

MEDIENMITTEILUNG

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

Barry Callebaut Gruppe – Gesamtjahresergebnisse, Geschäftsjahr 2024/25

Barry Callebaut baut in H2 Schulden signifikant ab, macht grosse Fortschritte bei BC Next Level und behauptet sich in beispiellosem Marktumfeld

- Verändertes Kundenverhalten, niedriger Konsum und strategische Priorisierung von profitableren Segmenten bei Global Cocoa führten, wie erwartet und angekündigt, zu einem Volumenrückgang von -6,8 % (-5,3 % bei Global Chocolate, -12,8 % bei Global Cocoa)
- Kakaobedingte Preiserhöhungen führten zu Umsatzwachstum von +49,0 % auf CHF 14,8 Mrd. in Lokalwährungen
- Wiederkehrender¹ Betriebsgewinn (EBIT) stieg um +6,4 % und wiederkehrender¹ Konzerngewinn sank um -35,9 % in Lokalwährungen. Niedrigeren Volumen sowie Investitionen in die Digitalisierung und Stärkung der Resilienz bei Marktschwankungen standen positive Effekte des Kosten-Plus-Preismodells, Produktmix und Einsparungen aus BC Next Level gegenüber. Signifikante Verbesserung in H2.
- Konsequenter Schuldenabbau führt zu 4,5x Nettoverschuldung / wiederkehrender¹ EBITDA (vs. 6,5x in H1), mit einem starken freien Cashflow von CHF 1.802 Mio. in H2 (CHF -312,0 Mio. in FY)
- Grosse Fortschritte bei BC Next Level; die meisten Initiativen sind bereits implementiert und führen zu signifikanten Kosteneinsparungen
- Barry Callebaut setzt auf verbessertes Kundenerlebnis und mehr kundenorientierte Innovationen im ganzen Spektrum der Schokoladenlösungen – dazu gehört eine neue langfristige Partnerschaft für kakaofreie Lösungen mit Planet A Foods (ChoViva)
- Ausblick Geschäftsjahr 2025/26: Barry Callebaut will die Verschuldung auf 3.5x Nettoverschuldung / wiederkehrender EBITDA reduzieren und so die Basis für zukünftiges Wachstum legen. H1 25/26 wird herausfordernd bleiben, in H2 wird eine Besserung erwartet.
 - Global Chocolate erwartet mittleren einstelligen Volumenrückgang
 - Fokus auf ROIC bei Global Cocoa soll zu mittlerem bis hohem einstelligen Volumenrückgang führen
 - Mittlerer einstelliger Rückgang beim gruppenweiten Volumen erwartet, auch wegen der Kakaopreisentwicklungen und damit verbundenen Auswirkungen der neuen Priorisierung bei Global Cocoa
 - Barry Callebaut rechnet mit niedrigem bis mittlerem einstelligen Wachstum beim wiederkehrenden Betriebsgewinn (EBIT) und zweistelligem Wachstum beim Gewinn vor Steuern in Lokalwährungen

Zürich/Schweiz, 5. November 2025 – Peter Feld, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: "Das abgelaufene Geschäftsjahr war geprägt von einer aussergewöhnlichen und noch nie dagewesenen Volatilität im Kakao- und Schokoladenmarkt. Das hatte Auswirkungen auf Barry Callebaut aber auch unsere Kunden. Im zweiten Halbjahr haben wir uns dynamisch an die veränderten Marktbedingungen

¹ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 11.

angepasst. Mit gezielten Massnahmen haben wir unseren Cashflow gesteigert und unsere Schulden deutlich abgebaut. Massgeblich geholfen hat uns dabei unser neues Cocoa-Betriebsmodell, das Profitabilität priorisiert. Ausserdem haben wir einen gruppenweiten Prozess für den Vertrieb und die damit verbundene operative Planung eingeführt.

Auch bei der Umsetzung von BC Next Level machen wir weiterhin deutliche Fortschritte. Das Programm bringt Barry Callebaut näher an unsere Kunden und Märkte und legt den Fokus auf Vereinfachung und Digitalisierung. Damit werden wir widerstandsfähiger und schaffen die Grundlage, um den Schuldenabbau im Geschäftsjahr 2025/26 fortzusetzen. Unsere Ambition bleibt, der vertrauenswürdige Anbieter und Partner unserer Kunden zu werden und Barry Callebaut damit zurück auf Wachstumskurs zu bringen. Unser verbesserter Net Promoter Score (NPS) bestätigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Unsere strategischen Schwerpunkte sind klar: Wir bauen unsere führende Position bei Schokolade weiter aus, wachsen im Bereich Kakaoüberzüge (sog. Cacao Coating bzw. Compound-Geschäft) und bringen Innovationen ganz ohne Kakao auf den Markt. Ein Beispiel dafür ist unsere heute angekündigte Partnerschaft mit Planet A Foods (ChoViva), die unsere Widerstandsfähigkeit weiter stärken wird.

Ich bedanke mich bei allen Mitarbeitenden, Kunden, Aktionären und Partnern für ihren Beitrag dazu, dass wir uns in diesem beispiellosen Jahr erfolgreich behaupten konnten. Ich freue mich auf ihre Unterstützung auf unserem weiteren Weg."

Kennzahlen der Gruppe

für das Geschäftsjahr		Veränderung in %		2024/25	2023/24
		in Lokalwährungen	in CHF		
Verkaufsmenge	Tonnen		(6,8) %	2.125.420	2.279.811
Umsatz	Mio. CHF	49,0 %	42,4 %	14.788,6	10.386,3
Bruttogewinn	Mio. CHF	8,0 %	2,7 %	1.419,2	1.382,3
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	52,3 %	42,4 %	635,1	446,1
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ²	Mio. CHF	6,4 %	(0,1) %	703,4	704,4
EBIT (wiederkehrend) ² pro Tonne	CHF	14,1 %	7,1 %	330,9	309,0
Konzerngewinn	Mio. CHF	7,2 %	(1,3) %	188,4	190,9
Konzerngewinn (wiederkehrend) ²	Mio. CHF	(35,9) %	(40,2) %	249,6	417,5
Freier Cashflow	Mio. CHF			(312,0)	(2.330,7)

Barry Callebaut Gruppe – Gesamtjahresergebnis, Geschäftsjahr 2024/25

Bei **Global Chocolate** ging die Verkaufsmenge im Geschäftsjahr 2024/25 um -5,3 % zurück, in einem laut Nielsen insgesamt rückläufigen Markt für Schokoladen und Süsswaren (-3,5 %)³. Verändertes Kundenverhalten aufgrund der Marktvolatilität und signifikant erhöhte Kakaopreise führten zu einem Volumenrückgang bei den Lebensmittelherstellern (-5,9 %). Gourmet zeigte sich widerstandsfähiger (-2,1 %). Hier konnte Wachstum in AMEA, Lateinamerika, sowie Zentral- und Osteuropa das schwierige Marktumfeld in Westeuropa und Nordamerika teilweise ausgleichen.

Mit Blick auf die regionale Volumenentwicklung bei Global Chocolate war Lateinamerika dank innovativer Kundenlösungen mit +6,0 % die Region mit dem stärksten Wachstum. Die Region Asien-Pazifik, Mittlerer Osten und Afrika (AMEA) entwickelte sich leicht rückläufig (-0,5 %). Zweistelliges Wachstum in Indien, Indonesien und im Mittleren Osten wurde durch eine schwache Nachfrage in China und in den entwickelten regionalen Märkten ausgeglichen. Ein herausforderndes Kundenumfeld, insbesondere bei den Lebensmittelherstellern, führte zu einem Volumenrückgang in Zentral- und Osteuropa (-4,4 %). In Nordamerika ging das Volumen um -6,7 % zurück. Höhere Volumen dank mehrerer Neukundengewinne wurden durch das herausfordernde Marktumfeld und die Nachwirkungen der vorübergehenden

² Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 11.

³ Quelle: Nielsen – Volumenwachstum ohne E-Commerce – 24 Länder, September 2024 bis August 2025, Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wider.

Schliessung in Toluca, Mexiko ausgeglichen. In Westeuropa (-6,6 %) führten die erhöhten Preise zu geringerer Nachfrage und einem veränderten Kundenverhalten, das sich zusammen mit der Rationalisierung der Lagerhaltungseinheiten auf das Volumen auswirkte.

Bei **Global Cocoa** ging die Verkaufsmenge um -12,8 % zurück. Ein massgeblicher Grund war die rückläufige Marktnachfrage aufgrund der Kakaopreisvolatilität, insbesondere in AMEA, Zentral- und Osteuropa, sowie Lateinamerika. Die Priorisierung von Volumen auf profitablere Segmente innerhalb von Global Cocoa sowie hin zu Global Chocolate - aufgrund der erhöhten Preise - wirkte sich ebenfalls negativ auf das Volumen aus.

Insgesamt verzeichnete Barry Callebaut eine **Verkaufsmenge** von 2.125.420 Tonnen (-6,8 %) im Geschäftsjahr 2024/25. Im vierten Quartal ging die Verkaufsmenge um -8,2 % zurück. Massgebliche Treiber waren die niedrigere Nachfrage, das veränderte Kundenverhalten wegen des volatilen Umfelds und die Priorisierung von profitablen Segmenten bei Global Cocoa.

Der **Umsatz** stieg um +49,0 % in Lokalwährungen (+42,4 % in CHF) auf CHF 14.788,6 Mio. Der Anstieg erfolgte vor allem aufgrund der signifikant erhöhten Preise, die Barry Callebaut mit dem Kosten-Plus-Preismodell adressiert.

Der **Bruttogewinn** stieg dank des Kosten-Plus-Preismodells und des Produktmix um +8,0 % in Lokalwährungen (+2,7 % in CHF) auf CHF 1.419,2 Mio.

Der **wiederkehrende⁴ Betriebsgewinn (EBIT)** wuchs um +6,4 % in Lokalwährungen (-0,1 % in CHF) auf CHF 703,4 Mio. Der Anstieg resultiert aus der Weitergabe höherer Finanzierungskosten durch das Kosten-Plus-Preismodell. Zudem wirkten sich der Produktmix und BC Next Level-Kosteneinsparungen positiv aus. So konnte der Volumenrückgang und die Investitionen im Digitalbereich und in verstärkte Resilienz im neuen Marktumfeld mehr als ausgeglichen werden. Der wiederkehrende² EBIT pro Tonne lag bei CHF 331, das entspricht einem Anstieg von +14,1 % in Lokalwährungen (+7,1 % in CHF). Der **wiederkehrende⁴ EBIT für Global Chocolate** lag bei CHF 735,5 Mio., was einem Anstieg von +5,6 % in Lokalwährungen entspricht (+1,4 % in CHF). Auch hier zeigt sich die Stärke des Kosten-Plus-Preismodells. Der **wiederkehrende⁴ EBIT für Global Cocoa** stieg um +16,4 % (-6,1 % in CHF) auf CHF 94,5 Mio. Dieser starke Anstieg ist auf die erfolgreiche Weitergabe höherer Finanzierungskosten und die Priorisierung von Volumen in profitableren Segmenten zurückzuführen. Das Segment **Corporate und übrige** verzeichnete einen wiederkehrenden EBIT von CHF -126,6 Mio., was einem Rückgang von -9,9 % in Lokalwährungen (-3,9 % in CHF) entspricht.

Nach einem stark volatilen Markt, der im ersten Halbjahr zu einem erheblichen Rückgang führte, blieb der **wiederkehrende⁴ Konzerngewinn** in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres konstant (-0,1 % in Lokalwährungen). Die Marktvolatilität stabilisierte sich und die Gruppe ergriff gezielte Massnahmen, um die höheren Kosten an die Kunden weiterzugeben. Im Gesamtjahr belief sich der wiederkehrende⁴ Konzerngewinn auf CHF 249,6 Mio., was einem Rückgang um -35,9 % in Lokalwährungen (-40,2 % in CHF) entspricht. Dafür verantwortlich waren vor allem geringere Absatzmengen und höhere Kosten in einem disruptiven Markt. Die Nettofinanzierungskosten stiegen deutlich auf CHF -376,9 Mio., gegenüber CHF -207,3 Mio. im Vorjahr. Dies liegt hauptsächlich am höheren Verschuldungsgrad aufgrund der höheren Kakaobohnenpreise sowie den gestiegenen Zinssätzen. Auf wiederkehrender⁴ Basis erhöhte sich der Steueraufwand auf CHF 76,9 Mio., verglichen mit CHF 74,8 Mio. im Vorjahreszeitraum. Dies entspricht einem effektiven Steuersatz von 23,6 % (Vorjahreszeitraum: 15,2 %). Der Anstieg des effektiven Steuersatzes auf wiederkehrender Basis resultierte vor allem aus einer weniger günstigen Zusammensetzung des Gewinns vor Steuern und nicht steuerwirksamen Verlusten. Diese wurden teilweise durch den positiven Effekt der Schweizer Unternehmenssteuerreform, die am 1. Januar 2020 eingeführt wurde, ausgeglichen.

Der **ausgewiesene Betriebsgewinn (EBIT)** lag bei CHF 635,1 Mio. im Vergleich zu CHF 446,1 Mio. im Vorjahr. Grund dafür waren die geringeren einmaligen Ausgaben für BC Next Level (CHF 61,3 Mio. vs. CHF 264,5 Mio. im Vorjahr). Von den einmaligen Ausgaben entfallen CHF 63,7 Mio. auf zahlungswirksame, nicht wiederkehrende BC Next Level-Programm- und Restrukturisierungskosten.

⁴ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 11.

Der **ausgewiesene Konzerngewinn** betrug nach Abzug der einmaligen BC Next Level-Kosten CHF 188,4 Mio.

Das **Nettoumlaufvermögen** stieg auf CHF 3.997,8 Mio., verglichen mit CHF 3.808,0 Mio. im Vorjahr. Der Anstieg war ausschliesslich auf die erheblichen negativen Auswirkungen der gestiegenen Kakaobohnenpreise zurückzuführen. Diese konnten aber grösstenteils durch Massnahmen zur Erhöhung der Widerstandsfähigkeit ausgeglichen werden, wie eine verkürzte Cash Conversion und eine optimierte Beschaffung.

Dank Massnahmen zur Stärkung des Umlaufvermögens und tieferen Kakaopreisen entwickelte sich der **freie Cashflow** im zweiten Halbjahr stark und lag bei CHF 1.802 Mio. Im Gesamtjahr ging der freie Cashflow um CHF -312,0 Mio. zurück, im Vergleich zu CHF -2.330,7 Mio. im Vorjahr. Die verkürzte Cash Conversion konnte dabei die signifikant erhöhten Kakaopreise und die erhöhten Investitionen nicht ausgleichen.

Die **Nettoverschuldung** stieg auf CHF 4.301,3 Mio. verglichen mit CHF 3.818,0 Mio. im Vorjahr. Der Anstieg ist vor allem auf die höheren Finanzierungskosten aufgrund der höheren Kakaobohnenpreise im Geschäftsjahr zurückzuführen. Dank der Massnahmen zur Stärkung des Umlaufvermögens und tieferen Kakaobohnenpreise im zweiten Halbjahr konnten wichtige Fortschritte beim Schuldenabbau erzielt werden: Die Nettoverschuldung / EBITDA⁴ lag bei 4,5x im Vergleich zu 6,5x im Februar 2025. Wenn man die Kakaobohnen-Lagerbestände als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) ansieht, lag die angepasste Nettoverschuldung / EBITDA⁴ bei 2,7x.

Barry Callebaut macht Fortschritte bei BC Next Level und handelt gleichzeitig entschlossen in einem sich radikal verändernden Umfeld

Im September 2023 startete Barry Callebaut das strategische Investitionsprogramm BC Next Level, um das volle Potenzial des Unternehmens auszuschöpfen und seine führende Position im Markt für Schokoladenlösungen weiter auszubauen. Das Programm bringt Barry Callebaut näher an die Märkte und Kunden und legt den Fokus auf Vereinfachung und Digitalisierung. Seit dem Start hat das Unternehmen signifikante Fortschritte gemacht und mit über 30 Initiativen spürbare Ergebnisse erzielt. Darüber hinaus wurde bereits ein erheblicher Teil der angekündigten CHF 250 Millionen an Kosteneinsparungen realisiert. Beispielhafte Massnahmen sind:

- **Lebensmittelsicherheit auf dem nächsten Level:** Durch Initiativen wie die Einführung des strengen Produktfreigabeprozesses (positive release) und den Einsatz von Auto-Samplern hat Barry Callebaut die Lebensmittelsicherheitsstandards weiter verbessert und kann somit den Kunden erstklassige Qualität bieten.
- **BCOS (Barry Callebaut Operating System):** Mit der Einführung von BCOS hat Barry Callebaut Arbeitsweisen und Prozesse vereinheitlicht, ein flexibleres Produktionsnetzwerk geschaffen und globale KPIs für alle Werke definiert. Im Zuge von BCOS wurden neue Standorte in Brantford, Kanada, und Neemrana, Indien, eröffnet.
- **Global Business Services (GBS):** Das Programm wurde erfolgreich abgeschlossen und umfasst vier GBS-Standorte, darunter zwei neue und vollständig in Betrieb genommene Standorte in Monterrey, Mexiko, und Hyderabad, Indien. Damit bietet das Unternehmen seinen Kunden erstklassigen 24/7-Service.
- **Echtzeit-Track und Trace:** Barry Callebaut hat Echtzeitverfolgung für alle Lieferungen in Europa und Nordamerika eingeführt. Damit können Barry Callebauts Kunden transparenter, informierter und schneller Entscheidungen treffen.

Gleichzeitig war der Kakao- und Schokoladenmarkt in den vergangenen zwei Jahren von beispielloser Volatilität, Lieferengpässen und Preissteigerungen geprägt. Das stellte Barry Callebaut vor neue Herausforderungen. Das Unternehmen hat deshalb entschiedene Massnahmen ergriffen, um resilienter zu werden, darunter:

- **Finanzierung gesichert:** Mit erfolgreichen Anleiheemissionen deckt Barry Callebaut den Bedarf an operativem Umlaufvermögen. Mit einer neu eingerichteten Akkreditiv-Kreditlinie kann Barry Callebaut zudem Margin Calls aus Termingeschäften ersetzen und erhöhen damit die Liquidität und Flexibilität.
- **Verbesserte Versorgung mit Kakaobohnen:** Barry Callebaut hat seine Beschaffungsquellen diversifiziert und erweitert, die Mischverfahren bei den Kakaobohnen verbessert und die Cash Conversion verkürzt.

Barry Callebaut stärkt seine Führungsposition, erhöht die Resilienz und will Wachstumschancen nutzen

Nachdem bereits wichtige Schritte unternommen wurden, um die Resilienz des Unternehmens im neuen Marktumfeld zu stärken, werden derzeit zahlreiche weitere Massnahmen umgesetzt, um die führende Position von Barry Callebaut im Markt zu stärken und neue Wachstumspotenziale zu erschliessen. Einige davon sind:

- **Vorreiterrolle in der langfristigen Kakaobeschaffung:** Barry Callebaut verfolgt einen zweigleisigen Ansatz mit länderspezifischen „North Star“-Programmen zur Förderung von modernen, ertragreichen Kleinbauernbetrieben, sowie der Future Farming Initiative (FFI), die neue Massstäbe für einen skalierbaren, zuverlässigen Hightech-Kakaoanbau setzt.
- **Marktführende Innovationen:** Barry Callebaut soll der vertrauenswürdigste Berater für weltweite Kunden sein - innovative Lösungen decken das gesamte Spektrum von Kakao, Schokolade, Kakaoüberzügen (Compounds), kakaofreien Lösungen, Füllungen, Dekorationen und Streuseln ab. Diese breite Anzahl an Lösungen ermöglicht ein diversifizierteres, weniger kapitalintensives und erfolgreiches Portfolio.
- **Verbesserte End-to-End-Zusammenarbeit:** Barry Callebaut verbessert die Vernetzung der gesamten Gruppe, insbesondere zwischen den Segmenten Global Cocoa und Global Chocolate sowie mit dem neu geschaffenen Bereich Customer Experience, der im Zentrum der gesamten Organisation steht.

Barry Callebaut baut sein innovatives Portfolio über das gesamte Spektrum der Schokoladenlösungen hinweg weiter aus. Nun freut sich die Gruppe, eine langfristige kommerzielle Partnerschaft mit Planet A Foods (ChoViva) bekannt zu geben und so die globale Expansion voranzutreiben. ChoViva ist die weltweit führende Schokoladenalternative ohne Kakao und bietet eine bahnbrechende Lösung aus regional verfügbaren Rohstoffen wie z.B. Sonnenblumenkernen. Sie ermöglicht ein schokoladenähnliches Geschmackserlebnis, ohne Kompromisse bei Qualität oder Geschmack einzugehen. Barry Callebaut ist zudem mit der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) eine strategische Partnerschaft eingegangen, um das Potenzial der Kakaozellkulturtechnologie zu erforschen.

Ausblick

Im Geschäftsjahr 2025/26 konzentriert sich Barry Callebaut klar auf den Schuldenabbau mit dem Ziel 3.5x Nettoverschuldung / wiederkehrender EBITDA. Ausserdem will das Unternehmen die Basis für zukünftiges Wachstum schaffen. Das Unternehmen erwartet weiterhin ein herausforderndes erstes Halbjahr, aber dass sich im zweiten Halbjahr eine Besserung abzeichnet. Bei Global Chocolate wird ein mittlerer einstelliger Volumenrückgang erwartet. Es wird zudem erwartet, dass der Fokus auf den ROIC bei Global Cocoa zu einem mittleren bis hohen einstelligen Volumenrückgang führen wird. Deshalb wird für das Volumen der Gruppe ein mittlerer einstelliger Rückgang erwartet, welcher auch mit den Kakaopreisentwicklungen und damit verbundenen Effekten auf die Priorisierung bei Global Cocoa zusammenhängt.

Mit Blick auf die Profitabilität rechnet die Gruppe mit einem niedrigen bis mittleren einstelligen Wachstum des wiederkehrenden EBIT in Lokalwährungen sowie einem zweistelligen Wachstum des wiederkehrenden Gewinns vor Steuern in Lokalwährungen. Es werden einmalige BC Next Level-Ausgaben in Höhe von rund CHF 60 Mio. erwartet. Der Schuldenabbau soll fortgesetzt werden. Das Ziel ist – unter der Annahme eines Kakaobohnenpreis von rund GBP 5.000 – die Nettoverschuldung / wiederkehrender EBITDA auf unter 3.5x zu senken.

Anträge zuhanden der Generalversammlung

Ausschüttung an die Aktionäre

Der Verwaltungsrat schlägt den Aktionären anlässlich der virtuellen Generalversammlung am 10. Dezember 2025, eine Ausschüttung von CHF 29,00 pro Aktie vor. Dies entspricht der bisherigen Ankündigung der Gruppe, dass die Dividende pro Aktie während der Übergangsphase von BC Next Level nicht unter CHF 29,00 liegen wird. Die Dividende wird den Aktionären, vorbehaltlich der Genehmigung durch die Generalversammlung, am oder um den 14. Januar 2026 ausbezahlt.

Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat schlägt vor, Daniela Bosshardt, Schweizer Staatsbürgerin, und John Tiefel, Schweizer Staatsbürger, als zusätzliche neue Mitglieder des Verwaltungsrates zu wählen.

Daniela Bosshardt ist eine erfahrene Verwaltungsratspräsidentin und Unternehmensleiterin mit breitem Hintergrund in den Schweizer Gesundheits-, Finanz- und Technologiesektoren. Derzeit ist sie Verwaltungsratspräsidentin der RepRisk AG und hatte zahlreiche Verwaltungsrats- und Führungsmandate inne, darunter als Verwaltungsratspräsidentin von Galenica AG sowie als Verwaltungsrätin von Vifor Pharma AG und Nobel Biocare AG. Zudem ist sie Mitglied der Verwaltungsräte von EGS Beteiligungen AG und mehrerer Stiftungen, darunter der ETH Zürich Foundation und der Volkart Stiftung. Daniela Bosshardt hat verschiedenen Ausschüssen angehört und diese geleitet, darunter Vergütungs-, Prüfungs-, Nominations- und Anlageausschüsse.

John Tiefel ist ein erfahrenes Verwaltungsratsmitglied, Investor und Senior Advisor mit umfassender Expertise in den Bereichen Konsumgüter, Detailhandel und Industrie. Derzeit ist er unabhängiges Verwaltungsratsmitglied bei Moser & Cie sowie Senior Advisor bei McKinsey & Company. Während seiner 26-jährigen Karriere bei McKinsey & Company beriet er führende internationale Konsumgüter- und Detailhandelsunternehmen und leitete gross angelegte Transformationsprogramme in den Bereichen Vertrieb, Lieferkette und Betrieb. Zuvor war er in leitenden Positionen bei der Royal Begemann Group tätig, unter anderem als Vice President of US Operations.

Alle derzeitigen Mitglieder des Verwaltungsrates stellen sich für eine weitere Amtszeit von einem Jahr zur Wiederwahl.

Weitere Angaben finden Sie in den folgenden Publikationen:

Annual Report 2024/25 (Englisch; PDF)

Annual Social and Environmental Impact Report 2024/25 (Englisch; PDF)

Report on non-financial matters pursuant to art. 964a et seq. of Swiss Code of Obligations 2024/25 (Englisch; PDF)

Auflufbar unter folgendem Link auf der Website von Barry Callebaut: www.barry-callebaut.com/en/about-us/investors/results-presentations

Barry Callebaut Gruppe Jahresergebnis

Date: Mittwoch, 5. November 2025 um 08:30 CET

Die virtuelle Konferenz wird von Peter Feld, CEO, und Peter Vanneste, CFO, geleitet und kann sowohl per Telefon als auch per Webcast verfolgt werden. Einwahl- und Zugangsdaten finden Sie [hier](#).

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2025/26 (1. September 2025 bis 31. August 2026):

Generalversammlung 2024/25	10. Dezember 2025
3-Monats-Verkaufszahlen 2025/26	21. Januar 2026
Halbjahresergebnis 2025/26	16. April 2026
9-Monats-Verkaufszahlen 2025/26	9. Juli 2026
Jahresergebnis 2025/26	4. November 2026
Generalversammlung 2025/26	9. Dezember 2026

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 14,8 Milliarden für das Geschäftsjahr 2024/25 ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut Gruppe der weltweit führende Lösungsanbieter für hochwertige Schokoladenerlebnisse über das gesamte Spektrum von Schokolade, Kakao, Kakaoüberzüge und kakaofreien Alternativen – von der Beschaffung und Verarbeitung von Kakaobohnen bis hin zur Herstellung von Premium-Schokoladen, Füllungen und Dekorationen. 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 mit der weltweiten Gourmet-Marke [Callebaut®](#) steht im Dienst der gesamten Nahrungsmittelindustrie, von industriellen Nahrungsmittelherstellern bis zu gewerblichen und professionellen Anwendern wie Chocolatiers, Confiseurs, Bäckern, Hotels, Restaurants oder Cateringunternehmen.

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](#)



[X](#)



[YouTube](#)



[Facebook](#)

Kontakt für Medien:

Kai Hummel

Global Head of Corporate Communications

Phone: + 41 43 204 15 22

media@barry-callebaut.com

Für Investoren und Finanzanalysten:

Sophie Lang

Head of Investor Relations

Phone: +41 79 275 83 95

investorrelations@barry-callebaut.com

Kennzahlen nach Segmenten / Produktgruppen / Verkaufsgruppe

für das Geschäftsjahr		Veränderung in %		2024/25	2023/24 ⁵
		in Lokalwährungen	in CHF		
Nach Segmenten					
Global Chocolate					
Verkaufsmenge	Tonnen		(5,3) %	1.722.781	1.818.321
Umsatz	Mio. CHF	40,1 %	34,7 %	10.154,4	7.540,4
EBITDA (wiederkehrend) ⁶	Mio. CHF	5,6 %	1,5 %	904,2	890,6
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	21,0 %	16,3 %	708,1	608,8
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ⁶	Mio. CHF	5,6 %	1,4 %	735,5	725,5
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		(12,8) %	402.639	461.490
Umsatz	Mio. CHF	72,5 %	62,8 %	4.634,2	2.845,9
EBITDA (wiederkehrend) ⁶	Mio. CHF	9,1 %	(5,1) %	168,0	177,1
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	383,0 %	291,5 %	98,6	25,2
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ⁶	Mio. CHF	16,4 %	(6,1) %	94,5	100,7
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge	Tonnen			2.125.420	2.279.811
Kakaoprodukte	Tonnen		(12,8) %	402.639	461.490
Industrielle Produkte	Tonnen		(5,9) %	1.421.778	1.510.728
Gourmet	Tonnen		(2,1) %	301.003	307.593
Umsatz	Mio. CHF			14.788,6	10.386,3
Kakaoprodukte	Mio. CHF	72,5 %	62,8 %	4.634,2	2.845,9
Industrielle Produkte	Mio. CHF	42,1 %	36,8 %	8.015,0	5.859,0
Gourmet	Mio. CHF	33,2 %	27,2 %	2.139,4	1.681,4
Nach Verkaufsgruppe					
Verkaufsmenge					
Westeuropa	Tonnen		(6,6) %	679.942	727.833
Mittel - und Osteuropa	Tonnen		(4,4) %	282.348	295.313
Nordamerika	Tonnen		(6,7) %	516.841	554.193
Lateinamerika	Tonnen		6,0 %	62.943	59.381
Asien, Naher Osten und Afrika	Tonnen		(0,5) %	180.707	181.601
Global Chocolate	Tonnen		(5,3) %	1.722.781	1.818.321
Global Cocoa	Tonnen		(12,8) %	402.639	461.490
Umsatz					
Westeuropa	Mio. CHF	35,6 %	33,0 %	4.179,9	3.143,7
Mittel - und Osteuropa	Mio. CHF	55,6 %	47,4 %	1.879,1	1.274,5
Nordamerika	Mio. CHF	39,2 %	32,2 %	3.001,2	2.269,8
Lateinamerika	Mio. CHF	40,8 %	24,1 %	252,7	203,6
Asien, Naher Osten und Afrika	Mio. CHF	34,5 %	29,7 %	841,5	648,8
Global Chocolate	Mio. CHF	40,1 %	34,7 %	10.154,4	7.540,4
Global Cocoa	Mio. CHF	72,5 %	62,8 %	4.634,2	2.845,9

⁵ Die Vorjahreszahlen wurden angepasst, siehe "Note 1" im Geschäftsbericht 2024/25 für Details.

⁶ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 11.

Kennzahlen der Gruppe⁷

für das Geschäftsjahr		Veränderung in %		2024/25	2023/24
		in Lokalwährungen	in CHF		
Konzernerfolgsrechnung					
Verkaufsmenge	Tonnen		(6,8) %	2.125.420	2.279.811
Umsatz	Mio. CHF	49,0 %	42,4 %	14.788,6	10.386,3
Bruttogewinn	Mio. CHF	8,0 %	2,7 %	1.419,2	1.382,3
EBITDA (wiederkehrend) ⁸	Mio. CHF	5,5 %	(0,2) %	948,6	950,5
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	52,3 %	42,4 %	635,1	446,1
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ⁸	Mio. CHF	6,4 %	(0,1) %	703,4	704,4
EBIT (wiederkehrend) ⁸ / Umsatz	%			4,8 %	6,8 %
EBIT (wiederkehrend) ⁸ pro Tonne	CHF	14,1 %	7,1 %	330,9	309,0
Konzerngewinn	Mio. CHF	7,2 %	(1,3) %	188,4	190,9
Konzerngewinn (wiederkehrend) ⁸	Mio. CHF	(35,9) %	(40,2) %	249,6	417,5
Freier Cashflow	Mio. CHF			(312,0)	(2.330,7)
Konzernbilanz					
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF		5,0 %	3.997,8	3.808,0
Anlagevermögen	Mio. CHF		2,5 %	3.052,4	2.979,4
Investitionen	Mio. CHF		3,5 %	295,0	285,1
Bilanzsumme	Mio. CHF		(16,6) %	12.643,9	15.159,3
Nettoverschuldung	Mio. CHF		12,7 %	4.301,3	3.818,0
Eigenkapital	Mio. CHF		(7,6) %	2.622,3	2.839,4
Quotienten					
Rendite auf investiertem Kapital (ROIC)	%			6,8 %	6,6 %
Rendite auf investiertem Kapital (ROIC, wiederkehrend) ⁸	%			7,9 %	11,0 %
Eigenkapitalrendite (ROE)	%			7,2 %	6,7 %
Eigenkapitalrendite (ROE, wiederkehrend) ⁸	%			9,5 %	14,7 %
Zinsdeckungsgrad				2,3	3,3
Nettoverschuldungsgrad	%			164,0 %	134,5 %
Nettoverschuldung ⁹ / EBITDA (wiederkehrend) ⁸				4,5	4,0
Investitionen / Umsatz	%			2,0 %	2,7 %
Aktien					
Aktienkurs am Jahresende	CHF		(21,5) %	1.080	1.376
Anzahl ausgegebener Aktien				5.488.858	5.488.858
Börsenkapitalisierung am Jahresende	Mio. CHF		(21,5) %	5.928,0	7.552,7
EBIT (wiederkehrend) ⁸ pro Aktie	CHF		(0,2) %	128,3	128,6
Unverwässerter Gewinn (wiederkehrend) ⁸ pro Aktie	CHF		(40,7) %	45,1	76,0
Ausschüttung pro Aktie	CHF		0,0 %	29,0	29,0
Ausschüttungsquote	%			84 %	83 %
Kurs-Gewinn-Verhältnis am Jahresende				31,9	39,7
Übrige					
Mitarbeitende			(2,1) %	13.138	13.423

⁷ Nicht durch IFRS definierte Kennzahlen sind unter "Alternative Performance Measures" im Geschäftsbericht 2024/25 auf Seite 138 definiert.

⁸ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 11.

⁹ Ab dem Geschäftsjahr 2024/25 wird die Nettoverschuldung per 31. August dargestellt, und nicht mehr ein Durchschnittswert. Das Vorjahr wurde entsprechend angepasst.

Anhang: Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse

Die nachstehende Tabelle zeigt die Aufschlüsselung einmaliger Posten des Geschäftsjahrs 2024/25 und ihre Auswirkungen auf die alternativen Leistungskennzahlen (APM) der Gruppe. Nicht wiederkehrende Posten des Vorjahres sind im Geschäftsbericht 2023/24 zu finden.

2024/25			
in Mio. CHF	Global Chocolate	Global Cocoa	Group (inkl. Corporate und übrige)
EBITDA	876,8	172,1	880,3
Einmalige Posten:	27,4	(4,1)	68,3
Toluca Intervention ¹⁰	7,0	—	7,0
BC Next Level Kosten ¹¹	20,4	(4,1)	61,3
EBITDA (wiederkehrend)	904,2	168,0	948,6
Betriebsgewinn (EBIT)	708,1	98,6	635,1
Einmalige Posten (siehe oben für Details)	27,4	(4,1)	68,3
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend)	735,5	94,5	703,4
Konzerngewinn			188,4
Einmalige Posten inkl. Zinsen und Steuern			61,2
Einmalige Posten vor Zinsen und Steuern (siehe oben für Details)			68,3
Steuereffekt auf einmalige Posten			(7,1)
Konzerngewinn (wiederkehrend)			249,6

Anhang: Preisentwicklung bei den wichtigsten Rohstoffen

Im Geschäftsjahr 2024/25 stiegen die Terminmarktpreise¹² für **Kakaobohnen** deutlich an, getrieben durch eine Reihe von Faktoren. Die Preise erhöhten sich vom Ausgangswert von GBP 5,332 auf ein Hoch von GBP 9,425, bevor sie den Zeitraum am 31. August 2025 bei GBP 5,302 pro Tonne abschlossen. Im Durchschnitt stiegen die Kakaobohnenpreise im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um +27.1%. Die westafrikanische Ernte 2024/25 verzeichnete zunächst einen starken Start der Haupternte, verschlechterte sich jedoch ab Februar 2025 rasch zu unterdurchschnittlichen Anlieferungen, die bis zur Zwischenernte anhielten. Dies wurde teilweise durch positive Ernteentwicklungen in anderen Herkunftsländern, insbesondere Ecuador, ausgeglichen. Die Nachfrage nach Kakaobohnen ging in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres deutlich zurück, wie die schwachen veröffentlichten Mahlzahlen für April bis Juni belegen.

Der Weltmarktpreis für **Zucker** lag im Durchschnitt um –16.0 % niedriger als im Vorjahreszeitraum, was auf verbesserte Fundamentaldaten in den meisten Exportregionen zurückzuführen ist, darunter Brasilien, der weltweit grösste Produzent. In Europa sanken die Zuckerpreise im Durchschnitt um –26.8 %, was die Ausweitung der Zuckerrübenanbaufläche für die Kampagne 2024/25 widerspiegelt, die im September 2025 abgeschlossen wurde. Diese Ausweitung führte zu einem im Vergleich zum Vorjahreszeitraum besser versorgten Markt.

Die Preise für **Milchprodukte** stiegen im Durchschnitt um +0.6 % gegenüber dem Vorjahr. In den Jahren 2024 und 2025 ging das Milchangebot insgesamt zurück, während die weltweite Nachfrage auf hohem Niveau stabil blieb, was zu einer erhöhten Marktvolatilität führte. Die Preise für Milchfette unterlagen erheblichen Schwankungen. Dadurch wurde die Herstellung von Magermilchpulver (SMP) als

¹⁰ Ausgewiesen als "Cost of goods sold".

¹¹ BC Next Level-Kosten beinhalten hauptsächlich CHF 16,9 Mio., ausgewiesen unter "Other expense" und CHF -20,6 Mio. ausgewiesen als "Other income" (siehe Note 1.3 - "Other income and expense" im Geschäftsbericht 2024/25), CHF 58,3 Mio., ausgewiesen unter "General and administration expenses" und CHF 6,5 Mio., ausgewiesen unter "Cost of goods sold".

¹² Quelle: Preise am Londoner Terminmarkt für sogenannte «2nd position»-Preise, September 2024 bis August 2025. Die Terminmarktpreise berücksichtigen das «Living Income Differential» (LID, Prämie zur Existenzsicherung) und die Preisunterschiede zwischen den Ländern nicht.

Nebenprodukt erleichtert, was entgegen der Prognosen für stabilere Marktpreise sorgte. Davon profitieren inzwischen auch die Landwirte durch gestiegene Auszahlungen.