

Medienmitteilung

Barry Callebaut AG – erfolgreiches Geschäftsjahr 2001/02: 3% Umsatzsteigerung, 5% Gewinnsteigerung, Dividendenerhöhung

- **Zunahme des Verkaufserlöses um 3% auf 2'621,8 Millionen CHF, in lokalen Währungen plus 8%**
- **Strategiekonforme Reduktion der Verkaufsmenge um 3% auf 760'680 Tonnen**
- **Steigerung des operativen Betriebsgewinns (EBIT) um 3% auf 173,2 Millionen CHF, in lokalen Währungen plus 7% (nach Rückstellungen im Zusammenhang mit der Stollwerck-Akquisition: 93,2 Millionen CHF)**
- **Steigerung des Konzerngewinns um 5% auf 101,6 Millionen CHF, in lokalen Währungen Gewinnsteigerung um 6% (nach Rückstellungen und Finanzierungskosten im Zusammenhang mit Stollwerck: 21,1 Millionen CHF)**
- **Dividendenerhöhung von 6.70 CHF auf 6.90 CHF je Namenaktie beantragt**

Zürich/Schweiz, 12. November 2002 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von Kakao- und Schokoladeprodukten, steigerte im Geschäftsjahr 2001/02 (Abschluss per 31. August) den **konsolidierten Verkaufserlös** um 3% auf rund 2,6 Milliarden CHF, dies trotz der weltweit abgeschwächten Konjunktur, steigender Rohwarenpreise und negativer Währungseinflüsse; in lokalen Währungen betrug der Anstieg 8%. Die **Verkaufsmenge** ging um 3% auf 760'680 Tonnen zurück, was auf den gezielten Abbau von Verkäufen von Halbfertigprodukten an Drittkunden, einen Volumentrückgang im Bereich Vending Mix (Kakaomischungen für Getränkeautomaten) sowie den Verkauf der Aktivitäten der Chocodif und der Gummi-Bear Factory zurückzuführen ist.

Der **operative Betriebsgewinn (EBIT)** erreichte 173,2 Millionen CHF (+3% gegenüber dem Vorjahr); in Lokalwährungen gerechnet, betrug der Anstieg 7%. Der **EBIT pro Tonne** stieg um 7% auf 227.7 CHF (in Lokalwährungen: +11%). Der **Konzerngewinn** betrug 101,6 Millionen CHF (+5% gegenüber dem Vorjahr). Für Restrukturierungskosten im Zusammenhang mit dem Erwerb der deutschen Stollwerck-Gruppe im Berichtsjahr wurden 80 Millionen CHF zurückgestellt und der Erfolgsrechnung 2001/02 belastet. Unter Berücksichtigung dieser einmaligen Kosten stellte sich der EBIT auf 93,2 Millionen CHF und der Konzerngewinn auf 21,1 Millionen CHF.

Andreas Schmid, Präsident des Verwaltungsrates und gleichzeitig CEO bis 31.5.2002, kommentiert den Jahresabschluss wie folgt: „Wir dürfen mit den Ergebnissen für das abgelaufene Geschäftsjahr zufrieden sein, konnten wir doch in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld die operative Ertragskraft weiter steigern und eine stabile Basis für die Zukunft schaffen.“

Entwicklung der Geschäftsbereiche

Der globale Markt für Kakaobohnen verzeichnete im Berichtsjahr Preiserhöhungen von über 80% auf Werte, die man letztmals in den achtziger Jahren beobachten konnte. Die Margen von Barry Callebaut sind nicht an die Kakaopreisentwicklung gekoppelt. Sie richten sich nach den für die Kunden hergestellten Produkten, den erbrachten Dienstleistungen sowie der Wettbewerbssituation in den einzelnen Geschäftsbereichen. Die Preissteigerungen für Kakao werden sich im Geschäftsjahr 2002/03 in einem höheren Wert für Kakaobohnenvorräte in der Bilanz niederschlagen.

Der Geschäftsbereich **Kakao, Beschaffung & Risikomanagement**, dessen wichtigste Produkte Kakao-Liquor, Kakaobutter und Markenpulver sind, erzielte einen Umsatz von 623,0 Millionen CHF oder 24 % des Gruppenumsatzes. Die abgesetzten Volumina gingen um 11% zurück, was auf die gezielte Steuerung der Verkäufe von Halbfertigprodukten an Drittkunden zurückzuführen ist. In diesem Rahmen erfolgte auch die Schliessung des Kakaoverarbeitungswerks im holländischen Bussum.

Der grösste Geschäftsbereich von Barry Callebaut, **Industrielle Kunden**, konzentriert sich auf Kundenlösungen für die gesamte Nahrungsmittelindustrie, die von Schokoladeprodukten, anwendungsbereiten Füllungen und Glasuren bis hin zu massgeschneiderten Dienstleistungen reichen. Der Geschäftsbereich verzeichnete vor dem Hintergrund eines weltweit stagnierenden Marktes und deutlich gestiegener Kakaopreise einen Rückgang des Umsatzes um 2% auf 1'392,1 Millionen CHF (53% des Gesamtumsatzes). Das abgesetzte Volumen sank leicht als Folge geringerer Verkäufe in Osteuropa sowie im Nahen Osten. In der Produktinnovation lag das Schwergewicht auf der Entwicklung von Premiumprodukten wie Bio-Schokoladen, Schokoladen ohne Zuckerzusatz für Diabetiker oder neuartigen Schokoladen mit gesundheitsfördernden Zusatzstoffen wie Oligo-Fruktose oder Inulin.

Der Bereich **Gourmet & Spezialitäten**, der Produkte für gewerbliche Anwender wie Chocolatiers, Confiseure, Hotels und Restaurants anbietet, erzielte im Geschäftsjahr 2001/02 einen Umsatz von 421,0 Millionen CHF; dies entspricht einem Anteil von 16% am Gesamtumsatz. Diese Zahl darf nicht direkt mit dem ausgewiesenen Vorjahreswert von 636,5 Millionen CHF verglichen werden, da dieser auch die Verkaufserlöse des nun erstmals separat ausgewiesenen Bereichs Verbraucherprodukte enthielt. Unter Ausschluss der Verbraucherprodukte resultierte im Berichtsjahr ein Umsatzrückgang von 1%. Dies hat primär mit Problemen eines Zulieferanten im Bereich Vending Mix im ersten Halbjahr zu tun. Ohne diesen Sondereffekt wäre der Bereichsumsatz um 6% gestiegen.

Der Geschäftsbereich **Verbraucherprodukte** (exkl. Stollwerck) erzielte einen Umsatz von 185,7 Millionen CHF resp. 7% des Gruppenumsatzes. Stollwerck wird im Geschäftsjahr 2002/03 über 700 Millionen CHF zum Bereichsumsatz beitragen, womit sich die Verbraucherprodukte zum zweitgrössten Geschäftsbereich entwickeln werden.

Mit der Akquisition von Stollwerck im Berichtsjahr hat Barry Callebaut einen bedeutenden Schritt im Ausbau ihrer Marktstellung in Deutschland, Europas grösstem Schokolademarkt, unternommen. Bei der Integration der Stollwerck AG in die Barry Callebaut-Gruppe innerhalb der nächsten 24 Monate geht es vorerst darum, die Distribution in Deutschland zu stärken, das Produkte- und Markenportfolio zu straffen, die Beschaffung und das Risikomanagement zu zentralisieren, die Verkaufs-Teams und Kundendienstzentren zusammenzuführen und eine gegenseitige Verkaufsunterstützung (Cross-Selling) zwischen den Bereichen Verbraucherprodukte und Gourmet & Spezialitäten aufzubauen.

Entwicklung einzelner Märkte

Westeuropa stellt für Barry Callebaut den bedeutendsten Absatzmarkt mit einer Verkaufsmenge von 461'437 Tonnen (61% des Totals) dar. Trotz der konjunkturellen Abkühlung in verschiedenen westeuropäischen Ländern konnte der Umsatz um knapp 3% auf 1'634,3 Millionen CHF gesteigert werden. In **Osteuropa** hielten sich die Umsätze mit 94,4 Millionen CHF knapp auf Vorjahresniveau.

Der Umsatz in **Amerika** (Nord- und Südamerika) konnte um 6% auf 706,7 Millionen CHF gesteigert werden, wobei sich namentlich das Geschäft in Nordamerika positiv entwickelte. Der Anteil am Gesamtvolumen beträgt 208'574 Tonnen oder 27%. Es zeichnet sich ein Trend zu Premiumprodukten „made in Europe“ ab, die dem typischen europäischen Geschmacksprofil entsprechen und bessere Margen erzielen.

Asien-Pazifik, ein Absatzmarkt mit grossem Potenzial, verzeichnete insgesamt auf Grund der geplanten geringeren Verkäufe von Halbfertigprodukten einen Umsatzrückgang von 4% auf 84,3 Millionen CHF. Total wurden 25'205 Tonnen oder 3% der gesamten Verkaufsmenge abgesetzt. Hingegen konnten die Bereiche Industrielle Kunden und Gourmet & Spezialitäten ihre Verkaufserlöse sogar leicht ausbauen.

Die wirtschaftlichen und politischen Probleme in vielen Ländern **Afrikas** und des **Nahen Ostens** führten zu einem Umsatzrückgang von 2% auf 102,1 Millionen CHF. Die Region trug 35'774 Tonnen oder 5% zur abgesetzten Verkaufsmenge bei. Erfreulich entwickelte sich das Geschäft mit Verbraucherprodukten in Afrika (+25%).

Anträge an die Generalversammlung

Im Rahmen einer Statutenänderung wird den Aktionären beantragt, die Amtsdauer der Verwaltungsräte neu auf ein Jahr festzusetzen. Der Generalversammlung wird die Wiederwahl aller bisherigen Verwaltungsräte für eine weitere Amtsdauer von einem Jahr vorgeschlagen. Auf Grund der soliden operativen Ertragskraft und der guten Aussichten für das laufende Geschäftsjahr schlägt der Verwaltungsrat der Generalversammlung trotz der vollumfänglichen Belastung der Restrukturierungskosten durch den Erwerb von Stollwerck im Geschäftsjahr 2001/02 eine Erhöhung der Dividende von 6.70 CHF auf 6.90 CHF je Namenaktie vor.

Ausblick

Patrick G. De Maeseneire, Chief Executive Officer (seit 1.6.2002), zu den Aussichten für das laufende Geschäftsjahr 2002/03: „Wir haben uns ehrgeizige Ziele gesetzt. Unter Ausschluss ausserordentlicher Ereignisse streben wir im Geschäftsjahr 2002/03 einen operativen Betriebsgewinn EBIT über der 200-Millionen-CHF-Marke an. Wir verfügen in jedem Geschäftsbereich über die nötigen Strategien und Strukturen, und ich bin zuversichtlich, dass wir unsere Ziele erreichen werden.“

Kontakte

für Investoren und Finanzanalysten:

Dr. Ralph Schmitz-Dräger, CFO
Barry Callebaut AG
Tel. +41 1 388 61 42
Fax +41 1 388 61 53

für Medien:

Gaby Tschofen
Barry Callebaut AG
Tel. +41 1 388 61 60
Fax +41 1 388 61 53

Medienkonferenz der Barry Callebaut AG

Datum: Dienstag, 12. November 2002
Zeit: 09.30-10.30 Uhr
Ort: Widder Hotel, Widder-Saal, Rennweg 7, 8001 Zürich/Schweiz

Investorenkonferenz der Barry Callebaut AG

Datum: Dienstag, 12. November 2002
Zeit: 12.00-13.00 Uhr
Ort: Widder-Hotel, Widder-Saal, Rennweg 7, 8001 Zürich/Schweiz

Den **Medienvertretern aus Deutschland**, die nicht an der Medienkonferenz teilnehmen können, stehen wir für telefonische Auskünfte speziell am 12. November 2002 zwischen 15.00 und 16.00 Uhr unter Telefonnummer +41 1 388 61 60 zur Verfügung. Auch Herr James D. Forman, Sprecher des Vorstandes der Stollwerck AG, kann während dieser Zeit über die angegebene Telefonnummer erreicht werden.

Die Unterlagen der Medienkonferenz finden Sie am 12. November 2002 ab 12 Uhr auf unserer Website (www.barry-callebaut.com).

Barry Callebaut AG

Mit einem Jahresumsatz von CHF 2,6 Milliarden im Geschäftsjahr 2001/02 ist Barry Callebaut der weltweit führende Hersteller von qualitativ hochwertigen Kakao- und Schokoladeprodukten. Durch die kürzlich erfolgte Akquisition der deutschen Stollwerck-Gruppe wird sich der Jahresumsatz im Geschäftsjahr 2002/03 auf rund 3,3 Milliarden CHF erhöhen. Barry Callebaut betreibt rund 30 Produktionsstätten in 16 Ländern und beschäftigt rund 7'500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Unternehmen gliedert sich in die vier strategischen Geschäftsbereiche Kakao, Beschaffung & Risikomanagement (Cocoa, Sourcing & Risk Management), Industrielle Kunden (Food Manufacturers), Gourmet & Spezialitäten (Gourmet & Specialties) und Verbraucherprodukte (Consumer Products).

Die Kunden reichen von industriellen Verarbeitern wie den weltbekannten Markenartikelunternehmen, die aus den Produkten von Barry Callebaut Schokolade, Konfekt, Milchprodukte, Eiscreme und Frühstücksflocken herstellen, über gewerbliche Verarbeiter wie Hotellerie, Gastronomie, Chocolatiers, Confiseure oder Bäcker, bis hin zu Partnern im Einzelhandel, für welche die Barry Callebaut-Gruppe Marken-, Handelsmarken- und andere Verbraucherprodukte herstellt. Barry Callebaut bietet aber auch Dienstleistungen in den Bereichen Entwicklung, Verarbeitung, Schulung und Marketing an.

Die Holding-Gesellschaft Barry Callebaut AG ist seit Juni 1998 an der Schweizer Börse SWX Swiss Exchange kotiert (Tickersymbol BARN). Das voll liberierte Aktienkapital beträgt CHF 517 Millionen, aufgeteilt in Namenaktien mit einem Nominalwert von je 100 CHF.

www.barry-callebaut.com

Kennzahlen

in CHF		2001/02 Veränderung exkl. Stollwerck (1)	2001/02 exkl. Stollwerck (1)	2001/02	2000/01	1999/00
Verkaufserlös	Mio.CHF	+3%	2,621.8	2,621.8	2,548.6	2,410.4
Verkaufsmenge	Tonnen	-3%	760,680	760,680	787,302	752,040
EBITDA (2)	Mio.CHF	+1%	267.8	187.8	266.2	240.3
Betriebsgewinn (EBIT) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio.CHF	+3% +7%	173.2	93.2	168.0	148.7
Konzerngewinn (PAT) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio.CHF	+5% +6%	101.6	21.1	97.1	90.0
Cash flow (3)	Mio.CHF	+0%	196.2	115.7	195.3	181.6
Bilanzsumme	Mio.CHF	+4%	2,131.9	2,651.6	2,049.2	2,218.9
Umlaufvermögen, netto	Mio.CHF	+14%	871.4	781.0	765.9	894.3
Anlagevermögen	Mio.CHF	-6%	775.4	1,070.6	823.1	894.0
Nettoverschuldung	Mio.CHF	+1%	797.7	960.1	786.2	1,029.2
Eigenkapital	Mio.CHF	+6%	736.4	693.5	697.4	648.8
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) (4)	%	+10%	15.3%	---	14.0%	13.5%
Eigenkapitalrendite (ROE)	%	-1%	13.8%	---	13.9%	13.9%
EBIT pro Tonne <i>in lokalen Währungen</i>	CHF	+7% +11%	227.7	---	213.4	197.8
Verschuldungsgrad	%	-4%	108.3%	138.4%	112.7%	158.6%
EBIT pro Aktie	CHF	+3%	33.5	18.0	32.5	28.8
Konzerngewinn pro Aktie	CHF	+5%	19.6	4.1	18.8	17.4
Dividende pro Aktie (5)	CHF	+3%	6.9	6.9	6.7	6.5
Mitarbeitende		+0%	4,926	7,583	4,911	5,158

- 1) Da die Stollwerck-Akquisition erst am 5. August 2002 abgeschlossen wurde, wurden die Kennzahlen per 31. August 2002 auf Grund einer Proforma-Bilanz und eines normalisierten Ergebnisses aufbereitet. In der Proforma-Bilanz wurden die Auswirkungen der Akquisition der Stollwerck-Gruppe eliminiert, und das normalisierte Ergebnis schliesst die Rückstellung für Restrukturierungskosten (80 Mio. CHF) und Finanzierungskosten (0,5 Mio. CHF) aus, beides im Zusammenhang mit der Akquisition der Stollwerck-Gruppe.
- 2) EBIT + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf Goodwill und anderes immaterielles Anlagevermögen
- 3) Konzerngewinn + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf Goodwill und anderes immaterielles Anlagevermögen
- 4) EBITA / Durchschnitt (eingesetztes Kapital – Goodwill)
- 5) Basierend auf einem Dividendenvorschlag von CHF 6.90 für 2001/02.
- 6) Barry Callebaut ist eine Gesellschaft nach schweizerischem Recht; die Rechnungslegung erfolgt in Schweizer Franken (CHF). Zwecks leichter Lesbarkeit wurden ausgewählte Finanzdaten in Euro (EUR) zum Kurs von CHF 1.471 gegenüber EUR 1 für 2001/02 und CHF 1.517 gegenüber EUR 1 für 2000/01 und 1999/00 sowie in US-Dollar (USD) zum Kurs von CHF 1.500 gegenüber USD 1 für 2001/02 und CHF 1.655 gegenüber 1 USD für 2000/01 und 1999/00 umgerechnet. Die verwendeten Umrechnungskurse entsprechen den Schlusskursen am 31. August 2002 für 2001/02 resp. am 31. August 2001 für 2000/01 und 1999/00.

in EUR (6)		2001/02 Veränderung exkl. Stollwerck (1)	2001/02 exkl. Stollwerck (1)	2001/02	2000/01	1999/00
Verkaufserlös	Mio.EUR	+6%	1,782.4	1,782.4	1,680.2	1,589.1
EBITDA (2)	Mio.EUR	+4%	182.1	127.7	175.5	158.5
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio.EUR	+6%	117.7	63.3	110.7	98.1
Konzerngewinn (PAT)	Mio.EUR	+8%	69.1	14.4	64.0	59.4
Cash flow (3)	Mio.EUR	+4%	133.4	78.7	128.7	119.7
Bilanzsumme	Mio.EUR	+7%	1,449.3	1,802.6	1,351.0	1,462.9
Umlaufvermögen, netto	Mio.EUR	+17%	592.4	530.9	505.0	589.6
Anlagevermögen	Mio.EUR	-3%	527.1	727.8	542.6	589.4
Nettoverschuldung	Mio.EUR	+5%	542.3	652.7	518.3	678.5
Eigenkapital	Mio.EUR	+9%	500.6	471.5	459.8	427.8

in USD (6)		2001/02 Veränderung exkl. Stollwerck (1)	2001/02 exkl. Stollwerck (1)	2001/02	2000/01	1999/00
Verkaufserlös	Mio.USD	+13%	1,747.5	1,747.5	1,540.2	1,456.7
EBITDA (2)	Mio.USD	+11%	178.5	125.2	160.9	145.2
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio.USD	+14%	115.4	62.1	101.5	89.9
Konzerngewinn (PAT)	Mio.USD	+15%	67.7	14.1	58.7	54.4
Cash flow (3)	Mio.USD	+11%	130.8	77.1	118.0	109.8
Bilanzsumme	Mio.USD	+15%	1,421.0	1,767.4	1,238.4	1,340.9
Umlaufvermögen, netto	Mio.USD	+25%	580.8	520.6	462.9	540.5
Anlagevermögen	Mio.USD	+4%	516.8	713.6	497.4	540.3
Nettoverschuldung	Mio.USD	+12%	531.7	640.0	475.1	622.0
Eigenkapital	Mio.USD	+16%	490.8	462.2	421.4	392.1