

Medienmitteilung

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 LR

Barry Callebaut Gruppe – Jahresergebnis, Geschäftsjahr 2020/21

Gesundes Wachstum, gute Rentabilität und starker Cashflow

- Verkaufsmenge gestiegen um +4.6%, alle Regionen und zentralen Wachstumstreiber haben dazu beigetragen
- Umsatz von CHF 7.2 Mrd., ein Plus von +8.7% in Lokalwährungen (+4.6% in CHF)
- Betriebsgewinn (EBIT) gestiegen um +18.9%¹ in Lokalwährungen (+15.4%¹ in CHF) auf CHF 566.7 Mio.
- Erhöhung des Konzerngewinns um +24.2%¹ in Lokalwährungen (+20.4%¹ in CHF) auf CHF 384.5 Mio.
- Starker freier Cashflow von CHF 355 Mio.
- Zuversichtlich bezüglich der Mittelfristziele²
- Antoine de Saint-Affrique zur Wahl als neues Verwaltungsratsmitglied vorgeschlagen
- Dividendenantrag von CHF 28.00 pro Aktie, Ausschüttungsquote von 40%

Zürich/Schweiz, 10. November 2021 – Peter Boone, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: «Im Geschäftsjahr 2020/21 sind wir auf unseren gesunden Wachstumspfad zurückgekehrt, mit guter Rentabilität und starkem Cashflow. Das Wachstum lag über dem der zugrunde liegenden Märkte, wobei alle Regionen und die zentralen Wachstumstreiber zu den guten Ergebnissen beitrugen. Ich möchte mich bei allen Kolleginnen und Kollegen von Barry Callebaut für diese Ergebnisse bedanken. Sie leben unsere Unternehmenswerte und sind die Grundlage für unseren Erfolg in den vergangenen 25 Jahren.»

Kennzahlen der Gruppe

für das Geschäftsjahr		Veränderung in %		2020/21	2019/20
		in Lokalwährungen	in CHF		
Verkaufsmenge	Tonnen	4.6%		2,191,572	2,095,982
Umsatz	Mio. CHF	8.7%	4.6%	7,207.6	6,893.1
Bruttogewinn	Mio. CHF	10.8%	7.9%	1,147.2	1,063.7
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	20.8%	17.3%	566.7	483.2
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹	Mio. CHF	18.9%	15.4%	566.7	491.0
EBIT (wiederkehrend) ¹ pro Tonne	CHF	13.7%	10.4%	258.6	234.2
Konzerngewinn	Mio. CHF	27.3%	23.4%	384.5	311.5
Konzerngewinn (wiederkehrend) ¹	Mio. CHF	24.2%	20.4%	384.5	319.3
Freier Cashflow	Mio. CHF			355.0	317.0
Freier Cashflow angepasst ³	Mio. CHF			314.9	403.8

Im Geschäftsjahr 2020/21 (per 31. August 2021) erzielte die Barry Callebaut Gruppe, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, ein gesundes Wachstum der Verkaufsmenge von +4.6% auf 2,191,572 Tonnen. Das Schokoladengeschäft übertraf das Niveau von 2018/19 vor der COVID-19-Pandemie und schnitt mit einem Volumenwachstum

¹ Im Vergleich zum Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) und Konzerngewinn (wiederkehrend) des Vorjahrs.

² 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.

³ Freier Cashflow angepasst um den Cashflow-Effekt der Kakaobohnenvorräte, die von der Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) angesehen werden.

von +6.5% deutlich besser ab als der zugrunde liegende globale Schokoladenmarkt (+1.8%)⁴. Zum Volumenwachstum trugen alle Regionen (Asien-Pazifik +8.7%, Nord- und Südamerika +7.9%, EMEA +5.5%) und alle zentralen Wachstumstreiber bei: Outsourcing (+4.5%), Schwellenländer (+9.7%) und besonders stark Gourmet- & Spezialitätenprodukte (+18.3%). Die Verkaufsmenge von Global Cocoa verbesserte sich in der zweiten Jahreshälfte, sodass sich der Rückgang für das Berichtsjahr auf – 2.6% reduzierte.

Der Umsatz stieg um +8.7% in Lokalwährungen (+4.6% in CHF) auf CHF 7,207.6 Mio..

Der Bruttogewinn wuchs schneller als die Verkaufsmenge und lag bei CHF 1,147.2 Mio.. Dies entspricht einem Wachstum von +10.8% in Lokalwährungen (+7.9% in CHF) im Vergleich zum Vorjahr. Das gesunde Wachstum der Verkaufsmenge, insbesondere bei Gourmet- & Spezialitätenprodukte, wirkte sich positiv auf den Mix aus.

Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um +18.9%⁵ in Lokalwährungen (+15.4%⁵ in CHF) und lag bei CHF 566.7 Mio.; er wurde durch negative Währungseffekte von CHF –17 Mio. beeinträchtigt. Das EBIT-Wachstum übertraf das Volumenwachstum deutlich, wozu alle Regionen sowie ein positiver Produkt- und Kundenmix beitrugen. Der **EBIT pro Tonne** der Gruppe verbesserte sich auf CHF 259, was einem Zuwachs von +13.7%⁵ in Lokalwährungen (+10.4%⁵ in CHF) entspricht.

Der Konzerngewinn für das Geschäftsjahr stieg im Vergleich zum Vorjahr um +24.2%⁵ in Lokalwährungen (+20.4%⁵ in CHF) und belief sich auf CHF 384.5 Mio.. Der Anstieg basierte auf dem soliden EBIT-Wachstum und den geringeren Nettofinanzierungskosten von CHF –101.7 Mio. Die Ertragsteuern beliefen sich im Berichtsjahr 2020/21 auf CHF –80.5 Mio., was einem effektiven Steuersatz von 17.3% (18.2% im Vorjahr) entspricht.

Das Nettoumlaufvermögen stieg auf CHF 1,241.8 Mio., im Vergleich zu CHF 1,192.0 Mio. im Vorjahr. Der Anstieg lag unter dem Volumenwachstum der Gruppe, was auf die gute Bewirtschaftung des Umlaufvermögens zurückzuführen ist. Die Auswirkungen der im Zuge der wiedergewonnenen Geschäftsdynamik gestiegenen Forderungen wurden durch die gute Lagerbewirtschaftung und die niedrigeren finanziellen Verbindlichkeiten weitgehend ausgeglichen.

Es wurde erneut ein starker **freier Cashflow** generiert, der sich auf CHF 355.0 Mio. belief, im Vergleich zu CHF 317.0 Mio. im Vorjahr. Angepasst um die als kurzfristig absatzfähig geltenden Lagerbestände (Readily Marketable Inventories, RMI) von Kakaobohnen belief sich der **angepasste freie Cashflow** auf CHF 314.9 Mio., verglichen mit CHF 403.8 Mio. im Vorjahr.

In der Folge ging die **Nettoverschuldung** weiter zurück, von CHF 1,365.9 Mio. auf CHF 1,281.3 Mio.. Unter Berücksichtigung der Kakaobohnenvorräte als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) belief sich die angepasste Nettoverschuldung auf CHF 547.4 Mio., gegenüber CHF 593.9 Mio. im Vorjahreszeitraum.

Ausblick – Auf Kurs, um Mittelfristziele zu erreichen

CEO Peter Boone zum Ausblick: «Bei der Umsetzung unserer langfristigen Strategie setzen wir weiterhin auf «Intelligentes Wachstum», wobei wir den Schwerpunkt auf das Erwirtschaften von Renditen und Cashflows legen. Wir sind auf Kurs, höhere Wertschöpfungsstufen schneller zu erreichen, indem wir unsere globale Präsenz, unsere industrieweit Massstäbe setzenden Innovationen, unsere Kostenführerschaft und unsere wirkungsvollen Nachhaltigkeitslösungen erfolgreich einsetzen. Wir sind daher zuversichtlich, dass wir unsere Mittelfristziele erreichen werden.»

⁴ Quelle: Nielsen, Volumenwachstum ohne E-Commerce – 25 Länder, September 2020 bis August 2021, Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Nielsen-Daten geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder.

⁵ Im Vergleich zum Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) und Konzerngewinn (wiederkehrend) des Vorjahrs.

Wir bereichern die Welt der Schokolade und des Kakaos seit 25 Jahren

Im Jahr 1996 fusionierte Klaus Jacobs den belgischen Schokoladenhersteller Callebaut und den französischen Schokoladenhersteller Cacao Barry und gründete Barry Callebaut. Seitdem hat sich Barry Callebaut erfolgreich als Herz und Motor der Schokoladen- und Kakaoindustrie etabliert und kann dabei auf die starke Kundenorientierung sowie den Unternehmergeist ihrer über 12,500 Mitarbeitenden zählen. Seit 25 Jahren schafft Barry Callebaut in der Kakao- und Schokoladenwertschöpfungskette erfolgreich langfristige Werte für all ihre Anspruchsgruppen, und wird dies auch in Zukunft tun.

Ausführlichere Informationen über die Geschichte von Barry Callebaut finden Sie [hier](#).

Strategische Meilensteine

- **Expansion:** Im September 2021 verlängerten Hershey und Barry Callebaut ihre strategische Liefervereinbarung, wonach Barry Callebaut das nordamerikanische Geschäft von Hershey weiterhin mit Schokoladenprodukten beliefern wird. Durch die erneuerte Vereinbarung wird Barry Callebaut ihr strategisches, langfristiges Wachstum in Nordamerika fortsetzen können. Im Oktober 2021 eröffnete Barry Callebaut ihre neue Produktionsstätte in Novi Sad, Serbien. Die Fabrik wird als regionale Drehscheibe fungieren, über die Barry Callebaut die rasch wachsenden Schokoladenmärkte Südosteuropas bedienen und sowohl bestehende als auch neue Kunden mit einer breiten Palette von Schokolade, Schokoladenmischungen und Füllungen versorgen kann.
Im selben Monat eröffnete Barry Callebaut ihr neues CHOCOLATE ACADEMY™ Center in Belgrad und nahm ihr CHOCOLATE ACADEMY™ Center nach einem Standortwechsel in Dubai wieder in Betrieb. Über ihr globales Netzwerk von mittlerweile 25 CHOCOLATE ACADEMY™ Centers bietet Barry Callebaut Inspiration, Schulung und personalisierte Unterstützung für gewerbliche Anwender, Confiseure, Konditoren, Bäcker und Caterer.
Im September 2021 schloss Barry Callebaut die Akquisition der Europe Chocolate Company (ECC) ab, einem belgischen Unternehmen in Privatbesitz und B2B-Hersteller von Schokoladenspezialitäten und -dekorationen. Mit dieser strategischen Akquisition werden die Produktionskapazitäten von Barry Callebaut für Mehrwert schaffende, auf die Kunden massgeschneiderte Schokoladenspezialitäten und -dekorationen ausgebaut.
- **Innovation:** Die erste von jeglicher Milchverarbeitung getrennte Produktionsstätte in Norderstedt, Deutschland, erweiterte ihr Angebot an Genussmitteln auf Pflanzenbasis für besondere Ernährungsbedürfnisse, wie Schokolade mit der Zertifizierung «Halal» oder «Kosher Badatz». Die Produktion begann im April 2021 und wird Kunden in der gesamten Region EMEA begeistern.
Im Oktober 2021 wurde in Taiwan das neue Trinkschokoladenpulver von Barry Callebaut mit weniger Zucker eingeführt. Diese schmackhafte Innovation mit nur vier Zutaten und minimaler Verarbeitung erhält ihre Süsse von der Mönchsfrucht, einer in Asien seit Jahrhunderten geschätzten Pflanze. Zudem entwickelte Barry Callebaut in Japan eine kohlehydratarme Schokolade ohne Zuckerzusatz für eine führende Proteinriegelmarke, die Anfang Oktober 2021 auf den Markt kam.
Im selben Monat organisierte Barry Callebaut die «glokale» Kundenveranstaltung «Treat Tomorrow Live», bei der Kunden, Marken und gewerbliche Anwender aus aller Welt auf einer virtuellen Plattform zusammenkommen. «Treat Tomorrow» befasst sich mit drängenden Fragen von Konsumenten zu den Themen Gesundheit, Genuss der nächsten Generation, pflanzliche Basis, Nachhaltigkeit und Klima.
Ebenfalls im Oktober nutzte Barry Callebaut ihr umfassendes Wissen über die Kakaofrucht und führte mit «Elix», dem ersten nutrazeutischen Fruchtgetränk, eine neue Kategorie von Fruchtgetränken ein. Die gesundheitsbezogenen Angaben über die in «Elix» enthaltenen natürlichen Kakaofrucht-Flavonole und ihre Wirkung auf das Herz-Kreislauf-System sind gemäss EU-Verordnung über Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel genehmigt.

- **Kostenführerschaft:** Im Oktober eröffnete Barry Callebaut «The Chocolate Box», ihr neues globales Verteilzentrum in Lokeren, Belgien, das grösste Schokoladenlager der Welt. Es ist auch das Nachhaltigste, da es vollständig energieneutral ist. «The Chocolate Box» wird als globales Logistikzentrum für alle verpackten Schokoladen- und Dekorationsprodukte aus den belgischen Fabriken der Gruppe in Wieze und Halle dienen. Durch die Bündelung der logistischen Kapazitäten von Barry Callebaut in Kombination mit modernster Lagertechnik wird die Effizienz des weltweiten Produktvertriebs von Barry Callebaut gesteigert und der Kundenservice optimiert.
- **Nachhaltigkeit:** Im August wurde Barry Callebaut das dritte Jahr in Folge von Sustainalytics als ein branchenführendes Unternehmen im Umgang mit ESG-Risiken (Umwelt, Soziales und Unternehmensführung) in ihrer Schokoladenlieferkette ausgezeichnet. Sustainalytics ist eine führende Ratingagentur, die den Umgang der Industrie mit ESG-Risiken in ihren Lieferketten bewertet. Zudem organisierte Barry Callebaut erstmals eine ESG-Roadshow, um diese Themen zu präsentieren und mit Anlegern darüber zu diskutieren.
Ebenfalls im August lancierte Barry Callebaut zusammen mit Nestlé und Proforest eine Bewertungsliste zur Förderung der nachhaltigen Produktion von Kokosnussöl. Mit der Bewertungsliste für Lieferanten können Barry Callebaut und andere Unternehmen die Nachhaltigkeitsrisiken an den Beschaffungsstandorten überprüfen, klare Optimierungsziele festlegen und bei den Lieferanten Anreize für Verbesserungen schaffen. Bis 2022 will Barry Callebaut diese Bewertungsliste bei all ihren Lieferanten von Kokosnussöl einführen.
Im Juli entwickelte Barry Callebaut, zusammen mit Gold Standard und Agolin, eine neue Methode zur Quantifizierung und Zertifizierung von CO₂-Einlagerung in milchbasierten Zutaten innerhalb ihrer Schokoladenlieferkette.

Entwicklung nach Regionen/Segmenten

Region EMEA – Zurück auf einem gesunden Wachstumspfad mit solider Rentabilität

In der Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) ist das Volumen im Geschäftsjahr 2020/21 mit einem Plus von +5.5% auf 997,324 Tonnen wieder auf einen gesunden Wachstumspfad zurückgekehrt. In einem sich allmählich verbessernden Marktumfeld übertraf die Gruppe den zugrunde liegenden regionalen Schokoladenmarkt (+0.8%)⁶. Das Geschäftsvolumen der Produktgruppe Industrielle Produkte setzte den Wachstumskurs fort, insbesondere in Osteuropa, und erreichte im Berichtsjahr ein gesundes Wachstum im mittleren einstelligen Bereich. Das Volumen der Produktgruppe Gourmet- & Spezialitätenprodukte erholte sich in der zweiten Hälfte des Berichtsjahrs in der gesamten Region stark, was in einem Wachstum im mittleren Zehnerbereich resultierte. Der Umsatz stieg um +8.2% in Lokalwährungen (+7.3% in CHF) auf CHF 3,128.5 Mio.. Aufgrund des verbesserten Produktmix' und der guten Kostenkontrolle stieg der Betriebsgewinn (EBIT) um +27.9% in Lokalwährungen (+26.1% in CHF) auf CHF 339.2 Mio.

Region Nord- und Südamerika – Starkes Wachstum und gesunde Rentabilität

Die Verkaufsmenge in der Region Nord- und Südamerika stieg im Geschäftsjahr 2020/21 um +7.9% auf 610,133 Tonnen und übertraf damit das Wachstum des zugrunde liegenden regionalen Schokoladenmarkts (+2.5%)⁶ deutlich. Die Produktgruppe Industrielle Produkte verzeichnete weiterhin ein starkes Wachstum, vor allem im Geschäft mit grossen Industriekunden in Nordamerika. Die Verlängerung der langfristigen Lieferpartnerschaft mit Hershey zeigt, dass Barry Callebaut aufgrund ihrer Zuverlässigkeit und ihres Know-how im Bereich Premium-Schokolade der bevorzugte Partner für führende Industrieunternehmen in der Region ist. Das Volumen der Produktgruppe Gourmet- & Spezialitätenprodukte nahm in der gesamten Region weiter zu, womit deren Wachstum für das Berichtsjahr deutlich im zweistelligen Bereich liegt. Der Umsatz stieg um +10.8% in Lokalwährungen (+4.0% in CHF) und belief sich auf CHF 1,830.3 Mio.

⁶ Quelle: Nielsen, Volumenwachstum ohne E-Commerce – 25 Länder, September 2020 bis August 2021, Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Nielsen-Daten geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder.

Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um +8.4% in Lokalwährungen (+2.3% in CHF) auf CHF 186.6 Mio., was auf das starke Volumenwachstum und den verbesserten Produktmix zurückzuführen ist.

Region Asien-Pazifik – Rentable Wachstumsdynamik fortgesetzt

In der Region Asien-Pazifik hielt die Wachstumsdynamik trotz der auf regionaler Ebene wieder eingeführten COVID-19-Beschränkungen mit einem Zuwachs um +8.7% auf 138,396 Tonnen an. Der zugrunde liegende regionale Schokoladenmarkt legte um +7.1%⁶ zu. Das Volumenwachstum der Produktgruppe Industrielle Produkte blieb breit abgestützt. Das Volumenwachstum der Produktgruppe Gourmet- & Spezialitätenprodukte liegt dank der Unterstützung der globalen und lokalen Marken wieder im soliden zweistelligen Bereich. Der Umsatz belief sich auf CHF 444.0 Mio., was einem Plus von +15.4% in Lokalwährungen (+10.9% in CHF) entspricht. Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg dank der guten Wachstumsdynamik und des sich verbessernden Produktmix um +39.5% in Lokalwährungen (+33.4% in CHF) auf CHF 57.0 Mio. und damit deutlich stärker als das Volumen.

Global Cocoa – Stabiles Ergebnis in volatilem Marktumfeld

Die Verkaufsmenge von Global Cocoa belief sich auf 445,719 Tonnen, was einem Rückgang von –2.6% im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Der Umsatz betrug CHF 1,804.8 Mio., ein Plus von +6.1% in Lokalwährungen (–0.7% in CHF). Der Fokus auf «intelligentes Wachstum» konnte die Auswirkungen des ungünstigen Marktumfelds abschwächen, allerdings wurde der Betriebsgewinn (EBIT) durch höhere Energiekosten in Westafrika und höhere globale Frachtkosten beeinträchtigt. Dies führte zu einem EBIT von CHF 86.5 Mio., im Vergleich zu einem wiederkehrenden EBIT von CHF 94.9 Mio.⁷ im Vorjahr. Klammert man die oben erwähnten Zusatzkosten aus, stieg der EBIT pro Tonne um +4.8% in Lokalwährungen (+1.8% in CHF) auf CHF 211 (Vorjahr CHF 208).

Entwicklung der Rohwarenpreise

Im Geschäftsjahr 2020/21 bewegten sich die Preise für **Kakaobohnen** zwischen GBP 1,607 und GBP 1,869 pro Tonne und schlossen per 31. August 2021 bei GBP 1,757 pro Tonne. Durchschnittlich sanken die Preise für Kakaobohnen gegenüber dem Vorjahr um –7.0%. Die globale Angebots- und Nachfragesituation bei Kakaobohnen hat sich im Zeitraum 2020/21 zu einem beträchtlichen Überangebot entwickelt. Einerseits war die Nachfrage aufgrund der COVID-19-Pandemie gedämpft. Andererseits trugen die aussergewöhnlich guten Ernten in den wichtigsten Anbauländern zu einem erhöhten Angebot an Kakaobohnen bei.

Die Zuckerpreise in Europa stiegen im Berichtsjahr durchschnittlich um +3.6%, was vor allem auf eine schlechte Ernte und eine Reduzierung der Kapazität aufgrund niedriger Preise in den Vorjahren zurückzuführen ist. Der Weltmarktpreis für Zucker ist infolge der starken Nachfrage aus China in Kombination mit einer schlechten Ernte in Brasilien um durchschnittlich +22.3% gestiegen.

Die Preise für **Milchprodukte** zogen während des Geschäftsjahrs 2020/21 durchschnittlich um +11.6% an. Die starke Nachfrage aus Asien in Kombination mit der zunehmenden Besorgnis rund um das Milchangebot, logistischen Engpässen, stark gestiegenen Energiepreisen und der allgemeinen Markt-inflation trieben die Preise für Milchprodukte in die Höhe.

Anträge zuhanden der Generalversammlung

Ausschüttung an die Aktionäre

Der Verwaltungsrat schlägt an der Generalversammlung vom 8. Dezember 2021 eine Ausschüttung an die Aktionäre von CHF 28.00 je Aktie vor. Dies entspricht einem Anstieg von +27.3% gegenüber dem Vorjahr und einer Ausschüttungsquote von 40% des Konzerngewinns. Die

⁷ Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend des Vorjahrs ohne die Kosten von CHF –7.8 Mio. für die Schliessung der Kakaofabrik in Makassar, Indonesien.

Dividende wird den Aktionären, vorbehaltlich der Genehmigung durch die Generalversammlung, am oder um den 6. Januar 2022 ausgezahlt.

Verwaltungsrat

Alle Mitglieder des Verwaltungsrats stellen sich für eine weitere einjährige Amtsperiode zur Verfügung. Der Verwaltungsrat schlägt Antoine de Saint-Affrique (Staatsangehöriger von Frankreich) zur Wahl als neues Verwaltungsratsmitglied vor. Antoine de Saint-Affrique war von Oktober 2015 bis August 2021 CEO von Barry Callebaut und ist derzeit CEO der Danone Group. Vor 2015 war Antoine de Saint-Affrique in verschiedenen Führungspositionen bei Unilever tätig. Er wird sein umfassendes Wissen über die schnelllebige Konsumgüterindustrie und weitreichende Erkenntnisse über Lieferketten und den Bereich Nachhaltigkeit in den Verwaltungsrat einbringen.

Generalversammlung

Aufgrund der andauernden COVID-19-Pandemie findet die Generalversammlung 2020 der Barry Callebaut AG ohne persönliche Anwesenheit der Aktionäre statt. Um die Gesundheit der Aktionäre sowie der Mitarbeitenden zu schützen, kann das Stimmrecht ausschliesslich über den unabhängigen Vertreter ausgeübt werden. Einzelheiten sind auf der Website der Gruppe und in der Einladung zur Generalversammlung zu finden, die Mitte November 2021 versandt wird.

Weitere Angaben finden Sie ab heute in den folgenden Publikationen:

Jahresbericht 2020/21 ([PDF](#))

Kurzbericht 2020/21 [Englisch](#) und [Deutsch](#)

Konferenz von Barry Callebaut für Medien und Analysten

Datum: Mittwoch, 10. November 2021, 10.00 bis 11.30 Uhr MEZ

Ort: Halle 550, Birchstrasse 150, Eingang C, 8050 Zürich

Es handelt sich dabei 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 2021/22 (1. September 2021 bis 31. August 2022):

Generalversammlung 2020/21	8. Dezember 2021
3-Monats-Verkaufszahlen 2021/22	26. Januar 2022
Halbjahresergebnis 2021/22	13. April 2022
Investorenkonferenz	11. und 12. Mai 2022
9-Monats-Verkaufszahlen 2021/22	20. Juli 2022
Jahresergebnis 2021/22	2. November 2022
Generalversammlung 2021/22	14. Dezember 2022

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 7.2 Mrd. (EUR 6.6 Mrd. / USD 7.9 Mrd.) für das Geschäftsjahr 2020/21 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 12,500 Mitarbeitenden.

Die Barry Callebaut Gruppe steht im Dienst der gesamten Nahrungsmittelindustrie, von industriellen Nahrungsmittelherstellern bis zu gewerblichen und professionellen Anwendern wie Chocolatiers, Confiseurs, 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

Kennzahlen nach Regionen/Produktgruppen

für das Geschäftsjahr		Veränderung in %		2020/21	2019/20
		in Lokalwährungen	in CHF		
Nach Regionen					
EMEA					
Verkaufsmenge	Tonnen		5.5%	997,324	945,640
Umsatz	Mio. CHF	8.2%	7.3%	3,128.5	2,915.8
EBITDA	Mio. CHF	23.1%	21.6%	424.4	349.0
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	27.9%	26.1%	339.2	269.1
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		7.9%	610,133	565,650
Umsatz	Mio. CHF	10.8%	4.0%	1,830.3	1,759.5
EBITDA	Mio. CHF	8.0%	2.2%	240.1	235.0
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	8.4%	2.3%	186.6	182.4
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		8.7%	138,396	127,306
Umsatz	Mio. CHF	15.4%	10.9%	444.0	400.2
EBITDA	Mio. CHF	34.1%	28.5%	71.4	55.5
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	39.5%	33.4%	57.0	42.7
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		(2.6%)	445,719	457,386
Umsatz	Mio. CHF	6.1%	(0.7%)	1,804.8	1,817.6
EBITDA	Mio. CHF	2.1%	(0.9%)	156.6	158.1
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	2.5%	(0.7%)	86.5	87.1
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ⁸	Mio. CHF	(6.0%)	(8.9%)	86.5	94.9
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge	Tonnen			2,191,572	2,095,982
Kakaoprodukte	Tonnen		(2.6%)	445,719	457,386
Industrielle Produkte	Tonnen		4.8%	1,498,496	1,429,549
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		18.3%	247,357	209,047
Umsatz	Mio. CHF			7,207.6	6,893.1
Kakaoprodukte	Mio. CHF	6.1%	(0.7%)	1,804.8	1,817.6
Industrielle Produkte	Mio. CHF	6.7%	3.8%	4,273.8	4,118.6
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	22.4%	18.0%	1,129.0	956.9

⁸ Betriebsgewinn (EBIT) 2019/20 wiederkehrend, ohne die Kosten von CHF -7.8 Mio. für die Schliessung der Kakaofabrik in Makassar, Indonesien.

Kennzahlen der Gruppe

für das Geschäftsjahr		Veränderung in %		2020/21	2019/20
		in Lokalwährungen	in CHF		
Konzernerfolgsrechnung					
Verkaufsmenge	Tonnen		4.6%	2,191,572	2,095,982
Umsatz	Mio. CHF	8.7%	4.6%	7,207.6	6,893.1
Bruttogewinn	Mio. CHF	10.8%	7.9%	1,147.2	1,063.7
EBITDA (wiederkehrend) ⁹	Mio. CHF	14.8%	11.7%	795.2	711.9
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	20.8%	17.3%	566.7	483.2
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ⁹	Mio. CHF	18.9%	15.4%	566.7	491.0
EBIT (wiederkehrend) / Umsatz	%			7.9%	7.1%
EBIT (wiederkehrend) pro Tonne	CHF	13.7%	10.4%	258.6	234.3
Konzerngewinn	Mio. CHF	27.3%	23.4%	384.5	311.5
Konzerngewinn (wiederkehrend) ⁹	Mio. CHF	24.2%	20.4%	384.5	319.3
Freier Cashflow	Mio. CHF			355.0	317.0
Freier Cashflow angepasst ¹⁰	Mio. CHF			314.9	403.8
Konzernbilanz					
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF		4.2%	1,241.8	1,192.0
Anlagevermögen	Mio. CHF		6.3%	2,977.9	2,800.1
Investitionen	Mio. CHF		(2.0%)	275.2	280.9
Bilanzsumme	Mio. CHF		1.4%	7,244.0	7,141.1
Nettoverschuldung	Mio. CHF		(6.2%)	1,281.3	1,365.9
Nettoverschuldung angepasst	Mio. CHF		(7.8%)	547.4	593.9
Eigenkapital	Mio. CHF		14.0%	2,682.9	2,353.5
Quotienten					
Rendite auf investiertem Kapital (ROIC)	%			12.2%	10.3%
Eigenkapitalrendite (ROE)	%			14.3%	13.2%
Verschuldungsgrad	%			47.8%	58.0%
Zinsdeckungsgrad				7.8	6.9
Nettoverschuldung / EBITDA (wiederkehrend) ⁹				1.7	1.9
Investitionen / Umsatz	%			3.8%	4.1%
Aktien					
Aktienkurs am Jahresende	CHF		16.7%	2,334	2,000
Anzahl ausgegebener Aktien				5,488,858	5,488,858
Börsenkapitalisierung am Jahresende	Mio. CHF		16.7%	12,811.0	10,977.7
EBIT (wiederkehrend) pro Aktie	CHF		15.4%	103.4	89.6
Unverwässerter Gewinn pro Aktie	CHF		21.5%	70.0	57.7
Freier Cashflow pro Aktie	CHF			64.8	57.8
Ausschüttung pro Aktie	CHF		27.3%	28.0	22.0
Ausschüttungsquote	%			40%	39%
Kurs-Gewinn-Verhältnis am Jahresende				33.3	34.7
Übrige					
Mitarbeitende			3.6%	12,783	12,335

⁹ EBITDA wiederkehrend, Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend und Konzerngewinn wiederkehrend für 2019/20, ohne die Kosten von CHF -7.8 Mio. für die Schliessung der Kakaofabrik in Makassar, Indonesien.

¹⁰ Freier Cashflow, angepasst um den Cashflow-Effekt der Kakaobohnenvorräte, die von der Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) angesehen werden.