



Medienmitteilung

Barry Callebaut publiziert Ergebnisse für das erste Quartal 2005/06: **Guter Start ins neue Geschäftsjahr**

- **Anstieg der Verkaufsmenge um 2,0% auf 299'417 Tonnen**
- **Umsatzanstieg um 3,8% auf CHF 1'198,5 Millionen**
- **Erneut starkes Wachstum in den Geschäftsbereichen Industrielle Kunden und Gourmet & Spezialitäten**
- **Deutlicher Anstieg des Betriebsgewinns (EBIT) um 14,7% auf CHF 100,1 Millionen**
- **Zuwachs des Konzerngewinns (PAT) um 15,8% auf CHF 63,9 Millionen**
- **Bestätigung der Finanzziele für die nächsten drei Jahre**

Zürich/Schweiz, 11. Januar 2006 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten, gab heute die Ergebnisse für das am 30. November 2005 abgelaufene erste Quartal des Geschäftsjahres 2005/06 bekannt. Die Verkaufsmenge stieg organisch um 2% auf fast 300'000 Tonnen. Bedingt durch höhere Verkaufsmengen, leicht höhere Kakaobohnenpreise, einen besseren Produktmix im Bereich Verbraucherprodukte und positive Währungseffekte stieg der Umsatz stärker als das Verkaufsvolumen, nämlich um 3,8% auf CHF 1,2 Mrd. Der Umsatz im Kakaogeschäft wurde durch die deutlich tieferen Kakaopulver-Ratios beeinflusst wie erwartet. Im Bereich Verbraucherprodukte Europa wurden unprofitable Volumen im Laufe des Jahres 2005 bewusst aufgegeben, was sich auf das erste Quartal des laufenden Geschäftsjahres ausgewirkt hat. Der Betriebsgewinn (EBIT), der ab dem laufenden Geschäftsjahr wiederum als Hauptindikator für die operative Performance dient, stieg um 14,7% und überschritt mit CHF 100,1 Mio. (Vorjahr: CHF 87,3 Mio.) die CHF 100-Millionen-Marke. Der EBIT pro Tonne lag bei CHF 334,3, was einem Anstieg um 12,4%, gegenüber der Vorjahresperiode entspricht. Als Folge der im August 2005 vorgenommenen Refinanzierung konnten die Finanzierungskosten um 2,4% gesenkt werden. Der Konzerngewinn stieg um 15,8% auf CHF 63,9 Mio. (Vergleichsperiode: CHF 55,2 Mio.).

Dazu Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut: "In unserem saisonal geprägten Geschäft ist das erste Quartal vor Weihnachten in der Regel das stärkste. Dieses Jahr hatten wir einen besonders guten Start ins neue Geschäftsjahr, dies dank des soliden Wachstums im Geschäft mit industriellen und gewerblichen Kunden und des positiven Beitrags unseres europäischen Verbrauchergeschäfts zum Betriebsgewinn (EBIT). Damit bestätigt sich der Aufwärtstrend im Verbrauchergeschäft Europa. Gründe für diese Erholung, trotz der bewussten Volumenreduktion im Vorjahr und der Auswirkungen der historisch hohen Haselnusspreise, sind ein besserer Produktmix und bessere Verkaufspreise. Die Volumenreduktion und die Haselnusspreise werden sich auch noch auf die Ergebnisse des zweiten Quartals auswirken."

Geschäftsentwicklung der drei Monate des Geschäftsjahres 2005/06 im Überblick

Die **Verkaufsmenge** stieg um 2,0% von zuvor 293'620 Tonnen auf 299'417 Tonnen. Dieser Anstieg basiert vollständig auf organischem Wachstum.



Medienmitteilung

Der **Umsatz** stieg um 3,8% auf CHF 1'198,5 Mio. (Vergleichsperiode: CHF 1'154,8 Mio.). Dies ist auf höhere Verkaufsmengen, positive Währungseffekte und leicht tiefere Preise für Kakaobohnen zurückzuführen.

Der **Betriebsgewinn (EBIT)** belief sich auf CHF 100,1 Mio. und lag damit um 14,7% über den CHF 87,3 Mio. für die Vorjahresperiode. Alle Geschäftsbereiche haben zu diesem starken Anstieg des Betriebsgewinns beigetragen. In absoluten Zahlen jedoch war der stärkste Anstieg in den Bereichen Gourmet & Spezialitäten und Industrielle Kunden zu verzeichnen.

Der **Finanzaufwand (netto)** ging im Vergleich zum Vorjahr (CHF 20,7 Mio.) um 2,4% auf CHF 20,2 Mio. zurück. Dieser Rückgang war bedingt durch tiefere durchschnittliche Zinsen im Vergleich zur Vorjahresperiode.

Die **Steuern** erhöhten sich von CHF 11,5 Mio. auf CHF 15,9 Mio. Dieser Anstieg ist vor allem auf den höheren Vorsteuergewinn zurückzuführen. Der durchschnittliche Steuersatz der Gruppe erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von 17,3% auf 19,9%.

Der **Konzerngewinn (PAT)** nahm im Berichtszeitraum um 15,8% auf CHF 63,9 Mio. zu. (Vorjahresperiode: CHF 55,2 Mio.).

Das **Eigenkapital** stieg um 11% auf CHF 929,3 Mio. per 30. November 2005, verglichen mit CHF 836,7 Mio. per 31. August 2005, dem Ende des vorausgegangenen Geschäftsjahres. Dieser deutliche Anstieg war das Ergebnis eines hohen Konzerngewinns in der Berichtsperiode, positiver Währungseffekte und positiver Fair Value-Anpassungen in Bezug auf die als Cashflow-Absicherungen ausgestalteten Finanzinstrumente.

Entwicklung der Geschäftsegmente in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2005/06 im Überblick

Segment Industriegeschäft

Das Segment Industriegeschäft konzentriert sich auf den Verkauf von Kakao- und Schokoladenprodukten an die Nahrungsmittelindustrie und an Konsumgüterhersteller weltweit.

Die Verkaufsmenge belief sich im Berichtszeitraum auf 199'147 Tonnen. Das entspricht einem organischen Volumenwachstum von 7,8% gegenüber 184'733 Tonnen im Vorjahr.

- Die Menge der an Drittkunden abgesetzten Kakaoprodukte sank um 2,1% auf 32'918 Tonnen (33'639 Tonnen im Vorjahreszeitraum). Hauptursache für diesen Rückgang war der tiefere Umsatz bei Kakaobutter und Liquor aufgrund des gestiegenen Eigenbedarfs von Barry Callebaut als Folge der höheren Verkäufe von Schokoladenprodukten.
- Die Verkaufsmenge im Geschäftsbereich Industrielle Kunden stieg um 10% von zuvor 151'094 Tonnen auf 166'229 Tonnen, was auf eine Kombination von verstärktem Outsourcing und Marktanteils gewinnen in Schlüsselmärkten zurückzuführen ist.

Der im Industriegeschäft verzeichnete Umsatz legte um 6,5% auf CHF 639,2 Mio. zu (Vorjahr: CHF 600,2 Mio.).

- Im Kakaogeschäft ging der Umsatz um 18,3% von CHF 137,1 Mio. auf CHF 112,0 Mio. zurück. Dieser deutliche Umsatzrückgang ist vor allem bedingt durch erheblich tiefere



Medienmitteilung

Kakaopulver-Ratios, die nur teilweise durch positive Währungseffekte und leicht höhere Kakaobohnenpreise kompensiert wurden. In diesem Zusammenhang ist daran zu erinnern, dass Barry Callebaut vor allem Kakaopulver an Drittkunden verkauft, während die Kakaobutter vorwiegend für die eigene Produktion verwendet wird. Da die Combined Ratio stabil blieb, wirkte sich der Rückgang der Kakaopulver-Ratios nicht negativ auf den Betriebsgewinn des Geschäftsbereichs aus.

- Der im Bereich Industrielle Kunden verzeichnete Umsatz stieg um 13,8% auf CHF 527,2 Mio. (Vorjahr: CHF 463,1 Mio.). Unter Ausklammerung der positiven Wechselkurs- und Kakaobohnenpreiseffekte lag das organische Umsatzwachstum bei etwa 10,4%. Dieser Anstieg ist vollumfänglich auf das Volumenwachstum zurückzuführen.

Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft

Das Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft bedient eine breite Kundenpalette von lokalen gewerblichen Anwendern bis hin zu global tätigen Einzelhandelskonzernen. Ab dem laufenden Geschäftsjahr werden die Zahlen für das Verbrauchergeschäft Afrika nicht mehr unter dem Bereich Gourmet & Spezialitäten, sondern unter dem Bereich Verbraucherprodukte rapportiert. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

Der Umsatz stieg um 0,8% von CHF 554,6 Mio. auf CHF 559,3 Mio.

- Der Verkaufserlös im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten stieg im Vergleich zum Vorjahr (CHF 144,0 Mio.) um 9,2% auf CHF 157,4 Mio. Unter Ausklammerung positiver Währungseffekte stieg der Umsatz in diesem Geschäftsbereich organisch um 7,6%.
- Der Umsatz bei den Verbraucherprodukten sank um 2,1% auf CHF 401,9 Mio. (Vorjahr: CHF 410,6 Mio.). Der Rückgang ist vor allem auf die bewusst gestoppten, unrentablen Verträge im Handelsmarkengeschäft zurückzuführen. Das afrikanische Verbrauchergeschäft zeigte in jüngster Zeit erste Anzeichen der Erholung.

Die beschleunigte Implementation des Restrukturierungsprogramms im Geschäftsbereich Verbraucherprodukte Europa, wie im Juli 2005 angekündigt, kommt plangemäss voran. Die verbesserte Performance ist auf Fortschritte zurückzuführen, die beim Produktemix und bei den Verkaufspreisen erzielt worden sind. Damit werden die negativen Auswirkungen der weiterhin überdurchschnittlich hohen Haselnusspreise kompensiert. Weitere Anzeichen einer Erholung sind viel versprechende neue Verträge, darunter solche im Bereich der Co-Produktion von Endprodukten für Markenartikelhersteller. Die erste Phase der Integration des Bereichs Verbraucherprodukte Europa in die gruppenweite SAP-Plattform wurde erfolgreich abgeschlossen. Die zweite Phase – Integration aller administrativen Prozesse – ist für die erste Hälfte des Kalenderjahrs 2006 vorgesehen und die dritte Phase für den Herbst des Jahres.

Ausblick

"Wir hatten ein gutes Weihnachtsgeschäft, die Auftragsbücher für die kommende Ostersaison bei den Industriellen Kunden sowie im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten sehen erfreulich aus, und die positiven Signale aus dem europäischen Verbrauchergeschäft, die wir im vierten Quartal des vergangenen Geschäftsjahres beobachten konnten, haben sich im ersten Quartal des neuen Jahres fortgesetzt. Daher – und obwohl wir erst am Anfang des Geschäftsjahres stehen – bestätigen wir die früher kommunizierten Finanzziele für den



Medienmitteilung

Dreijahreszeitraum von 2004/05 bis 2006/07, das heisst im Durchschnitt 3%-5% organisches Umsatzwachstum, ein EBIT-Wachstum von ca. 10% und ein PAT-Wachstum von 12-15%. Dies natürlich vorbehaltlich grösserer unvorhersehbarer Ereignisse."

* * *

Barry Callebaut (www.barry-callebaut.com):

Mit einem Jahresumsatz von über CHF 4 Mrd. für das Geschäftsjahr 2004/05 ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut der weltweit grösste Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladeprodukten sowie Süswaren – von der Kakaobohne bis zum fertigen Produkt im Verkaufsregal. Barry Callebaut unterhält über 30 Produktionsstandorte in 24 Ländern und beschäftigt mehr als 8'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Unternehmen steht im Dienst der gesamten Lebensmittelbranche – von industriellen Nahrungsmittelherstellern über gewerbliche Anwender von Schokolade wie Chocolatiers, Confiseure oder Bäcker bis hin zu den internationalen Einzelhandelskonzernen. Barry Callebaut bietet auch umfassende Dienstleistungen in den Bereichen Produktentwicklung, Verarbeitung, Schulung und Marketing an.

Die Halbjahresergebnisse 2005/06 werden am 10. April 2006 veröffentlicht (Medienmitteilung, Aktionärsbrief, Analysten-/Pressekonferenz in Zürich)

* * *

Kontakte

für Investoren und Finanzanalysten:

Dieter A. Enkelmann, CFO
Barry Callebaut AG
Tel.: +41 43 204 04 20
dieter_enkelmann@barry-callebaut.com

für die Medien:

Gaby Tschofen
Barry Callebaut AG
Tel.: +41 43 204 04 60
gaby_tschofen@barry-callebaut.com

* * *



Medienmitteilung

Pressekonferenz für Analysten, institutionelle Anleger und Journalisten:

Datum: **Mittwoch, 11. Januar 2006**
Uhrzeit: **09:00 (CET) / 08:00 (GMT)**

Die Konferenzsprache ist Englisch. Fragen können in Deutsch und Französisch gestellt werden.

Die Konferenz kann per Telefon oder Audio-Webcast mitverfolgt werden.

Wählen Sie bitte +41 91 610 5600 (für Anrufe aus Europa)
+44 207 107 0611 (für Anrufe aus Grossbritannien)
+1 (1) 866 291 4166 (für Anrufe aus den USA)

Bitte geben Sie Ihren Namen und den Namen Ihrer Firma oder Ihrer Zeitung an.

Für die Teilnahme am Live Audio-Webcast-Streaming folgen Sie bitte dem Link auf unserer Homepage (www.barry-callebaut.com). Sie sollten sich 10 Minuten vor Beginn einloggen und Ihre Daten registrieren lassen. Möglicherweise kommt es zu einer leichten Verzögerung zwischen dem akustischen Signal und dem Slide-Wechsel. Sie können eine Kopie der Präsentation von unserer Webseite downloaden.

Eine Aufzeichnung der Konferenz steht Ihnen 1 Stunde nach der Konferenz für 72 Stunden zur Verfügung unter der Nummer **+41 91 612 4330** (Europa), **+1 (1) 866 416 2558** (USA) und **+44 207 108 6233** (Grossbritannien) – **Code '116'** (mit Zeichen # bestätigen).

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Susanne Düggelin
(Tel.: +41 43 204 04 62 oder E-Mail: susanne_dueggelin@barry-callebaut.com).



Medienmitteilung

Kennzahlen der Barry Callebaut (ungeprüft)

| in CHF | | Veränderung (in %) | 3 Monate bis 30. Nov. 2005 | 3 Monate bis 30. Nov. 2004 |
|------------------------------------|----------|-----------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Erfolgsrechnung | | | | |
| Umsatz | Mio. CHF | 3.8 | 1,198.5 | 1,154.8 |
| <i>in lokaler Währung</i> | | <i>1.5</i> | <i>1,172.2</i> | |
| Verkaufsmenge | Tonnen | 2.0 | 299,417 | 293,620 |
| Betriebsgewinn (EBIT) | Mio. CHF | 14.7 | 100.1 | 87.3 |
| <i>in lokaler Währung</i> | | <i>12.8</i> | <i>98.5</i> | |
| EBIT pro Tonne | CHF | 12.4 | 334.3 | 297.3 |
| <i>in lokaler Währung</i> | | <i>10.6</i> | <i>328.8</i> | |
| Konzerngewinn (PAT) | Mio. CHF | 15.8 | 63.9 | 55.2 |
| <i>in lokaler Währung</i> | | <i>14.5</i> | <i>63.2</i> | |
| Cashflow (1) | Mio. CHF | 10.3 | 92.0 | 83.4 |
| | | | | |
| Aktien | | | | |
| EBIT pro Aktie | CHF | 14.6 | 19.36 | 16.89 |
| Gewinn pro Aktie (unverwässert) | CHF | 15.7 | 12.36 | 10.68 |
| Gewinn pro Aktie (verwässert) | CHF | 15.7 | 12.36 | 10.68 |
| | | | | |
| Bilanz | | | 30. Nov. 2005 | 31. Aug. 2005 |
| Bilanzsumme | Mio. CHF | 12.5 | 2,997.0 | 2,664.8 |
| Nettoumlaufvermögen | Mio. CHF | 31.5 | 1,092.4 | 830.8 |
| Anlagevermögen | Mio. CHF | 0.2 | 1,170.8 | 1,168.2 |
| Nettoverschuldung | Mio. CHF | 18.0 | 1,125.3 | 953.5 |
| Eigenkapital | Mio. CHF | 11.1 | 929.3 | 836.7 |
| | | | | |
| Übrige | | | | |
| Mitarbeitende | | 1.4 | 8,661 | 8,542 |

- 1) Konzerngewinn + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf Goodwill und anderes immaterielles Anlagevermögen



Medienmitteilung

Kennzahlen nach Geschäftssegment (ungeprüft)

| in CHF | | Veränderung (in %) | 3 Monate bis 30. Nov. 2005 | 3 Monate bis 30. Nov. 2004 |
|--|----------|-----------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Industriegeschäft | | | | |
| Umsatz | Mio. CHF | 6.5 | 639.2 | 600.2 |
| - Kakao | Mio. CHF | -18.3 | 112.0 | 137.1 |
| - Industrielle Kunden | Mio. CHF | 13.8 | 527.2 | 463.1 |
| Verkaufsmenge | Tonnen | 7.8 | 199,147 | 184,733 |
| - Kakao | Tonnen | -2.1 | 32,918 | 33,639 |
| - Industrielle Kunden | Tonnen | 10.0 | 166,229 | 151,094 |
| Gewerbliche Kunden/ Verbrauchergeschäft (2) | | | | |
| Umsatz | Mio. CHF | 0.8 | 559.3 | 554.6 |
| - Gourmet & Spezialitäten | Mio. CHF | 9.2 | 157.4 | 144.0 |
| - Verbraucherprodukte | CHF m | -2.1 | 401.9 | 410.6 |

- 2) Ab dem laufenden Geschäftsjahr wird das Verbrauchergeschäft Afrika nicht mehr unter dem Bereich Gourmet & Spezialitäten, sondern unter dem Bereich Verbraucherprodukte rapportiert. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.