

Medienmitteilung

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR
Übersetzung des englischen Originaltextes

Barry Callebaut Gruppe – 3-Monats-Verkaufszahlen, Geschäftsjahr 2024/25

Verkaufsmenge auf Marktniveau, Marktumfeld von hohen Kakaopreisen geprägt, Bestätigung der Geschäftsjahresprognose für zweistelliges EBIT-Wachstum bei konstanten Währungen

- **Im ersten Quartal 24/25 sank die Verkaufsmenge um -2,7 % in einem insgesamt rückläufigen Markt (-2,6 %)¹, beeinflusst durch Preisverhandlungen zwischen Kunden und Detailhändlern, verzögerte Bestellungen und die Rationalisierung der Lagerhaltungseinheiten**
- **Umsatzwachstum von +63,1 % in Lokalwährungen, getrieben durch über 70% höhere Kakaobohnenpreise im ersten Quartal 24/25**
- **Zusätzliche Finanzierung gesichert, um die Auswirkungen des jüngsten Anstiegs der Kakaobohnenpreise auf die Liquidität abzufedern, darunter erfolgreiche Emission einer Anleihe in Schweizer Franken über 300 Mio.**
- **Wichtige Fortschritte bei der Umsetzung von BC Next Level erzielt, alle Sozialpläne in Belgien abgeschlossen**
- **Ausblick auf das Geschäftsjahr 2024/25: Prognose für zweistelliges Wachstum des wiederkehrenden EBIT (bei konstanten Währungen) bestätigt, Umsatzerwartung aufgrund der anhaltenden Marktvolatilität angepasst – nun Rückgang im niedrigen einstelligen Prozentbereich angepeilt**
- **Als Marktführer gut positioniert mit Kosten-Plus-Modell, geplanten Massnahmen zur Ertragssteigerung bei einer höheren Kapitalbasis, Zugang zu nachhaltigen Kakaobohnen für Kunden und Fokus auf das Programm BC Next Level, mit dem das volle Potenzial von Barry Callebaut ausgeschöpft wird**

Zürich/Schweiz, 22. Januar, 2025 – Peter Feld, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: "Wir sind mit neuen Rekordpreisen für Kakaobohnen in das Geschäftsjahr gestartet, was den Druck auf den gesamten Markt noch weiter erhöht hat. Im aktuellen Umfeld haben wir uns nun zunächst auf kurzfristige Prioritäten im operativen Geschäft fokussiert, das erhebliche Potenzial für nachhaltig profitables Wachstum und eine entsprechende Wertschöpfung ist aber deutlich erkennbar. Das unterstreicht einmal mehr die Relevanz unseres strategischen Investitionsprogramms BC Next Level, mit dem wir Barry Callebaut fit für die Zukunft machen. Im Rahmen der Umsetzung von BC Next Level haben wir jetzt alle Sozialpläne in Belgien finalisiert und damit den grössten Teil unserer Restrukturierung abgeschlossen. Zusätzlich haben wir uns in den letzten Monaten durch die jüngsten Anleiheemissionen zusätzliche Liquidität gesichert. Als Marktführer stellen wir mit gezielten strategischen Massnahmen zudem sicher, dass wir uns an die branchenweit höhere Kapitalbasis anpassen und spielen weiterhin eine entscheidende Rolle beim Zugang zu nachhaltigen Bohnen für unsere Kunden. Wir sehen weiterhin grosses Wachstumspotenzial in dem attraktiven Schokoladengeschäft."

¹ Quelle: Nielsen-Volumenwachstum ohne E-Commerce – 26 Länder, September 2024 bis Oktober/November 2024, Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wider.

Verkaufskennzahlen der Gruppe

für die 3-Monats-Periode endend am 30. November		Veränderung in %		2024	2023
		in Lokalwährungen	in CHF		
Verkaufsmenge	Tonnen		(2,7) %	565.238	580.876
Umsatz	Mio. CHF	63,1 %	53,9 %	3.449,8	2.241,1

Die Barry-Callebaut-Gruppe erzielte in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahrs 2024/25 (bis November 30, 2024) eine **Verkaufsmenge** von 565.238 Tonnen. Das äusserst herausfordernde und volatile Marktumfeld wirkte sich auf die kurzfristige Nachfrage der Kunden und Konsumenten aus und führte zu einem Rückgang des Volumens um -2,7 %.

Global Chocolate verzeichnete einen Volumenrückgang von -3,4 % in einem laut Nielsen insgesamt rückläufigen Schokoladenmarkt (-2,6 %)². Lebensmittelhersteller (-3,8 %) registrierten eine Nachfragerückgang, der durch die laufenden Preisverhandlungen zwischen Kunden und Detailhändlern, einige kurzfristige Konsumentenreaktionen auf höhere Preise und die Rationalisierung der Lagerhaltungseinheiten (stock-keeping units, SKU) beeinflusst wurde. Angesichts des jüngsten Preisanstiegs für Kakaobohnen haben Kunden ihre Bestellungen verzögert. So ging das Volumen bei Gourmet (-1,5 %) ebenfalls zurück, bedingt durch die begrenzte Produktverfügbarkeit in Nordamerika nach den Qualitätsmassnahmen in Mexiko sowie die Rationalisierung der Lagerhaltungseinheiten in Westeuropa.

Betrachtet man die regionale Entwicklung innerhalb von Global Chocolate, so leistete die Region Asien-Pazifik, Mittlerer Osten und Afrika (AMEA) mit einem Wachstum von +6,4 % den stärksten Beitrag. Die meisten Länder in der AMEA-Region, ausserhalb Chinas, verzeichneten ein starkes Wachstum, mit einer positiven Entwicklung in Indien und Indonesien sowie einer robusten Volumenentwicklung im Gourmet-Geschäft. Lateinamerika verzeichnete ein zweistelliges Volumenwachstum (+13,2 %) angeführt von Brasilien, das von einer verstärkten Nachfrage nach Innovationen und der Stärke eines diversifizierten Produktportfolios profitierte. Nordamerika verzeichnete einen Volumenrückgang (-1,9 %), der auf die präventive vorübergehende Schliessung des Werks in Toluca, Mexiko, sowie auf eine geringere Nachfrage grosser Lebensmittelhersteller zurückzuführen ist.

Mittel- und Osteuropa (-4,5 %) wurde durch geringeres Volumen bei mehreren grossen globalen und regionalen Lebensmittelherstellern beeinträchtigt, insbesondere in der Türkei. Die Volumenentwicklung in Westeuropa (-7,5 %) wurde teilweise durch die hohe Vergleichsbasis mit einem einmaligen Grossauftrag im Vorjahr beeinflusst. Der restliche Rückgang ist auf den insgesamt rückläufigen Schokoladenmarkt, Preisverhandlungen zwischen Kunden und Detailhändlern sowie Auswirkungen der Rationalisierung der Lagerhaltungseinheiten zurückzuführen.

Global Cocoa verzeichnete eine nahezu unveränderte Verkaufsmenge (+0,3 %). Die Nachfrage nach Kakaopulver blieb robust und das Unternehmen konnte neue Kunden gewinnen. Der Verkauf von Kakaomasse wurde weiterhin durch Lieferengpässe beeinträchtigt.

Der **Umsatz** wuchs um +63,1 % in Lokalwährungen (+53,9 % in CHF) auf CHF 3.449,8 Mio. Dieser Anstieg ist auf Barry Callebauts Kosten-Plus-Preismodell zurückzuführen, mit dem das Unternehmen den deutlich höheren Kakaobohnenpreis an die Kunden weitergeben konnte.

² Quelle: Nielsen-Volumenwachstum ohne E-Commerce – 26 Länder, September 2024 bis Oktober/November 2024, Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wider.

BC Next Level Update

Mit seinem strategischen Investitionsprogramm BC Next Level schöpft Barry Callebaut sein volles Potenzial aus und stärkt die führende Position im Markt für Schokoladen und Süßwaren. Das Programm bringt Barry Callebaut näher an die Kunden und Absatzmärkte und legt den Fokus auf Vereinfachung und Digitalisierung. BC Next Level sieht Nettoinvestitionen von CHF 500 Mio. in Bereichen vor, die für die Kunden besonders relevant sind. Gleichzeitig sind Kosteneinsparungen in Höhe von CHF 250 Mio. geplant, von denen voraussichtlich 75 % vollständig ergebniswirksam sein werden.

Barry Callebaut hat in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres deutliche Fortschritte bei der Umsetzung von BC Next Level gemacht. Nach einer endgültigen Einigung mit Europäischen Betriebsrat sind nun auch die Sozialpläne in Belgien abgeschlossen. Dies folgt auf den erfolgreichen Abschluss der Sozialpläne in Deutschland (Norderstedt, Köln und Hamburg), Frankreich, Polen, den Niederlanden und Malaysia (Port Klang) und dem Vereinigten Königreich. Fortschritte gab es zudem bei den Verhandlungen über die Schliessung des Standorts Intra in Italien. Auch die Eröffnung eines Kompetenzzentrums für Compound und Künstliche Intelligenz (KI) in Singapur sowie weitgreifende Massnahmen zur besseren Planung und höheren operativen Exzellenz schreiten gut voran.

Refinanzierungsmassnahmen

Aufgrund des Anstiegs der Kakaobohnenpreise um mehr als 70 % im ersten Quartal hat die Gruppe ihre Prognose für den branchenweiten Bedarf an Nettoumlaufvermögen in diesem Jahr angepasst. Barry Callebaut stellt sich darauf ein und sicherte sich im Januar mit einer erfolgreichen Rückkehr an den Schweizer Anleihenmarkt zusätzliche Liquidität. Die Emission von CHF 300 Mio. umfasst eine sechsjährige Tranche von CHF 160 Mio. und eine zehnjährige Tranche von CHF 140 Mio.

Ausblick

Seit Beginn des Geschäftsjahres sind die Kakaobohnenpreise deutlich gestiegen, was sich weiterhin auf die Marktpreise und die Nachfrage auswirkt. Vor diesem Hintergrund wird nun für das Geschäftsjahr 2024/25 ein Rückgang der Verkaufsmenge im niedrigen einstelligen Prozentbereich erwartet. Die Gruppe bestätigt ihre Prognose eines zweistelligen Wachstums des wiederkehrenden EBIT bei konstanten Währungen.

Preisentwicklung bei den wichtigsten Rohstoffen

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2024/25, stiegen die Terminmarktpreise³ für **Kakaobohnen** deutlich, was hauptsächlich auf vermehrte Hedgefonds-Aktivitäten zurückzuführen ist. Die Preise erhöhten sich von einem Preistief von GBP 4.355 zu Beginn des Zeitraums auf einen Schlusspreis von GBP 7.708 pro Tonne am 30. November 2024. Im Durchschnitt lagen die Preise für Kakaobohnen damit um +72 % höher als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. In den ersten Monaten der Ernte 2024/25 wurden in Westafrika gute Mengen an Kakaobohnen angeliefert und die Anbauländer ausserhalb Westafrikas erfüllten die Erwartungen.

Der Weltmarktpreis für **Zucker** lag im Durchschnitt um -22 % unter dem Vorjahresniveau, was auf eine Verbesserung der Fundamentaldaten in den wichtigsten Anbauregionen zurückzuführen ist.

³ Quelle: Preise am Londoner Terminmarkt für sogenannte «2nd position»-Preise, September 2024 bis November 2024. Die Terminmarktpreise berücksichtigen das «Living Income Differential» (LID, Prämie zur Existenzsicherung) und die Preisunterschiede zwischen den Ländern nicht.

Im Gegensatz zum Vorjahr, als El Niño die Entwicklung der Zuckerrohrproduktion in Indien und Thailand beeinträchtigte, zeigten die Bedingungen Ende 2024 keine vergleichbaren Auswirkungen. In Europa fielen die Zuckerpreise um durchschnittlich -44 %. Dies war auf Flächenzuwachsen bei Zuckerrüben für die Kampagne 2024/25, ein höheres Inlandsangebot, ein starkes ukrainisches Exportwachstum in 2023/24 und einen Rückgang der Energiepreise zurückzuführen.

Die Preise für **Milchprodukte** sind gegenüber dem Vorjahr um durchschnittlich +3 % gestiegen, da sich das weltweite Milchangebot langsamer als erwartet erholte, während die weltweite Nachfrage nach Milcherzeugnissen stabil blieb.

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2024/25 (1. September 2024 bis 31. August 2025):

Halbjahresergebnis 2024/25	10. April 2025
9-Monats-Verkaufszahlen 2024/25	10. Juli 2025
Jahresergebnis 2024/25	5. November 2025
Generalversammlung 2024/25	10. Dezember 2025

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 10,4 Milliarden für das Geschäftsjahr 2023/24 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, Confisereuren, Bäckern, Hotels, Restaurants oder Cateringunternehmen. Diese Gourmet-Kunden bedienen wir mit den globalen Marken [Callebaut®](#) und [Cacao Barry®](#), [Carma®](#) und dem Dekorations-Spezialisten [Mona Lisa®](#). Die Barry Callebaut Gruppe setzt sich dafür ein, nachhaltige Schokolade 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](#)

 [YouTube](#)

 [Flickr](#)

 [Facebook](#)

Kontakt für die Medien:

Kai Hummel
Head of Global Corporate Communications
Barry Callebaut AG
Phone: +41 43 268 86 06
media@barry-callebaut.com

Für Investoren und Finanzanalysten:

Sophie Lang
Head of Investor Relations
Barry Callebaut AG
Phone: +41 79 275 83 95
investorrelations@barry-callebaut.com

Verkaufskennzahlen der Gruppe

für die 3-Monats-Periode endend am 30. November		Veränderung in %		2024	2023 ⁴
		in Lokalwährungen	in CHF		
Kennzahlen					
Verkaufsmenge	Tonnen		(2,7) %	565.238	580.876
Umsatz	Mio. CHF	63,1 %	53,9 %	3.449,8	2.241,1
Nach Verkaufsgruppe					
Verkaufsmenge					
Westeuropa	Tonnen		(7,5) %	179.110	193.699
Mittel- und Osteuropa	Tonnen		(4,5) %	71.727	75.069
Nordamerika	Tonnen		(1,9) %	137.419	140.097
Lateinamerika	Tonnen		13,2 %	16.796	14.834
Asien, Naher Osten und Afrika	Tonnen		6,4 %	44.818	42.109
Global Chocolate	Tonnen		(3,4) %	449.870	465.808
Global Cocoa	Tonnen		0,3 %	115.368	115.068
Umsatz					
Westeuropa	Mio. CHF	40,9 %	37,9 %	1.014,8	735,7
Mittel- und Osteuropa	Mio. CHF	77,0 %	68,2 %	430,3	255,8
Nordamerika	Mio. CHF	32,9 %	26,2 %	653,1	517,7
Lateinamerika	Mio. CHF	45,7 %	26,1 %	63,4	50,3
Asien, Naher Osten und Afrika	Mio. CHF	52,3 %	47,6 %	207,6	140,6
Global Chocolate	Mio. CHF	45,0 %	39,4 %	2.369,2	1.700,1
Global Cocoa	Mio. CHF	120,3 %	99,7 %	1.080,6	541,0
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge					
Kakaoprodukte	Tonnen		0,3 %	115.368	115.068
Industrielle Produkte	Tonnen		(3,8) %	371.507	386.218
Gourmet	Tonnen		(1,5) %	78.363	79.590
Umsatz					
Kakaoprodukte	Mio. CHF	120,3 %	99,7 %	1.080,6	541,0
Industrielle Produkte	Mio. CHF	46,9 %	41,5 %	1.830,5	1.293,6
Gourmet	Mio. CHF	38,8 %	32,5 %	538,7	406,5

⁴ Bestimmte Kunden wurden einer anderen Produktgruppe zugeordnet, um sie besser bedienen zu können. Die geringfügige Neuordnung machte weniger als 1 % des Gesamtvolumens und des Umsatzes im Geschäftsjahr 2023/24 aus.

Anhang: Neuordnung zwischen Produktgruppen

2024/25		Kakaoprodukte	Industrielle Produkte	Gourmet	Gruppe
Verkaufsmenge					
3 Monate	Tonnen	115.368	371.507	78.363	565.238
Halbjahr	Tonnen	–	–	–	–
9 Monate	Tonnen	–	–	–	–
Gesamtjahr	Tonnen	–	–	–	–
Umsatz					
3 Monate	Mio. CHF	1.080,6	1.830,5	538,7	3.449,8
Halbjahr	Mio. CHF	–	–	–	–
9 Monate	Mio. CHF	–	–	–	–
Gesamtjahr	Mio. CHF	–	–	–	–
2023/24 ⁵		Kakaoprodukte	Industrielle Produkte	Gourmet	Gruppe
Verkaufsmenge					
3 Monate	Tonnen	115.068	386.218	79.590	580.876
Halbjahr	Tonnen	226.227	754.934	157.363	1.138.524
9 Monate	Tonnen	339.686	1.131.495	239.060	1.710.241
Gesamtjahr	Tonnen	461.490	1.510.728	307.593	2.279.811
Umsatz					
3 Monate	Mio. CHF	541,0	1.293,6	406,5	2.241,1
Halbjahr	Mio. CHF	1.260,7	2.581,5	800,8	4.643,0
9 Monate	Mio. CHF	1.963,1	4.100,0	1.256,8	7.319,9
Gesamtjahr	Mio. CHF	2.845,9	5.859,0	1.681,4	10.386,3

⁵ Bestimmte Kunden wurden einer anderen Produktgruppe zugeordnet, um sie besser bedienen zu können. Die geringfügige Neuordnung machte weniger als 1 % des Gesamtvolumens und des Umsatzes im Geschäftsjahr 2023/24 aus.