

# Medienmitteilung

Ad-hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 Kotierungsreglement

Barry Callebaut Gruppe – Verkaufszahlen für die ersten neun Monate des Geschäftsjahrs 2021/22

## Anhaltend starkes Volumenwachstum

- **Steigerung der Verkaufsmenge um +7.9% in den ersten neun Monaten dank starkem Schokoladengeschäft (+9.1%) mit weiterhin hervorragendem Beitrag der Gourmet- & Spezialitätenprodukte (+27.4%)**
- **Umsatz von CHF 6.1 Mrd., +15.1% in Lokalwährungen (+13.5% in CHF)**
- **Aktuelle Informationen zu salmonellen-positivem Lecithin: Wiederaufnahme der Schokoladenproduktion in Wieze voraussichtlich Anfang August; beträchtliche finanzielle Auswirkungen im vierten Quartal 2021/22 zu erwarten**
- **Zuversichtlich bezüglich der Mittelfristziele<sup>1</sup>**

Zürich/Schweiz, 20. Juli 2022 – Peter Boone, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: «Dank unseres grossartigen Teams verzeichnen wir in allen Regionen anhaltend starkes Volumenwachstum. Diese ausgezeichneten Ergebnisse wurden erzielt dank einer starken Leistung des Schokoladengeschäfts, mit erneut hervorragender Performance der Gourmetprodukte, im dritten Quartal und gegenüber einer hohen Vergleichsbasis.»

Verkaufskennzahlen der Gruppe

für die 9-Monats-Periode endend am 31. Mai		Veränderungen in %		2022	2021
		in Lokalwährungen			
		in CHF			
Verkaufsmenge	Tonnen		7.9%	1,751,422	1,622,479
Umsatz	Mio. CHF	15.1%	13.5%	6,075.8	5,352.1

Die Barry Callebaut Gruppe, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, verzeichnete ein anhaltend starkes Wachstum der **Verkaufsmenge** um +7.9% auf 1,751,422 Tonnen in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2021/22 (endend am 31. Mai 2022). Ohne den erstmaligen Konsolidierungseffekt der European Chocolate Company (ECC) per September 2021 betrug das **organische Volumenwachstum** in den ersten neun Monaten +7.1%. Das Schokoladengeschäft setzte seine dynamische Entwicklung im dritten Quartal (+7.5%) gegenüber einer hohen Vergleichsbasis fort. Das Volumenwachstum des Schokoladengeschäfts in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2021/22 übertraf mit +9.1% bei weitem die Entwicklung des zugrunde liegenden globalen Schokoladenmarkts (+1.4%)<sup>2</sup>. Zu dem Volumenwachstum trugen weiterhin alle Regionen bei (EMEA +9.8%, Nord- und Südamerika +6.6%, Asien-Pazifik +14.7%), und die zentralen Wachstumstreiber der Gruppe leisteten positive Beiträge: Gourmet- & Spezialitätenprodukte (+27.4%), Schwellenländer (+8.7%) und Outsourcing (+6.9%). Die Verkaufsmenge von Global Cocoa wuchs um +3.5% auf 339,437 Tonnen.

Der **Umsatz** belief sich auf CHF 6,075.8 Mio., was einem Plus von +15.1% in Lokalwährungen (+13.5% in CHF) entspricht.

<sup>1</sup> Im Durchschnitt für die drei Geschäftsjahre 2020/21 bis 2022/23: Volumenwachstum um 5%–7% und ein EBIT über dem Volumenwachstum in Lokalwährungen, unter Ausschluss grösserer unvorhersehbarer Ereignisse.

<sup>2</sup> Quelle: Nielsen, Volumenwachstum ohne E-Commerce – 25 Länder, September 2021 bis April/Mai 2022, Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder.

## **Aktuelle Informationen zum Eindringen von salmonellen-positivem Lecithin in die Schokoladenfabrik in Wieze**

Am 27. Juni 2022 hatte Barry Callebaut in ihrer Schokoladenfabrik in Wieze ein mit Salmonellen verunreinigtes Produktionslos entdeckt und rasch eine gelieferte Lecithin-Charge als Ursache ermittelt. Infolgedessen stoppte das Unternehmen am 29. Juni 2022 die gesamte Schokoladenfertigung in Wieze und verhinderte mit dieser Vorsichtsmaßnahme, dass betroffene Schokoladenprodukte in den Handel gelangen konnten. Die Reinigung der Produktionslinien kommt gut voran; Anfang August 2022 sollen die ersten Linien wieder die Schokoladenproduktion aufnehmen. In den folgenden Wochen soll die Produktion schrittweise bis zur vollen Auslastung hochgefahren werden. Obwohl der volle Umfang der finanziellen Auswirkungen des Vorfalls derzeit noch ermittelt wird, rechnet die Gruppe damit, dass diese für das Ergebnis des vierten Quartals 2021/22 beträchtlich sein werden.

CEO Peter Boone sagte: «Lebensmittelsicherheit hat für Barry Callebaut höchste Priorität und dies ist ein aussergewöhnlicher Vorfall. Ich danke allen beteiligten Teams für die Geschwindigkeit und Sorgfalt, mit der sie die Reinigung und die schrittweise Wiederaufnahme des Betriebs in Wieze vorantreiben. Wir stehen in engem Kontakt mit unseren Kunden und sind uns voll und ganz bewusst, dass dieser Vorfall ihre Planung erheblich beeinträchtigt. Für die gute Zusammenarbeit und ihr Verständnis möchten wir uns aufrichtig bedanken.»

## **Ausblick – Zuversichtlich, die Mittelfristziele zu erreichen**

CEO Peter Boone zum Ausblick: «Unsere gut gefüllte Innovationspipeline und unser Streben nach neuen Geschäftsmöglichkeiten stimmen uns zuversichtlich, dass wir unsere Mittelfristziele erreichen. Diese Zuversicht wird durch unser breitgefächertes Produktportfolio und unsere globale Präsenz gestärkt.»

## **Strategische Meilensteine**

- **Expansion:** Im Mai 2022 eröffnete Barry Callebaut mit Taycan ihre erste Anlage für Kauf, Reinigung und Trocknung sowie den Export von Kakaobohnen in Duran, Ecuador. Die hochmoderne Anlage wird gleichzeitig die neue Heimat für die Beschäftigten der Gruppe in Ecuador und steht ganz im Zeichen des strategischen Ziels von Barry Callebaut, ihre integrierte Lieferkette kontinuierlich auszubauen.  
Ebenfalls im Mai 2022 eröffnete Barry Callebaut ihr CHOCOLATE ACADEMY™ Center in Casablanca, Marokko. Das zweite CHOCOLATE ACADEMY Center auf dem afrikanischen Kontinent ist Teil des weltweiten Netzwerks von inzwischen 26 CHOCOLATE ACADEMY Centers, in denen Chocolatiers und gewerbliche Anwender ihr Talent und Können unter Beweis stellen und weiterentwickeln können.  
Im April 2022 gab Barry Callebaut ihre Pläne bekannt, durch den Bau einer neuen Fabrik für Schokoladenspezialitäten mit einer jährlichen Produktionskapazität von zunächst über 50,000 Tonnen in der kanadischen Provinz Ontario ihre Präsenz in Nordamerika zu verstärken. Für den Betrieb der hochmodernen Anlage will Barry Callebaut über 200 neue Stellen schaffen. Mit der Erweiterung ihrer Gourmet-Vertriebsnetze in Südafrika und Lateinamerika verstärkte Barry Callebaut ferner die regionale Kundennähe. In Südafrika baute das Unternehmen ein eigenes lokales Händlernetz auf und erweiterte sein Gourmet-Produktportfolio. In Lateinamerika unterzeichnete Barry Callebaut eine langfristige Vereinbarung mit Levapan für den Vertrieb ihrer globalen Gourmetmarken und erweiterte damit ihre Präsenz auf Ecuador und Kolumbien.
- **Innovation:** Im Berichtszeitraum wurde die Innovationskompetenz von Barry Callebaut anlässlich der Sweets & Snacks Expo 2022 in Chicago, USA, zweifach ausgezeichnet. Die National Confectioners Association (NCA) kürte Barry Callebaut zum Gewinner 2022 des «Ruby

Award for Supplier Innovation» in Anerkennung ihrer WholeFruit Schokolade, einer einzigartigen Couverture, die zu 100% aus der Kakaofrucht hergestellt wird. «Trü Frü Nature's Strawberries», geeiste und von Ruby-Kakao umhüllte Erdbeeren, gewannen den «Best in Show»-Preis.

- **Kostenführerschaft:** Im Mai 2022 gab Barry Callebaut Pläne bekannt, im Grossraum Kuala Lumpur, Malaysia, ein Business Excellence Center zu eröffnen, das voraussichtlich im dritten Quartal 2022 den vollen Betrieb aufnehmen wird. Das Center bündelt Shared Services für die Region Asien-Pazifik im Finanzbereich und weiteren Corporate-Bereichen wie Kundendienst und IT.  
Im Juni 2022 verlieh die Lean Analytics Association (LAA) Barry Callebaut den «Lean Diamond Award 2022» für die in ihren drei brasilianischen Standorten Extrema, Illheus und Itabuna gepflegte Kultur der kontinuierlichen Verbesserung.  
Zudem entschied sich Barry Callebaut nach eingehender Untersuchung aller Möglichkeiten für ein besseres Angebots- und Nachfragemanagement in Grossbritannien, ihre Produktionsstätte in Moreton zu schliessen. Die Entscheidung ermöglicht der Gruppe, weiterhin in die Modernisierung ihrer Fabriken im wichtigen britischen Markt zu investieren.
- **Nachhaltigkeit:** Im Mai 2022 stärkte die Gruppe mit der Gründung der «Farm of the Future» in Ecuador ihre Forschungskapazitäten für den Kakaoanbau im Hinblick auf Ernteerträge, Nachhaltigkeit und Qualität. Einmal voll in Betrieb, werden auf dem 640 Hektar grossen Anwesen im Cerecita Tal rund 80 Beschäftigte arbeiten. Auf der Farm werden Forschungstätigkeiten gebündelt, welche die Resilienz und Produktivität des Kakaoanbaus fördern und in das Farm-Services-Programm von Barry Callebaut einfließen.

## Entwicklung nach Regionen/Segmenten

### Region EMEA – Starkes Volumenwachstum hielt an

Die Region EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) wies auch im dritten Quartal ein starkes Wachstum der Verkaufsmenge (+6.5%) aus, trotz einer hohen Vergleichsbasis im Vorjahreszeitraum. Das Volumen stieg um +9.8% auf 808,479 Tonnen in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2021/22. Ohne den erstmaligen Konsolidierungseffekt der Europe Chocolate Company (ECC) per September 2021 betrug das organische Volumenwachstum im Berichtszeitraum +8.6% und lag damit weit über dem Niveau des regionalen Schokoladenmarkts (-0.2%)<sup>3</sup>. Das Industriekundengeschäft setzte sein gesundes Volumenwachstum fort, gestützt vom Wachstum in Westeuropa und dem Hochfahren von Outsourcing-Volumen in Osteuropa. Gourmet- & Spezialitätenprodukte verzeichneten in der gesamten Region ein anhaltend starkes Wachstum gegenüber einem starken dritten Quartal im Vorjahr. Der Umsatz in der Region belief sich auf CHF 2,577.0 Mio., was einem Plus von +16.9% in Lokalwährungen (+11.5% in CHF) entspricht.

### Region Nord- und Südamerika – Anhaltend starkes Volumenwachstum

Die Region Nord- und Südamerika wies auch im dritten Quartal ein starkes Wachstum der Verkaufsmenge (+7.1%) aus, trotz hoher Vergleichsbasis im Vorjahreszeitraum. Das Volumen stieg um +6.6% auf 481,989 Tonnen in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2021/22 und liess damit den zugrunde liegenden regionalen Schokoladenmarkt (+2.1%)<sup>3</sup> deutlich hinter sich. Das Geschäft mit Industriekunden wies ein anhaltend starkes Volumenwachstum aus, insbesondere in Nordamerika. Bei den Gourmet- & Spezialitätenprodukten setzte sich das starke Volumenwachstum in der gesamten Region fort. Der Umsatz belief sich auf CHF 1,591.0 Mio., was einem Plus von +15.6% in Lokalwährungen (+18.4% in CHF) entspricht.

<sup>3</sup> Quelle: Nielsen, Volumenwachstum ohne E-Commerce – 25 Länder, September 2021 bis April/Mai 2022, Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder.

### Region Asien-Pazifik – Zunehmende Dynamik

Die Wachstumsdynamik der Verkaufsmenge in der Region Asien-Pazifik nahm im dritten Quartal weiter Fahrt auf (+16.7%), trotz zeitweiser lokaler Lockdowns im Zusammenhang mit COVID-19. Das Volumen stieg um +14.7% auf 121,517 Tonnen im Berichtszeitraum und übertraf damit deutlich den zugrunde liegenden regionalen Schokoladenmarkt (+10.8%)<sup>3</sup>. Sowohl die Bereiche Industriekunden als auch Gourmet- & Spezialitätenprodukte trugen, angeführt von Schlüsselmärkten wie China, Indien, Indonesien und Japan, massgeblich zum Erfolg bei. Trotz wachstumsfördernder Investitionen kam Australien nur langsam in die Gänge. Der Umsatz belief sich auf CHF 412.7 Mio., was einem Plus von +22.4% in Lokalwährungen (+22.9% in CHF) entspricht.

### Global Cocoa – Normalisiertes Volumenwachstum

Die Verkaufsmenge von Global Cocoa hat sich mit einer Steigerung um +3.5% auf 339,437 Tonnen in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2021/22 normalisiert. Der Umsatz belief sich auf CHF 1,495.1 Mio., was einem Plus von +9.9% in Lokalwährungen (+9.8% in CHF) entspricht.

### Entwicklung der wichtigsten Rohwarenpreise

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2021/22 bewegten sich die Terminmarktpreise<sup>4</sup> für **Kakaobohnen** zwischen GBP 1,636 und GBP 1,877 pro Tonne und schlossen per 31. Mai 2022 bei GBP 1,765 pro Tonne. Durchschnittlich stiegen die Preise für Kakaobohnen um +3.9% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Obwohl die Prognose für die globale Angebots- und Nachfragesituation bei Kakaobohnen für 2021/22 ein Defizit ankündigt, ermöglichen grosse Lagerbestände von Überschüssen des Vorjahrs eine ausreichende Versorgung mit Bohnen, was zu einer insgesamt ausgewogenen Marktsituation führen sollte.

Die **Zuckerpreise** in Europa stiegen im Berichtszeitraum durchschnittlich um +46.1% weiter an, was vor allem auf niedrige Vorräte und eine kräftige Nachfrage inmitten steigender Kosteninflation zurückzuführen ist. Der Weltmarktpreis für Zucker stieg durchschnittlich um +21.9%. Verantwortlich hierfür sind die deutlich geringere Ernte in Brasilien sowie hohe Energiepreise und geopolitische Unsicherheiten, die das allgemeine Marktumfeld belasten.

Die Preise für **Milchprodukte** zogen während der ersten neun Monate des Geschäftsjahrs 2021/22 durchschnittlich um +52.0% an. Dies war auf das geringe Milchangebot während des gesamten Zeitraums zurückzuführen, das durch ungünstige Witterungsbedingungen in den wichtigsten Erzeugerregionen ausgelöst und durch die hohe Inflation der Betriebskosten für die Milcherzeuger in der ganzen Welt noch verschärft wurde.

\*\*\*

<sup>4</sup> Quelle: Preise am Londoner Terminmarkt für so genannte «2<sup>nd</sup> position»-Preise, September 2021 bis Mai 2022. Die Terminmarktpreise berücksichtigen die Prämie zur Existenzsicherung (LID) und die Preisunterschiede zwischen den Ländern nicht.

**Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2021/22 (1. September 2021 bis 31. August 2022):**

Jahresergebnisse 2021/22	2. November 2022
Generalversammlung 2021/22	14. Dezember 2022

**Über die Barry Callebaut Gruppe ([www.barry-callebaut.com](http://www.barry-callebaut.com)):**

Mit einem Umsatz von rund CHF 7.2 Milliarden (EUR 6.6 Milliarden / USD 7.9 Milliarden) für das Geschäftsjahr 2020/21 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](#)<sup>®</sup>, [Cacao Barry](#)<sup>®</sup>, [Carma](#)<sup>®</sup> und dem Dekorations-Spezialisten [Mona Lisa](#)<sup>®</sup>.

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 [Stiftung Cocoa Horizons](#) 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  
Telefon: +41 43 268 86 06  
[frank\\_keidel@barry-callebaut.com](mailto:frank_keidel@barry-callebaut.com)

**für Investoren und Finanzanalysten:**

Claudia Pedretti  
Head of Investor Relations  
Barry Callebaut AG  
Telefon: +41 43 204 04 23  
[claudia\\_pedretti@barry-callebaut.com](mailto:claudia_pedretti@barry-callebaut.com)

## Verkaufskennzahlen der Gruppe

für die 9-Monats-Periode endend am 31. Mai		Veränderungen in %		2022	2021
		in Lokalwährungen	in CHF		
<b>Kennzahlen</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		7.9%	1,751,422	1,622,479
Umsatz	Mio. CHF	15.1%	13.5%	6,075.8	5,352.1
<b>Nach Regionen</b>					
<b>EMEA</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		9.8%	808,479	736,375
Umsatz	Mio. CHF	16.9% ↑	11.5%	2,577.0	2,310.4
<b>Nord- und Südamerika</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		6.6%	481,989	452,280
Umsatz	Mio. CHF	15.6% ↑	18.4%	1,591.0	1,343.7
<b>Asien-Pazifik</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		14.7%	121,517	105,933
Umsatz	Mio. CHF	22.4% ↑	22.9%	412.7	336.0
<b>Global Cocoa</b>					
Verkaufsmenge	Tonnen		3.5%	339,437	327,891
Umsatz	Mio. CHF	9.9% ↑	9.8%	1,495.1	1,362.0
<b>Nach Produktgruppen</b>					
<b>Verkaufsmenge</b>	<b>Tonnen</b>			<b>1,751,422</b>	<b>1,622,479</b>
Kakaoprodukte	Tonnen		3.5%	339,437	327,891
Industrielle Produkte	Tonnen		6.1%	1,178,662	1,111,406
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		27.4%	233,323	183,182
<b>Umsatz</b>	<b>Mio. CHF</b>			<b>6,075.8</b>	<b>5,352.1</b>
Kakaoprodukte	Mio. CHF	9.9%	9.8%	1,495.1	1,362.0
Industrielle Produkte	Mio. CHF	13.1%	11.1%	3,501.2	3,150.8
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	31.4%	28.6%	1,079.5	839.3