigkeitsstrategie unter 182 bewerteten Lebensmittelfirmen ausgezeichnet. Zum zweiten Mal in Folge ein Spitzenplatz – das unterstreicht unsere führende Position in der Branche.

Kostenführerschaft war auch im vergangenen Geschäftsjahr ein wichtiger Pfeiler unserer Strategie. Wir konnten unsere Bilanz stärken: Die Ausgabe eines Schuldscheindarlehens von umgerechnet CHF 450 Mio. verbesserte unsere Schulden- und Liquiditätsstruktur. Zudem trieben wir die Digitalisierung und Vereinfachung unserer internen Prozesse voran. Diese Investitionen halfen, die Kosten zu kontrollieren, und haben während der Pandemie auch wesentlich zur Geschäftskontinuität und einem anhaltend hohen Serviceniveau gegenüber unseren Kunden beigetragen.

Mit Zuversicht zu weiterer Expansion

Die COVID-19-Pandemie ist ein einschneidendes unvorhergesehenes Ereignis, das sich wesentlich auf das Geschäftsjahr 2019/20 ausgewirkt hat. Daher haben wir im Juli 2020 unsere Mittelfristziele erneuert. Sie berücksichtigen das Geschäftsjahr 2019/20 nicht mehr und enthalten die folgenden erhöhten Leistungskennzahlen: im Durchschnitt für die drei Geschäftsjahre 2020/21 bis 2022/23 ein Wachstum der Verkaufsmenge um 5–7% pro Jahr und ein EBIT über dem Volumenwachstum in Lokalwährungen[4].

4 Unter Ausschluss grösserer unvorhersehbarer Ereignisse und basierend auf der Annahme einer allmählichen Erholung von der COVID-19-Pandemie ohne erneute umfassende Lockdown-Massnahmen.

Verkaufsmenge: –2.0%

2.1

Millionen Tonnen

EBIT wiederkehrend: –13.8%[5]
in Lokalwährungen

491.0

CHF Millionen

Konzerngewinn wiederkehrend:
–13.3%[5] in Lokalwährungen

319.3

CHF Millionen

Freier Cash flow:

317

CHF Millionen

Dividende:
Ausschüttungsquote 39%

22.00

CHF pro Aktie

5 Betriebsgewinn (EBIT) und Konzerngewinn wiederkehrend ohne CHF –7.8 Mio. Kosten für Schliessung der Kakaofabrik in Makassar, Indonesien. Vorjahreszahlen auf Pro-forma-IFRS 16 Basis berechnet.

Wir bleiben aufmerksam, um uns optimal ans dynamische Marktumfeld anzupassen. Dabei bauen wir auf den Erkenntnissen der letzten Monate auf, mit neuen Einblicken in innovative Geschäftsmodelle und engeren Kundenbeziehungen. Trotz derzeit noch volatilen Märkten werden wir dank unserer Kundenorientierung und unserer Innovationspipeline die Expansion weiter vorantreiben und neue Geschäftsmöglichkeiten erschliessen. Dies unterstützt, zusammen mit einer soliden finanziellen Basis, unser Vertrauen in unsere Mittelfristziele.

Wir danken unseren Mitarbeitenden, die diese soliden Ergebnisse durch ihre Belastbarkeit, ihre Kreativität und ihr Engagement ermöglicht haben. Sie leben unsere Werte: Kundenorientierung, Leidenschaft, unternehmerisches Denken, Teamgeist und Integrität!

Unser Dank gilt aber auch unseren Kunden für ihr anhaltendes Vertrauen und ihre Partnerschaft. Und zu guter Letzt möchten wir auch Ihnen, unseren Aktionären, für Ihre kontinuierliche Unterstützung, Ihr Vertrauen und Ihre Zuversicht danken. Bleiben Sie gesund und passen Sie auf sich auf.

Patrick De Maeseneire

Patrick De Maeseneire

Präsident des Verwaltungsrates

Antoine de Saint-Affrique

Chief Executive Officer

Barry Callebaut hat sich zum Ziel gesetzt, kontinuierlich schneller als der globale Schokoladen- und Kakaomarkt zu wachsen. Die ehrgeizige Wachstumsstrategie stützt sich auf vier Pfeiler:

Expansion

Wir bauen unser Geschäft basierend auf drei Wachstumstreibern aus: Stärkung unserer Präsenz in wachstumsstarken Schwellenmärkten, Outsourcing & Partnerschaften mit globalen und lokalen Nahrungsmittelherstellern sowie Ausbau unserer Position im Gourmet- & Spezialitätengeschäft.

Innovation

Durch Innovation in unseren Gourmetmarken und die Kreation neuer Produkte gemeinsam mit unseren Industriekunden treiben wir die Entwicklung des Schokoladen- und Kakaomarkts voran. Auf dieser Basis wird eine gut gefüllte Pipeline an Produkten mit Mehrwert weiterhin margensteigerndes Wachstum antreiben.

Kostenführerschaft

Kostenführerschaft ist ein Grund, weshalb viele Kunden ihre Produktion an uns auslagern. Wir arbeiten kontinuierlich an der Erhöhung unserer Effizienz durch technologische Verbesserungen, Skaleneffekte, optimierte Produktflüsse, beste Beschaffungsfähigkeiten und straffes Kostenmanagement.

Nachhaltigkeit

Die Zukunft unserer Industrie hängt davon ab, den Kakaoanbau attraktiver für die Kakaobauern zu machen. Mit «Forever Chocolate», einer Bewegung, die wir 2016 lanciert haben, wollen wir nachhaltige Schokolade bis 2025 zur Norm machen. Unsere Ambition geht damit über nachhaltigen Kakao hinaus. Dies ist der nächste Schritt in unserem langjährigen Engagement für Nachhaltigkeit.

Barry Callebaut ist der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten. Wir beliefern die gesamte Nahrungsmittelindustrie, von globalen und lokalen industriellen Nahrungsmittelherstellern bis zu gewerblichen und professionellen Anwendern.

Kontinuierlicher Ausbau unserer Kapazitäten und Fähigkeiten

Um unsere Kunden optimal bedienen zu können, bauen wir unsere Kapazitäten und Fähigkeiten stetig aus. Auch im schwierigen Umfeld der COVID-19-Pandemie haben wir unsere globale Präsenz gestärkt.

Wir bauten unsere Präsenz in Lateinamerika aus, indem wir im Oktober 2020 den Grundstein für ein neues Kakao-Beschaffungs-Zentrum in Duran, Ecuador, legten. Mit dieser Investition wollen wir die Wachstumschancen in Ecuador, dem drittgrössten Kakaoanbauland der Welt, nutzen.

Im Juni 2020 haben wir unsere Fabrik in Senoko, Singapur, um eine vierte Produktionslinie erweitert. Mit der neuen Anlage können Schokoladenblöcke unterschiedlicher Grösse besonders effizient produziert werden. Die vierte Produktionslinie trägt wesentlich zur Gesamtkapazität der Fabrik bei. Diese ist mengenmässig die grösste Schokoladenfabrik in Singapur und unsere grösste Schokoladenfabrik in der Region. Die Erweiterung der 23 Jahre alten Fabrik bekräftigt unser langfristiges Engagement in Singapur und hilft uns, die steigende Nachfrage zu decken.

«Wir sind begeistert von den Wachstumschancen in Ecuador.»

Steven Retzlaff, President Global Cocoa

Um das Wachstum in den Märkten Australien und Neuseeland zu beschleunigen, haben wir im Mai 2020 eine Vereinbarung zur Übernahme von GKC Foods (Australia) unterzeichnet. Der Hersteller von Schokolade, Glasuren und Füllungen beliefert zahlreiche Konsumentenmarken für Schokolade. Die strategische Akquisition wurde im Juli 2020 abgeschlossen. Damit verfügt Barry Callebaut nun über eine direkte Präsenz im wachsenden australischen Markt und über lokale Produktionskapazitäten. Wir produzieren jetzt auf fünf Kontinenten!

Bereits früher im Jahr sind wir eine langfristige Outsourcing-Vereinbarung über 100% nachhaltige Schokolade mit einem führenden Snack-Anbieter Australiens eingegangen. Die Vereinbarung zeigt, wie wir unsere Position im Markt für Industriekunden

Wir investieren in Ecuador:

drittgrösstes

Kakaoanbauland weltweit

Von links: **Ivan Ontaneda,** Minister of Production, Foreign Trade, Investments and Fisheries, **Angela Gubser,** Managing Director Barry Callebaut Ecuador

Das neu gestaltete CHOCOLATE ACADEMY™ Center in Banbury, Grossbritannien.

stärken und unser wertsteigerndes Geschäft im Bereich Gourmet & Spezialitäten in Australien und Neuseeland ausbauen. In beiden Märkten beträgt der durchschnittliche Schokoladenkonsum rund 5 Kilogramm pro Kopf.[1] Dies ist der höchste Schokoladenkonsum in der Region Asien-Pazifik.

In der Region EMEA haben wir im Mai 2020 eine langfristige Liefervereinbarung über Schokolade und Schokoladenmischungen mit einem grossen Schokoladenhersteller in Osteuropa unterzeichnet, der von uns Zugang zu umfangreichem Know-how im Bereich Schokolade sowie Einblicke in die sich schnell verändernden Verbrauchertrends erhält.

Dank unserer unerreichten Innovationskraft werden wir gemeinsam diverse Ergänzungen zu seinem bestehenden Portfolio entwickeln. Die Belieferung läuft im ersten Quartal 2020/21 an.

Im Januar 2020 haben wir das neu gestaltete CHOCOLATE ACADEMY™ Center in

«Wir beschleunigen die Zusammenarbeit mit unseren Kunden auf allen fünf Kontinenten.»

Antoine de Saint-Affrique, CEO

1 Markt für Schokoladenerzeugnisse in Australien im Jahr 2019 laut Euromonitor.

Akquisition in Australien:

Wir produzieren jetzt auf 5 Kontinenten!

Banbury eingeweiht und damit unseren Wachstumskurs in Grossbritannien – einem der mengenmässig grössten Schokoladenmärkte in Europa – fortgesetzt. Das neu gestaltete CHOCOLATE ACADEMY™ Center in Banbury bietet unseren Kunden, gewerblichen und professionellen Schokoladenanwendern sowie globalen und lokalen Nahrungsmittelherstellern, ein hochmodernes Umfeld, in dem sie gemeinsam mit unseren Chocolatiers ihrer Kreativität freien Lauf lassen und von der Stärke unserer Marken und Innovationskraft profitieren können.

Wir sind daran, unser Engagement für unsere Kunden auf fünf Kontinenten zu intensivieren und kreative Möglichkeiten zu finden, ihnen zu helfen, auch in schwierigen COVID-19-Zeiten erfolgreich zu sein.

In der Fabrik von GKC Foods (Australia), einem Hersteller von Schokolade, Glasuren und Füllungen.

Kreation völlig neuer Schokoladenerlebnisse

Innovation steht im Zentrum unserer Unternehmensstrategie. Wir loten ständig die Grenzen des Machbaren aus, suchen nach neuen Technologien und Anwendungsmöglichkeiten und bedienen die neuesten Wünsche der Konsumenten. Im letzten Geschäftsjahr haben wir bahnbrechende Innovationen zur Marktreife gebracht und so unsere einzigartige Innovationskraft demonstriert.

So führten wir im Februar 2020 innerhalb der «Plant Craft»-Produktpalette die zu 100% milchfreie «M_lk Chocolate» ein. Diese bedient die steigende Nachfrage nach Genuss auf pflanzlicher Basis. Gerade Millennials und Centennials wollen Nahrungsmittel und Getränke, die lecker, gesund und zugleich gut für unseren Planeten und seine Bewohner sind.

Im September 2019 präsentierten wir «Cacaofruit Experience», eine neue Nahrungsmittel- und Getränkekategorie für gewerbliche Anwender, darunter auch «Whole-Fruit»-Schokolade, ein frischer und fruchtiger Genuss aus 100% reiner Kakaofrucht.

Unter der neuen Marke Cabosse Naturals haben wir eine ganze Palette von Zutaten aus 100% reiner Kakaofrucht lanciert. Während bei traditioneller Verarbeitung 70% der Frucht ungenutzt bleiben, nutzen wir die ganze Frucht: die Bohnen, die nährstoffreiche Schale, das frische Fruchtfleisch und den Saft.

Wir suchen auch laufend nach neuen Wegen, modernste Technologie in der Schokoladenherstellung anzuwenden. So präsentierte Mona Lisa, unsere globale Marke für Dekorationen, im Februar 2020 mit «Mona Lisa 3D Studio» weltweit erstmals in grossen Stückzahlen hergestellte personalisierte Schokolade aus dem 3D-Drucker. Tausende von Schokoladenkreationen werden gleichzeitig gedruckt – in noch nie dagewesenen Formen und in Topqualität: aus nachhaltig produzierter dunkler belgischer Premiumschokolade.

Dank solchen Innovationen kreieren wir Schokoladenerlebnisse, die Konsumenten begeistern, die Kreativität von Küchenchefs beflügeln, Trends bedienen und sogar noch besser für unseren Planeten sind. Und das ist erst der Anfang!

«Wir loten ständig die Grenzen neu aus.»

Pablo Perversi, Chief Innovation, Sustainabilty & Quality Officer; Global Head of Gourmet

Weltpremiere:

Schokolade aus 3D-Drucker in grossem Massstab

Prozesse einfach halten und digitalisieren

Die kontinuierliche Optimierung unserer Kostenstruktur und unserer Geschäftsprozesse ist fester Bestandteil unserer DNA geworden. Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir erheblich in die Vereinfachung und Digitalisierung unserer Prozesse und Instrumente investiert. Diese Investitionen helfen, die Kosten zu kontrollieren, und tragen während der aktuellen Pandemie wesentlich zur Aufrechterhaltung der Geschäftskontinuität bei.

Wir haben die Zentralisierung von Prozessen in unserem Shared Service Center (SSC) in Lodz, Polen, beschleunigt und beschäftigen dort nun rund 250 Mitarbeitende. Das SSC hat sich zum globalen Zentrum von Barry Callebaut für die Aktivitäten in den Bereichen Finanzen, Informationstechnologie, Beschaffung und Human Resources entwickelt. Durch die Vereinfachung und Digitalisierung sorgt das SSC für Effizienzsteigerungen, ermöglicht die optimale Nutzung unserer Ressourcen und bietet unseren Kunden gleichzeitig hohe Qualität und noch bessere Serviceleistungen. Zusätzlich wurden weltweit sieben weitere Werke in unsere globale ERP-Plattform (Enterprise Resource Planning) integriert. Diese Anwendungen automatisieren administrative und operative Geschäftsprozesse. Das verbessert den Service und macht die Betriebsmodelle kosteneffizienter.

«Das Shared Service Center unterstützt die Kostenführerschaft.»
Remco Steenbergen, CFO

Zudem haben wir unsere digitalen Portale für die Zusammenarbeit mit Lieferanten optimiert. So wurden gruppenweit elektronische Signaturen eingeführt. Unsere Investitionen in die Digitalisierung haben sich während der Pandemie als grosser Vorteil erwiesen. Als die Märkte weltweit hart von COVID-19 getroffen wurden, konnten viele unserer Mitarbeitenden reibungslos von zu Hause aus arbeiten. Gegenwärtig finden wöchentlich über 25,000 Videokonferenzen statt, und unsere Teams können sich über ein robustes und sicheres Netzwerk (VPN) mit den globalen Anwendungen von Barry Callebaut verbinden. So senkt die Digitalisierung nicht nur die Kosten, sondern sorgt in diesen besonderen Zeiten für Geschäftskontinuität und stellt einen lückenlosen Kundenservice sicher.

Wir investieren, damit es
einfacher
und digitaler
wird

Forever Chocolate erzielt Wirkung und Beachtung

Mit unserer Initiative «Forever Chocolate» wollen wir nachhaltig produzierte Schokolade bis 2025 zur Norm machen und mit innovativen und skalierbaren Massnahmen Wirkung erzielen. Ob vor Ort beim Erfassen und Auswerten von Daten, beim Testen von Drohnen bei Aufforstungsprojekten oder bei der Nutzung von Kakaoabfall (Pflanzenkohle) als Energie für unsere Fabriken – wir erforschen und erproben laufend kreative Lösungen. Zusammen mit Regierungen, Hochschulen und anderen gesellschaftlichen Akteuren schaffen wir die Rahmenbedingungen für einen strukturellen Wandel in der Kakao- und Schokoladenlieferkette. Es freut uns sehr, dass unsere Bemühungen im vergangenen Geschäftsjahr öffentliche Anerkennung fanden.

Im Juli 2020 wurde «Forever Chocolate» von Sustainalytics als zweitbeste Nachhaltigkeitsstrategie unter 182 Lebensmittelfirmen ausgezeichnet. Sustainalytics ist die führende Rating-Agentur, die ESG-Risiken (Umwelt, Soziales und Governance) in den Lieferketten bewertet. Zwei Jahre in Folge ein Spitzenplatz – das unterstreicht unsere Führungsposition in der Branche. Darüber hinaus erhielt Barry Callebaut für «Forever Chocolate» und für «Seeds for Change», unser Mitarbeiterengagement-Programm zur Förderung von Nachhaltigkeit, zwei «Edie Sustainability Leaders Awards».

Das Carbon Disclosure Project (CDP) hat unsere Reduktion der Kohlenstoffemissionen in unserer Lieferkette das zweite Jahr in Folge mit A– ausgezeichnet – das ist Leadership-Niveau. CDP ist unabhängig und überprüft jährlich die Pläne zur CO_2-Reduktion von über 8,000 Unternehmen.

Die Initiative «Forever Chocolate» strebt ein Umdenken bei Experten, Regierungen und Schokoladenliebhabern an, damit nachhaltige Schokolade zur Norm wird. Die jüngsten Auszeichnungen sind für uns Anerkennung und Ansporn zugleich. Sie motivieren uns und unsere Partner, auf dem Weg zu einer nachhaltigen Lieferkette voranzuschreiten.

«Wir fragen uns jeweils: Wirkt es? Ist es innovativ und skalierbar?»

Pablo Perversi, Chief Innovation, Sustainability & Quality Officer; Global Head of Gourmet

Sustainalytics:

2. Platz

Nachhaltigkeits-strategie

unter 182 Lebens-mittelfirmen

Die Firmenwerte leben

Während der COVID-19-Pandemie steht für uns die Sicherheit unserer Mitarbeitenden und der Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, sowie die Geschäftskontinuität an erster Stelle. Wir haben viele Massnahmen ergriffen: Homeoffice, Abstand halten, räumliche Trennung, zusätzliche Hygieneregeln. Die Pandemie fordert von unseren Mitarbeitenden weltweit ein hohes Mass an Belastbarkeit. In diesen aussergewöhnlichen Zeiten hat sich Barry Callebaut auf die Unterstützung der Mitarbeitenden und die Förderung des Teamgeists konzentriert. Mit regelmässigen Videobotschaften, virtuellen Treffen, der Weitergabe aktueller Informationen und Tipps für die Homeoffice-Arbeit fördern wir Motivation und Teamgeist und stellen sicher, dass alle auf dem gleichen Stand sind.

Dazu kommen viele Initiativen von der Basis: Kollegen teilen innovative Lösungen und Best Practices für die Anpassung an den neuen Alltag und helfen sich gegenseitig mit Tipps zu Kinderbetreuung oder mentaler Stärke. Team- und standortübergreifend und sogar weltweit werden virtuelle Kaffeepausen, Happy Hours, ein Quiz oder andere soziale Veranstaltungen organisiert. Mitarbeitende im Homeoffice haben Botschaften und Videos aufgenommen, um ihren Kollegen in den Fabriken zu danken und sich gegenseitig zu motivieren, während uns unsere Chefs in den CHOCOLATE ACADEMY™ Center mit Rezepten und Videoanleitungen inspirieren. Und dies sind nur einige Beispiele, die von der Verbundenheit der Mitarbeitenden untereinander und mit dem Geschäft zeugen.

> **«Die Widerstandskraft, Entrepreneurship und Fürsorge sind unglaublich!»**
> Antoine de Saint-Affrique, CEO

Viele engagieren sich auch in ihren Gemeinden, versorgen Krankenhauspersonal mit Schutzausrüstung und Schokoladengeschenken oder kreieren Online-Plattformen, damit Chocolatiers während der Lockdowns mit ihren Kunden in Kontakt bleiben können.

Im Handeln unserer Mitarbeitenden spiegeln sich unsere tief verankerten Werte wider: Teamgeist, Leidenschaft, Kundenorientierung und unternehmerisches Denken. Diese Werte strahlen auch auf Kakaobauern, Lieferanten, Kunden, Konsumenten und die Gemeinschaften aus, in denen wir tätig sind.

Die Krise hat uns zusammengeschweisst und beschert uns neue Erkenntnisse, wie wir unser Geschäft noch innovativer gestalten können – im Wissen, dass wir gemeinsam stärker sind.

Bleib gesund,
Pass auf Dich auf,
Mach weiter!

Chairman's & Value Awards 2020

Jährlich werden mit dem **Chairman's Award** langjährige Mitarbeitende ausgezeichnet, die sowohl an ihrem Arbeitsplatz als auch durch soziales Engagement in ihrem Umfeld Herausragendes leisten. Es sind Persönlichkeiten, die unsere Unternehmenswerte – Kundenorientierung, Leidenschaft, unternehmerisches Denken, Teamgeist und Integrität – verkörpern.

Mit dem **Value Award** werden Führungskräfte und ihre Teams ausgezeichnet, die durch ihre besondere Leistungsbereitschaft und ein überdurchschnittliches Engagement herausragen und im vergangenen Geschäftsjahr einen wichtigen Beitrag zum Unternehmenserfolg geleistet haben. Für jeden unserer fünf Unternehmenswerte wird ein Award vergeben.

Bart Verzaal
Zürich, Schweiz

Belinda Fiennain Ful Kuh
Douala, Kamerun

Casey Johannesen
Chicago, USA

Catherine Gilot
Wieze, Belgien

Jean Aaron Koffi
Abidjan, Elfenbeinküste

Katherine Thiré
Wieze, Belgien

Luis Concepcion
Chicago, USA

Sarah Sandy
Banbury, GB

Team Spirit

Issue Leads des globalen COVID-19-Team

Russell Dunn
Zürich, Schweiz

Hilde van Gerwen
Zürich, Schweiz

Matteo Villani
Zürich, Schweiz

Domenica Seraina Huber
Zürich, Schweiz

Regionale Issue Leads und ihre Teams

Andrew Mak und das Asien-Pazifik QA, HR und OSCO Team, Singapur

Stacey Popham und das Nord- und Südamerika QA, HR und OSCO Team, Chicago, USA

Herve Botoro und das Afrika QA, HR und OSCO Team, Abidjan, Elfenbeinküste

Xavier de Buysscher und das EMEA QA, HR und OSCO Team, Wieze, Belgien

Leidenschaft
Neslihan Nigiz Ulak,
Istanbul, Türkei

Unternehmerisches Denken
Bertrand Remy,
São Paulo, Brasilien

Kundenorientierung
George Zhang und das China Leadership Team, Schanghai, China

Integrität
Steven Vandamme,
Wieze, Belgien

Nachhaltige Wertsteigerung für unsere Aktionäre

Was Barry Callebaut einzigartig macht

- Der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten
- Bewährte langfristige Wachstumsstrategie
- Solider Leistungsausweis mit konstant überdurchschnittlichem Wachstum und Erträgen
- Führend in Innovation und Nachhaltigkeit
- Bevorzugter Outsourcing- und strategischer Partner der Nahrungsmittelindustrie
- Kostenführerschaft über die ganze Lieferkette
- Führender Lieferant für gewerbliche und professionelle Anwender

Kursverlauf der Barry Callebaut Aktie

Barry Callebaut ist an der SIX Swiss Exchange kotiert.

Dividende

Der Verwaltungsrat schlägt an der Generalversammlung vom 9. Dezember 2020 eine Ausschüttung in Höhe von CHF 22.00 pro Aktie vor. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 39% des Reingewinns.

Nachhaltigkeit / Bonität

- Forever Chocolate zu Nr. 2 Sustainability Strategy gewählt von Sustainalytics
- Moody's Rating: Baa3 / stabil
- Standard & Poor's Rating: BBB- / stabil

Mittelfristziele

Aktualisierte Mittelfristziele für die Geschäftsjahre 2020/21–2022/23 von im Durchschnitt 5–7% Wachstum der Verkaufsmenge pro Jahr und ein EBIT über dem Volmenwachstum in Lokalwährungen, unter Ausschluss grösserer unvorhersehbarer Ereignisse und basierend auf der Annahme einer allmählichen Erholung von der COVID-19-Pandemie ohne erneute umfassende Lockdown-Massnahmen.

Verwaltungsrat

Patrick De Maeseneire, Chairman
Markus R. Neuhaus, Vice Chairman
Fernando Aguirre
Suja Chandrasekaran
Angela Wei Dong
Nicolas Jacobs
Elio Leoni Sceti
Timothy Minges

Konzernleitung

Antoine de Saint-Affrique
Chief Executive Officer

Remco Steenbergen
Chief Financial Officer

Peter Boone
President & CEO Americas

Olivier Delaunay
Chief Operations Officer

Isabelle Esser
Chief Human Resources Officer

Andrew Fleming
Co-President EMEA

Pablo Perversi
Chief Innovation, Sustainability & Quality Officer; Global Head of Gourmet

Steven Retzlaff
President Global Cocoa

Ben De Schryver
President Asia Pacific

Rogier van Sligter
Co-President EMEA

Stand 11. November 2020

Konzernerfolgsrechnung

für das Geschäftsjahr	2019/20	2018/19[1]
Tausend CHF		
Umsatz aus Verkäufen und Dienstleistungen	**6,893,146**	**7,309,036**
Herstellungskosten der verkauften Produkte	(5,829,445)	(6,111,829)
Bruttogewinn	**1,063,701**	**1,197,207**
Marketing- und Verkaufsaufwand	(140,773)	(149,337)
Verwaltungs- und allgemeiner Aufwand	(416,465)	(434,129)
Übriger Ertrag	4,820	6,716
Übriger Aufwand	(28,131)	(19,269)
Betriebsgewinn (EBIT)[2]	**483,152**	**601,188**
Finanzertrag	6,978	10,879
Finanzaufwand	(109,425)	(159,299)
Konzerngewinn vor Ertragsteuern	**380,705**	**452,768**
Ertragsteuern	(69,211)	(84,037)
Konzerngewinn für das Geschäftsjahr	**311,494**	**368,731**
davon zurechenbar:		
den Aktionären der Barry Callebaut AG	316,054	370,280
den nicht beherrschenden Anteilen	(4,560)	(1,549)
Gewinn pro Aktie		
Unverwässerter Gewinn pro Aktie (CHF/Aktie)	57.66	67.57
Verwässerter Gewinn pro Aktie (CHF/Aktie)	57.46	67.21

Konsolidiertes Gesamtergebnis

Konzerngewinn für das Geschäftsjahr	**311,494**	**368,731**
Posten, die künftig in die Erfolgsrechnung umgebucht werden könnten	(210,304)	(53,702)
Posten, die nie in die Erfolgsrechnung umgebucht werden	29,986	(43,272)
Sonstiges Ergebnis für das Geschäftsjahr, nach Abzug von Steuern	**(180,318)**	**(96,974)**
Gesamtergebnis für das Geschäftsjahr	**131,176**	**271,757**
davon zurechenbar:		
den Aktionären der Barry Callebaut AG	136,050	273,135
den nicht beherrschenden Anteilen	(4,874)	(1,378)

1 Bestimmte Positionen, die unter "Übriger Ertrag" und "Übriger Aufwand" dargestellt waren, werden nun Funktionsbereichen zugeordnet. Vorjahrsvergleichszahlen wurden entsprechend umgegliedert (geringerer "Übriger Ertrag" von CHF -22.8 Mio. und "Übriger Aufwand" von CHF -5.8 Mio., neutralisiert in den Funktionsbereichen), ohne Auswirkungen auf den ausgewiesenen "Umsatz aus Verkäufen und Dienstleistungen" und "Betriebsgewinn (EBIT)".

2 Die Gruppe definiert Betriebsgewinn (EBIT) als Konzerngewinn vor Finanzertrag, Finanzaufwand und Ertragsteuern.

Konzernbilanz

Aktiven

am 31. August	2020	2019
Tausend CHF		
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	1,385,976	557,827
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und übriges Umlaufvermögen	610,785	815,783
Vorräte	1,909,917	1,803,674
Derivative finanzielle Vermögenswerte	365,984	616,284
Weitere Positionen des Umlaufvermögens	68,350	64,526
Total Umlaufvermögen	**4,341,012**	**3,858,094**
Anlagevermögen		
Sachanlagen	1,491,753	1,498,878
Immaterielle Vermögenswerte	985,684	1,026,331
Weitere Positionen des Anlagevermögens	322,661	124,829
Total Anlagevermögen	**2,800,098**	**2,650,038**
Total Aktiven	**7,141,110**	**6,508,132**

Passiven

Kurzfristiges Fremdkapital		
Kontokorrentkredite und Verbindlichkeiten aus kurzfristiger Finanzierung	564,978	329,641
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	1,119,643	1,127,511
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	528,492	741,383
Weitere Positionen des kurzfristigen Fremdkapitals	157,266	80,460
Total kurzfristiges Fremdkapital	**2,370,379**	**2,278,995**
Langfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus langfristiger Finanzierung	2,006,328	1,534,453
Personalvorsorgeverpflichtungen	154,041	184,562
Weitere Positionen des langfristigen Fremdkapitals	255,095	96,510
Total langfristiges Fremdkapital	**2,415,464**	**1,815,525**
Total Fremdkapital	**4,785,843**	**4,094,520**
Eigenkapital		
Aktienkapital	110	110
Gewinnreserven und andere Eigenkapitalkomponenten	2,353,387	2,399,182
Total den Aktionären der Barry Callebaut AG zurechenbares Eigenkapital	**2,353,497**	**2,399,292**
Nicht beherrschende Anteile	1,770	14,320
Total Eigenkapital	**2,355,267**	**2,413,612**
Total Passiven	**7,141,110**	**6,508,132**

Konzerngeldflussrechnung

Geldfluss aus betrieblicher Tätigkeit

für das Geschäftsjahr	2019/20	2018/19
Tausend CHF		
Konzerngewinn	311,494	368,731
Ertragsteuern	69,211	84,037
Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	230,186	176,384
Zinsaufwand	95,337	137,752
Abnahme der Personalvorsorgeverpflichtungen	(5,490)	(10,766)
Nettoveränderungen des Umlaufvermögens	20,866	33,013
Rückstellungen nach Abzug von Zahlungen	4,492	(8,669)
Weitere nicht geldwirksame Positionen	16,587	9,270
Betrieblicher Geldfluss	**742,683**	**789,752**
Bezahlte Zinsen	(94,116)	(139,657)
Bezahlte Ertragsteuern	(55,019)	(94,347)
Nettogeldfluss aus betrieblicher Tätigkeit	**593,548**	**555,748**

Geldfluss aus Investitionstätigkeit

für das Geschäftsjahr	2019/20	2018/19
Tausend CHF		
Investitionen in Sachanlagen	(233,430)	(218,360)
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	(47,464)	(61,216)
Weitere Positionen des Nettogeldflusses aus Investitionstätigkeit	(8,388)	(20,436)
Nettogeldfluss aus Investitionstätigkeit	**(289,282)**	**(300,012)**

Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit

Nettogeldfluss aus Verbindlichkeiten aus kurzfristiger Finanzierung	281,627	(434,503)
Nettogeldfluss aus Verbindlichkeiten aus langfristiger Finanzierung	517,714	396,120
Rückzahlung von Leasingverbindlichkeiten	(38,164)	–
Dividendenzahlung an Aktionäre der Barry Callebaut AG	(142,710)	(131,501)
Kauf eigener Aktien	(27,332)	(22,781)
An nicht beherrschende Anteile bezahlte Dividenden	–	(17)
Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen	(9,110)	–
Nettogeldfluss aus Finanzierungstätigkeit	**582,025**	**(192,682)**
Umrechnungsdifferenzen auf flüssige Mittel	(29,107)	(15,781)
Nettozunahme (-abnahme) der flüssigen Mittel	**857,184**	**47,273**
Flüssige Mittel am Anfang des Geschäftsjahres	425,189	377,916
Flüssige Mittel am Ende des Geschäftsjahres	1,282,373	425,189
Nettozunahme (-abnahme) der flüssigen Mittel	**857,184**	**47,273**

Fünf-Jahres-Übersicht

Kennzahlen Barry Callebaut Gruppe[1]		CAGR (%)	2019/20	2018/19	2017/18	2016/17 angepasst	2016/15
Konzernerfolgsrechnung							
Verkaufsmenge	Tonnen	3.4%	2,095,982	2,139,758	2,035,857	1,914,311	1,834,224
Umsatz	Mio. CHF	0.8%	6,893.1	7,309.0	6,948.4	6,805.2	6,676.8
Bruttogewinn	Mio. CHF	5.4%	1,063.7	1,197.2[2]	1,157.1	958.8	863.2
EBITDA (wiederkehrend)[3]	Mio. CHF	7.2%	711.9	775.0	728.3	592.1	539.4
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	4.7%	483.2	601.2	554.0	460.2	401.7
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend)[3]	Mio. CHF	5.1%	491.0	601.2	554.0	442.1	401.7
EBIT (wiederkehrend) / Umsatz	%		7.1%	8.2%	8.0%	6.5%	6.0%
EBIT pro Tonne (wiederkehrend)	CHF	1.7%	234.2	281.0	272.1	230.9	219.0
Konzerngewinn	Mio. CHF	9.2%	311.5	368.7	357.4	281.1	219.0
Konzerngewinn (wiederkehrend)[3]	Mio. CHF	9.9%	319.3	394.7	357.4	263.0	219.0
Freier Cash flow	Mio. CHF		317.0	289.7	311.9	475.6	430.9
Freier Cash flow angepasst[4]	Mio. CHF		403.8	256.8	316.6	n/a	n/a
Konzernbilanz							
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF	(3.5%)	1,192.0	1,363.2	1,074.4	1,042.5	1,374.2
Anlagevermögen	Mio. CHF	5.0%	2,800.1	2,650.0	2,505.5	2,477.7	2,301.0
Investitionen	Mio. CHF	8.7%	280.9	279.6	217.9	220.4	201.0
Bilanzsumme	Mio. CHF	6.1%	7,141.1	6,508.1	5,832.0	5,466.5	5,640.8
Nettoverschuldung	Mio. CHF	(1.5%)	1,365.9	1,304.7	1,074.3	1,110.9	1,452.8
Eigenkapital	Mio. CHF	4.7%	2,353.5	2,399.3	2,269.8	2,111.2	1,956.3
Quotienten							
Rendite auf invest. Kapital (ROIC)[5]	%		10.3%	12.5%	12.2%	11.0%	9.5%
Eigenkapitalrendite (ROE)[5]	%		13.2%	15.2%	15.7%	12.5%	11.2%
Verschuldungsgrad	%		58.0%	54.4%	47.3%	52.6%	74.3%
Zinsdeckungsgrad			6.9	5.2	7.2	4.9	4.0
Nettoverschuldung / EBITDA (wiederkehrend)			1.9	1.5	1.5	1.9	2.7
Investitionen / Umsatz	%		4.1%	3.8%	3.1%	3.2%	3.0%
Aktien							
Aktienkurs am Jahresende	CHF	12.2%	2,000	2,024	1,728	1,380	1,264
Anzahl ausgegebener Aktien			5,488,858	5,488,858	5,488,858	5,488,858	5,488,858
Börsenkapitalisierung am Jahresende	Mio. CHF	12.2%	10,977.7	11,109.4	9,484.7	7,574.6	6,937.9
EBIT (wiederkehrend) pro Aktie	CHF	5.2%	89.6	109.7	101.0	80.6	73.2
Unverwässerter Gewinn pro Aktie	CHF	9.9%	57.7	67.6	64.9	47.8	39.5
Cash Earnings pro Aktie	CHF		57.8	52.9	56.9	86.7	78.6
Ausschüttung pro Aktie	CHF	9.1%	22.0	26.0	24.0	20.0	15.5
Ausschüttungsquote	%		39%	39%	37%	39%	39%
Kurs-Gewinn-Verhältnis am Jahresende			34.7	30.0	26.6	28.9	32.0
Übrige							
Mitarbeitende		5.7%	12,335	12,257	11,570	10,528	9,898
Verarbeitete Kakaobohnen	Tonnen	2.3%	982,725	1,002,025	956,440	925,544	898,135

1–5 Definition der Kennzahlen, siehe Seite 11 des Geschäftsberichts (Annual Report 2019/20 – 5-Year Overview).

Kontakt

Barry Callebaut Hauptsitz
Barry Callebaut AG
Westpark, Pfingstweidstrasse 60
8005 Zürich, Schweiz
Telefon +41 43 204 04 04
www.barry-callebaut.com

Investor Relations
Claudia Pedretti
Head of Investor Relations
Telefon +41 43 204 04 23
investorrelations@barry-callebaut.com

Medien Relations
Frank Keidel
Head of Media Relations
Telefon +41 43 268 86 06
media@barry-callebaut.com

Adressänderungen
ShareCommServices AG
Europastrasse 29
8152 Glattbrugg, Schweiz
Telefon +41 44 809 58 52
Fax +41 44 809 58 59

Zukunftsbezogene Stellungnahmen
Einige in diesem Kurzbericht enthaltene Stellungnahmen zu den Geschäftsaktivitäten der Barry Callebaut Gruppe sind zukunftsbezogen und beruhen auf der seitens der Unternehmensleitung heute erfolgten Einschätzung künftiger Entwicklungen. Zukunftsbezogene Stellungnahmen dieser Art werden in der Regel durch Begriffe gekennzeichnet wie «glauben», «schätzen», «beabsichtigen», «können», «werden», «erwarten», «planen» und ähnliche auf das Unternehmen bezogene Ausdrücke. Sie enthalten bestimmte Risiken und Unwägbarkeiten, da sie sich auf künftige Ereignisse beziehen. Die tatsächlichen Ergebnisse können sich aus unterschiedlichen Gründen von den angestrebten, erwarteten oder projizierten Zahlen und Daten unterscheiden. Im Geschäftsbericht 2018/19 werden jene Faktoren und Gründe erörtert, die das künftige Geschäftsergebnis der Barry Callebaut Gruppe beeinflussen könnten. Dazu zählen unter anderem Faktoren wie allgemeine Wirtschaftsbedingungen, Währungsschwankungen, wettbewerbsbedingter Druck auf Produkt- und Preisgestaltung sowie Änderungen in der Steuergesetzgebung und regulatorische Entwicklungen. Auf diese zukunftsbezogenen Stellungnahmen sollte daher nicht unangemessen abgestützt werden. Die Barry Callebaut Gruppe ist nicht gehalten, zukunftsbezogene Stellungnahmen zu aktualisieren oder zu revidieren.

Agenda

11. Dezember 2019
Generalversammlung 2018/19, Zürich

22. Januar 2020
3-Monats-Verkaufszahlen 2019/20

16. April 2020
Halbjahresergebnis 2019/20

9. Juli 2020
9-Monats-Verkaufszahlen 2019/20

11. November 2020
Jahresergebnis 2019/20

9. Dezember 2020
Generalversammlung 2019/20, Zürich

Impressum

Herausgeber
Barry Callebaut AG
West-Park
Pfingstweidstrasse 60
8005 Zürich
Schweiz

Konzept
Source Associates,
Zürich, Schweiz

Foto
Jos Schmid
Zürich, Schweiz
Sergi Briet
Barcelona, Spain
Marcel Giger,
Davos, Schweiz
Shutterstock/
namtipStudio (S. 15)

Prepress / Druck
Linkgroup AG, Printlink AG
Zürich, Schweiz

Dieser Kurzbericht wird in Englisch und Deutsch publiziert. Massgebend ist die englische Version.

Klimaneutral produziert durch Printlink AG.

Dieser Kurzbericht ist auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt.

Klimaneutral Druckprodukt ClimatePartner.com/16665-1910-1002

MIX Papier aus verantwortungsvollen Quellen FSC® C007447 FSC www.fsc.org

Barry Callebaut AG (Hauptsitz)
Westpark
Pfingstweidstrasse 60
8005 Zürich
Schweiz

Telefon +41 43 204 04 04
headoffice@barry-callebaut.com