



Medienmitteilung

Barry Callebaut publiziert Ergebnisse für das erste Halbjahr 2008/09: Gesteigerte Profitabilität in rezessiven Märkten

- Verkaufsmenge in weltweit rückläufigem Schokoladenmarkt mit 611,920 Tonnen stabil
- Umsatzsteigerung in Lokalwährungen um 4.7%. In Schweizer Franken: CHF 2,543.1 Mio. (erstes Halbjahr 2007/08: CHF 2,585.0 Mio.)
- Erhöhung des Betriebsgewinns (EBIT) in Lokalwährungen um 17.6%. In Schweizer Franken: CHF 218.6 Mio. (erstes Halbjahr 2007/08: CHF 200.4 Mio.)
- Steigerung des Konzerngewinns für die Berichtsperiode um 23.2% in Lokalwährungen. In Schweizer Franken: CHF 143.4 Mio. (erstes Halbjahr 2007/08: CHF 124.4 Mio.)
- Barry Callebaut sieht für das Geschäftsjahr 2008/09 ein schwächeres Volumenwachstum; Bestätigung der mittelfristigen Finanzziele¹

Kennzahlen der Barry Callebaut Gruppe für das erste Halbjahr 2008/09

			Veränderung ggü. H1 2007/08	
		6 Monate bis 28. Feb. 2009	Berichts- währung	Lokal- währungen
Verkaufsmenge	Tonnen	611,920	-0.1%	
Umsatz	Mio. CHF	2,543.1	-1.6%	4.7%
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	218.6	9.1%	17.6%
EBIT pro Tonne	CHF	357.2	9.2%	17.7%
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	143.4	15.3%	23.2%

Zürich/Schweiz, 2. April 2009 – In der ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2008/09 konnte die Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von qualitativ hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten, die Profitabilität in einem äusserst schwierigen Umfeld deutlich steigern. Die Verkaufsmenge blieb trotz des weltweit rückläufigen Schokoladenmarkts mit 611,920 Tonnen konstant. Die Berichtsperiode war geprägt von negativen Währungseffekten, insbesondere der Abschwächung des Euro, des britischen Pfunds und der Dollar-Währungen gegenüber dem Schweizer Franken, der Berichtswährung des Konzerns. In Lokalwährungen erhöhten sich der Umsatz um 4.7% und der Betriebsgewinn (EBIT) um 17.6%. In Schweizer Franken belief sich der Umsatz auf CHF 2,543.1 Mio., während der EBIT auf CHF 218.6 Mio. zunahm. Die deutliche Profitabilitätssteigerung wurde aufgrund von verbesserten Margen, einer strikten Kostenkontrolle, Effizienzmassnahmen sowie höheren Margen auf Kakaoprodukten erzielt. Der Konzerngewinn legte in Lokalwährungen um 23.2% zu. In Schweizer Franken erhöhte sich der Konzerngewinn auf CHF 143.4 Mio.

Ausblick

Dazu Patrick De Maeseineire, CEO von Barry Callebaut: «Das Ergebnis von Barry Callebaut ist vor dem Hintergrund eines rückläufigen globalen Schokoladenmarkts befriedigend. Es gelang uns, die Verkaufsmenge zu halten und unsere Profitabilität beträchtlich zu steigern, da wir geeignete strategische Aktivitäten umgesetzt und frühzeitig effizienzsteigernde Massnahmen ergriffen haben. Das Umfeld wird im zweiten Halbjahr herausfordernd bleiben, und auch die Währungsschwankungen werden anhalten. Die nachgebenden Preise für

¹ 4-Jahres-Wachstumsziele für 2007/08–2010/11, im Durchschnitt pro Jahr: Verkaufsmenge 9–11%, EBIT 11–14%, Konzerngewinn 13–16%



Medienmitteilung

Kakaobutter werden die Margen negativ beeinflussen, was wir durch weitere Effizienzgewinne und Kostensenkungen teilweise zu kompensieren versuchen. Infolge der beispiellosen Wirtschaftskrise sehen wir für das Geschäftsjahr 2008/09 ein schwächeres Volumenwachstum von rund 2–4%, was deutlich über dem globalen Schokoladenmarkt liegt. In Lokalwährungen erwarten wir, dass die Gewinne im Rahmen unserer Ziele¹ liegen werden. Das dritte Quartal liess sich gut an, unterstützt von einem späten Osterfest, und unsere Auftragsbücher sind besser gefüllt als letztes Jahr. Wir sind zuversichtlich, dass das Volumenwachstum im zweiten Semester anziehen und sich beschleunigen wird. Dies sollte es uns ermöglichen, unsere 4-Jahres-Finanzziele¹ zu erreichen, falls keine grösseren unerwarteten Ereignisse eintreten.»

Wichtigste Ereignisse

Barry Callebaut hat bedeutende Schritte unternommen, um sich auf sein Kerngeschäft mit industriellen und gewerblichen (Gourmet) Kunden zu konzentrieren. Im Februar 2009 verkaufte Barry Callebaut sein asiatisches Endverbrauchergeschäft «Van Houten Singapore» an Hershey. Im März 2009 unterzeichneten Barry Callebaut und der spanische Hersteller von Handelsmarkenschokolade Natra eine Absichtserklärung über die mögliche Integration des europäischen Verbrauchergeschäfts von Barry Callebaut in Natra.

Im März 2009 schlossen Barry Callebaut Brasil und Bunge Alimentos, eine Tochtergesellschaft von Bunge Limited und bedeutendes Agrobusiness-Unternehmen, eine Vertriebsvereinbarung für Brasilien ab. Dabei wird Bunge den exklusiven Vertrieb im Food-Service-Bereich von Gourmet-Schokoladenprodukten übernehmen, die Barry Callebaut in Brasilien herstellt. Diese Vereinbarung nutzt das Produktions-Know-how von Barry Callebaut und das effiziente Vertriebsnetz von Bunge in Brasilien. Zudem wird Barry Callebaut im Südosten Brasiliens eine neue Schokoladenfabrik mit einer Kapazität von 20,000 Tonnen bauen, in der per Ende 2009 die Produktion aufgenommen werden soll (siehe separate Medienmitteilung).

Geschäftsentwicklung nach Regionen im ersten Halbjahr 2008/09 im Überblick

Marktumfeld

Die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2008/09 waren von einer beispiellosen Wirtschaftskrise geprägt. Die Verbraucherstimmung verschlechterte sich massiv und führte erstmals seit über einem Jahrzehnt zu einem rückläufigen Wachstum des weltweiten Schokoladenkonsums. In einigen der wichtigsten westeuropäischen und nordamerikanischen Schokoladenmärkte sank der Konsum zwischen 5% und 9%. Viele Nahrungsmittelhersteller, gewerbliche Anwender und Einzelhändler bauten ihre Vorräte als Folge der konjunkturellen Unsicherheiten ab und gaben nur zögerlich Neubestellungen auf. Handelsmarkenprodukte erzielten Terraingewinne, da die Verbraucher preisbewusster wurden. Die Schokoladenmärkte in Osteuropa und Asien konnten ihr hohes einstelliges Wachstum fortsetzen.

Region Europa

Die Verkaufsmenge von Barry Callebaut in Europa, exklusive Veräusserungen, nahm analog zu den negativen Markttrends in wichtigen Schokoladenmärkten wie Frankreich, Belgien, Italien und Spanien ab. Dank der jüngsten Kapazitätsausweitung in Osteuropa vermochte Barry Callebaut das sinkende Wachstum in Westeuropa etwas zu kompensieren.

¹ 4-Jahres-Wachstumsziele für 2007/08–2010/11, im Durchschnitt pro Jahr: Verkaufsmenge 9–11%, EBIT 11–14%, Konzerngewinn 13–16%



Medienmitteilung

Insgesamt verminderte sich die **Verkaufsmenge** in Europa um 5.2% auf 411,634 Tonnen. Der **Umsatz** in Lokalwährungen war nahezu unverändert. In Schweizer Franken verringerte sich der Umsatz um 8% auf CHF 1,811.8 Mio. Barry Callebaut konnte den **Betriebsgewinn** (EBIT) in der Region erheblich verbessern. In Lokalwährungen erhöhte sich der EBIT um 10.5%. In Schweizer Franken verzeichnete der Betriebsgewinn eine Zunahme von 1.5% auf CHF 174.5 Mio. Die Profitabilität stieg dank Kostensenkungen, Margenverbesserungen und erfreulicher Gewinne bei Kakaoprodukten.

Region Nord- und Südamerika

In der Region Nord- und Südamerika erzielte Barry Callebaut trotz extrem widriger Marktbedingungen ein imposantes Verkaufsmengenwachstum von 7.0% auf 151,183 Tonnen. Der **Umsatz** erhöhte sich in Lokalwährungen um 22.6%. In Schweizer Franken nahm der Umsatz um 17.8% auf CHF 537.0 Mio. zu. Der **Betriebsgewinn** (EBIT) kletterte in Lokalwährungen um 25.7%. In Schweizer Franken erhöhte sich der EBIT um 19.7% auf CHF 48.7 Mio. Die hohen Umsätze und Gewinne in Nord- und Südamerika belegen die Fähigkeit von Barry Callebaut, selbst in einem weltweit rückläufigen Umfeld Marktanteile zu gewinnen. Sie widerspiegeln auch den Erfolg der jüngsten Erweiterung des Produktionsnetzes in Nordamerika.

Region Asien & Rest der Welt

In dieser Region erhöhte sich die **Verkaufsmenge** von Barry Callebaut um 33.5% auf 49,103 Tonnen, was auf kontinuierlich gute Verkäufe in China und Japan zurückzuführen war. In Lokalwährungen stieg der **Umsatz** um 24.0%, in Schweizer Franken um 22.0% auf CHF 194.3 Mio. Der **Betriebsgewinn** legte in Lokalwährungen um 47.1% zu. In Schweizer Franken stieg der EBIT um 45.1% auf CHF 25.1 Mio., was zum Teil Sondereinflüssen zuzuschreiben war. Im Dezember 2008 übernahm Barry Callebaut eine Produktionsstätte bei Osaka in Japan, die vormals im Besitz des japanischen Süßwarenherstellers Morinaga war.

Kennzahlen nach Regionen für das erste Halbjahr 2008/09

			Veränderung ggü. H1 2007/08	
EUROPA		6 Monate bis 28. Feb. 2009	Berichts- währung	Lokal- währungen
Verkaufsmenge	Tonnen	411,634	-5.2%	
Umsatz	Mio. CHF	1,811.8	-8.0%	-1.0%
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	174.5	1.5%	10.5%

NORD- & LATEINAMERIKA		6 Monate bis 28. Feb. 2009	Berichts- währung	Lokal- währungen
Verkaufsmenge	Tonnen	151,183	7.0%	
Umsatz	Mio. CHF	537.0	17.8%	22.6%
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	48.7	19.7%	25.7%

ASIEN-PAZIFIK/REST DER WELT		6 Monate bis 28. Feb. 2009	Berichts- währung	Lokal- währungen
Verkaufsmenge	Tonnen	49,103	33.5%	
Umsatz	Mio. CHF	194.3	22.0%	24.0%
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	25.1	45.1%	47.1%



Medienmitteilung

Entwicklung der Geschäftssegmente im ersten Halbjahr 2008/09

Segment Industriegeschäft

Das Segment Industriegeschäft konzentriert sich auf den Verkauf von Kakao- und Schokoladenprodukten an die Nahrungsmittelindustrie und an Konsumgüterhersteller weltweit. Es besteht aus den Geschäftsbereichen Globale Beschaffung & Kakao sowie Industrielle Kunden.

Barry Callebaut steigerte seine Kapazitäten im Bereich Kakaoverarbeitung in den USA, Afrika und Asien und erhöhte die Verkäufe von Kakaoprodukten, um von den höheren Margen dieser Produkte zu profitieren. Die jüngste geografische Expansion in Osteuropa, Asien sowie Nord- und Südamerika von Barry Callebaut zahlt sich aus. So konnte das geringere Wachstum in Westeuropa durch Marktanteilsgewinne in diesen Regionen teilweise kompensiert werden. Die Kosteneinsparungen und Margenverbesserungen bei Industrieschokolade resultierten in einem bedeutend höheren Betriebsgewinn in diesem Segment.

Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft

Das Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft bedient eine breite Kundenpalette von lokalen gewerblichen Verarbeitern (Chocolatiers, Confiseure, Bäcker, Hotels, Restaurants, Caterer) bis hin zu global tätigen Einzelhandelskonzernen. Es umfasst die Geschäftsbereiche Gourmet & Spezialitäten sowie Verbraucherprodukte.

Die Gastronomie leidet weltweit unter der Wirtschaftskrise. Infolgedessen verringerten sich die Verkäufe von Gourmet-Schokoladenprodukten an das HORECA-Segment (Hotels, Restaurants, Catering). Gleichzeitig essen die Verbraucher vermehrt zu Hause, weshalb die Nachfrage nach Schokoladenprodukten von Bäckereien und Confiserien stieg. Der Geschäftsbereich Verbraucherprodukte profitierte von einer stärkeren Nachfrage nach Handelsmarkenprodukten und 2008 durchgeführten Preiserhöhungen, was die Profitabilität verbesserte.

Kennzahlen nach Geschäftssegmenten für das erste Halbjahr 2008/09

			Veränderung ggü. H1 2007/08	
INDUSTRIEGESCHÄFT		6 Monate bis 28. Feb. 2009	Berichts- währung	Lokal- währungen
Verkaufsmenge	Tonnen	483,306	3.6%	
Umsatz	Mio. CHF	1,739.3	3.6%	10.1%
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	137.2	12.4%	22.7%

GEWERBLICHE KUNDEN/ VERBRAUCHERGESC HÄFT		6 Monate bis 28. Feb. 2009	Berichts- währung	Lokal- währungen
Umsatz	Mio. CHF	803.8	-11.3%	-5,2%
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	111.1	3.1%	8.3%

* * *



Medienmitteilung

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

Mit einem Jahresumsatz von über CHF 4.8 Milliarden für das Geschäftsjahr 2007/08 ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut der weltweit grösste Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten – von der Kakaobohne bis zum fertigen Produkt im Verkaufsregal. Barry Callebaut ist in 26 Ländern präsent, unterhält ungefähr 40 Produktionsstandorte und beschäftigt rund 7,000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Unternehmen steht im Dienst der gesamten Nahrungsmittelindustrie – von industriellen Nahrungsmittelherstellern über gewerbliche Anwender von Schokolade wie Chocolatiers, Confiseure oder Bäcker bis hin zu internationalen Einzelhandelskonzernen. Barry Callebaut bietet auch umfassende Dienstleistungen in den Bereichen Produktentwicklung, Verarbeitung, Schulung und Marketing an.

* * *

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2008/09 (1. September 2008 bis 31. August 2009):

9-Monatsbericht 2008/09:	25. Juni 2009
Jahresbericht 2008/09:	12. November 2009, Zürich
Generalversammlung 2008/09:	8. Dezember 2009, Zürich

* * *

Kontakte

für Investoren und Finanzanalysten:

Simone Lalive, Head of Investor Relations
Barry Callebaut AG
Tel.: +41 43 204 04 23
simone_lalive@barry-callebaut.com

für die Medien:

Josiane Kremer, Corp. Communications
Barry Callebaut AG
Tel.: +41 43 204 04 58
josiane_kremer@barry-callebaut.com



Medienmitteilung

Analysten- und Medienkonferenz der Barry Callebaut AG

Datum: Donnerstag, 2. April 2008
Zeit: 10.30 Uhr bis ca. 12.00 Uhr
Ort: SIX Swiss Exchange, Raum «Auditorium»
Selnaustrasse 30, 8001 Zürich/Schweiz

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

Wählen Sie bitte

Schweiz:	(+41) 225 802 960
Belgien:	(+32) 279 203 24
Frankreich:	(+33) 1 720 014 02
Deutschland:	(+49) 692 222 4997
Grossbritannien:	(+44) 207 750 9903
Japan:	0053 1160 733
China (Netcom):	1080 0714 1043
China (Telecom):	1080 0140 1027
USA:	(+1) 703 621 9121
Kanada:	(+1) 416 849 8302
Rest der Welt:	(+41) 225 802 960

PIN-Code: 492410

Für die Teilnahme am Live-Audio-Webcast-Streaming folgen Sie bitte diesem Link:
<http://gaia.world-television.com/barry-callebaut/20090402/pc/trunc>

Die Log-in-Details finden Sie auch auf unserer Homepage (www.barry-callebaut.com). Sie sollten sich 10 Minuten vor Beginn einloggen und Ihre Daten registrieren. Möglicherweise kommt es zu einer leichten Verzögerung zwischen der telefonischen Übertragung und dem Audio-Webcast. Sie können deshalb eine Kopie der Präsentation von unserer Webseite herunterladen.

Die telefonische Aufzeichnung der Konferenz steht Ihnen ab dem 2. April 2009, 13.00 Uhr, einen Monat lang zur Verfügung unter der Nummer **+0033 (0) 1720 01 469** (alle Länder ausser Grossbritannien) oder **+44 (0)207 075 3214** (Grossbritannien) – PIN-Code: **242204#**. Der Audio-Webcast kann während dreier Monate abgerufen werden unter <http://gaia.world-television.com/barry-callebaut/20090402/pc/trunc> (Details dazu finden Sie auch auf der Homepage von Barry Callebaut).

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Tamara Frey (Telefon: +41 43 204 0459 oder E-Mail: tamara_frey@barry-callebaut.com).

* * *



Medienmitteilung

Kennzahlen von Barry Callebaut (ungeprüft)

Erfolgsrechnung		Veränderung (in %)	6 Monate bis 28. Feb. 2009	6 Monate bis 29. Feb. 2008
Umsatz <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	(1.6%) 4.7%	2,543.1 2,706.7	2,585.0
Verkaufsmenge	Tonnen	(0.1%)	611,920	612,436
Bruttogewinn <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	1.4% 9.0%	383.2 412.0	378.0
EBITDA ¹ <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	4.5% 12.4%	268.1 288.4	256.5
Betriebsgewinn (EBIT) <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	9.1% 17.6%	218.6 235.6	200.4
Konzerngewinn aus fortzuführenden Geschäftsbereichen ²	Mio. CHF	14.1%	143.4	125.7
Konzerngewinn für die Berichtsperiode <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	15.3% 23.2%	143.4 153.2	124.4
Cashflow ³	Mio. CHF	(0.0%)	251.3	251.4
EBIT pro Tonne <i>in Lokalwährungen</i>	CHF	9.2% 17.7%	357.2 385.1	327.2
Bilanz			28. Feb. 2009	29. Feb. 2008
Bilanzsumme	Mio. CHF	(1.9%)	3,704.5	3,776.3
Nettoumlaufvermögen ⁴	CHF m	13.5%	1,143.2	1,007.3
Anlagevermögen	Mio. CHF	12.1%	1,384.2	1,235.3
Nettoverschuldung	Mio. CHF	16.5%	1,116.9	958.8
Eigenkapital ⁵	Mio. CHF	8.9%	1,168.9	1,073.1
Aktien				
Aktienkurs am Ende der Berichtsperiode	CHF	(43.3%)	507.5	894.5
EBIT pro Aktie (ausgegeben) <i>in Lokalwährungen</i>	CHF	9.1% 17.6%	42.28 45.58	38.76
Unverwässerter Gewinn pro Aktie ⁶	CHF	15.7%	27.85	24.08
Cash Earnings pro Aktie ⁷	CHF	(0.0%)	48.73	48.74
Gewinn pro Aktie (verwässert)	CHF	15.8%	27.78	24.00
Übrige				
Mitarbeitende		0.1%	7,228	7,224

1 EBIT + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf immaterielles Anlagevermögen

2 Konzerngewinn aus fortzuführenden Geschäftsbereichen (vor Minderheiten)

3 Betrieblicher Geldfluss vor Veränderungen im Nettoumlaufvermögen

4 Beinhaltet Umlaufvermögen und kurzfristiges Fremdkapital aus Geschäftstätigkeit und kurzfristige Rückstellungen

5 Total den Aktionären des Mutterunternehmens zurechenbares Eigenkapital

6 Basierend auf dem Konzerngewinn für die Periode, der den Aktionären des Mutterunternehmens zurechenbar ist, inklusive Nettoverlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen

7 Betrieblicher Geldfluss vor Veränderung des Nettoumlaufvermögens/unverwässerte Anzahl ausstehender Aktien



Medienmitteilung

Kennzahlen nach Region (ungeprüft)

		Veränderung (in %)	6 Monate bis 28. Feb. 2009	6 Monate bis 29. Feb. 2008
Europa				
Umsatz <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	(8.0%) <i>(1.0%)</i>	1,811.8 <i>1,950.4</i>	1,969.9
Verkaufsmenge	Tonnen	(5.2%)	411,634	434,339
EBITDA	Mio. CHF	(2.1%)	210.9	215.5
EBIT <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	1.5% <i>10.5%</i>	174.5 <i>190.0</i>	171.9
Nord- und Südamerika				
Umsatz <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	17.8% <i>22.6%</i>	537.0 <i>558.0</i>	455.9
Verkaufsmenge	Tonnen	7.0%	151,183	141,318
EBITDA	Mio. CHF	9.6%	53.6	48.9
EBIT <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	19.7% <i>25.7%</i>	48.7 <i>51.1</i>	40.7
Asien-Pazifik/Rest der Welt				
Umsatz <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	22.0% <i>24.0%</i>	194.3 <i>197.5</i>	159.2
Verkaufsmenge	Tonnen	33.5%	49,103	36,779
EBITDA	Mio. CHF	53.4%	29.9	19.5
EBIT <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	45.1% <i>47.1%</i>	25.1 <i>25.5</i>	17.3

Kennzahlen nach Geschäftssegment (ungeprüft)

		Veränderung (in %)	6 Monate bis 28. Feb. 2009	6 Monate bis 29. Feb. 2008
Industriegeschäft				
Umsatz <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	3.6% <i>10.1%</i>	1,739.3 <i>1,847.2</i>	1,678.3
<i>Kakao</i>	Mio. CHF	36.9% <i>45.7%</i>	373.9 <i>398.0</i>	273.2
<i>Industrielle Kunden</i>	Mio. CHF	(2.8%) <i>3.1%</i>	1,365.4 <i>1,449.2</i>	1,405.1
Verkaufsmenge	Tonnen	3.6%	483,306	466,570
<i>Kakao</i>	Tonnen	30.1%	96,093	73,844
<i>Industrielle Kunden</i>	Tonnen	(1.4%)	387,213	392,726
EBITDA	Mio. CHF	7.9%	165.9	153.7
EBIT <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	12.4% <i>22.7%</i>	137.2 <i>149.9</i>	122.1
Gewerbliche Kunden/ Verbrauchergeschäft				
Umsatz <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	(11.3%) <i>(5.2%)</i>	803.8 <i>859.5</i>	906.7
<i>Gourmet & Spezialitäten</i>	Mio. CHF	(8.5%) <i>(2.7)</i>	340.6 <i>362.2</i>	372.1
<i>Verbraucherprodukte</i>	Mio. CHF	(13.4%) <i>(7.0%)</i>	463.2 <i>497.4</i>	534.6
EBITDA	Mio. CHF	(1.3%)	128.5	130.2
EBIT <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	3.1% <i>8.3%</i>	111.1 <i>116.7</i>	107.8