



Medienmitteilung

Barry Callebaut publiziert Ergebnisse für das erste Halbjahr 2006/07:

Dynamisches Wachstum fortgesetzt

- **Anstieg der Verkaufsmenge um 6,3% auf 588'125 Tonnen**
- **Anstieg des Betriebsgewinns (EBIT) um 7,3% auf CHF 190,0 Millionen**
- **Anstieg des Konzerngewinns (PAT) um 11,1% auf CHF 125,2 Millionen**
- **Bestätigung der 3-Jahres-Finanzziele für den Zeitraum 2005/06 bis 2007/08**
- **Nordamerikanisches Verbrauchergeschäft unter Überprüfung**
- **Outsourcing- und Liefervereinbarung mit Nestlé im Plan**

Zürich/Schweiz, 3. April 2007 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten, gab heute die Ergebnisse für das am 28. Februar 2007 abgelaufene erste Semester des Geschäftsjahres 2006/07 bekannt. Die Verkaufsmenge wuchs doppelt so schnell wie der globale Schokoladenmarkt und stieg im ersten Semester des laufenden Geschäftsjahres um 6,3% auf 588'125 Tonnen. Der Umsatz¹ stieg um 4,1 % auf CHF 2'307,2 Mio., während der Betriebsgewinn (EBIT) um 7,3% auf CHF 190,0 Mio. zulegte. Der EBIT-Anstieg wurde trotz der wie früher angekündigten gesunkenen Combined (Kakao-)Ratio² erzielt, was den Betriebsgewinn im Bereich Kakao mit etwa CHF 10 Mio. belastete. Der Geschäftsbereich Verbraucherprodukte Nordamerika, der gegenwärtig im Rahmen der strategischen Neupositionierung der Gruppe in dieser Region überprüft wird, wirkte sich ebenfalls negativ auf den EBIT aus. Diese Auswirkungen wurde durch eine gute operative Leistung der anderen Geschäftsbereiche – Industrielle Kunden, Gourmet & Spezialitäten und Verbraucherprodukte Europa – kompensiert. Der Konzerngewinn (PAT) stieg um 11,1 % auf CHF 125,2 Mio.

Dazu Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut: „Unser Geschäft mit industriellen und gewerblichen Kunden erzielte erneut ein starkes Ergebnis, und das europäische Verbrauchergeschäft entwickelt sich gut. Ich bin zufrieden mit den Ergebnissen für die ersten sechs Monate des laufenden Geschäftsjahres, insbesondere angesichts der negativen Auswirkungen der tieferen Combined (Kakao-)Ratio und einer unbefriedigenden Geschäftsentwicklung im nordamerikanischen Verbrauchergeschäft. Mit 30'000 zusätzlich verkauften Tonnen im Bereich Industrielle Kunden bestätigte sich der Outsourcing-Trend in der Schokoladenindustrie. Wir konnten uns als bevorzugter Outsourcing-Partner etablieren, was uns eine weitere Beschleunigung unseres profitablen Wachstums erlauben wird.“

Kennzahlen der Barry Callebaut-Gruppe für das erste Halbjahr 2006/07:

		<i>Veränderung (in %)</i>	<i>6 Monate bis 28. Feb. 2007</i>	<i>6 Monate bis 28. Feb. 2006</i>
<i>Verkaufsmenge</i>	<i>Tonnen</i>	6,3	588'125	553'196
<i>Umsatz (1)</i>	<i>Mio. CHF</i>	4,1	2'307,2	2'215,8
<i>Betriebsgewinn (EBIT)</i>	<i>Mio. CHF</i>	7,3	190,0	177,0
<i>EBIT pro Tonne</i>	<i>CHF</i>	1,0	323,1	320,0
<i>Konzerngewinn (PAT)</i>	<i>Mio. CHF</i>	11,1	125,2	112,7

¹ Zu Vergleichszwecken wurden die Vorjahresumsätze um ausserordentliche Kakaobohnenverkäufe bereinigt. Die ausgewiesenen Verkaufsmengen beinhalten nur verarbeitete Produkte. Daher sind physische Verkäufe von Kakaobohnen nicht im ausgewiesenen Verkaufsvolumen, aber im ausgewiesenen Umsatz enthalten.

² Kombinierte Verkaufspreise für Kakaobutter und Kakaopulver relativ zum Kakaobohnenpreis.



Medienmitteilung

Marktumfeld

Der globale Schokoladenmarkt wird auf ca. USD 74 Mrd. (etwa CHF 90 Mrd.) geschätzt und dürfte gemäss Daten von Euromonitor International im Geschäftsjahr 2006/07 um 2,9% wachsen. Das stärkste Wachstum wird für die aufstrebenden Märkte vorausgesehen, getrieben von zunehmend kaufkräftigeren Konsumenten in Ländern wie Russland und China. In Westeuropa und Nordamerika ist der Markt für Standardschokolade reif und Wachstum ist vorwiegend aus dem Premiumbereich – herkunftsreine, Bio-, gesundheitsfördernde und Fair-Trade-Schokoladen – zu erwarten. Der Markt wächst sowohl im Premium- als auch im geldwerten Bereich. Produktinnovation und Kostenführerschaft sind massgeblich für den künftigen Erfolg in der Schokoladenindustrie. Inzwischen ist eine wachsende Zahl von Nahrungsmittelherstellern dabei, ihren Schokoladenbedarf an spezialisierte Partner auszulagern. Dieser Trend dürfte sich noch verstärken, da sich immer mehr integrierte Unternehmen auf den Vertrieb und die Vermarktung konzentrieren und Industrieschokolade von Dritten zu beziehen beginnen.

Angesichts der globalen Präsenz von der Kakaobohne bis ins Verkaufsregal in allen Marktsegmenten ist Barry Callebaut einzigartig dafür positioniert, um vollumfänglich von den beschriebenen Markttrends zu profitieren. Die Innovationskraft wird es dem Unternehmen ermöglichen, mit den sich verändernden Verbraucherbedürfnissen Schritt zu halten.

Geschäftsentwicklung nach Regionen im ersten Halbjahr 2006/07 im Überblick

Region Europa

Die Region Europa, die rund zwei Drittel der Gruppenverkäufe ausmacht, verzeichnete ein Volumenwachstum von 8,3% auf 392'030 Tonnen. Der Umsatz¹ stieg um 5,7% auf CHF 1'607,8 Mio. Der Betriebsgewinn wuchs um 10,2 % auf CHF 171,1 Mio. in Europa.

Die Verbesserung der operativen Leistung der Region wurde durch ein bemerkenswertes Volumenwachstum bei den Industriellen Kunden angetrieben, was durch neue Outsourcing-Volumen bei Key Accounts in verschiedenen Ländern und durch ein solides Wachstum bei grossen und mittleren Industriekunden noch verstärkt wurde. Der Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten verzeichnete besonders gute Umsätze mit gewerblichen Kunden im Mittelmeerraum und in Osteuropa. Der Geschäftsbereich Verbraucherprodukte Europa konnte seine Profitabilität dank starker Verkäufe von Saisonprodukten, Kosteneinsparungen, Systemintegration und der Aufgabe unrentabler Verträge deutlich steigern. Die Beendigung dieser Verträge führte zu einem Volumenrückgang. Dieser Effekt dürfte sich im laufenden Geschäftsjahr verflachen.

Die geplante Vereinbarung mit Nestlé über den Erwerb der Anlagen für die Produktion von Kakaomasse und Flüssigschokolade der Schokoladenfabrik in San Sisto/Italien und einer Schokoladenfabrik in Dijon/Frankreich, zusammen mit einem langfristigen Vertrag mit Barry Callebaut für die Lieferung von 43'000 Tonnen Flüssigschokolade und die Produktion einiger Nestlé Verbraucherprodukte würden den Jahresumsatz für das Geschäftsjahr 2007/08 voraussichtlich um etwa CHF 150 Mio. erhöhen. Die Unterzeichnung der Vereinbarung wird für den Sommer 2007 erwartet.



Medienmitteilung

Region Nord- & Südamerika

In der Region Nord- & Südamerika erhöhte sich die Verkaufsmenge um 0,6% auf 155'549 Tonnen, verglichen mit 154'662 Tonnen im Vorjahr. Der Umsatz wurde durch einen Rückgang des US-Dollars gegenüber der Konsolidierungswährung Schweizer Franken und tiefere Umsätze mit Verbraucherprodukten belastet und lag bei CHF 532,8 Mio. (-4,5%). Der EBIT betrug CHF 28,1 Mio. (-8,0%). Unter Ausklammerung des Bereichs Verbraucherprodukte Nordamerika – er wird gegenwärtig einer Überprüfung unterzogen – erhöhte sich die Verkaufsmenge um 6,8%, während der Umsatz um 4,0% und der Betriebsgewinn in der Region um 18,4% zulegen konnten.

Die Leistung in den Geschäftsbereichen der Region entwickelte sich gegenläufig. Einerseits konnte der Bereich Industrielle Kunden aufgrund eines veränderten Marktansatzes und resultierender Marktanteilsgewinne ein stabiles Wachstum verzeichnen, und der Bereich Gourmet & Spezialitäten verstärkte seine Marktpräsenz durch eine Erweiterung des direkten Vertriebs. Andererseits wurde die starke Leistung dieser beiden Bereiche durch schwächere Verkäufe im Bereich Verbraucherprodukte Nordamerika kompensiert.

Region Asien & Rest der Welt

Die Region Asien & Rest der Welt erzielte einen Anstieg der Verkaufsmenge um 10,5 % auf 40'546 Tonnen. Der Umsatz¹ stieg um 21,4 % auf CHF 166,6 Mio. Der Betriebsgewinn stieg um 19,2% auf CHF 20,9 Mio., dies trotz einer schwachen Performance im afrikanischen Verbrauchergeschäft. Das afrikanische Verbrauchergeschäft besteht aus drei Einheiten in Kamerun, der Elfenbeinküste und im Senegal und gilt nicht länger als Kerngeschäft. Am 28. Februar 2007 wurde Chocosen im Senegal an das lokale Management verkauft.

Der Bereich Industrielle Kunden profitierte von Lieferungen nach China und Südafrika und konnte, ausgehend von einem tiefen Niveau, ein starkes Wachstum verzeichnen. Der Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten schnitt insbesondere im Premium-Bereich gut ab, vor allem in Japan.

Kennzahlen nach Regionen für das erste Halbjahr 2006/07:

EUROPA		Veränderung (in %)	6 Monate bis 28. Feb. 2007	6 Monate bis 28. Feb. 2006
Verkaufsmenge	Tonnen	8,3	392'030	361'825
Umsatz (1)	Mio. CHF	5,7	1'607,8	1'520,9
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	10,2	171,1	155,3

NORD- & SÜDAMERIKA		Veränderung (in %)	6 Monate bis 28. Feb. 2007	6 Monate bis 28. Feb. 2006
Verkaufsmenge	Tonnen	0,6	155,549	154,662
Umsatz	Mio. CHF	-4,5	532,8	557,7
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	-8,0	28,1	30,6

ASIEN/ REST DER WELT		Veränderung (in %)	6 Monate bis 28. Feb. 2007	6 Monate bis 28. Feb. 2006
Verkaufsmenge	Tonnen	10,5	40,546	36,709
Umsatz (1)	Mio. CHF	21,4	166,6	137,2
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	19,2	20,9	17,5



Medienmitteilung

Entwicklung der Geschäftssegmente im ersten Geschäftshalbjahr 2006/07

Segment Industriegeschäft

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

Die Verkaufsmenge lag bei 407'190 Tonnen (Vorjahresperiode: 365'679 Tonnen), was einem organischen Wachstum von 11,4% entspricht.

- Die Verkaufsmenge von Kakaoprodukten an Drittkunden belief sich auf 72'711 Tonnen. Dies entspricht einem Plus von 13,8%. Die Volumen wurden forciert, um den Margenrückgang als Folge der sich verschlechternden Combined (Kakao-)Ratio zu kompensieren.
- Die Verkaufsmenge im Geschäftsbereich Industrielle Kunden betrug 334'479 Tonnen. Dies entspricht einem Anstieg von 10,8% im Vergleich zur Vorjahresperiode. Hauptgrund für diese Entwicklung waren die erhöhten Outsourcing-Volumen bestehender und neuer Kunden.

Der im Industriegeschäft verzeichnete Umsatz¹ stieg um 9,9% auf CHF 1'300,1 Mio. (Vorjahresperiode: CHF 1'183,5 Mio.). Unter Berücksichtigung der überdurchschnittlichen Bohnenverkäufe im Vorjahreszeitraum wäre der Umsatz um 1,2% zurückgegangen.

- Der Umsatz¹ im Kakaogeschäft stieg um 8,4% auf CHF 251,6 Mio. Inklusive der vorgenannten Kakaobohnenverkäufe ging der Umsatz um 31% zurück.
- Der Geschäftsbereich Industrielle Kunden konnte den Umsatz aufgrund höherer Verkaufsmengen dank verstärkter Kundennachfrage und positiver Währungseffekte um 10,2% auf CHF 1'048,5 Mio. steigern.

Der Betriebsgewinn (EBIT) für das Industriegeschäft legte in dem am 28. Februar 2007 abgelaufenen Halbjahr um 8,5% auf CHF 118,8 Mio. zu. Diese Verbesserung erfolgte trotz der bereits erwähnten gesunkenen Combined (Kakao-) Ratio, die den Betriebsgewinn mit etwa CHF 10 Mio. belastete.

Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft

Das Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft bedient eine breite Kundenpalette von lokalen gewerblichen Verarbeitern (Chocolatiers, Confiseurs, Bäcker, Hotels, Restaurants, Caterer) bis hin zu global tätigen Einzelhandelskonzernen.

Der Umsatz ging leicht um 2,4% von CHF 1'032,3 Mio. im Vorjahreszeitraum auf CHF 1'007,1 Mio. zurück.

- Im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten stieg der Umsatz um 5,8% auf CHF 322,7 Mio.
- Der Umsatz bei den Verbraucherprodukten sank um 5,9 % auf CHF 684,4 Mio. Dieser Rückgang ist vor allem auf die Auflösung unprofitabler Verträge in Europa und durch



Medienmitteilung

den starken Wettbewerb im Süsswarengeschäft bedingte Verluste von Marktanteilen in Nordamerika zurückzuführen.

Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um 7,9% auf CHF 101,3 Mio., bedingt durch einen starken Profitabilitätsanstieg bei den Verbraucherprodukten Europa und im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten. Der EBIT wurde belastet durch CHF 3 Mio. Amortisationskosten aus der Integration des Geschäftsbereichs Europäische Verbraucherprodukte in die europäische IT-Plattform sowie durch einmalige Restrukturisierungskosten in Höhe von CHF 3,5 Mio. für den Geschäftsbereich Verbraucherprodukte Nordamerika.

Kennzahlen nach Geschäftssegmenten für das erste Halbjahr 2006/07:

INDUSTRIEGESCHÄFT		Veränderung (in %)	6 Monate bis 28. Feb. 2007	6 Monate bis 28. Feb. 2006
<i>Verkaufsmenge</i>	<i>Tonnen</i>	11,4	407'190	365'679
<i>Umsatz (1)</i>	<i>Mio. CHF</i>	9,9	1'300,1	1'183,5
<i>Betriebsgewinn (EBIT)</i>	<i>Mio. CHF</i>	8,5	118,8	109,5

GEWERBLICHE KUNDEN/ VERBRAUCHERGESCHÄFT		Veränderung (in %)	6 Monate bis 28. Feb. 2007	6 Monate bis 28. Feb. 2006
<i>Umsatz</i>	<i>Mio. CHF</i>	-2,4	1'007,1	1'032,3
<i>Betriebsgewinn (EBIT)</i>	<i>Mio. CHF</i>	7,9	101,3	93,9

Ausblick

Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut, gab folgenden Ausblick: „Die Combined (Kakao-)Ratio wird die Profitabilität unseres Unternehmens auch im zweiten Semester des laufenden Geschäftsjahres belasten. Dieser Negativeffekt wird sich jedoch bis zum nächsten Geschäftsjahr verflachen. Die Rohwarenpreise sind deutlich gestiegen, und Ostern ist dieses Jahr eine Woche früher. Doch unser Industriekundenportfolio ist gut gefüllt, und wir rechnen auch für die zweite Jahreshälfte mit einem fortgesetzt guten Volumenwachstum. Wir sind auf gutem Wege, unsere 3-Jahres-Finanzziele für den Zeitraum 2005/06 bis 2007/08* zu erreichen. Unsere interessanten neuen Outsourcing-Projekte stimmen uns zuversichtlich, dass wir diese Ziele bestätigen können; dies natürlich wie immer vorbehaltlich grösserer unvorhersehbarer Ereignisse.“

*Diese Ziele sind im Durchschnitt: jährliches Volumenwachstum von 3-5%, EBIT-Wachstum von 8-10% und PAT-Wachstum von 12-15%.

* * *

Weitere Informationen sind im “Investorenbrief” von Barry Callebaut und im Internet unter (www.barry-callebaut.com / „Investors/Documentation“) zu finden.

* * *



Medienmitteilung

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

Mit einem Jahresumsatz von über CHF 4 Mrd. für das Geschäftsjahr 2005/06 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 ist präsent in 24 Ländern, unterhält über 30 Produktionsstandorte und beschäftigt über 7'500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Unternehmen steht im Dienst der gesamten Lebensmittelbranche – von industriellen Nahrungsmittelherstellern über gewerbliche Anwender von Schokolade wie Chocolatiers, Confiseurs oder Bäcker bis hin zu den internationalen Einzelhandelskonzernen. Barry Callebaut bietet auch umfassende Dienstleistungen in den Bereichen Produktentwicklung, Verarbeitung, Schulung und Marketing an.

* * *

Kontakte

für Investoren und Finanzanalysten:

Daniela Altenpohl, Head of IR
Barry Callebaut AG
Tel.: +41 43 204 04 23
daniela_altenpohl@barry-callebaut.com

für die Medien:

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



Medienmitteilung

Analysten- und Medienkonferenz der Barry Callebaut AG

Datum: Dienstag, 3. April 2007
Zeit: 10:00 Uhr bis ca. 11:15 Uhr MEZ
Ort: Technopark, Raum "Fortran",
Technoparkstrasse 1, 8005 Zürich, Schweiz

Die Präsentationen erfolgen in englischer Sprache, Fragen können aber auch auf Deutsch und Französisch gestellt werden.

Die Konferenz kann per Telefon oder Audio-Webcast mitverfolgt werden. Für die Telefonkonferenz wählen Sie bitte:

+41 91 610 56 00 (für Anrufe aus Europa)
+44 207 107 0611 (für Anrufe aus Grossbritannien)
+1 (1) 866 291 4166 (für Anrufe aus den USA)

Sie werden dann aufgefordert, Ihren Namen und den Namen Ihrer Publikation/Firma anzugeben.

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 Folien-Wechsel. Sie können eine Kopie der Präsentation von unserer Webseite herunterladen.

Eine Aufzeichnung der Konferenz steht Ihnen ab dem 3. April 2007 (13:30 Uhr) für 72 Stunden zur Verfügung unter der Nummer **+41 91 612 43 30** (Europa), **+1 (1) 866 416 2558** (USA) und **+44 207 108 6233** (Grossbritannien) – **Code '698'** (mit Zeichen # bestätigen).

Für Fragen wenden Sie sich bitte an Susanne Düggelin (Telefon: +41 43 204 0462 oder e-mail: susanne_dueggelin@barry-callebaut.com).

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2006/07 (1. September 2006 bis 31. August 2007):

9-Monatsbericht 2006/07:	28. Juni 2007	Medienmitteilung
Jahresbericht 2006/07	6. November 2007	Medienmitteilung, Medienkonferenz und Analystenkonferenz (Zürich)
Generalversammlung:	29. November 2007	in Zürich



Medienmitteilung

Kennzahlen der Barry Callebaut (ungeprüft)

		Verände -rung (in %)	6 Monate bis 28. Feb. 2007	6 Monate bis 28. Feb. 2006
Erfolgsrechnung				
Umsatz (1) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	4,1 1,9	2'307,2 2'271,1	2'215,8
<i>inkl. ausserordentliche Kakaobohnenverkäufe 05/06</i>		-1,8	2'307,2	2'348,3
Verkaufsmenge	Tonnen	6,3	588'125	553'196
Bruttogewinn <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	10,2 8,5	395,1 388,8	358,4
EBITDA ⁽²⁾ <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	6,6 4,7	248,6 244,2	233,2
Betriebsgewinn (EBIT) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	7,3 5,3	190,0 186,3	177,0
EBIT pro Tonne <i>in lokalen Währungen</i>	CHF	1,0 -1,0	323,1 316,8	320,0
Konzerngewinn (PAT) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	11,1 8,6	125,2 122,4	112,7
Cashflow(3)	Mio. CHF	8,8	183,8	169,0
Aktien				
EBIT pro Aktie <i>in lokalen Währungen</i>	CHF	7,3 5,3	36,75 36,04	34,24
Gewinn pro Aktie (unverwässert) (4)	CHF	11,4	24,29	21,80
Gewinn pro Aktie (verwässert) (4)	CHF	10,8	24,15	21,80
Bilanz				
			28. Feb. 2007	31. Aug. 2006
Bilanzsumme	Mio. CHF	8,3	3'049,4	2'815,5
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF	9,5	1'008,1	920,9
Anlagevermögen	Mio. CHF	-0,7	1'180,4	1'188,6
Nettoverschuldung	Mio. CHF	-2,1	887,6	906,9
Eigenkapital	Mio. CHF	13,6	1'138,6	1'001,9
Andere				
Mitarbeitende		-8,1	7'568	8'236

- 1) Zu Vergleichszwecken wurden die Vorjahresumsätze um ausserordentliche Kakaobohnenverkäufe bereinigt. Die ausgewiesenen Verkaufsmengen beinhalten nur verarbeitete Produkte. Daher sind physische Verkäufe von Kakaobohnen nicht im ausgewiesenen Verkaufsvolumen, aber im ausgewiesenen Umsatz enthalten.
- 2) Betriebsgewinn (EBIT) + Abschreibungen auf Sachanlagen und Abschreibungen auf immaterielles Anlagevermögen
- 3) Nettogewinn + Abschreibungen auf Sachanlagen und Abschreibungen auf immaterielles Anlagevermögen
- 4) Basierend auf dem für die Berichtsperiode ermittelten Konzerngewinn (PAT)



Medienmitteilung

Kennzahlen nach Region (ungeprüft)

		Veränderung (in %)	6 Monate bis 28. Feb. 2007	6 Monate bis 28. Feb. 2006
Europa				
Verkaufsmenge	Tonnen	8,3	392'030	361'825
Umsatz (1) <i>inkl. ausserordentliche Kakaobohnenverkäufe 05/06</i>	Mio. CHF	5,7 -1,6	1'607,8 1'607,8	1'520,9 1'633,4
EBITDA	Mio. CHF	10,2	209,9	190,5
EBIT	Mio. CHF	10,2	171,1	155,3
Amerika				
Verkaufsmenge	Tonnen	0,6	155'549	154'662
Umsatz	Mio. CHF	-4,5	532,8	557,7
EBITDA	Mio. CHF	-7,3	43,3	46,7
EBIT	Mio. CHF	-8,0	28,1	30,6
Asien/Rest der Welt				
Verkaufsmenge	Tonnen	10,5	40'546	36'709
Umsatz (1) <i>inkl. ausserordentliche Kakaobohnenverkäufe 05/06</i>	Mio. CHF	21,4 6,0	166,6 166,6	137,2 157,2
EBITDA	Mio. CHF	16,6	23,5	20,1
EBIT	Mio. CHF	19,2	20,9	17,5



Medienmitteilung

Kennzahlen nach Geschäftssegment (ungeprüft)

		Verände -rung (in %)	6 Monate bis 28. Feb. 2007	6 Monate bis 28. Feb. 2006
Industriegeschäft				
Umsatz (1) <i>inkl. ausserordentliche Kakaobohnenverkäufe 05/06</i>	Mio. CHF	9,9 -1,2	1'300,1 1'300,1	1'183,5 1'316,0
- Kakao (1) <i>inkl. ausserordentliche Kakaobohnenverkäufe 05/06</i>	Mio. CHF	8,4 -31,0	251,6 251,6	232,1 364,6
- Industrielle Kunden	Mio. CHF	10,2	1'048,5	951,4
Verkaufsmenge	Tonnen	11,4	407'190	365'679
- Kakao	Tonnen	13,8	72'711	63'906
- Industrielle Kunden	Tonnen	10,8	334'479	301'773
EBITDA	Mio. CHF	8,5	147,9	136,4
EBIT	Mio. CHF	8,5	118,8	109,5
Gewerbliche Kunden/ Verbrauchergeschäft				
Umsatz	Mio. CHF	-2,4	1'007,1	1'032,3
- Gourmet & Spezialitäten	Mio. CHF	5,8	322,7	305,1
- Verbraucherprodukte	Mio. CHF	-5,9	684,4	727,2
EBITDA	Mio. CHF	6,5	128,7	120,9
EBIT	Mio. CHF	7,9	101,3	93,9