

Medienmitteilung

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

Barry Callebaut Gruppe – Halbjahresresultate, Geschäftsjahr 2023/24

Solides Ergebnis in herausforderndem Marktumfeld - Umsetzung von BC Next Level verläuft nach Plan

- **+0,7 % Volumenwachstum im ersten Halbjahr des Geschäftsjahrs 2023/24, +1,0 % im zweiten Quartal in herausforderndem Marktumfeld**
- **Umsetzung von BC Next Level verläuft nach Plan, Dialog mit Sozialpartnern im Gange**
- **Signifikanter Anstieg der Kakaopreise führt im ersten Halbjahr 2023/24 zu Umsatzwachstum von +19,6 % in Lokalwährungen (+11,1 % in CHF) auf CHF 4,6 Mrd.**
- **Anhaltende Profitabilität unterstützt durch Kosten-Plus-Preismodell. Wiederkehrender Konzerngewinn¹ steigt um +0,8 % in Lokalwährungen (-7,9 % in CHF) und wiederkehrender Betriebsgewinn (EBIT)¹ steigt um +7,9 % in Lokalwährungen (-2,6 % in CHF)**
- **Aufgrund einmaliger BC Next Level-Ausgaben (mehrheitlich nicht zahlungswirksame Wertminderungen und Abwertungen) sinkt der ausgewiesene Betriebsgewinn (EBIT) um -40,6 % in Lokalwährungen (-48,9 % in CHF)**
- **Freier Cashflow von CHF -1.116,3 Mio., Nettoumlaufvermögen im Zuge der höheren Kakaobohnen-Preise gestiegen wegen des langen Zeitraums zwischen der Kaufvereinbarung für die Bohnen und dem Verkauf an Kunden**
- **Weitere Finanzierungen gesichert, inklusive einer CHF 600 Mio.-Anleihe, um die Folgen der gestiegenen Bohnen-Preise abzufedern**
- **Barry Callebaut beobachtet das äusserst volatile Umfeld genau und wiederholt die Prognose für das Geschäftsjahr 2023/24, die von konstantem Volumen und Betriebsgewinn (EBIT) auf wiederkehrender Basis in konstanter Währung ausgeht.**

Zürich/Schweiz, 10. April 2024 – Peter Feld, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: “Trotz des sehr disruptiven Marktumfelds konnten wir solide Ergebnisse erzielen. Mit unserem integrierten und diversifizierten Geschäftsmodell sowie unserer starken Bilanz sind wir weiterhin ein verlässlicher Partner für unsere Kunden. Wir bleiben aber vorsichtig wegen des aussergewöhnlichen Preisanstiegs in den vergangenen sechs Monaten und möglicher Konsequenzen für unsere Lieferanten und Kunden.

Unser strategisches Investitionsprogramm BC Next Level ist der Grundstein für unseren zukünftigen Erfolg. Und wir sind bei der Umsetzung unverändert auf Kurs. Wir bringen Barry Callebaut näher an unsere Kunden, vereinfachen unsere Prozesse, beschleunigen unsere digitale Transformation und stellen das Unternehmen damit noch robuster auf. Wir investieren in die Bereiche, die für unsere Kunden am wichtigsten sind. Gleichzeitig werden wir noch effizienter, indem wir unsere Strukturen vereinfachen und Doppelarbeit vermeiden. Wir sind derzeit in Gesprächen mit unseren Sozialpartnern über die Umsetzung der wichtigsten Massnahmen und haben uns dazu verpflichtet, alle Mitarbeitenden zu unterstützen, die von unseren Plänen betroffen sein könnten.”

¹ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 9.

Kennzahlen der Gruppe

für die 6-Monats-Periode endend am 29./28. Februar		Veränderungen in %		2024	2023
		in Lokalwährungen	in CHF		
Verkaufsmenge	Tonnen		0,7 %	1.138.524	1.130.742
Umsatz	Mio. CHF	19,6 %	11,1 %	4.643,0	4.180,7
Bruttogewinn	Mio. CHF	8,6 %	(0,2) %	663,1	664,1
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(40,6) %	(48,9) %	178,1	348,4
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ²	Mio. CHF	7,9 %	(2,6) %	339,4	348,4
EBIT (wiederkehrend) ² pro Tonne	CHF	7,2 %	(3,3) %	298,1	308,1
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	(61,5) %	(67,2) %	76,8	234,3
Konzerngewinn für die Berichtsperiode (wiederkehrend) ²	Mio. CHF	0,8 %	(7,9) %	215,8	234,3
Freier Cash flow	Mio. CHF			(1.116,3)	(188,2)
Freier Cash flow angepasst ³	Mio. CHF			(638,6)	71,2

Die Barry Callebaut Gruppe erzielte in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2023/24 (bis 29. Februar 2024) ein **Verkaufsmengenwachstum** von +0,7 % (auf 1,1 Mio. Tonnen). Im zweiten Quartal stieg das Volumen vor dem Hintergrund des herausfordernden Marktumfelds robust um +1,0 %.

Global Chocolate erzielte ein Volumenwachstum von +1,0 % und schnitt damit besser ab als der Gesamtmarkt für Schokoladen-Süßwaren, der laut Nielsen⁴ rückläufig war (-2,0%). Im Hochinflationsumfeld spüren Lebensmittelhersteller weiterhin die niedrigere Nachfrage der Konsumenten. Barry Callebaut konnte dem, dank des diversifizierten Geschäftsmodells, entgegenwirken und hat von der höheren Nachfrage nach Private-Label-Schokolade profitiert. Das Volumen von Gourmet & Spezialitäten wuchs im hohen einstelligen Prozentbereich mit einer anhaltend starken Nachfrage in allen Regionen, was durch die BC Next Level-Initiativen gestützt wird.

Die meisten Global Chocolate-Regionen verzeichneten ein positives Volumenwachstum.

Westeuropa trug am meisten zum gestiegenen Volumen von Global Chocolate bei (+2,2 %). Hier zeigte sich besonders die höhere Nachfrage nach Private-Label-Schokolade und auch die solide Nachfrage nach dem Gourmet-Angebot.

Zentral- und Osteuropa verzeichnete ein robustes Wachstum (+3,5 %), begünstigt durch die Volumenerholung der Lebensmittelproduzenten in der Türkei und in Südosteuropa und starker Ergebnisse im Bereich Gourmet.

Dank der guten Entwicklung von Gourmet in Brasilien stieg das Volumenwachstum in Lateinamerika im zweiten Quartal und liegt nunmehr bei +6,2 % im ersten Halbjahr.

Das Verkaufsvolumen in Nordamerika sank -1,9 %, massgeblich wegen einer schwachen Konsumentenstimmung, die sich auf die Nachfrage bei industriellen Nahrungsmittelherstellern in der Region auswirkte. Gourmet verzeichnete dagegen eine solide Nachfrage.

Auch die Region Asien, Naher Osten und Afrika war rückläufig (-0,6 %) aufgrund des herausfordernden Konsum- und Inflationklimas, insbesondere in China und Indonesien. Ausserhalb dieser Märkte wuchsen die Volumina im hohen einstelligen Prozentbereich.

Aufgrund des signifikanten Anstiegs der Kakaopreise sank das Verkaufsvolumen von **Global Cocoa** um -0,7 %. Das Geschäft konnte sich aber auch in einem schwierigen Umfeld gut behaupten. Insgesamt verzeichneten industrielle Nahrungsmittelhersteller einen Volumenrückgang, der

² Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 9.

³ Freier Cashflow, bereinigt um den Cashflow-Effekt der Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) ansieht.

⁴ Quelle: Nielsen, Volumenwachstum ohne E-Commerce - 26 Länder, August 2023 - Januar 2024. Daten an Berichtsperiode von Barry Callebaut angepasst. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder.

teilweise durch Wachstum bei regionalen Kunden, insbesondere in Asien, ausgeglichen wurde. Der Umsatzrückgang war hauptsächlich auf eine in Summe verringerte Nachfrage nach Kakaobutter und Kakaomasse zurückzuführen. Die Nachfrage nach Kakaobutter ging in Asien, Lateinamerika und Nordamerika zurück, während sie in anderen Regionen anstieg. Bei der Kakaomasse stand dem Wachstum in Osteuropa, dem Nahen Osten, Afrika und Lateinamerika eine geringere Nachfrage in Asien, Westeuropa und Nordamerika gegenüber. Die Nachfrage nach Kakaopulver blieb stabil, insbesondere wegen der starken Märkte in Indien, Indonesien und China.

Der **Umsatz** betrug CHF 4.643,0 Mio., was einem Anstieg von +19,6 % in Lokalwährungen entspricht (+11,1 % in CHF). Grund sind der signifikante Anstieg der Kakaopreise sowie das weiterhin inflationäre Umfeld, dem Barry Callebaut für den Grossteil des Geschäfts mit ihrem Kosten-Plus-Preismodell begegnet.

Der **Bruttogewinn** betrug CHF 663,1 Mio., was einem Wachstum von +8,6 % in Lokalwährungen entspricht (-0,2 % in CHF). Das Wachstum wurde unterstützt vom Produktmix sowie dem Kosten-Plus-Preismodell.

Der **wiederkehrende Betriebsgewinn (EBIT)⁵** belief sich auf CHF 339,4 Mio., was einem Anstieg von +7,9 % in Lokalwährungen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht (-2,6 % in CHF). Der Anstieg lag deutlich über dem Volumenwachstum und spiegelt den Produktmix und die Weitergabe höherer Finanzierungskosten wider. Der **wiederkehrende⁵ EBIT für Global Chocolate** betrug CHF 348,1 Mio., was einem Anstieg von +11,4 % in Lokalwährungen entspricht (-0,6 % in CHF). Der **wiederkehrende⁵ EBIT für Global Cocoa** betrug CHF 45,9 Mio., was einem Rückgang von -5,3 % in Lokalwährungen entspricht (-11,7 % in CHF). Der Rückgang wurde durch das gestiegene Preisgefälle für Bohnen in westafrikanischen Ländern und anderen Hauptursprungsländern sowie durch höhere Preise am Terminmarkt verursacht, was sich negativ auf die bereits unter Druck stehenden Margen auswirkte.

Der **wiederkehrende⁵ EBIT pro Tonne** betrug CHF 298, was einem Anstieg von +7,2 % in Lokalwährungen entspricht (-3,3 % in CHF).

Der **ausgewiesene EBIT** betrug CHF 178,1 Mio., inklusive einmalige BC Next Level-Ausgaben. Insgesamt waren CHF 91,5 Mio. der einmaligen Posten nicht liquiditätswirksame Wertminderungen und Abschreibungen, die mit den geplanten Schliessungen von Standorten zusammenhängen.

Der **wiederkehrende Konzerngewinn für die Berichtsperiode⁵** stieg um +0,8 % in Lokalwährungen (-7,9 % in CHF) und wuchs damit analog zum Volumen. Dies zeigt, dass das Unternehmen in der Lage ist, seine Margen durch das Kosten-Plus-Preismodell auch in einem stark inflationären Umfeld zu schützen. Die höheren Nettofinanzierungskosten wurden durch das Kosten-Plus-Modell auf der Ebene des Bruttogewinns und des EBIT kompensiert. Der ausgewiesene Reingewinn betrug CHF 76,8 Mio., einschliesslich der einmaligen BC Next Level-Ausgaben.

Das **Nettoumlaufvermögen** stieg von CHF 1.699,3 Mio. in der Vorjahresperiode auf CHF 2.775,7 Mio. Dies ist fast ausschliesslich auf die gestiegenen Kakaobohnen-Preise und den langen Zeitraum zwischen der Kaufvereinbarung für die Bohnen und dem Verkauf an Kunden zurückzuführen.

Der **freie Cashflow** betrug CHF -1.116,3 Mio. im Vergleich zu CHF -188,2 Mio. in der Vorjahresperiode. Dieser Rückgang spiegelt den Anstieg des Umlaufvermögens um CHF 1.076 Mio. wider, der auf deutlich höhere Bohnenpreise und höhere Investitionen im Zuge von BC Next Level zurückzuführen ist. Verbesserungen im operativen Umlaufvermögen konnten diese nicht vollständig kompensieren.

⁵ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 9.

Die **Nettoverschuldung** stieg aufgrund des erhöhten Umlaufvermögens auf CHF 2.637,4 Mio. von CHF 1.581,5 Mio. in der Vorjahresperiode. Die **angepasste Nettoverschuldung**⁶ verringerte sich von CHF 368,4 Mio. in der Vorjahresperiode auf CHF 245,7 Mio., wobei die Kakaobohnen-Vorräte als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) berücksichtigt wurden. Dabei halfen die Verbesserungen beim operativen Umlaufvermögen.

BC Next Level Update

Im September 2023 hat Barry Callebaut sein strategisches Investitionsprogramm BC Next Level mit dem Ziel auf den Weg gebracht, das volle Potenzial des Unternehmens besser auszuschöpfen. Das Programm bringt Barry Callebaut näher an die Kunden und Märkte und vereinfacht und digitalisiert alle Front- und Backend-Prozesse. Dieser Plan positioniert die Gruppe letztlich für ein nachhaltiges profitables Wachstum und ermöglicht ein attraktiveres Finanzprofil durch Steigerung der Gewinnmarge und Verbesserung des Cashflows.

Die Umsetzung des Programms verläuft nach Plan. Mehr als 25 Ländercluster wurden gebildet und alle Regional Presidents und Country General Manager ernannt, die das Geschäft kontinuierlich weiterentwickeln. Eine zentralisierte und globale End-to-End-Lieferkette wird aufgebaut und eine eigene Organisation für Kundeninnovationen eingeführt. Zudem werden Hilfsfunktionen zentralisiert, um die Standardisierung und Digitalisierung von Barry Callebaut weiter voranzutreiben. Auch bei der Optimierung des Produktportfolios können gute Fortschritte verzeichnet werden. 10% der Lagerhaltungseinheiten (stock-keeping units, SKU) wurden bereits eingestellt. Alle weiteren Reduzierungen des Portfolios sind schon identifiziert und terminiert, um das Ziel von mindestens 30% weniger SKUs zu erreichen. Die Optimierung des Produktionsnetzwerks und die Implementierung von GBS (Global Business Services) sind vorbereitet. Das Unternehmen erwartet, dass die Umstellung auf ein effektiveres Betriebsmodell, das optimierte Produktionsnetzwerk und die Digitalisierung der Prozesse die Kosten insgesamt um etwa 15% senken werden, Rohstoffkosten sind davon ausgenommen. Die Gespräche mit den Sozialpartnern zur Umsetzung dieser Massnahmen laufen.

Refinanzierungsmassnahmen

Der signifikante Anstieg der Kakaopreise in den vergangenen Monaten hat in der ganzen Industrie massive Auswirkungen auf das Nettoumlaufvermögen. Dank einer starken Bilanz hat Barry Callebaut dieser Entwicklung bereits Rechnung getragen und erfolgreich eine Anleihe in Schweizer Franken im Wert von CHF 600 Millionen emittiert. Diese soll zur Refinanzierung der bestehenden vorrangigen Anleihe in Höhe von EUR 450 Mio. dienen, die Mitte Mai 2024 fällig wird. Zusätzlich wurde der bestehende revolvingende Kredit der Gruppe von EUR 900 Millionen auf EUR 1.312,5 Millionen erhöht. Barry Callebaut hat ausserdem einen Konsortialkredit in Höhe von EUR 262,5 Mio. mit einer Laufzeit von zwei Jahren aufgenommen.

Ausblick

Das Unternehmen rechnet weiterhin mit einem volatilen Umfeld und bleibt angesichts dieser Unsicherheiten vorsichtig. In diesem Zusammenhang wiederholt Barry Callebaut die Prognose für das Geschäftsjahr 2023/24, die von einem konstanten Volumen und einem konstanten Betriebsgewinn (EBIT) auf wiederkehrender Basis in konstanter Währung ausgeht. Dabei werden erste Fortschritte des BC Next Level-Programms berücksichtigt.

⁶ Nettoverschuldung bereinigt um Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absetzbare Lagerbestände betrachtet (Februar 2024: CHF 2.391,7 Mio.; Februar 2023: CHF 1.213,1 Mio.).

Preisentwicklung bei den wichtigsten Rohstoffen

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2023/24 bewegten sich die Terminmarktpreise⁷ für **Kakaobohnen** zwischen GBP 2,904 and GBP 5,558 pro Tonne und schlossen am 29. Februar 2024 bei GBP 5,162 pro Tonne. Im Schnitt stiegen die Kakaobohnen-Preise um +81% gegenüber dem Vorjahreszeitraum und schlossen bei +75%. Die Erwartungen bei Angebot und Nachfrage von Kakaobohnen gehen von einem Defizit für das Jahr 2023/24 aus.

Der Weltmarktpreis für **Zucker** sank um -13 %, da die unerwartete Verlängerung der Zuckerkampagne in Brasilien Mitte-Süd zu einem Ausgleich des Weltmarktdefizits führte. Die Zuckerpreise in Europa sanken im Berichtszeitraum um -28 %, was hauptsächlich auf die Ausweitung der Zuckerrübenanbauflächen in der 2023/24-Kampagne, die starke Zunahme der ukrainischen Exporte in die EU und die niedrigeren Energiepreise zurückzuführen ist.

Die **Milchpreise** stiegen in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2023/24 um +13 %. Das Milchangebot ging im Jahresvergleich weltweit zurück, da niedrige Milchgeldzahlungen, rückläufige Herdengrößen, Krankheiten (Blauzungenvirus in Europa) und Umweltauflagen die Milchbauern erheblich belasteten.

Ausführlichere Finanzinformationen finden Sie im "[Half-Year Results 2023/24 Report](#)".

⁷ Quelle: Preise am Londoner Terminmarkt für sogenannte «2nd position»-Preise, September 2023 bis Februar 2024. Die Terminmarktpreise berücksichtigen die Prämie zur Existenzsicherung (LID) und die Preisunterschiede zwischen den Ländern nicht.

Medien- und Analystenkonferenz der Barry Callebaut Gruppe:

Datum: Mittwoch, 10. April 2024, 10:00 - 11:30 Uhr MESZ

Ort: SIX Convention Point, Pfingstweidstrasse 110, 8005 Zürich

Es handelt sich um eine physische Konferenz, die von Peter Feld, CEO, und Peter Vanneste, CFO, geleitet wird und die auch per Telefon oder Webcast verfolgt werden kann. Einwahl- und Zugangsdaten finden Sie [hier](#).

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2023/24 (1. September 2023 bis 31. August 2024):

9-Monats-Verkaufszahlen 2023/24 11. Juli 2024

Jahresergebnis 2023/24 6. November 2024

Generalversammlung 2023/24 4. Dezember 2024

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 8.5 Milliarden für das Geschäftsjahr 2022/23 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 66 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®, Cacao Barry®, Carma® und dem Dekorations-Spezialisten Mona Lisa®. Die Barry Callebaut Gruppe setzt sich dafür ein, nachhaltige Schokolade zur Norm zu machen, um die künftige Versorgung mit Kakao sicherzustellen und das wirtschaftliche Auskommen der Bauern zu verbessern. Sie unterstützt die Cocoa Horizons Foundation in ihrem Ziel, eine nachhaltige Kakao- und Schokoladenzukunft zu gestalten.

Folgen Sie der Barry Callebaut Gruppe: [Linkedin](#) [Instagram](#) [Twitter](#) [YouTube](#) [Flickr](#) [Facebook](#)

Kontakt für die Medien:

Kai Hummel

Global Head of Communications

Barry Callebaut AG

Telefon: + 41 43 204 15 22

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

Kennzahlen der Gruppe⁸

für die 6-Monats-Periode endend am 29./28. Februar		Veränderungen in %		2024	2023
		in Lokalwährungen	in CHF		
Kennzahlen					
Verkaufsmenge	Tonnen		0,7 %	1.138.524	1.130.742
Umsatz	Mio. CHF	19,6 %	11,1 %	4.643,0	4.180,7
Bruttogewinn	Mio. CHF	8,6 %	(0,2) %	663,1	664,1
EBITDA	Mio. CHF	(28,3) %	(36,0) %	298,7	466,9
EBITDA (wiederkehrend) ⁹	Mio. CHF	7,9 %	(1,5) %	460,0	466,9
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(40,6) %	(48,9) %	178,1	348,4
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ⁹	Mio. CHF	7,9 %	(2,6) %	339,4	348,4
EBIT (wiederkehrend) ⁹ pro Tonne	CHF	7,2 %	(3,3) %	298,1	308,1
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	(61,5) %	(67,2) %	76,8	234,3
Konzerngewinn für die Berichtsperiode (wiederkehrend) ⁹	Mio. CHF	0,8 %	(7,9) %	215,8	234,3
Freier Cash flow	Mio. CHF			(1.116,3)	(188,2)
Freier Cash flow angepasst ¹⁰	Mio. CHF			(638,6)	71,2
Nach Segmenten					
Global Chocolate					
Verkaufsmenge	Tonnen		1,0 %	912.299	902.971
Umsatz	Mio. CHF	13,6 %	4,6 %	3.382,5	3.233,3
EBITDA	Mio. CHF	(3,2) %	(13,8) %	369,9	429,1
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(5,9) %	(17,4) %	289,1	350,1
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		(0,7) %	226.225	227.771
Umsatz	Mio. CHF	39,9 %	33,0 %	1.260,5	947,4
EBITDA	Mio. CHF	(91,5) %	(90,6) %	8,4	89,0
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(161,5) %	(156,1) %	(29,2)	52,0
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge					
Kakaoprodukte	Tonnen		(0,7) %	226.225	227.771
Industrielle Produkte	Tonnen		(0,4) %	754.473	757.356
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		8,4 %	157.826	145.615
Umsatz					
Kakaoprodukte	Mio. CHF	39,9 %	33,0 %	1.260,5	947,4
Industrielle Produkte	Mio. CHF	11,7 %	3,0 %	2.580,1	2.503,8
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	20,3 %	10,0 %	802,4	729,5

⁸ Nicht durch IFRS definierte Finanzkennzahlen sind im Geschäftsbericht 2022/23 auf Seite 188 definiert.

⁹ Eine detaillierte Aufschlüsselung der wiederkehrenden Ergebnisse finden Sie im Anhang auf Seite 9.

¹⁰ Freier Cashflow, bereinigt um den Cashflow-Effekt der Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als kurzfristig absatzfähige Lagerbestände (RMI) ansieht.

Nach Verkaufsgruppe

für die 6-Monats-Periode endend am 29./28. Februar		Veränderungen in %		2024	2023 restated ¹¹
		in Lokalwährungen	in CHF		
Verkaufsmenge					
Westeuropa	Tonnen		2,2 %	370.049	361.976
Mittel - und Osteuropa	Tonnen		3,5 %	152.158	147.029
Nordamerika	Tonnen		(1,9) %	270.313	275.442
Lateinamerika	Tonnen		6,2 %	30.371	28.590
Asien, Naher Osten und Afrika	Tonnen		(0,6) %	89.408	89.934
Global Chocolate	Tonnen		1,0 %	912.299	902.971
Global Cocoa	Tonnen		(0,7) %	226.225	227.771
Umsatz					
Westeuropa	Mio. CHF	14,6 %	10,8 %	1.426,1	1.287,4
Mittel - und Osteuropa	Mio. CHF	35,4 %	6,5 %	548,0	514,4
Nordamerika	Mio. CHF	5,3 %	(0,8) %	1.008,0	1.015,9
Lateinamerika	Mio. CHF	9,6 %	5,3 %	104,3	99,0
Asien, Naher Osten und Afrika	Mio. CHF	2,1 %	(6,5) %	296,1	316,6
Global Chocolate	Mio. CHF	13,6 %	4,6 %	3.382,5	3.233,3
Global Cocoa	Mio. CHF	39,9 %	33,0 %	1.260,5	947,4

¹¹ Die Vorjahreszahlen wurden angepasst, siehe "Note 1" des Halbjahresberichts 2023/24 für Details.

Anhang: Überleitung der wiederkehrenden Ergebnisse

Die Überleitung der einmaligen Posten in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2023/24 und ihre Auswirkungen auf die wichtigsten alternativen Leistungskennzahlen (APM) der Gruppe sind in der nachstehenden Tabelle zu finden. Im Vergleichszeitraum des Geschäftsjahres 2022/23 gab es keine einmaligen Posten.

für die 6-Monats-Periode endend am 29. Februar, 2024

in Mio. CHF	Global Chocolate	Global Cocoa	Gruppe (inkl. Corporate)
EBITDA	369,9	8,4	298,7
Einmalige Posten:	59,0	75,1	161,3
Brasilianische indirekte Steuergutschriften ¹²	(1,1)	(6,7)	(7,8)
BC Next Level Kosten ¹³	60,1	81,8	169,1
EBITDA (wiederkehrend)	428,9	83,5	460,0
Betriebsgewinn (EBIT)	289,1	(29,2)	178,1
Einmalige Posten (s. Details unter EBITDA)	59,0	75,1	161,3
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend)	348,1	45,9	339,4
Konzerngewinn für die Berichtsperiode			76,8
Einmalige Posten inkl. Zinsertrag und Steuern			139,0
Einmalige Posten (s. Details unter EBITDA)			161,3
Zinsertrag bzgl. brasilianischer indirekter Steuergutschriften			(5,3)
Steuereffekt einmaliger Posten			(17,0)
Konzerngewinn für die Berichtsperiode (wiederkehrend)			215,8

¹² Ausgewiesen als "Other income", ohne Zinserträge in Höhe von CHF 5,3 Mio., welche als "Finance income" ausgewiesen sind.

¹³ Davon sind CHF 3,3 Mio. Abschreibung von Vorräten, die als "Cost of goods sold" ausgewiesen werden, CHF 24,0 Mio. Programmkosten für BC Next Level, "General and administration expenses", und CHF 141,8 Mio. BC Next Level-Kosten unter "Other expense". Nähere Informationen finden Sie in Note 3 des Halbjahresberichts 2023/24.