



## **Barry Callebaut publiziert Verkaufszahlen für die ersten neun Monate 2007/08<sup>1</sup>: Dynamisches Verkaufswachstum**

- **Anstieg der Verkaufsmenge um 10.0% auf 872,993 Tonnen**
- **Umsatzsteigerung um 18.6% auf CHF 3,608.6 Mio.**
- **Bestätigung der mittelfristigen Finanzziele**

Zürich/Schweiz, 1. Juli 2008 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von qualitativ hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten, gab heute die wichtigsten Verkaufszahlen für die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2007/08 per 31. Mai 2008 bekannt. Die entsprechenden Vorjahreszahlen wurden vor allem aufgrund aufgegebener Geschäftsbereiche angepasst. Die publizierten Zahlen enthalten zudem neu die Beteiligung an KLK Cocoa (inzwischen umbenannt in Barry Callebaut Malaysia) ab 1. Mai 2008.

Barry Callebaut setzte sein dynamisches Verkaufswachstum in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres fort. Die Verkaufsmenge wuchs auf 872,993 Tonnen oder um 10.0%, was mehr als dem Dreifachen des Wachstums des globalen Schokoladenmarkts entspricht. Die Umsetzung wichtiger Outsourcing-Verträge, die im letzten Jahr unterzeichnet wurden, verläuft plangemäss. Auch wirkten sich neue Verträge mit neuen und bestehenden industriellen und gewerblichen Kunden in allen Regionen positiv auf die Verkaufsmenge aus. Dieses zusätzliche Geschäft glich den kurzen Osterverkauf aufgrund der aussergewöhnlich frühen Ostern 2008 mehr als aus. Dem daraus resultierenden Volumenrückgang im März folgten höhere Verkaufsmengen im April und Mai, sodass im dritten Quartal insgesamt ein sehr starkes Volumenwachstum verzeichnet werden konnte. Der Umsatz stieg in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2007/08 um 18.6% auf CHF 3,608.6 Mio. Die historisch hohen Rohstoffpreise beeinflussten den Umsatz positiv, während sich die Schwäche von USD und GBP gegenüber EUR und CHF negativ auswirkten. Die ungünstige Wechselkursituation fängt an, den Export von Gourmetschokolade aus Kontinentaleuropa in die USA sowie nach Grossbritannien und Asien zu belasten. Deshalb treibt Barry Callebaut in den USA und in Asien die Einführung lokal produzierter Gourmetprodukte voran.

### **Ausblick**

Dazu Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut: „Barry Callebaut befindet sich in einer Phase intensiver geografischer Expansion, wodurch wir die Basis für profitables und überdurchschnittliches Wachstum über die nächsten fünf Jahre schaffen. Unsere regionale Organisation zahlt sich aus, und unser Mengenwachstum wird den globalen Schokoladenmarkt weiterhin deutlich übertreffen. Die Nahrungsmittelindustrie sieht sich konfrontiert mit steigendem Kostendruck aufgrund hoher Rohstoff- und Energiepreise sowie Inflation und einer unsicheren Konjunktorentwicklung. Zudem bleiben die Wechselkurse und Zinsen ungünstig. In Anbetracht dieser Herausforderungen haben wir unsere gruppenweiten Effizienzsteigerungs- und Kostensenkungsprogramme intensiviert. Aufgrund der getroffenen Massnahmen sind wir zuversichtlich, dass wir unsere Finanzziele<sup>2</sup> für die Vierjahresperiode von 2007/08 bis 2010/11 erreichen werden – natürlich vorbehaltlich grösserer, unvorhergesehener Ereignisse.“

<sup>1</sup> Die Vorjahreszahlen wurden zu Vergleichszwecken an die Darstellung der Berichtsperiode angepasst

<sup>2</sup> Wachstum im Durchschnitt pro Jahr: Volumen 9-11%, EBIT 11-14% und Konzerngewinn 13-16%



# Medienmitteilung

## Kennzahlen der Barry Callebaut-Gruppe für die ersten neun Monate 2007/08

<i>GRUPPE</i>		<i>Veränderung (in %)</i>	<i>9 Monate bis 31. Mai 2008</i>	<i>9 Monate bis 31. Mai 2007<sup>1</sup></i>
<i>Verkaufsmenge</i>	<i>Tonnen</i>	<i>10.0%</i>	<i>872,993</i>	<i>793,685</i>
<i>Umsatz</i>	<i>Mio. CHF</i>	<i>18.6%</i>	<i>3,608.6</i>	<i>3,043.0</i>

## Geschäftsentwicklung nach Regionen in den ersten neun Monaten 2007/08 im Überblick

### *Region Europa*

Die Region Europa verzeichnete ein Volumenwachstum von 8.6% auf 604,207 Tonnen, angekurbelt durch die starke Nachfrage seitens industrieller und gewerblicher Kunden. Der Umsatz in der Region Europa stieg um 19.8% auf CHF 2,709.2 Mio., was teilweise auf Wechselkurseffekte und im Vergleich zur Vorjahresperiode höhere Kakaobohnenpreise zurückzuführen war.

Der Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** profitierte von zusätzlichen Outsourcing-Volumen bei bestehenden Kunden in Westeuropa und von neuen Verträgen in Osteuropa. Die Fabrik in Dijon, Frankreich, wurde um ein Center of Excellence und eine Anlage für die Produktion von Schokoladenmischungen erweitert. Die neue Fabrik in Russland ist nun vollumfänglich in Betrieb. Das Volumenwachstum im Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten** war gut, insbesondere in den traditionellen Gourmetmärkten. Um dieses strategische Geschäft weiter auszubauen, wurde der direkte Vertrieb verstärkt. Zudem wurde in Zundert, Niederlande, eine Chocolate Academy eröffnet, die als zusätzliche Schulungs- und Marketingplattform für gewerbliche Kunden dient. Der Umsatz im Geschäftsbereich **Verbraucherprodukte Europa** fiel aufgrund des erwähnten unüblich kurzen Ostergeschäfts tiefer aus.

### *Region Nord- und Südamerika*

Die Verkaufsmenge in der Region Nord- und Südamerika stieg um 17.6% auf 211,708 Tonnen. In der Folge wuchs der Umsatz in der Region um 19.6% auf CHF 668.0 Mio. In konstanten Währungen resultierte ein Anstieg des Umsatzes um 28.4%.

Das substanzielle Wachstum im Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** war zum einen auf die Volumen zurückzuführen, die im Rahmen einer langfristigen Liefervereinbarung an Hershey geliefert wurden, und zum anderen auf neue grosse und mittelgrosse Kunden. Der Bau der Schokoladenfabrik in Mexiko verläuft nach Plan; erste Probechargen sollten im Sommer produziert werden. Die Produktion der Kakaofabrik in Swedesboro, NJ, wird derzeit in die neue Kakaofabrik in Eddystone, PA, verlagert, die Barry Callebaut im Dezember 2007 von FPI übernommen hat. Die Verlagerung soll bis zum Ende des Kalenderjahres 2008 abgeschlossen werden. Der Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten** konnte ebenfalls ein signifikantes Wachstum verzeichnen, trotz der Stärke des EUR gegenüber dem USD, was aus Europa importierte Gourmetprodukte verteuerte. Um die Beziehungen zu gewerblichen Kunden zu stärken, wird im Herbst 2008 in Chicago eine neue Chocolate Academy eröffnet. Beide Geschäftsbereiche sind nun ideal positioniert, um ihr Wachstum im vierten Quartal des Geschäftsjahres 2007/08 und darüber hinaus zu beschleunigen.



# Medienmitteilung

## **Region Asien-Pazifik & Rest der Welt**

Die Verkaufsmenge in der Region Asien-Pazifik & Rest der Welt entwickelte sich flach mit 57,078 Tonnen, dies aufgrund des Verkaufs der im Geschäft mit Verbraucherprodukten tätigen Tochtergesellschaften SN Chocodi SA, Elfenbeinküste, im Februar 2008 und Chocosen, Senegal, im Februar 2007. Unter Ausklammerung des afrikanischen Verbrauchergeschäfts resultierte ein Volumenwachstum von 8.0%. Der Umsatz in der Region Asien-Pazifik & Rest der Welt stieg um 3.8% auf CHF 231.4 Mio.

Da nun zusätzliche Produktionskapazität in der neuen Schokoladenfabrik in China zur Verfügung steht, wachsen die Volumina im Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** in der Region exponentiell. Im vierten Quartal wird sich das Volumenwachstum weiter beschleunigen. Die notwendigen Vorbereitungsarbeiten für die ersten Schokoladenlieferungen an Morinaga in Japan Anfang 2009 sind im Gange. Der Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten** verzeichnete erneut eine hohe Nachfrage bei allen Gourmetmarken. Die Integration der vor kurzem erworbenen 60%-Beteiligung an KLK Cocoa ist abgeschlossen.

## **Kennzahlen nach Regionen für die ersten neun Monate 2007/08**

<b>EUROPA</b>		<b>Veränderung (in %)</b>	<b>9 Monate bis 31. Mai 2008</b>	<b>9 Monate bis 31. Mai 2007<sup>1</sup></b>
Verkaufsmenge	Tonnen	8.6%	604,207	556,539
Umsatz	Mio. CHF	19.8%	2,709.2	2,261.5

<b>NORD- &amp; SÜDAMERIKA</b>		<b>Veränderung (in %)</b>	<b>9 Monate bis 31. Mai 2008</b>	<b>9 Monate bis 31. Mai 2007<sup>1</sup></b>
Verkaufsmenge	Tonnen	17.6%	211,708	179,955
Umsatz	Mio. CHF	19.6%	668.0	558.6

<b>ASIEN-PAZIFIK/REST DER WELT</b>		<b>Veränderung (in %)</b>	<b>9 Monate bis 31. Mai 2008</b>	<b>9 Monate bis 31. Mai 2007<sup>1</sup></b>
Verkaufsmenge	Tonnen	-0.2%	57,078	57,191
Umsatz	Mio. CHF	3.8%	231.4	222.9

## **Entwicklung der Geschäftssegmente in den ersten neun Monaten 2007/08**

### ***Segment Industriegeschäft: Neues Geschäftsvolumen mit bestehenden und neuen Kunden***

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

Beide Geschäftsbereiche, Kakao und Industrielle Kunden, profitierten von neuen Verträgen mit bestehenden und neuen Kunden und befinden sich im Aufwärtstrend.



# Medienmitteilung

## **Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft: Anhaltend hohe Nachfrage nach Gourmetprodukten**

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.

Der Bereich **Gourmet & Spezialitäten** verzeichnete erneut eine hohe Nachfrage über die gesamte Produkt- und Markenpalette hinweg und konnte den Umsatz in der Berichtsperiode um 12.4% steigern. Wie andere Hersteller von Süswaren für Endverbraucher wurde auch der Geschäftsbereich **Verbraucherprodukte** von Barry Callebaut durch das kurze Ostergeschäft beeinträchtigt.

### **Kennzahlen nach Geschäftssegmenten für die ersten neun Monate 2007/08**

<b>INDUSTRIEGESCHÄFT</b>		<b>Veränderung (in %)</b>	<b>9 Monate bis 31. Mai 2008</b>	<b>9 Monate bis 31. Mai 2007<sup>1</sup></b>
Verkaufsmenge	Tonnen	13.9%	674,627	592,358
Umsatz	Mio. CHF	28.3%	2,394.5	1,866.7

<b>GEWERBLICHE KUNDEN/ VERBRAUCHERGESCHÄFT</b>		<b>Veränderung (in %)</b>	<b>9 Monate bis 31. Mai 2008</b>	<b>9 Monate bis 31. Mai 2007<sup>1</sup></b>
Umsatz	Mio. CHF	3.2%	1,214.1	1,176.3

\* \* \*

#### **Barry Callebaut ([www.barry-callebaut.com](http://www.barry-callebaut.com)):**

Mit einem Jahresumsatz von über CHF 4 Mrd. für das Geschäftsjahr 2006/07 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 25 Ländern präsent, unterhält ungefähr 40 Produktionsstandorte und beschäftigt rund 7,500 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.

\* \* \*

### **Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2007/08 (1. September 2007 bis 31. August 2008):**

Jahresabschluss 2007/08: 6. November 2008, Zürich  
Generalversammlung 2007/08: 4. Dezember 2008, Zürich

\* \* \*

#### **Kontakte**

##### **für Investoren und Finanzanalysten:**

Simone Lalive d'Epinay, Head of IR  
Barry Callebaut AG  
Tel.: +41 43 204 04 23  
[simone\\_lalive@barry-callebaut.com](mailto: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](mailto:josiane_kremer@barry-callebaut.com)



# Medienmitteilung

## Kennzahlen der Barry Callebaut (ungeprüft)

		Veränderung (in %)	9 Monate bis 31. Mai 2008	9 Monate bis 31. Mai 2007 <sup>1</sup>
<b>Umsatz nach Regionen</b>				
Umsatz	Mio. CHF	18.6%	3,608.6	3,043.0
Region Europa	Mio. CHF	19.8%	2,709.2	2,261.5
Region Nord- & Südamerika	Mio. CHF	19.6%	668.0	558.6
Region Asien & Rest der Welt	Mio. CHF	3.8%	231.4	222.9
<b>Verkaufsmenge</b>				
Verkaufsmenge	Tonnen	10.0%	872,993	793,685
Region Europa	Tonnen	8.6%	604,207	556,539
Region Nord- & Südamerika	Tonnen	17.6%	211,708	179,955
Region Asien & Rest der Welt	Tonnen	-0.2%	57,078	57,191
<b>Kennzahlen nach Geschäftssegment</b>				
<b>Industriegeschäft</b>				
Umsatz	Mio. CHF	28.3%	2,394.5	1,866.7
Kakao	Mio. CHF	22.9%	418.9	340.8
Industrielle Kunden	Mio. CHF	29.5%	1,975.6	1,525.9
Verkaufsmenge	Tonnen	13.9%	674,627	592,358
Kakao	Tonnen	5.1%	112,995	107,495
Industrielle Kunden	Tonnen	15.8%	561,632	484,863
<b>Gewerbliche Kunden/Verbraucher- geschäft</b>				
Umsatz	Mio. CHF	3.2%	1,214.1	1,176.3
Gourmet & Spezialitäten	Mio. CHF	12.4%	503.9	448.4
Verbraucherprodukte	Mio. CHF	-2.4%	710.2	727.9

<sup>1</sup> Die Vorjahreszahlen wurden zu Vergleichszwecken an die Darstellung der Berichtsperiode angepasst