

# MEDIENMITTEILUNG

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

## Barry Callebaut Gruppe – Halbjahresresultate, Geschäftsjahr 2025/26

Schrittweise Verbesserung der Verkaufsmenge und starker Cash flow, mit klarem Fokus auf wachstumsrelevante Prioritäten

- **Barry Callebaut verfügt über eine starke Marktposition und umfassende Expertise, dennoch ist Handlungsbedarf notwendig, um nachhaltiges, profitables Wachstum zu erzielen und die Organisation zu stärken:**
  - Fokus auf eine reduzierte Anzahl an Prioritäten zur Stabilisierung der Grundlagen und zur weiteren Steigerung des Serviceniveaus und der Qualität
  - Focus for Growth: Kommerzielle, operative und organisatorische Fokussierung für profitables Wachstum; ein ausführliches Update folgt im Juni
- Deutlicher und rascher Rückgang der Kakaobohnenpreise im ersten Halbjahr 2025/26 (-61%), begünstigend für eine künftige Erholung des Marktes für Schokoladen und Süswaren
- Die Verkaufsmenge verbesserte sich schrittweise im Q2 auf -3,6 % (H1: -6,9 %), lag damit über dem Marktniveau, mit positivem Momentum in AMEA und Lateinamerika
- Der wiederkehrende Betriebsgewinn (EBIT)<sup>1</sup> sank um -4,2 %, da die hohe Profitabilität des Segments Global Cocoa durch rückläufige Verkaufsmenge, Lieferengpässe und Überkapazitäten im wettbewerbsintensiven Marktumfeld mehr als kompensiert wurde. Hinzu kam ein vorübergehender Druck durch Gourmet aufgrund einer Long-Position in einem rückläufigen Markt.
- Der wiederkehrende Gewinn vor Steuern<sup>1</sup> (+1,3 %) und der wiederkehrende Konzerngewinn<sup>1</sup> (+66,1 %) erhöhten sich aufgrund geringerer Finanzierungskosten und niedrigerer Ertragsteueraufwendungen.
- Starker freier Cash flow von CHF 801,8 Mio. trotz der Hochsaison der Kakaoernte führt zu wesentlichen Fortschritten beim Schuldenabbau: Die Nettoverschuldung/ wiederkehrende EBITDA<sup>1</sup> lag bei 3,9x im Vergleich zu 6,5x im ersten Halbjahr 2024/25.
- **Ausblick für das Geschäftsjahr 2025/26: Aktualisierung mit Fokus auf Verkaufsmenge und Reduzierung der Verschuldung bei gleichzeitiger Ergreifung kurzfristiger Massnahmen, um Marktanteile zu schützen und das Wachstum zu unterstützen:**
  - Der Ausblick für die Verkaufsmenge verbessert sich und geht von einem Rückgang von 1 % bis 3 % aus, wobei im zweiten Halbjahr wieder positives Wachstum erwartet wird.
  - Hinsichtlich der Profitabilität ist mit einem Rückgang des wiederkehrenden Betriebsgewinns (EBIT)<sup>1</sup> im mittleren zweistelligen Prozentbereich zu rechnen, wobei der Grossteil des absoluten EBIT<sup>1</sup>-Rückgangs auf Ebene des Konzerngewinns<sup>1</sup> kompensiert wird. Die Prognose könnte durch Entwicklungen im Nahen Osten beeinträchtigt werden.
  - Das Verhältnis von bereinigter Nettoverschuldung zu wiederkehrendem EBITDA wird nun voraussichtlich unter 3,0x liegen.

<sup>1</sup> Wiederkehrend in lokalen Währungen. Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 9.

**Zürich/Schweiz, 16. April 2026 – Hein Schumacher, CEO der Barry Callebaut Gruppe, kommentierte:**

„Wenn ich meine ersten Monate bei Barry Callebaut reflektiere, wird deutlich, dass wir eine einzigartige Marktposition, tiefgreifendes Know-how und fundamentale Wachstumschancen haben. Gleichzeitig liegt viel Arbeit vor uns, um das Unternehmen nach einer turbulenten Phase branchenbedingter Umbrüche und Transformationen wiederzubeleben. Wir müssen die Grundlagen wiederherstellen, den Service verbessern und unsere regionalen Geschäftsbereiche stärken. In der ersten Hälfte unseres Geschäftsjahres sanken die Kakaobohnenpreise, was die zukünftige Entwicklung des Marktes für Schokoladen und Süßwaren positiv beeinflusst und einen starken freien Cash flow begünstigt hat. Die beispiellose Geschwindigkeit des Marktrückgangs in Verbindung mit einem wettbewerbsintensiven Markt mit Überkapazitäten, rückläufigen Absatzmengen und Lieferengpässen hat jedoch den EBIT beeinträchtigt und beeinflusst unseren Ausblick für die Profitabilität für das ganze Geschäftsjahr. Gleichzeitig konzentrieren wir uns darauf die Absatzmengen wiederherzustellen und uns wieder zurück auf Wachstumskurs zu bringen. Unsere unmittelbare Priorität ist Fokus – kommerziell, operativ und organisatorisch. Indem wir uns als Team auf wirkungsvolle Initiativen konzentrieren und in eine kundenorientierte Erfolgskultur reinvestieren, werden wir die Grundlagen stabilisieren, klare Wachstumschancen nutzen und letztendlich eine starke finanzielle Performance erzielen.“

**Kennzahlen der Gruppe**

		Veränderungen in %			
		in Lokalwährungen	in CHF	2026	2025
für die 6-Monats-Periode endend am 28. Februar					
Verkaufsmenge	Tonnen		(6,9) %	1.010.247	1.085.048
Umsatz	Mio. CHF	(3,7) %	(7,3) %	6.752,2	7.287,1
Bruttogewinn	Mio. CHF	6,8 %	2,3 %	668,9	653,8
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(1,1) %	(2,2) %	289,4	295,8
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) <sup>2</sup>	Mio. CHF	(4,2) %	(5,7) %	310,9	329,6
EBIT (wiederkehrend) <sup>2</sup> pro Tonne	CHF	2,9 %	1,3 %	307,7	303,7
Gewinn vor Steuern	Mio. CHF	12,3 %	17,9 %	117,0	99,2
Gewinn vor Steuern (wiederkehrend) <sup>2</sup>	Mio. CHF	1,3 %	4,2 %	138,5	133,0
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	175,3 %	191,7 %	89,1	30,5
Konzerngewinn für die Berichtsperiode (wiederkehrend) <sup>2</sup>	Mio. CHF	66,1 %	71,6 %	108,9	63,5
Freier Cash flow	Mio. CHF			801,8	(2.114,0)

Die **Verkaufsmenge** der Barry Callebaut Gruppe sank in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2025/26 (bis 28. Februar 2026) um -6,9 % auf 1.010.247 Tonnen. Im zweiten Quartal blieb die Verkaufsmenge durch die negative Marktentwicklung beeinträchtigt, verbesserte sich jedoch im Vergleich zum Quartal davor auf -3,6 %. Dies ist auf ein wiedererstartetes Wachstum in der Region Asien-Pazifik, Mittlerer Osten und Afrika (AMEA) sowie in Lateinamerika zurückzuführen.

**Global Chocolate** sank um -5,1 %, und schnitt damit besser als der globale Markt für Schokoladen und Süßwaren laut Nielsen<sup>3</sup> (-6.5%) ab. Die Absatzentwicklung bei Lebensmittelherstellern (-5,4 %) wurde durch eine negative Marktdynamik beeinträchtigt, in der Kunden ihr Verhalten angesichts der geringeren Nachfrage anpassten, sowie durch Lieferengpässe in Nordamerika. Gourmet ging um -3,4 % zurück, da der Wettbewerbsdruck in einem Umfeld sinkender Kakaopreise durch hohe Preise sowie durch Lieferengpässe vorübergehend zunahm.

Betrachtet man die regionale Entwicklung der Verkaufsmenge bei Global Chocolate, so trug Asien-Pazifik, Mittlerer Osten und Afrika (AMEA, +8,5 %) am stärksten bei. Bestärkt durch Marktanteilsgewinne in China, die positive Entwicklung bei wichtigen Kunden in Indien und zusätzliche Aufträge in Australien, erreichte das Wachstum in AMEA im zweiten Quartal einen zweistelligen Wert. Dem standen jedoch schwierige Marktverhältnisse in Japan und Südkorea gegenüber. Lateinamerika verzeichnete ein leicht positives Wachstum der Verkaufsmenge (+1,5 %) mit solidem Wachstum im zweiten Quartal, unterstützt durch die starke Entwicklung bei Gourmet. Mittel- und Osteuropa (-3,6 %) war von geringeren Absatzmengen grosser Lebensmittelhersteller aufgrund schwieriger

<sup>2</sup> Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 9.

<sup>3</sup> Quelle: Nielsen- Volumenwachstum ohne E-Commerce – 26 Länder, September 2025 – Januar 2026. Daten an den Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder.

makroökonomischer Bedingungen betroffen, während lokale Kunden, insbesondere in der Türkei, ein solides Wachstum verzeichneten. Die Entwicklung in Westeuropa (-4.2%) wurde durch die schwache Marktnachfrage beeinträchtigt. Nordamerika verzeichnete einen Rückgang von -12,6 %. Dieser ist auf die vorübergehende Schliessung des Werks in St. Hyacinthe, Kanada und die darauf folgenden Unterbrechungen in den Lieferketten im ersten Quartal sowie auf die schwierige Marktdynamik zurückzuführen. Die Lage in Nordamerika verbesserte im Vergleich zum Quartal davor, da das Unternehmen seine Lagerbestände wieder auffüllt und die steigenden Kundenaufträge erfüllt.

Die Verkaufsmenge von **Global Cocoa** ging aufgrund der schwachen Marktnachfrage, insbesondere in der AMEA-Region, sowie aufgrund der Priorisierung von profitableren Segmenten um -14,3 % zurück. Im zweiten Quartal verbesserte sich die Verkaufsmenge auf -5,2 %, mit ersten Anzeichen einer Markterholung.

Der **Umsatz** belief sich aufgrund geringerer Absatzmengen auf CHF 6.752,2 Mio., was einem Rückgang von -3,7 % in lokalen Währungen (-7,3 % in CHF) entspricht. Im zweiten Quartal verringerten sich die Preise im Jahresvergleich aufgrund des Kosten-Plus-Preismodells, das Barry Callebaut für den Grossteil seines Geschäfts angewendet.

Der **Bruttogewinn** belief sich auf CHF 668,9 Mio., ein Plus von +6,8 % in lokalen Währungen (+2,3 % in CHF), was auf die starke Profitabilität des Segments in einem günstigeren Margenumfeld zurückzuführen ist.

Der **wiederkehrende<sup>4</sup> Betriebsgewinn (EBIT)** belief sich auf CHF 310,9 Mio., ein Rückgang von -4,2 % in lokalen Währungen (-5,7 % in CHF) gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Ein günstigeres Margenumfeld bei Kakao wurde jedoch durch rückläufige Absatzmengen, Lieferengpässe und einen wettbewerbsintensiven Markt mit Überkapazitäten mehr als kompensiert. In einem Umfeld schnell fallender Preise gerieten insbesondere die Margen von Gourmet durch Investitionen im Zusammenhang mit einer Long-Position vorübergehend unter Druck. Der Rückgang spiegelt auch die Umkehrung der Weitergabe von Finanzierungskosten wider, die sich negativ auf den EBIT auswirkten, aber auf Stufe Konzerngewinn neutral waren.

Der **wiederkehrende<sup>4</sup> EBIT pro Tonne** betrug CHF 308, ein Plus von +2,9 % in lokalen Währungen (+1,3 % in CHF). Der **wiederkehrende<sup>4</sup> EBIT für Global Chocolate** lag bei CHF 279,0 Mio., ein Rückgang von -17,3 % in lokalen Währungen (-18,0 % in CHF). Dieser Rückgang ist auf geringere Verkaufsmengen, Lieferengpässe und den intensiven Wettbewerb zurückzuführen, insbesondere aufgrund der starken Position in Gourmet bei rasch sinkenden Kakaobohnenpreisen. Der **wiederkehrende<sup>4</sup> EBIT für Global Cocoa** betrug CHF 89,4 Mio., ein Plus von +111,0 % in lokalen Währungen (+80,9 % in CHF), gestützt durch ein günstigeres Margenumfeld. Der **ausgewiesene EBIT** belief sich auf CHF 289,4 Mio., verglichen mit CHF 295,8 im Vorjahreszeitraum (-1,1 % in lokalen Währungen und -2,2 % in CHF). Die einmaligen Aufwendungen beliefen sich auf CHF 21,5 Mio.

Der **wiederkehrende Gewinn vor Steuern<sup>4</sup>** belief sich auf CHF 138,5 Mio., ein Anstieg von +1,3 % in lokalen Währungen (+4,2 % in CHF). Die Nettofinanzierungskosten sanken auf CHF -172,4 Mio. gegenüber CHF -196,7 Mio. im Vorjahreszeitraum. Dies ist hauptsächlich auf den Schuldenabbau durch die Rückzahlung eines Darlehens in Höhe von EUR 263 Mio. im September 2025 und des Schulscheindarlehens in Höhe von EUR 191 Mio. im Februar 2026 sowie auf die Reduzierung ausstehender Geldmarktpapiere und bilateraler Kredite zurückzuführen.

Der **wiederkehrende Konzerngewinn<sup>4</sup>** belief sich auf CHF 108,9 Mio., ein Plus von +66,1 % in lokalen Währungen (+71,6 % in CHF), begünstigt durch niedrigere Ertragsteueraufwendungen. Die wiederkehrenden Ertragsteueraufwendungen sanken auf CHF 29,6 Mio. gegenüber CHF 69,4 Mio. im Vorjahreszeitraum. Dies entspricht einem effektiven Steuersatz von 21,4 % (Vorjahr: 52,2 %), der im Wesentlichen auf eine günstigere Gewinnstruktur vor Steuern und deutlich geringere nicht steuerlich absetzbare Verluste in einigen Ländern zurückzuführen ist. Der **ausgewiesene Konzerngewinn** betrug CHF 89,1 Mio. gegenüber CHF 30,5 Mio. im Vorjahreszeitraum.

Das **Nettoumlaufvermögen** sank von CHF 5.900,8 Mio. im Vorjahreszeitraum auf CHF 3.198,9 Mio. Dieser Rückgang ist auf die positiven Auswirkungen niedrigerer Kakaobohnenpreise auf den Lagerwert sowie

<sup>4</sup> Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 9.

auf operative Massnahmen zur Verkürzung der Cash Conversion und zur Optimierung der Beschaffung zurückzuführen.

Der **freie Cash flow** belief sich auf CHF 801,8 Mio., verglichen mit CHF -2.114,0 Mio. im Vorjahreszeitraum. Dies ist auf den signifikanten Rückgang des Umlaufvermögens aufgrund der Kakaobohnenpreise und operativen Massnahmen zur Verkürzung der Cash Conversion zurückzuführen.

Die **Nettoverschuldung** sank aufgrund niedrigerer Kakaobohnenpreise und operativer Massnahmen zur Reduzierung des Umlaufvermögens deutlich auf CHF 3.604,3 Mio., gegenüber CHF 6.111,6 Mio. im Vorjahreszeitraum. Dadurch konnte der Verschuldungsgrad weiter deutlich gesenkt werden, und das Verhältnis von Nettoverschuldung zu wiederkehrendem EBITDA sank auf 3,9x gegenüber 6,5x im Vorjahreszeitraum. Unter Berücksichtigung der Kakaobohnen-Lagerbestände als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI)<sup>5</sup> betrug das bereinigte Verhältnis von Nettoverschuldung zu wiederkehrendem EBITDA 2,7x.

## Borrowing Base Facility

Am 13. April 2026 schloss Barry Callebaut seine erste nachhaltigkeitsbezogene Kreditfazilität in Höhe von EUR 2,0 Milliarden ab. Dies markiert einen wichtigen Meilenstein in der Diversifizierung der Finanzierungsquellen und der Ausrichtung der Finanzierungsstrategie an den Nachhaltigkeitszielen. Die Fazilität umfasst eine zugesagte Finanzierung in Höhe von insgesamt EUR 1,6 Milliarden, bestehend aus: einer Tranche A über EUR 1,2 Milliarden mit einer Laufzeit von drei Jahren; einer Tranche B über EUR 0,4 Milliarden mit einer Laufzeit von einem Jahr; und einer noch nicht zugesagten Tranche C über EUR 0,4 Milliarden, die zusätzliche kurzfristige Flexibilität bietet. Die Fazilität ist revolving und an den zugrunde liegenden Warenbestand des Konzerns gekoppelt. Sie unterliegt den üblichen Bedingungen für diese Art von Fazilität. Die Strukturierung der Fazilität erfolgte durch die Rabobank als alleinigen Koordinator in Zusammenarbeit mit der DBS Bank, der ING Bank, der Société Générale und der UBS Switzerland als Mandated Lead Arrangers.

## "Focus for Growth"

Nach einer Phase branchenweiter Disruption und interner Transformation bei Barry Callebaut braucht es entschlossenes Handeln, um nachhaltiges, profitables Wachstum zu fördern und die Organisation zu stärken. Ein konzentrierter Fokus auf weniger, aber entscheidende Prioritäten ist notwendig, um die Grundlagen zu stabilisieren und Service sowie Qualität weiter auszubauen. Um dies zu erreichen, braucht es vor allem eines: Fokus.

- Der **Fokus im kommerziellen Bereich** liegt auf konkreten Wachstumschancen, wobei Schlüsselmärkte und -segmente priorisiert werden. Ausgewählte margenstarke Spezialitäten werden weltweit ausgebaut und ein klares Gourmet-Markenversprechen wieder eingeführt.
- **Operativer Fokus** ist auf die Wiederherstellung der Grundlagen gerichtet, um Wachstumskapazität an die sich wandelnden Kundenbedürfnisse anzupassen, Serviceniveaus wiederherzustellen und Kernprozesse sowie Datentransparenz zu verbessern.
- Der **Fokus auf die Organisation** konzentriert sich auf die wirkungsvollsten Initiativen, um eine kundenorientierte Erfolgskultur wiederherzustellen. Das Führungsteam wurde verkleinert und stärker auf den Vertrieb ausgerichtet, um die regionale Entscheidungsfindung zu stärken und die Gewinnung und Bindung von Schlüsselarbeitskräften zu fördern. Parallel dazu wurden Massnahmen ergriffen, um die globale Kundenkontenausrichtung unter direkter Aufsicht des CEO zu verbessern, eine stärkere regionale Umsetzung zu erreichen und die Einführung von Innovationen zu beschleunigen.

Durch die Fokussierung auf Kernkompetenzen, die Wiederherstellung der Geschäftsgrundlagen und eine kundenorientierte Herangehensweise wird Barry Callebaut zu nachhaltigem Wachstum bei Absatzvolumen und Marktanteil zurückkehren und letztendlich eine starke Finanzperformance erzielen. Ein ausführliches Update zum Wachstumsplan "Focus for Growth" wird im Juni veröffentlicht.

<sup>5</sup> Nettoverschuldung bereinigt um Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absetzbare Lagerbestände betrachtet (Februar 2026: CHF 1.077,6 Mio.; Februar 2025: CHF 3.192,5 Mio.).

## Ausblick

Barry Callebaut hat seinen Ausblick für das Geschäftsjahr 2025/26 aktualisiert und konzentriert sich dabei auf Verkaufsmenge und Schuldenabbau, während gleichzeitig kurzfristige Massnahmen zum Schutz der Marktanteile und zur Unterstützung des Wachstums ergriffen werden:

- Die **Verkaufsmenge** der Gruppe wird nun voraussichtlich um 1 % bis 3 % sinken, mit einer Rückkehr zu positivem Wachstum in der zweiten Jahreshälfte.
- Hinsichtlich der **Profitabilität** erwartet der Konzern einen Rückgang des EBIT wiederkehrend im mittleren zweistelligen Prozentbereich. Der Grossteil dieses Rückgangs wird jedoch auf Höhe des Gewinns vor Steuern wiederkehrend kompensiert. Angesichts der deutlich gesunkenen Kakaobohnenpreise ergreift der Konzern kurzfristige Massnahmen zum Schutz der Marktanteile und zur Förderung des Wachstums, einschliesslich Massnahmen in Gourmet nach temporären Long-Positionen sowie Interventionen zur Priorisierung der Verbesserung der Servicelevels. Im zweiten Halbjahr wird mit einer Normalisierung der Cocoa Erträge gerechnet. Die Ausblick kann durch mögliche Entwicklungen im Nahen Osten beeinträchtigt werden.
- Es wird erwartet, dass die **Reduzierung der Verschuldung** mit dem Ziel, ein Verhältnis von Nettoverschuldung zu wiederkehrendem EBITDA von <3,0x zu erreichen, fortgesetzt wird, wobei von einem Kakaobohnenpreis von rund GBP 3.000 ausgegangen wird.

Ausführlichere Finanzinformationen finden Sie im "[Half-Year Results 2025/26 Report](#)".

\*\*\*

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

Datum: Donnerstag, 16. April 2026, um 09.00 Uhr CEST

Die virtuelle Konferenz wird von Hein Schumacher, 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):**

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 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, 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 Medien:

Taryn Ridley  
VP Corporate Communication and Public Affairs  
Barry Callebaut AG  
Telefon: +41 79 459 44 98  
[media@barry-callebaut.com](mailto:media@barry-callebaut.com)

## für Investoren und Finanzanalysten:

Sophie Lang  
Head of Investor Relations  
Barry Callebaut AG  
Telefon: +41 79 275 83 95  
[investorrelations@barry-callebaut.com](mailto:investorrelations@barry-callebaut.com)

**Kennzahlen der Gruppe<sup>6</sup>**

für die 6-Monats-Periode endend am 28. Februar		Veränderungen in %		2026	2025
		in Lokalwährungen	in CHF		
<b>Konzernerfolgsrechnung</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		(6,9) %	1.010.247	1.085.048
Umsatz	Mio. CHF	(3,7) %	(7,3) %	6.752,2	7.287,1
Bruttogewinn	Mio. CHF	6,8 %	2,3 %	668,9	653,8
EBITDA	Mio. CHF	1,3 %	(0,9) %	413,8	417,8
EBITDA (wiederkehrend) <sup>7</sup>	Mio. CHF	(1,1) %	(3,6) %	435,3	451,6
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(1,1) %	(2,2) %	289,4	295,8
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) <sup>7</sup>	Mio. CHF	(4,2) %	(5,7) %	310,9	329,6
EBIT (wiederkehrend) <sup>7</sup> pro Tonne	CHF	2,9 %	1,3 %	307,7	303,7
Gewinn vor Steuern	Mio. CHF	12,3 %	17,9 %	117,0	99,2
Gewinn vor Steuern (wiederkehrend) <sup>7</sup>	Mio. CHF	31,0 %	36,5 %	138,5	133,0
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	175,3 %	191,7 %	89,1	30,5
Konzerngewinn für die Berichtsperiode (wiederkehrend) <sup>7</sup>	Mio. CHF	66,1 %	71,6 %	108,9	63,5
Freier Cash flow	Mio. CHF			801,8	(2.114,0)

<sup>6</sup> Nicht durch IFRS definierte Kennzahlen sind unter "Alternative Performance Measures" im Geschäftsbericht 2024/25 auf Seite 138 definiert.

<sup>7</sup> Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 9.

**Kennzahlen nach Segmenten / Produktgruppen / Verkaufsgruppen**

		Veränderungen in %		2026	2025 <sup>8</sup>	
		in Lokalwährungen	in CHF			
für die 6-Monats-Periode endend am 28. Februar						
<b>Nach Segmenten</b>						
<b>Global Chocolate</b>						
Verkaufsmenge	Tonnen		(5,1) %	826.926	871.215	
Umsatz	Mio. CHF	(0,4) %	(5,2) %	4.623,7	4.879,0	
EBITDA	Mio. CHF	(11,7) %	(13,0) %	359,7	413,4	
EBITDA (wiederkehrend) <sup>9</sup>	Mio. CHF	(12,9) %	(14,5) %	362,6	424,1	
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(15,8) %	(16,2) %	276,1	329,4	
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) <sup>9</sup>	Mio. CHF	(17,3) %	(18,0) %	279,0	340,1	
<b>Global Cocoa</b>						
Verkaufsmenge	Tonnen		(14,3) %	183.321	213.833	
Umsatz	Mio. CHF	(10,4) %	(11,6) %	2.128,5	2.408,1	
EBITDA	Mio. CHF	49,1 %	31,5 %	120,0	91,2	
EBITDA (wiederkehrend) <sup>9</sup>	Mio. CHF	69,5 %	49,9 %	128,6	85,8	
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	73,2 %	47,5 %	80,8	54,8	
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) <sup>9</sup>	Mio. CHF	111,0 %	80,9 %	89,4	49,4	
<b>Nach Produktgruppen</b>						
<b>Verkaufsmenge</b>				<b>1.010.247</b>	<b>1.085.048</b>	
Kakaoprodukte	Tonnen		(14,3) %	183.321	213.833	
Industrielle Produkte	Tonnen		(5,4) %	678.371	717.465	
Gourmet	Tonnen		(3,4) %	148.555	153.750	
<b>Umsatz</b>				<b>6.752,2</b>	<b>7.287,1</b>	
Kakaoprodukte	Mio. CHF	(10,4) %	(11,6) %	2.128,5	2.408,1	
Industrielle Produkte	Mio. CHF	(0,4) %	(5,1) %	3.616,4	3.809,5	
Gourmet	Mio. CHF	(0,1) %	(5,8) %	1.007,3	1.069,5	
<b>Nach Verkaufsgruppen</b>						
<b>Verkaufsmenge</b>						
Westeuropa	Tonnen		(4,2) %	327.530	341.733	
Mittel - und Osteuropa	Tonnen		(3,6) %	136.953	142.071	
Nordamerika	Tonnen		(12,6) %	230.549	263.728	
Lateinamerika	Tonnen		1,5 %	33.135	32.651	
Asien, Naher Osten und Afrika	Tonnen		8,5 %	98.759	91.032	
<b>Global Chocolate</b>		<b>Tonnen</b>	<b>(5,1) %</b>	<b>826.926</b>	<b>871.215</b>	
<b>Global Cocoa</b>		<b>Tonnen</b>	<b>(14,3) %</b>	<b>183.321</b>	<b>213.833</b>	
<b>Umsatz</b>						
Westeuropa	Mio. CHF	(5,0) %	(6,1) %	1.899,8	2.022,5	
Mittel - und Osteuropa	Mio. CHF	(7,0) %	(11,5) %	804,1	908,2	
Nordamerika	Mio. CHF	7,1 %	(2,2) %	1.358,0	1.388,9	
Lateinamerika	Mio. CHF	24,8 %	21,0 %	155,6	128,6	
Asien, Naher Osten und Afrika	Mio. CHF	3,6 %	(5,7) %	406,2	430,8	
<b>Global Chocolate</b>		<b>Mio. CHF</b>	<b>(0,4) %</b>	<b>(5,2) %</b>	<b>4.623,7</b>	<b>4.879,0</b>
<b>Global Cocoa</b>		<b>Mio. CHF</b>	<b>(10,4) %</b>	<b>(11,6) %</b>	<b>2.128,5</b>	<b>2.408,1</b>

<sup>8</sup> 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 2024/25 aus.

<sup>9</sup> Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 9.

## Anhang: Aufschlüsselung wiederkehrender Ergebnisse

Die Überleitung der einmaligen Posten der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2025/26 und deren Auswirkungen auf die wichtigsten alternativen Leistungskennzahlen des Konzerns finden Sie in der nachstehenden Tabelle. Sondereffekte des Vergleichszeitraums sind im Halbjahresbericht 2024/25 aufgeführt.

für die 6-Monats-Periode endend am 28. Februar, 2026

in Mio. CHF	Global Chocolate	Global Cocoa	Group (inkl. Corporate und übrige)
<b>EBITDA</b>	<b>359,7</b>	<b>120,0</b>	<b>413,8</b>
Einmalige Posten <sup>10</sup>	2,9	8,6	21,5
<b>EBITDA (wiederkehrend)</b>	<b>362,6</b>	<b>128,6</b>	<b>435,3</b>
<b>Betriebsgewinn (EBIT)</b>	<b>276,1</b>	<b>80,8</b>	<b>289,4</b>
Einmalige Posten <sup>10</sup>	2,9	8,6	21,5
<b>Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend)</b>	<b>279,0</b>	<b>89,4</b>	<b>310,9</b>
<b>Konzerngewinn für die Berichtsperiode</b>			<b>89,1</b>
Einmalige Posten inkl. Zinsen und Steuern			19,8
Einmalige Posten vor Zinsen und Steuern <sup>10</sup>			21,5
Steuereffekte auf einmalige Posten			(1,7)
<b>Konzerngewinn für die Berichtsperiode (wiederkehrend)</b>			<b>108,9</b>

## Anhang: Preisentwicklung bei den wichtigen Rohstoffen

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahr 2025/26 sanken die Terminmarktpreise<sup>11</sup> für **Kakaobohnen** aufgrund des anhaltenden zweiten Kakaobohnenüberschusses in Folge. Im Durchschnitt gingen die Kakaobohnenpreise gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 42 % zurück und schlossen bei 2.057 GBP, was einem Rückgang von -61 % gegenüber dem Niveau zu Beginn des Geschäftsjahres entspricht. In Westafrika wurden gute Ernteerträge der Haupternte verzeichnet, die Aussichten für die Zwischenernte verbesserten sich, und der anhaltende Druck auf die Kakaoverarbeitung im vierten Quartal des Kalenderjahres trug dazu bei, die Lagerbestände weiter aufzufüllen.

Die globalen **Zuckerpreise** lagen im Durchschnitt 22 % niedriger als im Vorjahreszeitraum. Dies ist auf ein verbessertes Angebot in wichtigen Regionen bei gleichzeitig stabiler Nachfrage zurückzuführen. In Europa sanken die Zuckerpreise trotz geringerer Anbauflächen um 13 %. Dies spiegelt höhere Erträge als erwartet für die Saison 2025/26 und niedrigere Preise auf dem Weltmarkt wider.

Die **Milchpreise** sanken im Vergleich zum Vorjahr um 16 %. Dieser Rückgang ist hauptsächlich auf niedrige Energie- und Futterkosten, günstige Witterungsbedingungen und das Ausbleiben weiterer Kuhkrankheiten zurückzuführen, die einen breiten Anstieg der weltweiten Milchproduktion begünstigten. Dies führte zu einem Überangebot am Milchmarkt bei gleichzeitig relativ stabiler Nachfrage.

<sup>10</sup> Nähere Informationen finden Sie in Note 3 des Halbjahresberichts.

<sup>11</sup> Quelle: Londoner Terminmarktpreise für so genannte "2nd position"-Preise, September 2025 bis Februar 2026. Die Terminmarktpreise berücksichtigen das "Living Income Differential" (LID) und die Preisunterschiede zwischen den Ländern nicht.