

Medienmitteilung

Barry Callebaut Gruppe – Jahresergebnisse, Geschäftsjahr 2019/20

Solide Ergebnisse in ausserordentlichen Zeiten, zuversichtlich hinsichtlich der Mittelfristziele

- Verkaufsmenge **-2.0%**, schrittweise Volumenerholung im vierten Quartal
- Umsatz von CHF 6.9 Mrd., **-0.4%** in Lokalwährungen (**-5.7%** in CHF)
- Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend¹ von CHF 491.0 Mio., **-13.8%**² in Lokalwährungen (**-18.5%**² in CHF)
- Konzerngewinn wiederkehrend¹ von CHF 319.3 Mio., **-13.3%**² in Lokalwährungen (**-18.5%**² in CHF)
- Starker Freier Cash flow von CHF 317 Mio.
- Zuversichtlich hinsichtlich der Mittelfristziele³
- CFO Remco Steenbergen verlässt das Unternehmen; Ben De Schryver per 1. Januar 2021 zum CFO ernannt ([siehe separate Medienmitteilung](#))
- Verwaltungsratsmitglied Suja Chandrasekaran steht nicht zur Wiederwahl, Yen Yen Tan zur Wahl als neues Verwaltungsratsmitglied vorgeschlagen
- Dividendenantrag von CHF 22.00 je Aktie, stabile Ausschüttungsquote von 39%

Zürich/Schweiz, 11. November 2020 – Antoine de Saint-Affrique, CEO der Barry Callebaut Gruppe, sagte: «Ich bin stolz auf das solide Ergebnis und die gestärkte Bilanz, die wir in diesen ausserordentlichen Zeiten erzielen konnten. Sie zeigen die Stärke und Widerstandsfähigkeit von Barry Callebaut, ihren Mitarbeitenden und ihrer Kultur. Unsere Fokussierung auf Unterstützung, Kontinuität und Cash hat uns geholfen, die Gesundheit unserer Mitarbeitenden und Gemeinschaften zu schützen, unseren Kunden einen guten Service zu bieten in einer Zeit, in der sie es am nötigsten haben, und die Finanzierung unseres Unternehmens zu verbessern.»

Kennzahlen der Gruppe

für das Geschäftsjahr				2019/20	2018/19	2018/19 Pro-forma (IFRS 16) ²
		Veränderung % Pro-forma				
		in Lokalwährungen	in CHF			
Verkaufsmenge	Tonnen		(2.0%)	2,095,982	2,139,758	2,139,758
Umsatz	Mio. CHF	(0.4%)	(5.7%)	6,893.1	7,309.0	7,309.0
Bruttogewinn	Mio. CHF	(6.8%)	(11.3%)	1,063.7	1,197.2	1,198.7
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(15.1%)	(19.8%)	483.2	601.2	602.7
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹	Mio. CHF	(13.8%)	(18.5%)	491.0	601.2	602.7
EBIT (wiederkehrend) ¹ pro Tonne	CHF	(12.0%)	(16.8%)	234.2	281.0	281.7
Konzerngewinn	Mio. CHF	(9.4%)	(14.8%)	311.5	368.7	365.7
Konzerngewinn (wiederkehrend) ¹	Mio. CHF	(13.3%)	(18.5%)	319.3	394.7	391.7
Freier Cash flow	Mio. CHF			317.0	289.7	323.7
Freier Cash flow angepasst ⁴	Mio. CHF			403.8	256.8	290.8

¹ Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend und Konzerngewinn wiederkehrend ohne die Kosten von CHF -7.8 Mio. für die Schliessung der Kakaofabrik in Makassar, Indonesien.

² Die Vorjahrsvergleichszahlen wurden auf Pro-forma-Basis berechnet, um die geschätzten Auswirkungen von IFRS 16 zu berücksichtigen, falls dieser zu diesem Zeitpunkt angewendet worden wäre (für die Auswirkungen im laufenden Jahr siehe Geschäftsbericht 2019/20, Seite 46–49).

³ Im Durchschnitt für die drei Geschäftsjahre 2020/21 bis 2022/23: Wachstum der Verkaufsmenge um 5%–7% und ein EBIT über dem Volumenwachstum in Lokalwährungen, unter Ausschluss grösserer unvorhersehbarer Ereignisse und basierend auf der Annahme einer allmählichen Erholung von der COVID-19-Pandemie ohne erneute umfassende Lockdown-Massnahmen.

⁴ Freier Cash flow, bereinigt um den Cashflow-Effekt der Kakaobohnen-Lagerbestände, welche die Gruppe als absatzfähige Lagerbestände (readily marketable inventories, RMI) ansieht.

Im Geschäftsjahr 2019/20 (endend am 31. August 2020) verzeichnete die Barry Callebaut Gruppe, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Schokoladen- und Kakaoprodukten, als Folge der COVID-19-Pandemie einen Rückgang der **Verkaufsmenge** um –2.0% auf 2,095,982 Tonnen. Nach einem Rückgang um –14.3% im dritten Quartal auf dem Höhepunkt der Pandemie setzte im vierten Quartal wie erwartet eine Erholung der Verkaufsmenge ein (–4.3%). Im Schokoladengeschäft sank die Verkaufsmenge im Berichtsjahr um –2.1%. Der zugrunde liegende globale Schokoladenmarkt ging nach Angaben von Nielsen im Berichtsjahr um –0.3% zurück.⁵ Die Verkaufsmenge im Bereich Global Cocoa sank um –2.0%.

Der **Umsatz** ging um –0.4% in Lokalwährungen (–5.7% in CHF) auf CHF 6,893.1 Mio. zurück.

Der **Bruttogewinn** belief sich auf CHF 1,063.7 Mio., was im Vergleich zum Vorjahr einem Rückgang von –6.8% in Lokalwährungen (–11.3% in CHF) entspricht.⁶ Der Rückgang der Verkaufsmenge in der zweiten Jahreshälfte aufgrund der COVID-19-Lockdowns, insbesondere in der Produktgruppe Gourmet & Spezialitäten, wirkte sich negativ auf den Produktmix aus.

Der **Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend**⁷ belief sich auf CHF 491.0 Mio., was im Vergleich zum Vorjahr einem Rückgang von –13.8% in Lokalwährungen (–18.5% in CHF) entspricht.⁶ Das Ergebnis wurde durch negative Währungseffekte von CHF –29 Mio. stark beeinträchtigt. Wie mit den Halbjahresergebnissen angekündigt, hatte die Schliessung der Kakaofabrik in Makassar, Indonesien, negative Auswirkungen von CHF –7.8 Mio. In der Folge belief sich der ausgewiesene EBIT auf CHF 483.2 Mio., was im Vergleich zum Vorjahr einem Rückgang von –15.1% in Lokalwährungen (–19.8% in CHF) entspricht.⁶ Der wiederkehrende **EBIT pro Tonne** betrug CHF 234 im Vergleich zu CHF 282 im Vorjahr.⁶

Der **Konzerngewinn für das Geschäftsjahr wiederkehrend**⁷ belief sich auf CHF 319.3 Mio., was im Vergleich zum Vorjahr einem Rückgang von –13.3% in Lokalwährungen (–18.5% in CHF) entspricht.⁶ Der ausgewiesene Konzerngewinn für das Geschäftsjahr belief sich auf CHF 311.5 Mio., was im Vergleich zum Vorjahr einem Rückgang von –9.4% in Lokalwährungen (–14.8% in CHF) entspricht.⁶ Die Nettofinanzierungskosten sanken auf CHF 102.4 Mio. von CHF 148.4 Mio. im Vorjahr, worin einmalige Kosten von CHF 33.0 Mio. für die vorzeitige Rückzahlung der vorrangigen Anleihe in Höhe von EUR 250 Mio. enthalten waren. Die Ertragsteuern beliefen sich im Berichtsjahr 2019/20 auf CHF –69.2 Mio., was einem effektiven Steuersatz von 18.2% (18.6% im Vorjahr) entspricht.

Das **Nettoumlaufvermögen** ging auf CHF 1,192.0 Mio. von CHF 1,363.2 Mio. im Vorjahr zurück. Dies ist auf die gute Bewirtschaftung des Umlaufvermögens in allen Bereichen und auf den Vorteil niedrigerer Forderungen aufgrund der COVID-19-Auswirkungen auf das Volumen zurückzuführen. Dadurch wurden die Auswirkungen der höheren Vorräte aufgrund steigender Preise für Kakaobohnen mehr als ausgeglichen.

Die **Nettoverschuldung** sank auf CHF 1,365.9 Mio. im Vergleich zu CHF 1,509.9 Mio. im Vorjahr.⁶ Unter Berücksichtigung der Kakaobohnen-Lagerbestände als absatzfähige Lagerbestände (RMI) verringerte sich die **angepasste Nettoverschuldung** auf CHF 593.9 Mio. von CHF 816.9 Mio. im Vorjahr.⁶

Es wurde weiterhin ein starker **Freier Cash flow** generiert, der sich auf CHF 317 Mio. im Vergleich zu CHF 324 Mio. im Vorjahr belief.⁶ Angepasst um den Effekt der als kurzfristig absatzfähigen

⁵ Quelle: Nielsen, Volumenwachstum ohne E-Commerce, September 2019 bis August 2020 – 25 Länder. Die Daten von Nielsen geben den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder, der durch die Lockdown-Massnahmen aufgrund der COVID-19-Pandemie stark beeinträchtigt wurde.

⁶ Die Vorjahresvergleichszahlen wurden auf Pro-forma-Basis berechnet, um die geschätzten Auswirkungen von IFRS 16 zu berücksichtigen, falls dieser zu diesem Zeitpunkt angewendet worden wäre (für die Auswirkungen im laufenden Jahr siehe Geschäftsbericht 2019/20, Seite 46–49).

⁷ Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend und Konzerngewinn wiederkehrend ohne die Kosten von CHF –7.8 Mio. für die Schliessung der Kakaofabrik in Makassar, Indonesien.

Lagerbestände (RMI) betrachteten Kakaobohnen belief sich der **angepasste Freie Cash flow** auf CHF 404 Mio., verglichen mit CHF 291 Mio. im Vorjahr.

Aktuelle Informationen im Zusammenhang mit COVID-19

Seit Beginn der Pandemie ist es Barry Callebaut gelungen, dank der rechtzeitig getroffenen Vorsichtsmassnahmen ein hohes Sicherheitsniveau für ihre Mitarbeitenden und den Betrieb aufrechtzuerhalten. Barry Callebaut hat Expertenteams auf globaler und regionaler Ebene gebildet, welche die Entwicklungen der COVID-19-Pandemie auf der ganzen Welt täglich beobachten. Falls erforderlich, passen sie die bestehenden Vorsichtsmassnahmen auf Basis ihrer eigenen Erkenntnisse oder aufgrund von Anweisungen durch die Behörden an. Die Gesamtentwicklung der COVID-19-Pandemie bleibt derzeit volatil. Die Gruppe hat in den vergangenen neun Monaten jedoch zusätzliche Erkenntnisse gewonnen, wie sie die Sicherheit und die Betriebskontinuität aufrechterhalten kann. Dank dieser Erkenntnisse, neuer Arbeitsweisen und der Fähigkeit der Gruppe, die neuesten Trends zu bedienen, wird Barry Callebaut durch Innovation und Service auch weiterhin das Wachstum ihrer Kunden unterstützen.

Ausblick – Zuversichtlich, die Mittelfristziele zu erreichen

CEO Antoine de Saint-Affrique zum Ausblick: «Obwohl die Märkte nach wie vor volatil sind, werden wir dank unserer anhaltenden Kundenorientierung und unserer gut gefüllten Innovationspipeline die Expansion weiter vorantreiben und neue Geschäftsmöglichkeiten erschliessen. Dies unterstützt in Kombination mit unserer soliden finanziellen Basis das Vertrauen in unsere Mittelfristziele.»

Strategische Meilensteine im Geschäftsjahr 2019/20

- **Expansion:** Im Juli 2020 hat Barry Callebaut die Akquisition von GKC Foods (Australia), einem Hersteller von Schokolade, Glasuren und Füllungen, abgeschlossen. Zudem ist Barry Callebaut eine langfristige Outsourcing-Vereinbarung eingegangen, um einen führenden australischen Snack-Produzenten mit 100% nachhaltiger Schokolade zu versorgen. Diese Outsourcing-Vereinbarung wird es der Gruppe in Verbindung mit der jüngsten Akquisition ermöglichen, ihr Wachstum in den beiden noch weitgehend gebundenen Märkten Australien und Neuseeland zu beschleunigen. Im Juni 2020 hat Barry Callebaut ihre Fabrik in Senoko, Singapur, um eine vierte Produktionslinie erweitert, welche die Gesamtkapazität der grössten Schokoladenfabrik der Gruppe in der Region Asien-Pazifik wesentlich erhöht, um die steigende Nachfrage in den Märkten der Region zu erfüllen.
In der Region EMEA hat Barry Callebaut im Mai 2020 eine Vereinbarung mit einem grossen Schokoladenproduzenten in Osteuropa über die langfristige Lieferung von Compound-Schokolade und Schokolade unterzeichnet. Die Belieferung läuft im ersten Quartal des Geschäftsjahrs 2020/21 an.
Anfang dieses Jahres hat Barry Callebaut im Rahmen der Wachstumsstrategie in Grossbritannien, einem der volumenmässig grössten Schokoladenmärkte Europas, das neu gestaltete CHOCOLATE ACADEMY™ Center in Banbury eingeweiht.
Die Gruppe verstärkte im Oktober 2020 auch ihre Präsenz in Lateinamerika, indem sie den Grundstein für ein neues Kakao-Logistik-Zentrum in Duran, Ecuador, legte. Mit dieser Investition will die Gruppe die sich bietenden Chancen in Ecuador nutzen, dem weltweit drittgrössten und schnell wachsenden Kakaoanbauland.
- **Innovation:** Im Oktober 2020 hat die Marke Callebaut ihr überarbeitetes Sortiment an Feinster Belgischer Schokolade lanciert, bei der der Geschmack verbessert und die Verarbeitungseigenschaften optimiert wurden. Zudem können die gewerblichen Anwender nun für jedes ihrer Produkte eine Geschichte von der Bohne bis zur fertigen Schokolade erzählen, da sich die Kakaobohnen aus zu 100% nachhaltigem Anbau bis zu den Landwirtschaftskooperativen zurückverfolgen lassen.

Entsprechend der sich wandelnden Haltung der Konsumenten, hin zu Lebensmitteln und Getränken, die nicht nur hervorragend schmecken, sondern auch nahrhaft sowie gut für den Planeten und seine Bewohner sind, hat Barry Callebaut im Oktober 2020 unter der neuen Marke Cabosse Naturals eine Reihe von Zutaten lanciert, die zu 100% aus Kakaofrucht bestehen: Fruchtfleisch, Saft, Konzentrat und Cascara. Die Zutaten ermöglichen es industriellen, gewerblichen Anwendern und Chocolatiers, köstliche Früchterelebnisse in Form von Getränken, Eiscreme, Snacks, Joghurt oder Schokoladenkonfekt zu kreieren.

Im Februar 2020 führte Barry Callebaut die 100% milchfreie «Milk Chocolate» ein. Diese Schokolade deckt die steigende Nachfrage nach Genuss auf pflanzlicher Basis und ist Teil des wachsenden «Plant Craft»-Portfolios, das von Schokolade über Nüsse bis hin zu Füllungen und Dekorationen reicht. Ebenfalls im Februar 2020 präsentierte Mona Lisa, die globale Marke für Dekorationen der Barry Callebaut Gruppe, mit «Mona Lisa 3D Studio» eine Weltpremiere: Erstmals kann personalisierte Schokolade aus dem 3D-Drucker in grossen Stückzahlen produziert werden. Hotels, Pâtisseries und Kaffee Ketten können nun ihre Kunden mit noch nie zuvor gesehenen Schokoladenkreationen begeistern.

- **Kostenführerschaft:** Im Juli 2020 platzierte Barry Callebaut erfolgreich ihr zweites Schuldscheindarlehen in Höhe von umgerechnet CHF 450 Mio. Die Ausgabe des Schuldscheindarlehens hat die verbindliche langfristige Liquiditätsstruktur der Gruppe zu attraktiven Zinssätzen und mit einer gewichteten durchschnittlichen Laufzeit von 5.4 Jahren weiter verstärkt und die Abhängigkeit von unverbindlichen kurzfristigen Finanzierungsquellen reduziert.
Im Berichtsjahr hat Barry Callebaut zudem massgeblich in die Vereinfachung und Digitalisierung ihrer Prozesse und Instrumente investiert. Diese Investitionen haben geholfen, die Kosten unter Kontrolle zu halten, und trugen während der Pandemie wesentlich zur Aufrechterhaltung der Geschäftskontinuität bei. Die Gruppe beschleunigte auch die Zentralisierung der Ressourcen in ihrem Shared Service Center in Lodz, Polen, das Aktivitäten aus den Bereichen Finanzen, IT, Beschaffung und HR bündelt.
- **Nachhaltigkeit:** Im Oktober 2020 erreichte Barry Callebaut einen wichtigen Meilenstein auf ihrem Weg zu 100% nachhaltiger Schokolade: Alle globalen Gourmet-Marken von Barry Callebaut beschaffen für ihre Schokoladen nun 100% nachhaltigen Kakao.
Im Juli 2020 wurde «Forever Chocolate» von Sustainalytics als zweitbeste Nachhaltigkeitsstrategie unter 182 bewerteten Herstellern von verpackten Lebensmitteln ausgezeichnet. Sustainalytics ist eine führende Rating-Agentur, die den Umgang der Branche mit ESG-Risiken (Umwelt, Soziales und Unternehmensführung) in den Lieferketten bewertet. Wie bereits 2018/19 erreichte Barry Callebaut einen Spitzenplatz. Das unterstreicht die führende Position der Gruppe hinsichtlich ESG innerhalb der Branche.
Im September 2020 hat Barry Callebaut ihre direkten Kakaolieferanten in der Elfenbeinküste, Ghana und Kamerun bekannt gegeben. Durch die Bekanntgabe dieser Informationen trägt Barry Callebaut zur Transparenz und Rückverfolgbarkeit in ihrer Kakao-Lieferkette bei und stellt die Fähigkeiten der Gruppe bei der Datenerhebung und ihr Vertrauen in die Korrektheit dieser Daten unter Beweis. Ebenfalls im September 2020 schlossen sich japanische Schokoladenhersteller, gewerbliche Anwender und Detailhändler mit der Stiftung Cocoa Horizons zusammen, um das wirtschaftliche Auskommen der Kakaobauern und ihrer Gemeinschaften zu verbessern sowie den nachhaltigen Genuss in Japan zu fördern.

Entwicklung nach Regionen/Segmenten

Region EMEA – Stetige Erholung der Verkaufsmenge

Die Verkaufsmenge ging in der Region EMEA um –3.6%^B auf 945,640 Tonnen zurück. Ohne den erstmaligen Konsolidierungsbeitrag von Inforum per Februar 2019 sank das organische Volumen

^B Das zugrunde liegende Wachstum des Schokoladenmarkts umfasst laut Nielsen nicht den E-Commerce und gibt den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder. Laut Nielsen betrug das Volumenwachstum für September 2019 bis August 2020: EMEA +1.5%, Nord- und Südamerika –2.4%, Asien-Pazifik –5.3%.

um -5.2%. Im Zuge der allmählichen Wiedereröffnung der Vertriebskanäle erholte sich der Bereich Gourmet & Spezialitäten im vierten Quartal, wodurch der Rückgang für das Berichtsjahr auf den hohen Zehnprozentbereich beschränkt werden konnte, nachdem die Verkaufsmenge im dritten Quartal fast halbiert worden war. Das Geschäft mit Industriekunden erholte sich im vierten Quartal rasch, was im Geschäftsjahr 2019/20 zu einem leichten Rückgang im niedrigen einstelligen Bereich führte. Der Umsatz in der Region EMEA belief sich auf CHF 2,915.8 Mio., was einem Rückgang von -0.9% in Lokalwährungen (-5.5% in CHF) entspricht. Der Betriebsgewinn (EBIT) belief sich auf CHF 269.1 Mio., was einem Rückgang von -20.8% in Lokalwährungen (-25.2% in CHF) aufgrund von negativen Auswirkungen auf den Produktmix entspricht.

Region Nord- und Südamerika – Robuste Performance

Die Verkaufsmenge ging in der Region Nord- und Südamerika um -1.4%⁸ auf 565,650 Tonnen zurück. Die robuste Performance basierte auf einer soliden Volumenerholung im Bereich Industrielle Produkte im vierten Quartal, wobei Kunden, welche den Ausser-Haus-Verkaufskanal bedienen, nach wie vor von den COVID-19-Massnahmen betroffen sind. Das Volumen von Gourmet & Spezialitäten sank im Berichtsjahr im unteren Zehnprozentbereich. Der Umsatz in Nord- und Südamerika belief sich auf CHF 1,759.5 Mio., was einem Rückgang von -1.2% in Lokalwährungen (-5.7% in CHF) entspricht. Der Betriebsgewinn (EBIT) belief sich auf CHF 182.4 Mio., was einem Plus von +1.8% in Lokalwährungen (-3.7% in CHF) aufgrund der robusten Volumen und des widerstandsfähigen Produktportfolios entspricht.

Region Asien-Pazifik – Gutes Volumenwachstum, ungünstiger Produktmix

Die Region Asien-Pazifik steigerte ihre Verkaufsmenge um +7.4%⁸ auf 127,306 Tonnen, was angesichts der COVID-19-Pandemie und der hohen Vergleichsbasis zum Vorjahr ein gutes Ergebnis darstellt. Der Bereich Industrielle Produkte, der besonders von Grosskunden unterstützt wurde, erwies sich mit seinem zweistelligen Volumenwachstum im Berichtsjahr als widerstandsfähig. Das Volumen im Bereich Gourmet & Spezialitäten erholte sich nach den Lockdowns weiter und hatte im Geschäftsjahr 2019/20 einen Rückgang im niedrigen einstelligen Prozentbereich zur Folge. Der Umsatz belief sich auf CHF 400.2 Mio., was einem Plus von +1.2% in Lokalwährungen (-1.8% in CHF) entspricht. Der Betriebsgewinn (EBIT) belief sich auf CHF 42.7 Mio. im Vergleich zu CHF 53.5 Mio. im Vorjahr (-17.2% in Lokalwährungen, -20.1% in CHF), was auf den negativen Produktmix zurückzuführen ist.

Global Cocoa – Solide Performance

Die Verkaufsmenge von Global Cocoa ging im Berichtsjahr um -2.0% zurück und betrug 457,386 Tonnen. Der Umsatz stieg um +0.8% in Lokalwährungen (-6.7% in CHF) auf CHF 1,817.6 Mio. aufgrund höherer durchschnittlicher Preise für Kakaobohnen. Der wiederkehrende Betriebsgewinn (EBIT)⁹ ging entsprechend dem Volumentrückgang um -1.5% in Lokalwährungen (-5.8% in CHF) auf CHF 94.9 Mio. zurück.

Entwicklung der Rohwarenpreise

Im Geschäftsjahr 2019/20 bewegten sich die Preise für **Kakaobohnen** zwischen GBP 1,560 und GBP 2,045 pro Tonne und schlossen per 28. August 2020 bei GBP 1,762 pro Tonne. Durchschnittlich stiegen die Preise für Kakaobohnen gegenüber dem Vorjahr um 6.3%. Weltweit hielten sich Angebot und Nachfrage bei Kakaobohnen die Waage. Im Juli 2019 hatten die Elfenbeinküste und Ghana eine Prämie zur Existenzsicherung der Kakaobauern («Living Income Differential», LID) von USD 400 pro Tonne Kakaobohnen angekündigt, die ab der Ernte 2020/21 in Kraft tritt.

⁸ Das zugrunde liegende Wachstum des Schokoladenmarkts umfasst laut Nielsen nicht den E-Commerce und gibt den Ausser-Haus- und Impulskonsum nur teilweise wieder. Laut Nielsen betrug das Volumenwachstum für September 2019 bis August 2020: EMEA +1.5%, Nord- und Südamerika -2.4%, Asien-Pazifik -5.3%.

⁹ Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend ohne die Kosten von CHF -7.8 Mio. für die Schliessung der Kakaofabrik in Makassar, Indonesien.

Die Zuckerpreise in Europa stiegen im Durchschnitt um 7.6%, was vor allem auf eine schlechte Ernte und eine Reduzierung der Kapazität aufgrund niedriger Preise in den Vorjahren zurückzuführen ist. Auch der Zuckerpreis am Weltmarkt stieg durchschnittlich um +4.1%.

Die Preise für Milchprodukte zogen im Geschäftsjahr 2019/20 im Durchschnitt um +21.0% an, was auf das schwache Milchangebot und die starke Nachfrage in den ersten sechs Monaten des Berichtszeitraums zurückzuführen ist. Aufgrund der COVID-19-Pandemie hat die Nachfrage seit dem dritten Quartal nachgelassen.

Anträge zuhanden der Generalversammlung

Ausschüttung an die Aktionäre

Der Verwaltungsrat wird an der Generalversammlung vom 9. Dezember 2020 eine Ausschüttung an die Aktionäre von CHF 22.00 pro Aktie beantragen. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 39%. Die Dividende wird den Aktionären, vorbehaltlich der Genehmigung durch die Generalversammlung, am oder um den 7. Januar 2021 ausgezahlt.

Verwaltungsrat

Suja Chandrasekaran, Verwaltungsratsmitglied seit 2018 und Mitglied des Nomination & Compensation Committee (NCC), stellt sich an der Generalversammlung am 9. Dezember 2020 nicht mehr für eine Wiederwahl zur Verfügung. Der Verwaltungsrat bedankt sich bei Suja Chandrasekaran für ihre wertvollen Beiträge im Verwaltungsrat.

Alle anderen Mitglieder des Verwaltungsrats stellen sich für eine weitere einjährige Amtsperiode zur Verfügung.

Der Verwaltungsrat schlägt Yen Yen Tan, Staatsangehörige von Singapur, zur Wahl als Verwaltungsratsmitglied vor. Yen Yen Tan bringt umfassendes Know-how zu den temporeichen Innovationen im Digital- und Technologiesektor mit. Dieses Know-how hat sie in mehr als 30 Jahren in verschiedenen Führungspositionen im Technologie- und Telekommunikationssektor in internationalen Unternehmen aufgebaut. In ihrer letzten Führungsposition war sie President Asia Pacific bei der Vodafone Group.

Generalversammlung

Aufgrund der COVID-19-Pandemie kann die Generalversammlung 2019/2020 der Barry Callebaut AG nicht in der üblichen Form stattfinden. Um die Gesundheit der Aktionäre sowie der Mitarbeitenden zu schützen, kann das Stimmrecht ausschliesslich elektronisch oder schriftlich ausgeübt werden. Einzelheiten sind auf der Website der Gruppe und in der Einladung zur Generalversammlung zu finden, die Mitte November 2020 versandt wird.

Weitere Angaben finden Sie ab heute in den folgenden Publikationen:

[Online-Geschäftsbericht 2019/20](#)

[Jahresbericht 2019/20 \(PDF\)](#)

Kurzbericht 2019/20 [Englisch](#) und [Deutsch](#)

Medien- und Analystenkonferenz von Barry Callebaut

Datum: Mittwoch, 11. November 2020, 10.00 bis 11.00 Uhr MEZ

Die Konferenz kann via Telefon oder Webcast mitverfolgt werden. Einwahl- und Zugriffsinformationen finden Sie [hier](#)

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2020/21 (1. September 2020 bis 31. August 2021):

Generalversammlung 2019/20	9. Dezember 2020
3-Monats-Verkaufszahlen 2020/21	27. Januar 2021
Halbjahresergebnis 2020/21	22. April 2021
9-Monats-Verkaufszahlen 2020/21	15. Juli 2021
Jahresergebnis 2020/21	10. November 2021
Generalversammlung 2020/21	8. Dezember 2021

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

Mit einem Umsatz von rund CHF 6.9 Mrd. (EUR 6.4 Mrd. / USD 7.1 Mrd.) für das Geschäftsjahr 2019/20 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 12,000 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 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:

 [Twitter](#)

 [LinkedIn](#)

 [Facebook](#)

 [YouTube](#)

 [Flickr](#)

Kontakt für die Medien:

Frank Keidel
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Phone: +41 43 268 86 06
frank_keidel@barry-callebaut.com

für Investoren und Finanzanalysten:

Claudia Pedretti
Head of Investor Relations
Barry Callebaut AG
Phone: +41 43 204 04 23
claudia_pedretti@barry-callebaut.com

Kennzahlen nach Regionen/Produktgruppen

für das Geschäftsjahr		Veränderung %		2019/20	2018/19
		in Lokalwährungen	in CHF		
Nach Regionen					
EMEA					
Verkaufsmenge	Tonnen		(3.6%)	945,640	981,231
Umsatz	Mio. CHF	(0.9%)	(5.5%)	2,915.8	3,086.8
EBITDA	Mio. CHF	(12.8%)	(17.4%)	349.0	422.6
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(20.8%)	(25.2%)	269.1	359.5
Nord- und Südamerika					
Verkaufsmenge	Tonnen		(1.4%)	565,650	573,413
Umsatz	Mio. CHF	(1.2%)	(5.7%)	1,759.5	1,866.1
EBITDA	Mio. CHF	6.8%	1.3%	235.0	232.0
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	1.8%	(3.7%)	182.4	189.4
Asien-Pazifik					
Verkaufsmenge	Tonnen		7.4%	127,306	118,548
Umsatz	Mio. CHF	1.2%	(1.8%)	400.2	407.6
EBITDA	Mio. CHF	(9.0%)	(12.2%)	55.5	63.3
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(17.2%)	(20.1%)	42.7	53.5
Global Cocoa					
Verkaufsmenge	Tonnen		(2.0%)	457,386	466,566
Umsatz	Mio. CHF	0.8%	(6.7%)	1,817.6	1,948.6
EBITDA	Mio. CHF	5.7%	0.8%	158.1	156.8
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(9.6%)	(13.6%)	87.1	100.8
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹⁰	Mio. CHF	(1.5%)	(5.8%)	94.9	100.8
Nach Produktgruppen					
Verkaufsmenge	Tonnen			2,095,982	2,139,758
Kakaoprodukte	Tonnen		(2.0%)	457,386	466,566
Industrielle Produkte	Tonnen		(0.0%)	1,429,178	1,429,536
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Tonnen		(14.1%)	209,418	243,656
Umsatz	Mio. CHF			6,893.1	7,309.0
Kakaoprodukte	Mio. CHF	0.8%	(6.7%)	1,817.6	1,948.6
Industrielle Produkte	Mio. CHF	2.1%	(2.5%)	4,117.2	4,220.8
Gourmet- & Spezialitätenprodukte	Mio. CHF	(11.6%)	(15.9%)	958.3	1,139.6

¹⁰ Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend ohne die Kosten von CHF -7.8 Mio. für die Schliessung der Kakaofabrik in Makassar, Indonesien.

Anhang: Kennzahlen der Gruppe

für das Geschäftsjahr		Veränderung % Veröffentlicht		Veränderung % Pro-forma		2019/20	2018/19	2018/19 Pro-forma (IFRS 16) ¹¹
		in Lokal- währungen	in CHF	in Lokal- währungen	in CHF			
Konzernerfolgsrechnung								
Verkaufsmenge	Tonnen		(2.0%)		(2.0%)	2,095,982	2,139,758	2,139,758
Umsatz	Mio. CHF	(0.4%)	(5.7%)	(0.4%)	(5.7%)	6,893.1	7,309.0	7,309.0
Bruttogewinn	Mio. CHF	(6.7%)	(11.2%)	(6.8%)	(11.3%)	1,063.7	1,197.2	1,198.7
EBITDA (wiederkehrend) ¹²	Mio. CHF	(3.1%)	(8.1%)	(7.7%)	(12.5%)	711.9	775.0	813.5
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	(14.9%)	(19.6%)	(15.1%)	(19.8%)	483.2	601.2	602.7
Betriebsgewinn (EBIT, wiederkehrend) ¹²	Mio. CHF	(13.6%)	(18.3%)	(13.8%)	(18.5%)	491.0	601.2	602.7
EBIT (wiederkehrend) / Umsatz	%					7.1%	8.2%	8.2%
EBIT (wiederkehrend) pro Tonne	CHF	(11.7%)	(16.6%)	(12.0%)	(16.8%)	234.2	281.0	281.7
Konzerngewinn	Mio. CHF	(10.1%)	(15.5%)	(9.4%)	(14.8%)	311.5	368.7	365.7
Konzerngewinn (wiederkehrend) ¹²	Mio. CHF	(14.0%)	(19.1%)	(13.3%)	(18.5%)	319.3	394.7	391.7
Freier Cash flow	Mio. CHF					317.0	289.7	323.7
Freier Cash flow angepasst ¹³	Mio. CHF					403.8	256.8	290.8
Konzernbilanz								
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF		(12.6%)		(12.6%)	1,192.0	1,363.2	1,363.2
Anlagevermögen	Mio. CHF		5.7%		(2.0%)	2,800.1	2,650.0	2,856.5
Investitionen	Mio. CHF		0.5%		0.5%	280.9	279.6	279.6
Bilanzsumme	Mio. CHF		9.7%		6.4%	7,141.1	6,508.1	6,711.5
Nettoverschuldung	Mio. CHF		4.7%		(9.5%)	1,365.9	1,304.7	1,509.9
Nettoverschuldung angepasst	Mio. CHF		(2.9%)		(27.3%)	593.9	611.7	816.9
Eigenkapital	Mio. CHF		(1.9%)		(1.9%)	2,353.5	2,399.3	2,399.3
Quotienten								
Rendite auf investiertem Kapital (ROIC)	%					10.3%	13.2%	12.5%
Eigenkapitalrendite (ROE)	%					13.2%	15.4%	15.2%
Verschuldungsgrad	%					58.0%	54.4%	62.9%
Zinsdeckungsgrad						6.9	5.2	5.3
Nettoverschuldung / EBITDA (wiederkehrend) ¹²						1.9	1.5	1.9
Investitionen / Umsatz	%					4.1%	3.8%	3.8%
Aktien								
Aktienkurs am Jahresende	CHF		(1.2%)			2,000	2,024	
EBIT (wiederkehrend) pro Aktie	CHF		(18.3%)			89.6	109.7	
Unverwässerter Gewinn pro Aktie	CHF		(14.6%)			57.7	67.6	
Cash Earnings pro Aktie	CHF					57.8	52.9	
Ausschüttung pro Aktie	CHF		(15.4%)			22.0	26.0	
Ausschüttungsquote	%					39%	39%	
Kurs-Gewinn-Verhältnis am Jahresende						34.7	30.0	
Börsenkapitalisierung am Jahresende	Mio. CHF		(1.2%)			10,978	11,109	
Anzahl ausgegebener Aktien						5,488,858	5,488,858	
Übrige								
Mitarbeitende			0.6%			12,335	12,257	

¹¹ Die Vorjahrsvergleichszahlen wurden auf Pro-forma-Basis berechnet, um die geschätzten Auswirkungen von IFRS 16 zu berücksichtigen, falls dieser zu diesem Zeitpunkt angewendet worden wäre (für die Auswirkungen im laufenden Jahr siehe Geschäftsbericht 2019/20, Seite 46–49).

¹² EBITDA wiederkehrend, Betriebsgewinn (EBIT) wiederkehrend und Konzerngewinn wiederkehrend ohne die Kosten von CHF –7.8 Mio. für die Schliessung der Kakaofabrik in Makassar, Indonesien.

¹³ Freier Cash flow, bereinigt um den Cashflow-Effekt der Kakaobohnen-Lagerbestände, die von der Gruppe als absatzfähige Lagerbestände (RMI) angesehen werden.