

Medienmitteilung

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 Kotierungsreglement

Verkaufszahlen von Barry Callebaut für die ersten neun Monate des Geschäftsjahrs 2020/21

Volumenwachstum zieht an

- **Steigerung der Verkaufsmenge um +3.4% in den ersten neun Monaten, starke Leistung im Schokoladengeschäft im dritten Quartal (+21.2%)**
- **Umsatz von CHF 5.4 Mrd., +7.7% in Lokalwährungen (+2.1% in CHF)**
- **Zuversichtlich hinsichtlich der Mittelfristziele¹**

Zürich/Schweiz, 15. Juli 2021 – Antoine de Saint-Affrique, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: «Wir konnten unser Volumenwachstum im dritten Quartal, ausgehend von einer schwachen Vergleichsbasis, beschleunigen. Dank dieser wiedergewonnenen Dynamik und einer starken Leistung im Schokoladengeschäft sind wir für die ersten neun Monate des Geschäftsjahrs wieder deutlich im positiven Bereich und haben das Volumen vor der COVID-19-Krise² übertroffen.»

Verkaufskennzahlen der Gruppe

für die 9-Monats-Periode endend am 31. Mai		Veränderung in %		2021	2020
		in Lokalwährungen	in CHF		
Verkaufsmenge	Tonnen	3.4%		1,622,479	1,568,878
Umsatz	Mio. CHF	7.7%	2.1%	5,352.1	5,240.2

Die Barry Callebaut Gruppe, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, verzeichnete eine Beschleunigung beim Wachstum der **Verkaufsmenge** um +3.4% auf 1,622,479 Tonnen in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2020/21 (endend am 31. Mai 2021). Besonders das Schokoladengeschäft zog im dritten Quartal wieder kräftig an (+21.2%) und lieferte damit in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2020/21 eine gute Performance von +5.6%, die deutlich über der Entwicklung des globalen Schokoladenmarkts liegt (+1.2%³). Zu dem Volumenwachstum trugen alle Regionen bei (Nord- und Südamerika +9.0%, Asien-Pazifik +2.9%, EMEA +13.1%), und die wichtigen Wachstumstreiber der Gruppe leisteten positive Beiträge: Gourmet- & Spezialitätenprodukte (+9.4%) Schwellenländer (+12.5%, ohne Kakao) und Outsourcing (+5.5%). Auch bei Global Cocoa entwickelte sich die Verkaufsmenge im dritten Quartal positiv (+8.4%), sodass sich der Rückgang der Verkaufsmenge nach den ersten neun Monaten auf –4.3% reduzierte.

Der Umsatz belief sich auf CHF 5,352.1 Mio., was einem Plus von +7.7% in Lokalwährungen (+2.1% in CHF) entspricht.

Ausblick – Zuversichtlich, die Mittelfristziele zu erreichen

CEO Antoine de Saint-Affrique zum Ausblick: «Da sich die Märkte allmählich wieder öffnen, erwarten wir eine weitere Normalisierung des Betriebs und ein fortgesetztes Wachstum. Unsere starke Kundenorientierung, eine Reihe aufregender Innovationen und eine solide finanzielle Basis stimmen uns zuversichtlich, dass wir unsere Mittelfristziele erreichen werden.»

¹ Im Durchschnitt für die drei Geschäftsjahre 2020/21 bis 2022/23: Volumenwachstum um 5%–7% und ein EBIT über dem Volumenwachstum in Lokalwährungen, unter Ausschluss grösserer unvorhersehbarer Ereignisse und basierend auf der Annahme einer allmählichen Erholung von der COVID-19-Pandemie.

² Vergleich mit der Verkaufsmenge der ersten neun Monate 2018/19: 1,589,181 Tonnen.

³ Quelle: Nielsen, Volumenwachstum ohne E-Commerce, 25 Länder, September 2020 bis April/Mai 2021, Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder.

Strategische Meilensteine in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2020/21

- **Expansion:** Im Juni 2021 unterzeichnete Barry Callebaut eine Vereinbarung über die Übernahme der Europe Chocolate Company (ECC), ein im Privatbesitz befindlicher B2B-Hersteller von Schokoladenspezialitäten und -dekorationen in Malle, Belgien. Mit dieser strategischen Übernahme kann Barry Callebaut die wachsende Nachfrage nach kundenspezifisch individualisierter Industrieschokolade in belgischer Qualität bedienen und gleichzeitig ihre Fähigkeiten im wertsteigernden Spezialitätengeschäft ausbauen. Anfang Juli 2021 gab Barry Callebaut den Beginn eines langfristigen Outsourcing-Vertrags mit Atlantic Stark, einem führenden Süsswarenhersteller in Südosteuropa, bekannt. Atlantic Stark wird von der neuen Fabrik von Barry Callebaut in Novi Sad, Serbien, beliefert. Ebenfalls im Juli 2021 gab Barry Callebaut die Eröffnung ihres dritten Produktionsstandorts in Russland, in der Sonderwirtschaftszone Kaliningrad, bekannt. Mit dieser Fabrik wird Barry Callebaut ihre Präsenz auf dem drittgrössten⁴ Schokoladenmarkt der Welt weiter ausbauen. In der Region Nord- und Südamerika unterzeichnete Barry Callebaut im Juni 2021 einen umfangreichen neuen Outsourcing-Vertrag mit einem grossen Süsswarenhersteller über die Belieferung mit Schokolade ab September 2021.
- **Innovation:** Die globale Gourmet-Marke von Barry Callebaut, Cacao Barry, lancierte WholeFruit Evocao™, eine einzigartige Schokolade für Küchenchefs und gewerbliche Anwender, die zu 100% aus Kakaofrucht hergestellt wird. «WholeFruit»-Schokolade enthält ausschliesslich Zucker aus dem Fruchtfleisch der Kakaofrucht und 40% weniger Zucker als die meisten dunklen Schokoladen. WholeFruit Evocao™ ist für gewerbliche Anwender in Frankreich, Grossbritannien, Italien, Kanada, den USA, Brasilien und Japan erhältlich. Ab 2022 wird der Vertrieb nach und nach auf andere Länder ausgeweitet. Weitere aufregende Geschmacksprofile werden folgen. Im Juni 2021 lancierte Van Houten, die Kakao-Pioniermarke der Gruppe, ein Schokoladen-Getränkpulver aus Ruby-Schokolade für Kunden aus dem HoReCa-Segment in ausgewählten europäischen Märkten. Wie alle Produkte von Van Houten wird auch das Ruby-Schokoladen-Getränkpulver zu 100% aus nachhaltig angebauten Kakaobohnen hergestellt.
- **Nachhaltigkeit:** Im Juni 2021 fanden die erste ESG-Roadshow und das erste ESG-Webinar von Barry Callebaut statt. Im Rahmen dieser Veranstaltungen diskutierten der Group CFO und der Chief Sustainability Officer mit Anlegern und ESG-Rating-Agenturen die Massnahmen, die Barry Callebaut ergreift, um die wesentlichen Risiken in den Bereichen Umwelt, Soziales und Governance in ihrer Schokoladenlieferkette zu steuern. Auf dem Sustainable Food Summit im Juni 2021 erhielt die innovative Marke Cabosse Naturals den ersten Preis in der Kategorie Nachhaltige Zutaten für das Upcycling von Fruchtfleisch und Schale der Kakaofrucht in mehrere Produkte, die zu 100% aus Kakaofrucht hergestellt werden. Eine positive Bilanz bezüglich CO₂-Emissionen und Abholzung ist eines der wichtigsten Ziele von «Forever Chocolate», dem Plan der Gruppe, nachhaltige Schokolade bis 2025 zum Standard zu machen. Im April 2021 veröffentlichte Barry Callebaut als eine der führenden Unterzeichnerinnen der Cocoa & Forests Initiative (CFI), einer Multi-Stakeholder-Initiative zur Beendigung der durch den Kakaoanbau verursachten Abholzung in der Elfenbeinküste und Ghana, ihren zweiten CFI-Fortschrittsbericht. Zu den wesentlichen Fortschritten zählen die Offenlegung der direkten Kakaolieferanten von Barry Callebaut, weitere Fortschritte bei der Standortkartierung von Kakaofarmen und der Verteilung von Setzlingen und Schattenbäumen. Darüber hinaus veröffentlichte Barry Callebaut im Mai 2021 die branchenweit erste «High Carbon Stock (HCS) Map», eine Karte, die Wälder mit hohem Erhaltungswert sowie Bereiche ausweist, deren Abholzung die höchsten Kohlenstoffemissionen verursachen würden. Dieses hoch automatisierte und öffentlich zugängliche Werkzeug ist das Ergebnis einer Zusammenarbeit des Unternehmens mit der ETH Zürich.

⁴ Quelle: Euromonitor, Schokoladenmärkte 2020.

Entwicklung nach Regionen/Segmenten

Region EMEA – Fortgesetzte Erholung des Volumens

Die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in der Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) erhöhte sich um +2.9% auf 736,375 Tonnen. Ausgehend von einer niedrigen Vergleichsbasis beschleunigte sich die Erholung des Volumens im dritten Quartal trotz anhaltender Restriktionen in den grossen europäischen Märkten. Der zugrunde liegende Schokoladenmarkt wuchs um +1.0%.⁵ Die Produktgruppe Industrielle Produkte verzeichnete im dritten Quartal eine beschleunigte Erholung und in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs ein Volumenwachstum im niedrigen einstelligen Bereich. Unterstützt wurde diese Entwicklung von einer weiterhin positiven Dynamik in Osteuropa, wo Lieferungen für Outsourcing-Verträge, die während der COVID-19-Pandemie unterzeichnet wurden, inzwischen anziehen. Der neu unterzeichnete Outsourcing-Vertrag mit Atlantic Stark untermauert die Stärke der Pipeline. Die Produktgruppe Gourmet & Spezialitäten erholte sich trotz des anhaltend herausfordernden Umfelds in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs und kehrte zu einem hohen einstelligen Wachstum zurück. Der Umsatz in der Region belief sich auf CHF 2,310.4 Mio., was einer Steigerung von +5.9% in Lokalwährungen (+4.6% in CHF) entspricht.

Region Nord- und Südamerika – Beschleunigtes Volumenwachstum

In der Region Nord- und Südamerika hat sich die Geschäftsentwicklung im dritten Quartal beschleunigt, das Volumen stieg in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs um +9.4% auf 452,280 Tonnen und übertraf damit die Entwicklung des regionalen Schokoladenmarkts bei weitem (+2.4%⁵). Insbesondere in Nordamerika verzeichnete die Produktgruppe Industrielle Produkte ein anhaltendes Volumenwachstum im zweistelligen Bereich. Barry Callebaut expandiert weiter und investiert in die Region, um den Bedarf ihrer Kunden zu decken und weitere Geschäftsgelegenheiten zu nutzen. Ein Beispiel hierfür ist ein kürzlich unterzeichneter bedeutender Outsourcing-Vertrag. Die Produktgruppe Gourmet & Spezialitäten verzeichnete im dritten Quartal eine beschleunigte Erholung und in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2020/21 ein Volumenwachstum von knapp 20%. Der Umsatz stieg um +11.1% in Lokalwährungen (+2.2% in CHF) auf CHF 1,343.7 Millionen.

Region Asien-Pazifik – Gesunde Wachstumsdynamik hält an

Die Region Asien-Pazifik setzte ihr gesundes Wachstum fort, das Volumen stieg um +9.0% auf 105,933 Tonnen, was die Entwicklung des regionalen Schokoladenmarkts (-0.8%⁵) deutlich übertraf. Das Wachstum im mittleren einstelligen Bereich in der Produktgruppe Industrielle Produkte war breit abgestützt. Die Produktgruppe Gourmet & Spezialitäten verzeichnete im dritten Quartal eine beschleunigte Erholung, womit das Wachstum für den Berichtszeitraum wieder im soliden zweistelligen Bereich liegt. Der Umsatz belief sich auf CHF 336.0 Mio., was einem Plus von +13.6% in Lokalwährungen (+8.2% in CHF) entspricht.

Global Cocoa – volatiles Marktumfeld

Global Cocoa verzeichnete im dritten Quartal, ausgehend von einer niedrigen Vergleichsbasis, ein positives Wachstum der Verkaufsmenge, womit die Verkaufsmenge im Berichtszeitraum um -4.3% auf 327,891 Tonnen zurück ging. Das Marktumfeld bleibt volatil. Kakao-Angebot und Nachfrage sind weltweit durch die COVID-19-Pandemie und insbesondere durch logistische Herausforderungen in der Lieferkette aus dem Gleichgewicht geraten. Der Umsatz belief sich auf CHF 1,362.0 Mio., was einem Plus von +6.0% in Lokalwährungen (-3.1% in CHF) entspricht.

⁵ Quelle: Nielsen. Volumenwachstum für September 2020 bis April/Mai 2021, 25 Länder. Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Das zugrunde liegende Wachstum des Schokoladenmarkts umfasst laut Nielsen nicht den E-Commerce und gibt den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder.

Entwicklung der wichtigsten Rohwarenpreise

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2020/21 bewegten sich die Terminmarktpreise⁶ für **Kakaobohnen** zwischen GBP 1,607 und GBP 1,869 pro Tonne und schlossen per 28. Mai 2021 bei GBP 1,632 pro Tonne. Durchschnittlich sanken die Preise für Kakaobohnen um –9.3% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Der Ausblick für Angebot und Nachfrage bei Kakaobohnen weltweit deutet auf ein beträchtliches Überangebot hin.

Die **Zuckerpreise** stiegen weltweit um durchschnittlich +19.1% aufgrund der starken Nachfrage aus China in Kombination mit verzögerten Exporten aus Indien und geringeren Ertragsersparungen in Brasilien. Die Zuckerpreise in Europa blieben insgesamt stabil, verglichen mit den nachfragebedingt niedrigeren Preisen zu Beginn der COVID-19-Pandemie im Vorjahreszeitraum (+0.2%).

Die Preise für Milchprodukte stiegen aufgrund der starken Nachfrage aus Asien, des schwachen Milchangebots in Europa und einiger Lieferkettenengpässe weiter an. Im Durchschnitt waren die Preise im Berichtszeitraum jedoch noch immer etwas niedriger als im Vorjahreszeitraum (–1.0%).

⁶ Quelle: Preise am Londoner Terminmarkt für so genannte «2nd position»-Preise, September 2020 bis Mai 2021. Die Terminmarktpreise berücksichtigen das «Living Income Differential» (LID, Prämie zur Existenzsicherung) und die Preisunterschiede zwischen den Ländern nicht.

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2020/21 (1. September 2020 bis 31. August 2021):

Jahresergebnisse 2020/21	10. November 2021
Generalversammlung 2020/21	8. Dezember 2021

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 6.9 Mrd. (EUR 6.4 Milliarden / USD 7.1 Milliarden) für das Geschäftsjahr 2019/20 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 12,000 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 [Stiftung Cocoa Horizons](#) in ihrem Ziel, eine nachhaltige Kakao- und Schokoladenzukunft zu gestalten.

Folgen Sie der Barry Callebaut Gruppe: [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Facebook](#) [YouTube](#) [Flickr](#)**Kontakt für die Medien:**

Frank Keidel
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Phone: + 41 43 268 86 06
frank_keidel@barry-callebaut.com

für Investoren und Finanzanalysten:

Claudia Pedretti
Head of Investor Relations
Barry Callebaut AG
Phone: +41 43 204 04 23
claudia_pedretti@barry-callebaut.com

Verkaufskennzahlen der Gruppe

für die 9-Monats-Periode endend am 31. Mai		Veränderungen in %		2021	2020
		in Lokalwährungen	in CHF		
Kennzahlen					
Verkaufsmenge	Tonnen		3.4%	1,622,479	1,568,878
Umsatz	Mio. CHF	7.7%	2.1%	5,352.1	5,240.2
Nach Regionen					
EMEA					
Verkaufsmenge	Tonnen		2.9%	736,375	715,753
Umsatz	Mio. CHF	5.9%	4.6%	2,310.4	2,209.0
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		9.4%	452,280	413,234
Umsatz	Mio. CHF	11.1%	2.2%	1,343.7	1,314.5
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		9.0%	105,933	97,228
Umsatz	Mio. CHF	13.6%	8.2%	336.0	310.5
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		(4.3%)	327,891	342,663
Umsatz	Mio. CHF	6.0%	(3.1%)	1,362.0	1,406.2
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge	Tonnen			1,622,479	1,568,878
Kakaoprodukte	Tonnen		(4.3%)	327,891	342,663
Industrielle Produkte	Tonnen		4.4%	1,109,453	1,062,510
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		13.1%	185,135	163,705
Umsatz	Mio. CHF			5,352.1	5,240.2
Kakaoprodukte	Mio. CHF	6.0%	(3.1%)	1,362.0	1,406.2
Industrielle Produkte	Mio. CHF	6.2%	2.2%	3,145.6	3,076.7
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	17.0%	11.5%	844.5	757.3