

# MEDIENMITTEILUNG

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

## Barry Callebaut Group – 3-Monats-Verkaufszahlen, Geschäftsjahr 2025/26

### Verhaltener Jahresauftakt im Rahmen der Erwartungen – Rückgang der Kakaopreise positives Signal für Stabilisierung des Marktes

- Verkaufsmenge bei Global Chocolate sank in einem insgesamt rückläufigen Markt (-6,1 %)<sup>1</sup> um -6,8 %, auch wegen der inzwischen behobenen Produktionsunterbrechung im Werk St. Hyacinthe (Kanada)
- Schwächere Nachfrage und strategische Priorisierung profitablerer Segmente führten bei Global Cocoa zu einem Rückgang der Verkaufsmenge um -22,0 %
- Verkaufsmenge der Gruppe ging insgesamt um -9,9 % zurück, wobei sich strategische Wachstumsfelder wie Kakaoüberzüge (Compounds) und die Region AMEA als widerstandsfähig erwiesen
- Umsatzwachstum von +8,9 % in Lokalwährungen auf CHF 3,7 Milliarden. Die Preise lagen gruppenweit über dem Vorjahresniveau, haben sich jetzt aber unter dem Höchststand eingependelt, analog zum Rückgang der Kakaobohnenpreise
- Fokus auf Innovation und Kundennähe, darunter rund 600 laufende F&E-Projekte für Kakaoüberzüge und der schrittweisen, weltweiten Markteinführung von ChoViva, einer kakaofreien Schokoladenalternative
- Prognose für das Geschäftsjahr 2025/26 bestätigt. Fokus liegt weiter darauf, die Grundlagen für eine Rückkehr zu Wachstum zu legen. Sinkende Kakaobohnenpreise sind positives Signal für Stabilisierung des Marktes
- Hein Schumacher wird neuer CEO von Barry Callebaut per 26. Januar 2026 (siehe separate Medienmitteilung)

#### Zürich/Schweiz, 21. Januar 2026 – Peter Vanneste, CFO der Barry Callebaut Gruppe, sagte:

„Wie erwartet, sind wir verhalten in unser Geschäftsjahr gestartet. Das Volumen im globalen Schokoladenmarkt ist weiter rückläufig, weil sich das Kundenverhalten angepasst hat und Konsumenten vorübergehend wegen der höheren Preise weniger gekauft haben. Zusätzlich zu dem herausfordernden Marktumfeld hat eine mittlerweile behobene technisch bedingte Produktionsunterbrechung in unserem Werk in St. Hyacinthe das Volumen bei Global Chocolate beeinträchtigt. Unsere strategische Entscheidung, im Bereich Global Cocoa stärker auf profitablere Segmente und Regionen zu setzen, hat ebenfalls zu niedrigerem Absatz beigetragen. Erfreulich ist, dass die Kakaobohnenpreise seit Beginn des Geschäftsjahres weiter gesunken sind und sich die Kakaoernte wie erwartet entwickelt. Das stimmt uns zuversichtlich mit Blick auf das Kundenvertrauen und die Marktentwicklung in der zweiten Jahreshälfte. Für das Geschäftsjahr setzen wir klare Prioritäten: Wir bereiten uns auf die Rückkehr zu Wachstum vor und bauen unsere Verschuldung weiter ab. Wir stehen weiter voll hinter unserer integrierten Kakao- und Schokoladenstrategie, da sie uns einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil und damit Mehrwert für alle Stakeholder verschafft.“

<sup>1</sup> Quelle: Nielsen-Volumenwachstum ohne E-Commerce – 26 Länder, September 2025 bis Oktober/November 2025. Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wider.

## Verkaufskennzahlen der Gruppe

		Veränderung in %		2025	2024
		in Lokalwährungen	in CHF		
für die 3-Monats-Periode endend am 30. November					
Verkaufsmenge	Tonnen		(9,9) %	509.401	565.238
Umsatz	Mio. CHF	8,9 %	6,4 %	3.669,4	3.449,8

**Global Chocolate** verzeichnete im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2025/26 einen Volumenrückgang von -6,8 % in einem laut Nielsen insgesamt rückläufigen Markt für Schokoladen und Süsswaren (-6,1 %)². Ein hohes Preisniveau und eine vorübergehende Produktionsunterbrechung in St. Hyacinthe (Kanada) führten zu einem Volumenrückgang im Geschäft mit den Lebensmittelherstellern (-7,4 %). Die Volumina im Gourmet-Bereich erwiesen sich als widerstandsfähiger und gingen nur um -3,6 % zurück. Kunden bauten auch hier wegen hoher Preise und des intensiven Wettbewerbs Lagerbestände ab, zudem machte sich ebenfalls die Produktionspause in St. Hyacinthe bemerkbar.

Mit Blick auf die regionale Entwicklung innerhalb von **Global Chocolate** war die Region Asien-Pazifik, Mittlerer Osten und Afrika (AMEA, +0,6 %) der stärkste Wachstumstreiber. Das Volumenwachstum in AMEA resultierte aus einer verbesserten Nachfrage in China, Marktanteilgewinnen in Indien sowie zusätzlichem Geschäft in Australien, negativ schlug dagegen die schwierige Marktentwicklung in Japan und Südkorea zu Buche. In Lateinamerika ging das Volumen leicht um (-1,4 %) zurück. Der positiven Entwicklung im Gourmet-Bereich standen schwierigere Bedingungen für grosse Lebensmittelhersteller im Zuge höherer Preise entgegen. Zentral- und Osteuropa verzeichnete einen Volumenrückgang von -2,7 %, bedingt durch geringere Volumina bei grossen Lebensmittelherstellern. Demgegenüber wuchs das Geschäft mit lokalen Kunden solide, besonders in der Türkei. In Westeuropa führten die höheren Preise zu einer geringeren Nachfrage und einem Volumenrückgang von -5,2 %. In Nordamerika sank das Volumen um -14,0 %, bedingt durch die vorübergehende Produktionsunterbrechung im Werk St. Hyacinthe infolge eines inzwischen behobenen technischen Defekts, aber auch durch das insgesamt schwierige Marktumfeld für einige Kunden.

Die Verkaufsmenge bei **Global Cocoa** ging um -22,0 % zurück, bedingt durch eine rückläufige Nachfrage, insbesondere in AMEA sowie der Priorisierung von Volumen auf profitablere Segmente.

**Insgesamt** erzielte Barry Callebaut in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahrs 2025/26 (bis 30. November 2025) eine Verkaufsmenge von 509.401 Tonnen (-9,9 %).

Die Gruppe nutzt weiterhin strategische Wachstumschancen und treibt Innovationen im ganzen Spektrum der Schokoladenlösungen voran, um künftiges Wachstum zu fördern. Kakaoüberzüge (sog. Cacao Coatings bzw. das Compound) stiessen weiterhin auf reges Kundeninteresse; derzeit gibt es rund 600 Forschungsprojekte in diesem Bereich. Kakaoüberzüge entwickelten sich im ersten Quartal stabil, gestützt von einer besonders positiven Dynamik bei Super-Compound-Lösungen. Mit ChoViva, der weltweit führenden Schokoladenalternative ohne Kakao erweitert Barry Callebaut sein Innovationsportfolio zudem um eine kakaofreie Lösung. Die schrittweise internationale Markteinführung hat bereits begonnen. Dabei werden lokale und globale Partnerschaften, Produktion und Vertrieb sowie Go-to-Market-Strategien koordiniert, um einen skalierbaren und nachhaltigen Markteintritt über Europa hinaus zu gewährleisten.

Der **Umsatz** stieg auf CHF 3.669,4 Mio., was einem Anstieg von +8,9 % in Lokalwährungen (+6,4 % in CHF) entspricht. Der Zuwachs resultierte aus den höheren Kakaopreisen im Jahresvergleich. Die zuletzt leicht rückläufigen Kakaopreise pendeln sich inzwischen unter den Höchstpreisen ein.

<sup>2</sup> Quelle: Nielsen-Volumenwachstum ohne E-Commerce – 26 Länder, September 2025 bis Oktober/November 2025. Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wider..

## Ausblick

Barry Callebaut bestätigt den Ausblick für das Geschäftsjahr 2025/26. Der Fokus liegt weiterhin darauf, die Verschuldung zu reduzieren und die Grundlage für zukünftiges Wachstum zu schaffen. Das Unternehmen rechnet unverändert mit einem herausfordernden ersten Halbjahr, erwartet jedoch eine Verbesserung im zweiten Halbjahr. Die sinkenden Kakaobohnenpreise unterstützen die Stabilisierung des Schokoladenmarktes.

Vor diesem Hintergrund rechnet Barry Callebaut damit, dass die Verkaufsmenge bei Global Chocolate im Gesamtjahr im mittleren einstelligen Prozentbereich zurückgeht. Der Fokus auf den ROIC bei Global Cocoa dürfte hier zu einem mittleren bis hohen prozentual einstelligen Volumenrückgang führen. Insgesamt erwartet die Gruppe einen mittleren prozentual einstelligen Volumenrückgang, der auch durch die Entwicklung der Kakaopreise und die strategische Ausrichtung im Global Cocoa-Segment beeinflusst wird.

Mit Blick auf die Profitabilität rechnet die Gruppe mit einem Wachstum des wiederkehrenden EBIT in Lokalwährungen im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich und mit einem zweistelligen Wachstum des wiederkehrenden Gewinns vor Steuern in Lokalwährungen. Einmalige Ausgaben für das BC Next Level-Programm werden voraussichtlich rund CHF 60 Mio. betragen. Der Schuldenabbau soll fortgesetzt werden. Bei einem angenommenen Kakaobohnenpreis von etwa GBP 5.000 pro Tonne soll das Verhältnis von Nettoverschuldung zu wiederkehrendem EBITDA auf unter 3,5x gesenkt werden.

### Investoren- und Analystenkonferenz der Barry Callebaut Gruppe:

Datum: Mittwoch, 21. Januar 2026, 08:30 Uhr CET

Die virtuelle Konferenz wird von Patrick De Maeseneire, Chairman, 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):

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](http://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 grösste Lösungsanbieter für hochwertige Schokoladenerlebnisse über das gesamte Spektrum von Schokolade, Kakao, Kakaüberzüge und kakaofreien Alternativen – von der Beschaffung und Verarbeitung der Kakaobohnen bis 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, Confisereuren, 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](#) [YouTube](#) [Facebook](#)

Kontakt für die Medien:

Sara Thallner

Head of External Corporate Communications

Barry Callebaut AG

Phone: +41 43 268 86 06

[media@barry-callebaut.com](mailto: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](mailto:investorrelations@barry-callebaut.com)

# Verkaufskennzahlen der Gruppe

für die 3-Monats-Periode endend am 30. November		Veränderung in %		2025	2024 <sup>3</sup>
		in Lokal- währungen	in CHF		
Kennzahlen					
Verkaufsmenge	Tonnen		(9,9) %	509.401	565.238
Umsatz	Mio. CHF	8,9 %	6,4 %	3.669,4	3.449,8
Nach Verkaufsgruppe					
Verkaufsmenge					
Westeuropa	Tonnen		(5,2) %	169.712	179.079
Mittel- und Osteuropa	Tonnen		(2,7) %	69.765	71.733
Nordamerika	Tonnen		(14,0) %	118.197	137.383
Lateinamerika	Tonnen		(1,4) %	16.565	16.796
Asien, Naher Osten und Afrika	Tonnen		0,6 %	45.084	44.819
Global Chocolate	Tonnen		(6,8) %	419.323	449.810
Global Cocoa	Tonnen		(22,0) %	90.078	115.428
Umsatz					
Westeuropa	Mio. CHF	4,3 %	3,5 %	1.049,8	1.014,4
Mittel- und Osteuropa	Mio. CHF	5,2 %	1,6 %	437,2	430,3
Nordamerika	Mio. CHF	18,2 %	10,6 %	722,1	652,7
Lateinamerika	Mio. CHF	31,6 %	27,0 %	80,5	63,4
Asien, Naher Osten und Afrika	Mio. CHF	3,1 %	(4,7) %	197,9	207,6
Global Chocolate	Mio. CHF	8,9 %	5,0 %	2.487,5	2.368,4
Global Cocoa	Mio. CHF	8,9 %	9,3 %	1.181,9	1.081,4
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge	Tonnen			509.401	565.238
Kakaoprodukte	Tonnen		(22,0) %	90.078	115.428
Industrielle Produkte	Tonnen		(7,4) %	346.208	373.990
Gourmet	Tonnen		(3,6) %	73.115	75.820
Umsatz	Mio. CHF			3.669,4	3.449,8
Kakaoprodukte	Mio. CHF	8,9 %	9,3 %	1.181,9	1.081,4
Industrielle Produkte	Mio. CHF	9,0 %	5,4 %	1.949,5	1.849,8
Gourmet	Mio. CHF	8,6 %	3,8 %	538,0	518,6

<sup>3</sup> Bestimmte Kunden wurden einer anderen Produktgruppe zugeordnet, um sie besser betreuen zu können. Diese geringfügige Umstellung machte weniger als 1 % des Gesamtvolumens und Umsatzes im Geschäftsjahr 2024/25 aus.

## Anhang: Neuordnung zwischen Produktgruppen

2025/26		Kakaoprodukte	Industrielle Produkte	Gourmet	Gruppe
<b>Verkaufsmenge</b>					
3 Monate	Tonnen	90.078	346.208	73.115	<b>509.401</b>
Halbjahr	Tonnen	—	—	—	—
9 Monate	Tonnen	—	—	—	—
Gesamtjahr	Tonnen	—	—	—	—
<b>Umsatz</b>					
3 Monate	Mio. CHF	1.181,9	1.949,5	538,0	<b>3.669,4</b>
Halbjahr	Mio. CHF	—	—	—	—
9 Monate	Mio. CHF	—	—	—	—
Gesamtjahr	Mio. CHF	—	—	—	—

2024/25 <sup>4</sup>		Kakaoprodukte	Industrielle Produkte	Gourmet	Gruppe
<b>Verkaufsmenge</b>					
3 Monate	Tonnen	115.428	373.990	75.820	<b>565.238</b>
Halbjahr	Tonnen	213.833	717.465	153.750	<b>1.085.048</b>
9 Monate	Tonnen	301.698	1.072.786	227.974	<b>1.602.458</b>
Gesamtjahr	Tonnen	402.977	1.430.879	291.564	<b>2.125.420</b>
<b>Umsatz</b>					
3 Monate	Mio. CHF	1.081,4	1.849,8	518,6	<b>3.449,8</b>
Halbjahr	Mio. CHF	2.408,1	3.809,5	1.069,5	<b>7.287,1</b>
9 Monate	Mio. CHF	3.385,3	5.956,9	1.604,5	<b>10.946,7</b>
Gesamtjahr	Mio. CHF	4.639,4	8.094,6	2.054,6	<b>14.788,6</b>

## Appendix: Preisentwicklung bei den wichtigsten Rohstoffen

Im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2025/26 gingen die Terminmarktpreise<sup>5</sup> für **Kakaobohnen** zurück, was hauptsächlich auf die verbesserten Aussichten für den Beginn der Haupternte zurückzuführen ist. Im Durchschnitt sanken die Kakaobohnenpreise gegenüber dem Vorjahreszeitraum um –16 % und schlossen den Zeitraum bei GBP 4,069 pro Tonne ab. Der Beginn der Ernte verzeichnete starke Anlieferungen in der Elfenbeinküste und in Ecuador, begleitet von schwachen Mahlzahlen im dritten Quartal des Kalenderjahres. Dies trug dazu bei, die weltweiten Lagerbestände an Kakao teilweise wieder aufzufüllen.

Der Weltmarktpreis für **Zucker** lag im Durchschnitt um –22 % niedriger als im gleichen Vorjahreszeitraum, getrieben durch verbesserte Fundamentaldaten in wichtigen Erzeugerregionen. Anders als im Vorjahr, als El Niño die Entwicklung des Zuckerrohrs in Indien und Thailand über längere Zeit beeinträchtigte, zeigten sich die Bedingungen gegen Ende des Jahres 2025 deutlich günstiger für eine Erholung der Ernten. In Europa blieben die Zuckerpreise trotz reduzierter Anbauflächen weitgehend stabil (–2 %), was höhere als erwartete Erträge in der Kampagne 25/26 und niedrigere Weltmarktpreise widerspiegelt.

Die Preise für **Milchprodukte** gingen im Durchschnitt um –16 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum zurück. Hauptursache war die Milchproduktion, die ein aussergewöhnliches Wachstum verzeichnete – begünstigt durch hohe Auszahlungspreise und eine Erholung nach schweren Krankheitsausbrüchen im Viehbestand, insbesondere in den USA und Europa.

<sup>4</sup> Bestimmte Kunden wurden einer anderen Produktgruppe zugeordnet, um sie besser betreuen zu können. Diese geringfügige Umstellung machte weniger als 1 % des Gesamtvolumens und Umsatzes im Geschäftsjahr 2024/25 aus.

<sup>5</sup> Quelle: Preise am Londoner Terminmarkt für sogenannte «2nd position»-Preise, September 2025 bis November 2025. Die Terminmarktpreise berücksichtigen das «Living Income Differential» (LID, Prämie zur Existenzsicherung) und die Preisunterschiede zwischen den Ländern nicht.