

Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Barry Callebaut Gruppe – 9-Monats-Verkaufszahlen des Geschäftsjahrs 2022/23

Volumen in Einklang mit rückläufigem Markt

- **Verkaufsmenge sinkt in einem anspruchsvollen Marktumfeld in den ersten neun Monaten um -2,7 %**
- **Umsatz von CHF 6,3 Mrd. , +3,6 % in CHF (+8,1 % in Lokalwährungen)**
- **Streben weiterhin flaches Volumenwachstum für das Gesamtjahr 2022/23 an; bleiben zuversichtlich, einen soliden Betriebsgewinn auszuweisen**
- **Umfassendes strategisches Update zusammen mit Veröffentlichung des Jahresergebnisses 2022/23 am 1. November 2023**

Zürich/Schweiz, 13. Juli 2023 – Peter Feld, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: «In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs verzeichneten wir in einem weiterhin inflationären Umfeld, das sich auch auf die Kundennachfrage niederschlug, ein geringes Volumen. Bereinigt um die Nachwirkungen des Vorfalles in Wieze entsprach unser Volumen dem rückläufigen Schokoladenmarkt. Die kürzlich bekanntgegebene Erneuerung der globalen strategischen Partnerschaft mit einem unserer Schlüsselkunden untermauert den anhaltenden Trend zum Outsourcing. Sie ist zudem ein Beleg für den Mehrwert, den wir unseren Kunden auf der ganzen Welt bieten, sowie für die Qualität der Kundenbeziehungen, für die sich unsere Teams täglich einsetzen.»

Verkaufskennzahlen der Gruppe

für die 9-Monats-Periode endend am 31. Mai		Veränderungen in %		2023	2022
		in Lokalwährungen	in CHF		
Verkaufsmenge	Tonnen		(2,7) %	1.704.240	1.751.422
Umsatz	Mio. CHF	8,1 %	3,6 %	6.292,0	6.075,8

Die Barry Callebaut Gruppe, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, verzeichnete in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2022/23 (endend am 31. Mai 2023) einen Rückgang ihrer **Verkaufsmenge** um -2,7 % auf 1.704.240 Tonnen. Gegenüber einer hohen Vergleichsbasis und unter Berücksichtigung der Nachwirkungen des Vorfalles am Standort Wieze ging das Schokoladenvolumen im Berichtszeitraum um -3,7 % zurück. Verglichen mit dem ersten Halbjahr hat sich der Volumenrückgang in den Regionen EMEA (-3,5 %) sowie Nord- und Südamerika (-4,6 %) stabilisiert. In der Region Asien-Pazifik (-2,0 %) wirkte sich das inflationäre Umfeld weiterhin negativ aus. Bereinigt um die Auswirkungen des Hochfahrens des Werks in Wieze entsprach das Ergebnis der Verkaufsmenge dem zugrunde liegenden Schokoladenmarkt (-1,5 %)¹. Als einer der zentralen Wachstumstreiber der Gruppe konnten die Schwellenländer ihr positives Volumenwachstum im dritten Quartal fortsetzen (+1,9 %, 9M +0,0 %). Während das Volumen bei Gourmet- & Spezialitätenprodukten in einem anspruchsvollen Marktumfeld gegenüber einer hohen Vergleichsbasis weiterhin rückläufig (-6,3 %) war, flachte das Volumen im Bereich Outsourcing ab (+0,7 %). Die Verkaufsmenge von Global Cocoa wuchs um +1,6 % auf 345.118 Tonnen.

Der **Umsatz** belief sich auf CHF 6.292 Mio., was einem Plus von +3,6 % in CHF (+8,1 % in Lokalwährungen) entspricht.

¹ Quelle: Nielsen. Volumenwachstum ohne E-Commerce – 26 Länder, September 2022 bis April/Mai 2023; Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder.

Ausblick – Weiterhin flaches Volumenwachstum im Gesamtjahr angestrebt

CEO Peter Feld zum Ausblick: «In einem anspruchsvollen Marktumfeld streben wir weiterhin ein flaches Volumenwachstum für das Gesamtjahr 2022/23 an. Gleichzeitig bleiben wir zuversichtlich, einen soliden Betriebsgewinn auszuweisen. Zusammen mit der Veröffentlichung des Jahresergebnisses am 1. November 2023 werden wir ein umfassendes strategisches Update vorlegen.»

Strategische Meilensteine

Expansion: Im Juni 2023 verlängerte Unilever, einer der weltweiten Marktführer bei Eiscreme, sein globales strategisches Abkommen über die Lieferung von Kakao und Schokolade von Barry Callebaut. Mit Fortsetzung der ursprünglich 2012 geschlossenen Vereinbarung wird die Zusammenarbeit in den Bereichen Innovation und Nachhaltigkeit intensiviert. Barry Callebaut wird innovative Schokoladenerzeugnisse für die Eiscreme-Produktion an Unilever liefern und dadurch das strategische Langzeitwachstum weltweit vorantreiben.

Innovation: Im Mai 2023 brachte Barry Callebaut die milchfreie Kuvertüre Callebaut NXT aus 100% pflanzlichen Zutaten sowie die zuckerfreie Schokolade SICA0 Zero auf den mexikanischen Gourmetmarkt. Mit diesen neuen Produkten bietet Barry Callebaut gesündere Schokoladernalternativen, die auch geschmacklich überzeugen, und reagiert auf den wachsenden Wunsch nach «achtsamen Genuss».

Kostenführerschaft: Im Mai 2023 fand im malaysischen Pasir Gudang der Spatenstich für Barry Callebauts neue Lagerhalle und Logistikzentrum für Kakaobohnen statt. Die Anlage mit einer Fläche von über 46.000 Quadratmetern wird die operative Effizienz verbessern und unterstützt die Wachstumspläne von Barry Callebaut für die Region. Am 15. Juni 2023 wurde der Senior Bond über USD 400 Mio. bei Fälligkeit vollständig zurückgezahlt. Da dank des starken strukturellen Cashflows der Gruppe keine weiteren Mittel beschafft werden mussten, ist die Bruttoverschuldung von Barry Callebaut weiter gesunken.

Nachhaltigkeit: Im Mai 2023 setzte Barry Callebaut Erkenntnisse der letzten sechs Jahre um und ergänzte ihren «Forever Chocolate»-Plan um weitere Ambitionen. Mit zusätzlichen messbaren Zielen für den Zeitraum nach 2030 will die Gruppe einen langfristigen, systemischen Wandel für eine nachhaltige Kakaolieferkette vorantreiben.

Entwicklung nach Regionen/Segmenten

Region EMEA

In der Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) sank die Verkaufsmenge in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2022/23 in einem rückläufigen Schokoladenmarkt (-2,7 %)² um -3,5 % auf 780.268 Tonnen. Während sich der Volumentrückgang im Geschäft mit Industriekunden stabilisierte, zeigte sich angetrieben von Outsourcing-Verträgen ein positives Wachstum in Südosteuropa. Der Volumentrückgang bei Gourmet- & Spezialitätenprodukten blieb im Berichtszeitraum im mittleren einstelligen Bereich. Der Umsatz belief sich auf CHF 2.794 Mio., was einem Plus von +8,4 % in CHF (+15,9 % in Lokalwährungen) entspricht.

Region Nord- und Südamerika

In der Region Nord- und Südamerika sank die Verkaufsmenge in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2022/23 in einem insgesamt schwachen Schokoladenmarkt (-0,9 %)² um -4,6 % auf 459.740 Tonnen. Vor allem in Schlüsselmärkten wie Mexiko hielt der Volumentrückgang im Industriekundengeschäft aufgrund des Inflationsdrucks auch im dritten Quartal weiter an.

² Quelle: Nielsen. Volumenwachstum ohne E-Commerce – 26 Länder, September 2022 bis April/Mai 2023; Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder.

Während das Volumenwachstum bei Gourmet- & Spezialitätenprodukten in Nordamerika die anhaltende Schwäche lokaler Marken widerspiegelt, blieb das Volumenwachstum in Lateinamerika positiv. Der Umsatz belief sich auf CHF 1.674 Mio., was einem Plus von +5,3 % in CHF (+3,7 % in Lokalwährungen) entspricht.

Region Asien-Pazifik

In der Region Asien-Pazifik ging die Verkaufsmenge in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2022/23 um -2,0 % auf 119.114 Tonnen zurück. Der zugrunde liegende Schokoladenmarkt wuchs laut Nielsen um +2,7 %². Das im dritten Quartal schwächere Volumen ist vorrangig auf das Segment Industrielle Produkte zurückzuführen, das weiterhin unter einem inflationsbedingt niedrigeren Volumen leidet. Dank starker lokaler Marken in Schlüsselmärkten wie Indien und Indonesien stieg das Volumenwachstum bei Gourmet- & Spezialitätenprodukten im dritten Quartal leicht an. Der Umsatz lag bei CHF 400 Mio. und verzeichnete damit einen Rückgang um -3,2 % in CHF (+2,7 % in Lokalwährungen).

Global Cocoa

Mit einer Steigerung um +1,6 % auf 345.118 Tonnen in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2022/23 setzte die Verkaufsmenge von Global Cocoa ihre positive Dynamik fort. Der Umsatz lag bei CHF 1.424 Mio. und verzeichnete damit einen Rückgang um -4,8 % in CHF (+0,6 % in Lokalwährungen).

Entwicklung der wichtigsten Rohwarenpreise

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2022/23 bewegten sich die Terminmarktpreise³ für **Kakaobohnen** zwischen GBP 1,822 und GBP 2,341 pro Tonne und schlossen bei GBP 2,036 pro Tonne per 31. Mai 2023. Im Schnitt stiegen die Preise für Kakaobohnen um +15,5 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die weltweite Prognose für die globale Angebots- und Nachfragesituation bei Kakaobohnen für 2022/23 kündigt ein Defizit an.

Die **Zuckerpreise** in Europa stiegen im Berichtszeitraum durchschnittlich um +63,1 %, was vor allem auf niedrige Vorräte, eine schlechte Ernte und hohe Energiepreise zurückzuführen ist. Der Weltmarktpreis für Zucker stieg aufgrund geringerer Exporte aus Indien und eines verzögerten Erntebeginns in Brasilien durchschnittlich um +10,9 %.

Aufgrund einer Kombination von Angebots- und Nachfragefaktoren sanken die Preise für **Milchprodukte** während der ersten neun Monate des Geschäftsjahrs 2022/23 durchschnittlich um -19,5 %. Während sich das Milchangebot weltweit verbesserte, ging die Nachfrage der Konsumenten wegen der anhaltend hohen Inflation zurück.

³ Quelle: Preise am Londoner Terminmarkt für sogenannte «2nd position»-Preise, September 2022 bis Mai 2023. Die Terminmarktpreise berücksichtigen die Prämie zur Existenzsicherung (LID) und die Preisunterschiede zwischen den Ländern nicht.

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2022/23 (1. September 2022 bis 31. August 2023):

Jahresergebnis 2022/23	1. November 2023
Generalversammlung 2022/23	6. Dezember 2023

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 8.1 Milliarden für das Geschäftsjahr 2021/22 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 65 Produktionsstandorte und beschäftigt eine vielfältige und engagierte Belegschaft von mehr als 13,000 Mitarbeitenden. Die Barry Callebaut Gruppe steht im Dienst der gesamten Nahrungsmittelindustrie, von industriellen Nahrungsmittelherstellern bis zu gewerblichen und professionellen Anwendern wie Chocolatiers, Confisereuren, Bäckern, Hotels, Restaurants oder Cateringunternehmen. Diese Gourmet-Kunden bedienen wir mit den globalen Marken [Callebaut](#)[®], [Cacao Barry](#)[®], [Carma](#)[®] und dem Dekorations-Spezialisten [Mona Lisa](#)[®]. Die Barry Callebaut Gruppe setzt sich dafür ein, nachhaltige Schokolade bis 2025 zur Norm zu machen, um die künftige Versorgung mit Kakao sicherzustellen und das wirtschaftliche Auskommen der Bauern zu verbessern. Sie unterstützt die [Cocoa Horizons Foundation](#) in ihrem Ziel, eine nachhaltige Kakao- und Schokoladenzukunft zu gestalten.

Folgen Sie der Barry Callebaut Gruppe:

-  [LinkedIn](#)
-  [Instagram](#)
-  [Twitter](#)
-  [YouTube](#)
-  [Flickr](#)
-  [Facebook](#)

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 %		2023	2022
		in Lokalwährungen	in CHF		
Kennzahlen					
Verkaufsmenge	Tonnen		(2,7) %	1.704.240	1.751.422
Umsatz	Mio. CHF	8,1 %	3,6 %	6.292,0	6.075,8
Nach Regionen					
EMEA					
Verkaufsmenge	Tonnen		(3,5) %	780.268	808.387
Umsatz	Mio. CHF	15,9 %	8,4 %	2.793,9	2.576,7
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		(4,6) %	459.740	481.889
Umsatz	Mio. CHF	3,7 %	5,3 %	1.674,3	1.590,5
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		(2,0) %	119.114	121.516
Umsatz	Mio. CHF	2,7 %	(3,2) %	399,7	412,7
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		1,6 %	345.118	339.630
Umsatz	Mio. CHF	0,6 %	(4,8) %	1.424,1	1.495,9
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge	Tonnen			1.704.240	1.751.422
Kakaoprodukte	Tonnen		1,6 %	345.118	339.630
Industrielle Produkte	Tonnen		(3,2) %	1.141.943	1.180.110
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		(6,3) %	217.179	231.682
Umsatz	Mio. CHF			6.292,0	6.075,8
Kakaoprodukte	Mio. CHF	0,6 %	(4,8) %	1.424,1	1.495,9
Industrielle Produkte	Mio. CHF	11,9 %	7,9 %	3.783,0	3.504,5
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	5,7 %	0,9 %	1.084,9	1.075,4