

Medienmitteilung

Barry Callebaut AG mit stabilem Gewinn im ersten Halbjahr

- Operatives Ergebnis (EBIT) mit CHF 104,6 Millionen und Konzerngewinn mit CHF 67,2 Millionen trotz schwierigerem Umfeld auf Vorjahreshöhe
- Rückläufige Verkaufsmenge auf 411'826 Tonnen (-3%) aufgrund gezielter Reduktion des Geschäfts mit Halbfertigprodukten für Drittkunden
- Geringerer Verkaufserlös von CHF 1'322,3 Millionen (-9,5%) wegen tieferer Volumina, Fremdwährungseinflüssen und bis im November 2001 tiefen Kakaopreisen

Zürich/Schweiz, 9. April 2002 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladeprodukten, hat in der ersten Hälfte des laufenden Geschäftsjahres 2001/02 (September 2001 bis Februar 2002) die Verkäufe von Kakao- und Halbfertigprodukten gezielt weiter abgebaut. Das Unternehmen folgte damit der erklärten Absicht, die Abhängigkeit gegenüber den Preisschwankungen in diesem Bereich zu reduzieren. Vor allem dadurch, aber auch aufgrund einer flachen Entwicklung im Industriekundengeschäft sowie einem Rückgang im Bereich Vending Mix, verzeichnete die Verkaufsmenge einen Rückgang um 3% auf 411'826 Tonnen (Vorjahr: 425'325 Tonnen).

Der Verkaufserlös reduzierte sich um 9,5% auf CHF 1'322,3 Millionen (Vorjahr: CHF 1'460,9 Millionen), wozu die tieferen Verkaufsvolumina mit -3,2%, die Fremdwährungseinflüsse mit -2,9% und die im ersten Halbjahr noch tiefen Kakaopreise mit -3,4% gleichermassen beigetragen haben. Die seit Anfang Dezember 2001 massiv gestiegenen Kakaopreise werden sich erst in den Auslieferungen ab Sommer 2002 in den Zahlen niederschlagen.

Der Betriebsgewinn EBIT konnte dank konsequentem Kostenmanagement und Margenoptimierungen mit CHF 104,6 Millionen auf dem hohen Vorjahresniveau (CHF 104,1 Millionen) gehalten werden. Auch der Konzerngewinn blieb mit CHF 67,2 Millionen stabil (Vorjahr: CHF 67,0 Millionen). Das Eigenkapital stieg um 8,3% auf CHF 730.2 Millionen (Vorjahr: CHF 674.5 Millionen).

Entwicklung der Geschäftsbereiche

Der Bereich **Food Manufacturers (Schokolade für industrielle Kunden)** steigerte das Verkaufsvolumen analog zum Gesamtmarkt um 1% auf 256'293 Tonnen. Der Umsatz sank um 5% auf CHF 725,4 Millionen. Das konsequente Kostenmanagement in diesem Bereich wird im verbleibenden Geschäftsjahr weiter verstärkt.

Der Geschäftsbereich **Food Service (Gourmet & Spezialitäten)**, der Spezialprodukte für gewerbliche Anwender wie Chocolatiers, Confiseure, Hotels und Restaurants sowie Verbraucherprodukte in ausgewählten Nischen anbietet, verzeichnete einen Rückgang des abgesetzten Volumens um 8,6% auf 86'419 Tonnen und einen Umsatzrückgang um 5% auf CHF 376,5 Millionen. Bereinigt um den Verkauf der Gummibear Factory per 1.10.2000 betrug der Volumenrückgang 4,6% und der Umsatzrückgang 1,7%. Die Hauptgründe dafür waren Produktionsprobleme eines Zulieferanten im Bereich Vending Mix, dessen Verkäufe um 31% auf CHF 31,7 Millionen sanken, sowie die weltweite Tourismuskrisis im 4. Quartal 2001 als Folge der Ereignisse vom 11. September. Obwohl die Produktionsprobleme in der Zwischenzeit gelöst werden konnten, geht Barry Callebaut davon aus, dass sich der Volumenrückgang der ersten sechs Monate bis zum Ende des Geschäftsjahres 2001/02 nicht mehr vollumfänglich auffangen lässt. Ohne diesen Sondereffekt hätte der Geschäftsbereich Food Service trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen den

Umsatz auf Vorjahreshöhe gehalten.

Im durch Volatilität geprägten Geschäftsbereich **Risk Management, Sourcing & Semi-Finished Products (Kakao & Beschaffung)** wurden die Verkäufe an Drittkunden gezielt um deutliche 11% reduziert. Sie erreichten noch 69'114 Tonnen resp. einen Umsatz von CHF 220,4 Millionen (Vorjahr: 77'713 Tonnen resp. CHF 301,1 Millionen Umsatz). Die Verkäufe an Drittkunden sollen weiter reduziert werden. Das wird auch eine Anpassung der Produktionskapazitäten bedingen.

Regionale Marktentwicklung

In der ersten Hälfte des aktuellen Geschäftsjahres hat sich die weltweit abgekühlte Konjunktur in einem verhaltenen Ostergeschäft niedergeschlagen. Dies sowie die Reduktion des Geschäfts mit Halbfertigprodukten hat zu rückläufigen Verkäufen geführt.

In **Westeuropa** sank das Verkaufsvolumen um 4,5% auf 256'500 von insgesamt 411'826 Tonnen (62% des Totals). Westeuropa bleibt der wichtigste Absatzmarkt von Barry Callebaut. Das Werk Drongen in Belgien wurde plangemäss per Ende 2001 geschlossen. In **Osteuropa** (4% des Totals) stieg die verkaufte Menge um 5%.

Das in **Amerika** (Nord- und Südamerika) erzielte Verkaufsvolumen ging um 1% zurück. Der Anteil des amerikanischen Kontinents am Gesamtvolumen betrug 26% oder 106'778 Tonnen.

Die im Raum **Asien/Pazifik** abgesetzte Menge nahm um 8% ab. Der Anteil am Gesamtumsatz stellte sich auf 3% oder 13'380 Tonnen.

Afrika und Naher/Mittlerer Osten stagnierten. Die Region trug in der Berichtsperiode 5% oder 17'988 Tonnen zum Gesamtvolumen bei.

Ausblick

Die konjunkturelle Entwicklung schätzt Barry Callebaut auch im zweiten Halbjahr als verhalten ein. Aufgrund der Leistungen im ersten Halbjahr und in Erwartung einer ähnlichen Entwicklung im zweiten Semester rechnet Barry Callebaut für das Geschäftsjahr 2001/02 mit einem Gesamtergebnis in Vorjahreshöhe.

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

Barry Callebaut:

Mit einem Jahresumsatz von 2,5 Milliarden CHF im Geschäftsjahr 2000/01 ist Barry Callebaut der weltweit führende Hersteller von qualitativ hochwertigen Kakao- und Schokoladeprodukten. Das Unternehmen verarbeitet 14% der weltweiten Kakaoernte, betreibt 24 Produktionsstätten in 17 Ländern und beschäftigt rund 5'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Es gliedert sich in die vier strategischen Geschäftsfelder Risk Management, Sourcing & Semi-Finished Products (Kakao & Beschaffung), Food Manufacturers (Schokolade für industrielle Kunden), Food Service (Gourmet & Spezialitäten) und Consumer Products (Verbraucherprodukte) in ausgewählten Märkten und Distributionskanälen.

Die Kunden reichen von industriellen Verarbeitern wie den weltbekannten Markenartikelunternehmen, die aus den Produkten von Barry Callebaut Schokolade, Konfekt, Milchprodukte, Eiscreme und Frühstücksflocken herstellen, bis zu gewerblichen Verarbeitern wie Hotellerie, Gastronomie, Chocolatiers, Confiseure oder Bäcker. 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.

Am 28. Februar 2002, dem Ende des ersten Semesters des Geschäftsjahres 2001/02, betrug die Börsenkapitalisierung CHF 820'737'500. Das Geschäftsjahr 2001/02 endet am 31. August 2002.

Kennzahlen

in CHF		Veränderung in %	6 Monate per 28.2.2002	6 Monate per 28.2.2001
Finanz-Eckwerte				
Verkaufsmenge	Tonnen	-3.2%	411,826	425,325*
Verkaufserlös	Mio. CHF	-9.5%	1,322.3	1,460.9*
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	0.5%	104.6	104.1
Konzerngewinn (PAT)	Mio. CHF	0.3%	67.2	67.0
Verkaufsvolumen				
Verkaufsvolumen nach Geschäftsbereichen				
• Kakaoprodukte	Tonnen	-11.1%	69,114	77,713
• Schokoladeprodukte	Tonnen	1.3%	256,293	253,023
• Gourmet & Spezialitäten	Tonnen	-4.6%	86,419	94,589*
Verkaufsvolumen nach Regionen				
• Westeuropa	Tonnen	-4.5%	256,500	268,628
• Osteuropa	Tonnen	4.6%	17,180	16,423
• Nord- und Lateinamerika	Tonnen	-0.8%	106,778	107,662
• Asien / Pazifik	Tonnen	-8.0%	13,380	14,542
• Afrika und Nahe Osten	Tonnen	-0.4%	17,988	18,070
Verkaufserlös				
Verkaufserlös nach Geschäftsbereichen				
• Kakaoprodukte	Mio. CHF	-26.8%	220.4	301.1
• Schokoladeprodukte	Mio. CHF	-5.0%	725.4	763.6
• Gourmet & Spezialitäten	Mio. CHF	-1.7%	376.5	396.2*
Bilanz				
Bilanzsumme	Mio. CHF	0.3%	2,181.9	2,174.8
Umlaufvermögen, netto	Mio. CHF	1.5%	899.1	886.0
Anlagevermögen	Mio. CHF	-3.4%	808.2	836.8
Nettoverschuldung	Mio. CHF	-2.1%	872.4	890.8
Eigenkapital	Mio. CHF	8.3%	730.2	674.5
Mitarbeitende		0.4%	4,759	4,739

*Adjustiert um den Verkauf der Gummibear Factory per 1.10.2000 hätte der Verkaufserlös per 28.2.2001 CHF 1,447.7 Millionen und das Verkaufsvolumen 421,352 Tonnen betragen.

in EURO		Veränderung in %	6 Monate per 28.2.2002	6 Monate per 28.2.2001
Verkaufserlös	Mio. EUR	-9.5%	895.6	989.5
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. EUR	0.5%	70.8	70.5
Konzerngewinn (PAT)	Mio. EUR	0.3%	45.5	45.4
Bilanzsumme	Mio. EUR	0.3%	1,477.9	1,473.0
Umlaufvermögen, netto	Mio. EUR	1.5%	609.0	600.1
Anlagevermögen	Mio. EUR	-3.4%	547.4	566.8
Nettoverschuldung	Mio. EUR	-2.1%	590.9	603.4
Eigenkapital	Mio. EUR	8.3%	494.6	456.9
in USD		Veränderung in %	6 Monate per 28.2.2002	6 Monate per 28.2.2001
Verkaufserlös	Mio. USD	-9.5%	775.4	856.6
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. USD	0.5%	61.3	61.0
Konzerngewinn (PAT)	Mio. USD	0.3%	39.4	39.3
Bilanzsumme	Mio. USD	0.3%	1,279.4	1,275.2
Umlaufvermögen, netto	Mio. USD	1.5%	527.2	519.5
Anlagevermögen	Mio. USD	-3.4%	473.9	490.7
Nettoverschuldung	Mio. USD	-2.1%	511.6	522.3
Eigenkapital	Mio. USD	8.3%	428.2	395.5

(Ungeprüfter Pro-forma Finanzstatus)

Barry Callebaut ist eine Gesellschaft nach schweizerischem Recht; die Rechnungslegung erfolgt in Schweizer Franken (CHF). Zwecks leichter Lesbarkeit wurden einige Finanzdaten von Schweizer Franken in US-Dollar (USD) zum Kurs von CHF 1.7054 gegenüber USD 1 bzw. von Schweizer Franken in Euro (EUR) zum Kurs von CHF 1.4764 gegenüber EUR 1 umgerechnet (Schlusskurse per 28.2.2002).