

Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Barry Callebaut Gruppe – Halbjahresresultate, Geschäftsjahr 2021/22

Starkes Volumen, solide Rentabilität und anhaltend guter Cashflow

- **Wachstum der Verkaufsmenge um +8.7%, mit hervorragender Leistung im Schokoladengeschäft (+9.9%)**
- **Umsatz von CHF 4.0 Mrd., ein Anstieg von +16.5% in Lokalwährungen (+15.8% in CHF)**
- **Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend¹ von CHF 318.1 Mio., +8.0% in Lokalwährungen (+7.2% in CHF); ausgewiesener EBIT +12.3% in Lokalwährungen (+11.5% in CHF)**
- **Konzerngewinn wiederkehrend¹ von CHF 212.1 Mio., +3.6% in Lokalwährungen (+3.1% in CHF), ausgewiesener Konzerngewinn +9.7% in Lokalwährungen (+9.3% in CHF)**
- **Anhaltend guter Cashflow, freier Cashflow angepasst² von CHF 167.0 Mio.**
- **Zuversichtlich, die Mittelfristziele zu erreichen³**

Zürich/Schweiz, 13. April 2022 – Peter Boone, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: «In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2021/22 setzten wir unsere starke Wachstumsdynamik fort und übertrafen den zugrunde liegenden Schokoladenmarkt deutlich. Eine durchweg starke Performance, besonders im Schokoladengeschäft, sorgte für ein starkes Volumen, eine solide Rentabilität und einen anhaltend guten Cashflow.»

Kennzahlen der Gruppe

für die 6-Monats-Periode endend am 28. Februar		Veränderungen in %		2022	2021
		in Lokalwährungen	in CHF		
Verkaufsmenge	Tonnen	8.7%		1,164,749	1,071,603
Umsatz	Mio. CHF	16.5%	15.8%	4,030.3	3,481.5
Bruttogewinn	Mio. CHF	7.2%	6.5%	606.4	569.2
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	12.3%	11.5%	330.9	296.7
Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend ¹	Mio. CHF	8.0%	7.2%	318.1	296.7
EBIT (wiederkehrend) ¹ pro Tonne	CHF	(0.7%)	(1.4%)	273.1	276.9
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	9.7%	9.3%	224.8	205.7
Konzerngewinn für die Berichtsperiode (wiederkehrend) ¹	Mio. CHF	3.6%	3.1%	212.1	205.7
Freier Cashflow	Mio. CHF			(132.6)	(183.4)
Freier Cashflow angepasst ²	Mio. CHF			167.0	162.9

Die Barry Callebaut Gruppe, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, verzeichnete ein kräftiges Wachstum ihrer **Verkaufsmenge** um +8.7% auf 1,164,749 Tonnen in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2021/22 (endend am 28. Februar 2022). Begünstigt durch eine niedrige Vergleichsbasis liegt das Ergebnis gleichwohl deutlich über dem Volumen der Gruppe vor COVID-19 im Geschäftsjahr 2018/19⁴. Ohne den erstmaligen Konsolidierungseffekt der Europe Chocolate Company (ECC) per September 2021 betrug das organische Volumenwachstum im Berichtszeitraum +7.9%. Das Schokoladengeschäft

¹ In der Berichtsperiode wurden für den Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend und den Konzerngewinn wiederkehrend CHF +12.8 Mio. bzw. CHF +12.7 Mio. nicht berücksichtigt, da für frühere Jahre Gutschriften für indirekte Steuern gewährt wurden. Dies stand im Zusammenhang mit einer vor kurzem gefällten Entscheidung des obersten brasilianischen Gerichts, die für alle Steuerzahler gilt.

² Freier Cashflow, bereinigt um den Cashflow-Effekt der Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) ansieht.

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

⁴ Verkaufsmenge in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2018/19: 1,046,695 Tonnen.

verzeichnete ein herausragendes Volumenwachstum von +9.9% und übertraf den zugrunde liegenden globalen Schokoladenmarkt um ein Mehrfaches (+2.0%)⁵.

Das starke Wachstum wurde von allen Regionen und zentralen Wachstumstreibern gestützt: Outsourcing (+7.3%), Schwellenländer (+8.7%) sowie Gourmet & Spezialitäten (+29.5%).

Die Verkaufsmenge von Global Cocoa wuchs um +4.0% auf 227,951 Tonnen.

Der Umsatz belief sich auf CHF 4,030.3 Mio., was einem Plus von +16.5% in Lokalwährungen (+15.8% in CHF) entspricht. Der Anstieg wurde durch das allgemein inflationäre Umfeld beeinflusst, dem Barry Callebaut für den Grossteil des Geschäfts mit ihrem Cost-Plus-Preismodell begegnet.

Das Wachstum **des Bruttogewinns** entsprach in etwa der Entwicklung der Verkaufsmenge und betrug CHF 606.4 Mio., was einem Anstieg von +7.2% in Lokalwährungen entspricht (+6.5% in CHF). Der positive Volumen- und Mixeffekt wurde durch die negative Auswirkung des Kakaogeschäfts und die Wertminderung von Finanzanlagen in Russland geschmälert.

Der Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend⁶ belief sich auf CHF 318.1 Mio., und dies trotz der oben erwähnten Wertminderung von Finanzanlagen, was einem Anstieg von +8.0% in Lokalwährungen (+7.2% in CHF) entspricht. Der wiederkehrende Betriebsgewinn (EBIT) pro Tonne lag kaum verändert bei CHF 273, was die Stärke des Cost-Plus-Preismodells widerspiegelt. Die Gewährung von Steuergutschriften für frühere Steuerperioden stand im Zusammenhang mit einer vor kurzem gefällten Entscheidung des obersten brasilianischen Gerichts, die für alle Steuerzahler gilt. Diese hatte einen positiven Effekt von CHF +12.8 Mio. Der ausgewiesene Betriebsgewinn belief sich in der Folge auf CHF 330.9 Mio., was einem Anstieg um +12.3% in Lokalwährungen (+11.5% in CHF) entspricht.

Der Konzerngewinn wiederkehrend⁶ für den Berichtszeitraum lag bei CHF 212.1 Mio.. Dies entspricht einem Wachstum von +3.6% in Lokalwährungen (+3.1% in CHF) im Vergleich zur Vorjahresperiode. Der ausgewiesene Konzerngewinn belief sich auf CHF 224.8 Mio., was einem Anstieg um +9.7% in Lokalwährungen (+9.3% in CHF) entspricht. Dieser Anstieg wurde gestützt durch einen höheren Betriebsgewinn (EBIT) und teilweise geschmälert durch höhere Nettofinanzierungskosten. Letztere ergaben sich durch höhere Referenzzinssätze und nicht zahlungswirksame Wertminderungen von Bareinlagen in Schwellenländern, insbesondere in Russland. Der Steueraufwand belief sich auf CHF -47.1 Mio., was einem effektiven Steuersatz von 17.3% entspricht (17.4% im Vorjahr).

Das Nettoumlaufvermögen stieg leicht auf CHF 1,598.8 Mio., nach CHF 1,579.1 Mio. im Vorjahreszeitraum. Der Anstieg lag deutlich unter dem Volumenwachstum der Gruppe, was auf die insgesamt gute Bewirtschaftung des Umlaufvermögens zurückzuführen ist. Die Forderungen stiegen vor dem Hintergrund einer kräftigen Geschäftsdynamik, und die Vorräte wurden ausgebaut, um die Verfügbarkeit der Produkte angesichts der globalen Lieferengpässe sicherzustellen. Beide Effekte wurden grösstenteils durch höhere Verbindlichkeiten ausgeglichen.

Der freie Cashflow nahm in den sechs Monaten des Berichtszeitraums weiter zu und belief sich auf CHF -132.6 Mio. im Vergleich zu CHF -183.4 Mio. im Vorjahreszeitraum. Angepasst um den Effekt der als absatzfähige Lagerbestände (RMI) betrachteten Kakaobohnen belief sich der **angepasste freie Cashflow** auf hohe CHF 167.0 Mio. (28. Februar 2021: CHF 162.9 Mio.).

⁵ Quelle: Nielsen Volumenwachstum ohne E-Commerce – 25 Länder, September 2021 – Januar/Februar 2022, Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder.

⁶ Der wiederkehrende Betriebsgewinn (EBIT) schliesst CHF +12.8 Mio. und der wiederkehrende Konzerngewinn CHF +12.7 Mio. aus, da in Brasilien für frühere Jahre Gutschriften für indirekte Steuern gewährt wurden. Dies stand im Zusammenhang mit einer vor kurzem gefällten Entscheidung des obersten brasilianischen Gerichts, die für alle Steuerzahler gilt.

Die Nettoverschuldung sank weiter auf CHF 1,594.3 Mio. nach CHF 1,752.9 Mio. im Vorjahreszeitraum, wozu der hohe Cashflow der Gruppe beitrug. Unter Berücksichtigung der Kakaobohnen-Lagerbestände als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) sank die **angepasste Nettoverschuldung** auf CHF 561.1 Mio., verglichen mit CHF 661.6 Mio. im Vorjahreszeitraum.

Ausblick – Zuversichtlich, die mittelfristigen Ziele zu erreichen

CEO Peter Boone zum Ausblick: «Es hat mich sehr berührt wie unsere Kolleginnen und Kollegen aus der ganzen Welt gemeinsam die Menschen in Not unterstützt haben. Dank unserem starken Team, unserer globalen Präsenz und unserem Cost-Plus-Preismodell sind wir weiterhin davon überzeugt, dass wir unsere Mittelfristziele auch in einem volatilen Marktumfeld erreichen werden.»

Strategische Meilensteine

- **Expansion:** Im März 2022 schloss Barry Callebaut den Ausbau ihrer Schokoladenfabrik im australischen Campbellfield ab, welche die Gruppe 2020 übernommen hatte. Die neuen Produktionslinien erhöhen die Kapazität und erweitern das Angebot der Produktionsstätte erheblich, was unter anderem die ersten Lieferungen von flüssiger Schokolade in Australien ermöglichte. Diese Expansion steht im Einklang mit dem Ziel von Barry Callebaut, die Produktion nahe beim Kunden anzusiedeln und die steigende Nachfrage nach hochwertiger Schokolade in Australien zu erfüllen, zumal das Land den höchsten Konsum pro Kopf⁷ in der Region Asien-Pazifik aufweist.
Anfang April 2022 verlängerten Grupo Bimbo, der grösste Backwarenproduzent der Welt, und Barry Callebaut ihre strategische Liefervereinbarung, die ursprünglich 2012 geschlossen wurde. Gemäss der neuen globalen langfristigen Vereinbarung liefert Barry Callebaut weiterhin Schokolade und Compound-Schokolade an Grupo Bimbo in Mexiko, mehreren Ländern in Mittelamerika, den USA, Kanada und Uruguay.
- **Innovation:** Im Februar 2022 führte die Gruppe Callebaut NXT ein, ein Sortiment von dunklen Schokoladen und Schokoladen mit Milchgeschmack für Küchenchefs, Konditoren und Chocolatiers aus zu 100% pflanzlichen Zutaten. Callebaut NXT wird im deutschen Norderstedt hergestellt, die erste vollständig milchfreie Anlage, die Schokolade ohne nachweisbare Spuren von Milchpulver in grossem Massstab produziert. Gleichzeitig lancierte Callebaut ihre NXT-Online-Plattform, die gewerblichen Anwendern Inspiration und Rezepte für hochwertige pflanzliche Schokoladenkreationen bietet.
Im März 2022 schafften es zwei der jüngsten Innovationen von Barry Callebaut, das Kakaofrucht-Elixier Elix – das erste nutrazeutische Fruchtgetränk – und die neueste Innovation von Cacao Barry, Evocao™ WholeFruit Schokolade, eine einzigartige Schokolade, die zu 100% aus der Kakaofrucht hergestellt wird, in die Endrunde der World Food Innovation Awards 2022. Die Nominierungen zeugen von der Innovationsstärke und der führenden Position von Barry Callebaut bei neuen Trends. Evocao™ wurde als bestes Produkt in der Kategorie «Best Artisan Product» ausgezeichnet.
- **Kostenführerschaft:** Barry Callebaut verbessert ihre betriebliche Effizienz kontinuierlich. Im Rahmen dieser Strategie sowie um die Produktionskapazitäten und die Nachfrage in Grossbritannien besser miteinander in Einklang zu bringen, begann die Gruppe im März 2022 einen Konsultationsprozess über die mögliche Schliessung ihrer Schokoladenfabrik im britischen Moreton. Grossbritannien bleibt ein wichtiger Markt für Barry Callebaut. Die Schliessung würde es Barry Callebaut ermöglichen, weiter in die Modernisierung ihres Produktionsnetzwerks in Grossbritannien zu investieren.

⁷ Quelle: Euromonitor, Schokoladenerzeugnisse pro Kopf in Australien im Jahr 2021: 5.1 Kilogramm.

- **Nachhaltigkeit:** Barry Callebaut gab im Februar 2022 bekannt, dass im Rahmen ihres langfristigen Aufforstungsprojekts seit Mitte 2021 über 50,000 heimische Bäume im Agbo 2-Wald der Elfenbeinküste gepflanzt wurden. Gemeinsam mit externen Anspruchsgruppen und Bauerngemeinschaften plant die Gruppe, den ursprünglichen Wald wiederherzustellen und damit eines der artenreichsten und fragilsten Ökosysteme der Welt sowie das wirtschaftliche Auskommen der Kakaobauern zu schützen. Barry Callebaut wird das Programm in den nächsten drei Jahren weiter ausbauen, um ihr Ziel von 150,000 gepflanzten Bäumen auf 300 Hektar Land zu erreichen. Diese Wiederaufforstungsmassnahme kommt zu den fast 2.7 Millionen Kakaosetzlingen und fast 2 Millionen Nicht-Kakaobäumen dazu, welche die Gruppe im vergangenen Geschäftsjahr verteilt hat.
Im Februar 2022 aktualisierte Barry Callebaut auch ihr Human Rights Statement. Darin werden der Ansatz der Barry Callebaut Gruppe und ihre Massnahmen zum Schutz der Menschenrechte in ihrer Lieferkette beschrieben.
Barry Callebaut hat den Ausbau von nachhaltigen Energiequellen für ihre Anlagen fortgesetzt. Im März 2022 wurde die Produktionsstätte in Port Klang, Malaysia, mit über 4,700 Solarpanelen ausgestattet, was die CO₂e-Emissionen um 1,500 Tonnen pro Jahr reduziert. 26 der 64 Produktionsstätten der Gruppe werden bereits allein mit Strom aus erneuerbaren Energien betrieben.

Entwicklung nach Regionen/Segmenten

Region EMEA – Starkes Volumenwachstum und gute Rentabilität

Die Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) wies in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs ein starkes Wachstum der Verkaufsmenge von +11.6% auf 537,542 Tonnen aus. Die Integration der im September 2021 übernommenen belgischen Europe Chocolate Company (ECC) verlief erfolgreich. Ohne den erstmaligen Konsolidierungsbeitrag von ECC belief sich das organische Volumenwachstum auf +10.3%, was deutlich über dem zugrunde liegenden regionalen Schokoladenmarkt (+0.1%) lag⁸. Das Industriekundengeschäft verzeichnete ein anhaltend starkes Volumenwachstum, gestützt vom robusten Wachstum in Westeuropa und dem Hochfahren der Outsourcing-Volumen in Osteuropa. Die kräftige Volumenerholung bei Gourmet & Spezialitäten setzte sich in der gesamten Region fort. Der Umsatz belief sich auf CHF 1,705.9 Mio., was einem Plus von +17.0% in Lokalwährungen (+14.0% in CHF) entspricht. Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um +10.5% in Lokalwährungen (+7.8% in CHF) auf CHF 192.2 Mio.. Trotz der Wertminderungen von Finanzanlagen und der Investitionen in künftiges Wachstum war die Rentabilität robust.

Region Nord- und Südamerika – Beschleunigtes Volumenwachstum und hohe Rentabilität

Das Wachstum der Verkaufsmenge beschleunigte sich in der Region Nord- und Südamerika im zweiten Quartal. Für die ersten sechs Monate wurde ein hoher Anstieg von +6.3% auf 318,133 Tonnen ausgewiesen. Das Wachstum war mehr als doppelt so hoch wie im zugrunde liegenden regionalen Schokoladenmarkt (+3.0%)⁸ und wurde sowohl durch das Industriekunden- als auch das Gourmet-Geschäft unterstützt. Das insgesamt kräftige Wachstum im Geschäft mit Industriekunden wurden von den Schokoladenspezialitäten angeführt und war breit abgestützt. Im Bereich Gourmet & Spezialitäten setzte sich das starke Volumenwachstum in der gesamten Region fort. Der Umsatz belief sich auf CHF 1,022.1 Mio., was einem Plus von +15.2% in Lokalwährungen (+17.4% in CHF) entspricht. Der Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend⁹ stieg um +14.0% in Lokalwährungen (+16.5% in CHF) und erreichte CHF 104.5 Mio.. Zu verdanken war dies einem starken Volumenwachstum und dem positiven Effekt der Beschleunigung in der Wertschöpfungskette.

⁸ Quelle: Nielsen. Das Volumenwachstum – ohne E-Commerce – für den Zeitraum September 2021 bis Januar/Februar 2022; Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder.

⁹ Für den wiederkehrenden Betriebsgewinn (EBIT) in der Region Nord- und Südamerika und im Bereich Global Cocoa wurden CHF +2.4 Mio. bzw. CHF +10.4 Mio. nicht berücksichtigt, da für frühere Jahre Gutschriften für indirekte Steuern gewährt wurden. Diese standen im Zusammenhang mit einer vor kurzem gefällten Entscheidung des obersten brasilianischen Gerichts, die für alle Steuerzahler gilt.

Region Asien-Pazifik – Lebhaftes Wachstumsdynamik fortgesetzt

In der Region Asien-Pazifik legte die Verkaufsmenge erneut deutlich zu, sodass diese in den ersten sechs Monaten des Berichtszeitraums um +13.7% auf 81,123 Tonnen stieg. Das entsprach der Entwicklung des zugrunde liegenden regionalen Schokoladenmarkts (+13.9%).⁸ Das Volumenwachstum im Industriekundengeschäft lag abermals im zweistelligen Bereich, unterstützt von dynamischen Wachstumsmärkten wie China, Indien und Japan. Das Volumenwachstum von Gourmet & Spezialitäten setzte seine gesunde Dynamik fort. Der Umsatz belief sich auf CHF 274.7 Mio., was einem Plus von +23.4% in Lokalwährungen (+24.3% in CHF) entspricht. Der Umsatz wurde durch das allgemein inflationäre Umfeld beeinflusst, dem Barry Callebaut für den Grossteil des Geschäfts mit ihrem Cost-Plus-Preismodell begegnet. Der Betriebsgewinn (EBIT) betrug CHF 30.8 Mio., ein Anstieg von +7.9% in Lokalwährungen (+8.9% in CHF). Aufgrund von Investitionen in künftiges Wachstum, vor allem in Australien, blieb die Rentabilität in Asien-Pazifik in den ersten sechs Monaten dieses Geschäftsjahrs hinter dem Volumenwachstum zurück. Dennoch liegt die Rentabilität in der Region deutlich über der durchschnittlichen Rentabilität der Gruppe.

Global Cocoa – Auswirkungen der Ungleichgewichte auf dem Kakaomarkt haben Talsohle erreicht

Die Verkaufsmenge von Global Cocoa stieg im Berichtszeitraum um +4.0% auf 227,951 Tonnen. Der Umsatz belief sich auf CHF 1,027.6 Mio., was einem Plus von +15.1% in Lokalwährungen (+15.0% in CHF) entspricht. Der Betriebsgewinn (EBIT)⁹ wiederkehrend erreichte CHF 39.8 Mio., ein Rückgang von -16.5% in Lokalwährungen (-16.7% in CHF). Die Auswirkungen der Ungleichgewichte auf dem Kakaomarkt haben die Talsohle erreicht.

Entwicklung der wichtigsten Rohwarenpreise

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2021/22 bewegten sich die Terminmarktpreise¹⁰ für **Kakaobohnen** zwischen GBP 1,636 und GBP 1,877 pro Tonne und schlossen per 28. Februar 2022 bei GBP 1,690 pro Tonne. Durchschnittlich stiegen die Preise für Kakaobohnen um +2.9% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Obwohl die Prognose für die globale Angebots- und Nachfragesituation bei Kakaobohnen für 2021/22 ein Defizit ankündigt, wird der grosse Überschuss des Vorjahrs zu einer ausgewogeneren Marktsituation führen.

Die **Zuckerpreise** in Europa stiegen im Berichtszeitraum durchschnittlich um +31.6%, was vor allem auf historisch niedrige Vorräte und eine Wiederaufnahme der Nachfrage zurückzuführen ist. Der Weltmarktpreis für Zucker stieg durchschnittlich um +23.3%, da die brasilianische Ernte deutlich geringer ausfiel und das Makroumfeld von hohen Energiepreisen und rekordhohen Frachtkosten geprägt wurde.

Die Preise für **Milchprodukte** zogen während der ersten sechs Monate des Geschäftsjahrs 2021/22 durchschnittlich um +46.0% an. Die Nachfrage blieb rege, doch das globale Milchangebot gab deutlich nach, da die steigende Inflation die Gewinne der Bauern belastete, was zu deutlich höheren Preisen führte.

Ausführlichere Finanzinformationen finden Sie im [«Half-Year Results 2021/22 Report»](#) von Barry Callebaut.

¹⁰ Quelle: Preise am Londoner Terminmarkt für so genannte «2nd position»-Preise, September 2021 bis Februar 2022.

Die Terminmarktpreise berücksichtigen die Prämie zur Existenzsicherung (LID) und die Preisunterschiede zwischen den Ländern nicht.

Konferenz der Barry Callebaut Gruppe für Medien und Analysten

Datum: Mittwoch, 13. April 2022, 10.00 bis 11.30 MESZ

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

Es handelt sich um eine physische Konferenz, die von Peter Boone, CEO, und Ben De Schryver, CFO, geleitet wird und auch per Telefon oder Webcast verfolgt werden kann. Einwahl- und Zugriffsinformationen finden Sie [hier](#).

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2021/22 (1. September 2021 bis 31. August 2022):

Kapitalmarkttag	11. Mai 2022
9-Monats-Verkaufszahlen 2021/22	20. Juli 2022
Jahresergebnisse 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 Milliarden (EUR 6.6 Milliarden / USD 7.9 Milliarden) 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 13,000 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 der Gruppe¹¹

für die 6-Monats-Periode endend am 28. Februar		Veränderungen in %		2022	2021
		in Lokalwährungen	in CHF		
Kennzahlen					
Verkaufsmenge	Tonnen		8.7%	1,164,749	1,071,603
Umsatz	Mio. CHF	16.5%	15.8%	4,030.3	3,481.5
Bruttogewinn	Mio. CHF	7.2%	6.5%	606.4	569.2
EBITDA (wiederkehrend) ¹²	Mio. CHF	7.6%	6.9%	433.7	405.8
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	12.3%	11.5%	330.9	296.7
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹²	Mio. CHF	8.0%	7.2%	318.1	296.7
EBIT (wiederkehrend) ¹² pro Tonne	CHF	(0.7%)	(1.4%)	273.1	276.9
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	9.7%	9.3%	224.8	205.7
Konzerngewinn für die Berichtsperiode (wiederkehrend) ¹²	Mio. CHF	3.6%	3.1%	212.1	205.7
Freier Cashflow	Mio. CHF			(132.6)	(183.4)
Freier Cashflow angepasst ¹³	Mio. CHF			167.0	162.9
Nach Regionen					
EMEA					
Verkaufsmenge	Tonnen		11.6%	537,542	481,862
Umsatz	Mio. CHF	17.0%	14.0%	1,705.9	1,496.0
EBITDA	Mio. CHF	9.9%	7.3%	233.9	218.0
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	10.5%	7.8%	192.2	178.3
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		6.3%	318,133	299,253
Umsatz	Mio. CHF	15.2%	17.4%	1,022.1	870.7
EBITDA	Mio. CHF	14.3%	16.8%	134.6	115.3
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	16.6%	19.1%	106.9	89.7
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹²	Mio. CHF	14.0%	16.5%	104.5	89.7
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		13.7%	81,123	71,335
Umsatz	Mio. CHF	23.4%	24.3%	274.7	221.1
EBITDA	Mio. CHF	9.6%	10.6%	38.8	35.1
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	7.9%	8.9%	30.8	28.2
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		4.0%	227,951	219,153
Umsatz	Mio. CHF	15.1%	15.0%	1,027.6	893.7
EBITDA	Mio. CHF	4.5%	4.3%	85.7	82.1
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	5.1%	5.2%	50.2	47.7
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹²	Mio. CHF	(16.5%)	(16.7%)	39.8	47.7
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge					
	Tonnen			1,164,749	1,071,603
Kakaoprodukte	Tonnen		4.0%	227,951	219,153
Industrielle Produkte	Tonnen		6.7%	780,504	731,780
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		29.5%	156,294	120,670
Umsatz					
	Mio. CHF			4,030.3	3,481.5
Kakaoprodukte	Mio. CHF	15.1%	15.0%	1,027.6	893.7
Industrielle Produkte	Mio. CHF	12.5%	11.7%	2,282.8	2,043.3
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	33.6%	32.2%	719.9	544.5

¹¹ Nicht durch IFRS definierte Finanzkennzahlen sind im Geschäftsbericht 2020/21 auf Seite 182 definiert.

¹² Vom EBITDA und Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend für die Berichtsperiode auf Konzernebene wurden CHF +12.8 Mio. und vom Konzerngewinn CHF +12.7 Mio. ausgeschlossen, da indirekte Steuergutschriften nachgefordert wurden. Dies stand mit einer kürzlichen Entscheidung des obersten brasilianischen Gerichts in Zusammenhang, die für alle Steuerzahler gilt. Die Auswirkungen auf regionaler Ebene sind wie folgt: Der wiederkehrende EBIT in der Region Nord- und Südamerika schloss CHF +2.4 Mio. aus und der Bereich Global Cocoa CHF +10.4 Mio.

¹³ Freier Cashflow, angepasst um den Cashflow-Effekt der Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) ansieht.