

Medienmitteilung

Barry Callebaut und Stollwerck gehen zusammen

Strategischer Ausbau bedeutender Marktpositionen

- Gemeinsam ein führender Anbieter in Europa und in Deutschland, dem grössten Markt Europas
- Strategischer Ausbau des Bereichs Endverbraucherprodukte von Barry Callebaut
- Gesicherte Weiterführung von Stollwerck mit einem starken internationalen Partner
- Hohe Komplementarität
- Konsequenter Schritt in Richtung höhere und stabilere Wertschöpfung

Zürich/Köln, 26. April 2002 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladeprodukten, übernimmt die in Köln ansässige Stollwerck AG. Stollwerck ist einer der bedeutendsten Schokoladeanbieter in Deutschland. Zusammen werden die beiden Unternehmen eine massgebliche Rolle im Kakao- und Schokolademarkt in Europa sowie im Endverbrauchergeschäft in Deutschland einnehmen. Deutschland ist sowohl der grösste Markt Europas als auch der zweitgrösste Markt weltweit für Kakao- und Schokoladeprodukte. Der Zusammenschluss erfolgt vorbehaltlich und nach Erteilung der erforderlichen kartellrechtlichen Genehmigungen.

Operative Synergien

Die beiden Unternehmen, die im Geschäftsjahr 2001 auf Pro-forma-Basis zusammen einen Umsatz von rund CHF 3'325 Mio. bzw. EUR 2'210 Mio. erzielt haben, ergänzen sich in verschiedener Hinsicht. Barry Callebaut, deren historische Wurzeln in Belgien, Frankreich und der Schweiz liegen, erschliesst sich mit dem Erwerb von Stollwerck den deutschen Markt in einem substantiellen Ausmass. Die dortigen Aktivitäten beschränkten sich bisher in kleinem Umfang auf Schokolade für industrielle Kunden und Handelsmarken für den Lebensmittelhandel. Stollwerck andererseits verfügt in Deutschland über hohe Marktanteile sowohl bei Markenprodukten als auch im Bereich Handelsmarken.

Stollwerck soll in die Barry Callebaut-Gruppe integriert werden. Gemeinsam werden die beiden Unternehmen eine führende Marktposition in Deutschland erlangen. Das Synergiepotenzial, das durch diese Integration frei gesetzt wird, wird auf rund CHF 32 Mio. (EUR 22 Mio.) pro Jahr zu stehen kommen. Diese Synergien werden bis im Geschäftsjahr 2004/05 vollumfänglich realisiert sein. Die Akquisition von Stollwerck wird einmalige Restrukturierungsaufwendungen von rund CHF 80 Mio. bzw. EUR 56 Mio. zur Folge haben, die zu Lasten der laufenden Rechnung verbucht werden. Der Verwaltungsrat der Barry Callebaut hat sich jedoch dafür ausgesprochen, die Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2001/02 auf Vorjahresniveau zu belassen.

Barry Callebaut: Strategischer Ausbau des Segments Endverbraucherprodukte

Die Akquisition von Stollwerck erlaubt es Barry Callebaut, das Marken- bzw. Endverbrauchergeschäft gezielt zu einem substantiellen Geschäftsbereich auszubauen, parallel zur Strategie, den Bereich der hochwertigen und wertschöpfungsstarken Produkte und Dienstleistungen auch im Schokolade- und Gourmetbereich voranzutreiben.

Gleichzeitig reduziert sich der Geschäftsanteil mit Halbfertigprodukten weiter. Dies steht in Übereinstimmung mit der Absicht, dieses Geschäft für Drittkunden gezielt abzubauen und dadurch die Abhängigkeit von Barry Callebaut gegenüber den Preisschwankungen für Halbfertigprodukte zu senken, dabei aber das vorhandene Know-how durch die Produktion von Halbfertigprodukten für den Eigenbedarf aufrechtzuerhalten.

Im grössten Geschäftsbereich, Food Manufacturers (Schokolade für Industriekunden), steht weiterhin der Ausbau der Kostenführerschaft in Kombination mit dem Angebot weiterer Servicedienstleistungen im Vordergrund. Der Bereich Food Service (Gourmet & Spezialitäten) legt das Schwergewicht auf den forcierten Ausbau von innovativen, hochwertigen und dementsprechend hochmargigen Produkten und Dienstleistungen. Insgesamt will Barry Callebaut dadurch ein nachhaltiges, qualitatives Wachstum für die ganze Gruppe sichern.

Stollwerck: Gesicherte Perspektiven

Für Stollwerck ergeben sich durch das Zusammengehen mit Barry Callebaut gesicherte Perspektiven. Das gilt in erster Linie im Hinblick auf die bereits eingeleitete und weitere Stärkung ihrer Premium-Marken wie beispielsweise Sarotti und Gubor. Der bisherige Mehrheitsaktionär und Aufsichtsratsvorsitzende Dr. h.c. mult. Hans Imhoff stellt mit diesem Schritt die erfolgreiche Fortführung seines Lebenswerks auf nationaler und internationaler Ebene sicher.

Weitere Vorteile liegen für Stollwerck im Know-how von Barry Callebaut in den Bereichen Risikomanagement, Beschaffung, Prozessoptimierung und Innovation. Umgekehrt wird Stollwerck ihre Kompetenz im Bereich Verkauf und Marketing und namentlich der konsequenten Markenpflege in den Zusammenschluss einbringen.

Solide Zukunft

Mit Barry Callebaut und Stollwerck kommen zwei traditionsreiche und etablierte Firmen zusammen. Sie ergänzen sich sowohl von den geografischen Märkten als auch vom Produkt-, Leistungs- und Kundenportefeuille her. Andreas Schmid, Präsident des Verwaltungsrates und CEO von Barry Callebaut, kommentiert die Akquisition wie folgt: „Die künftigen Marktchancen gemeinsam konsequent wahrzunehmen beurteilen wir als grossartige Herausforderung. Barry Callebaut ist damit gut positioniert, um den laufenden Konsolidierungsprozess in der weltweiten Schokoladeindustrie aktiv mitzugestalten und unseren Kunden das gesamte Sortiment von der Kakaobohne bis zum Schokoladeprodukt anzubieten.“ Dr. h.c. mult. Hans Imhoff, Aufsichtsratsvorsitzender von Stollwerck, ergänzt: „Die Zukunft der Stollwerck AG lag und liegt mir besonders am Herzen. Vor diesem Hintergrund galt es, die richtigen Weichenstellungen zu treffen und einen Partner zu finden, der genauso schokoladeverrückt ist wie ich. Mit Barry Callebaut haben wir den idealen Partner gefunden. Denn das Wissen um die Kakaobohne und das Wissen, wie man sie verkauft, ergänzen sich ideal.“

Verkäufer werden an Barry Callebaut beteiligt – Übernahmeangebot an die Minderheitsaktionäre

Der Gesamtwert (Enterprise Value) der Akquisition, inklusive der Übernahme der Finanzverbindlichkeiten, beträgt CHF 256 Mio. (EUR 175 Mio.). Die Akquisition umfasst in einem ersten Schritt 96% der Stollwerck-Aktien, die von der Imhoff Industrie Holding und der gemeinnützigen Imhoff-Stiftung gehalten werden. Ein Teil der Kaufpreiszahlung erfolgt in Aktien der Barry Callebaut AG. Damit werden die Verkäufer zu wichtigen Aktionären der Barry Callebaut AG.

Den freien Aktionären der Stollwerck AG (4%) wird Barry Callebaut nach Vollzug der Akquisition in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Bestimmungen ein Pflichtangebot unterbreiten. Die Vertragsparteien erwarten, dass die für den Vollzug benötigte Kartellfreigabe kurzfristig erlangt werden kann. Das Angebot von Barry Callebaut an die freien Aktionäre wird auf der Grundlage eines Durchschnittskurses der Stollwerck-Aktie erfolgen. Zum Handelsschluss vom 24. April 2002 betrug der gewichtete Durchschnittskurs der letzten drei Monate ca. EUR 273. Die Festlegung des Angebotspreises erfolgt vorbehaltlich der Zustimmung der zuständigen deutschen Aufsichtsbehörde.

Für Rückfragen:

Barry Callebaut

für Finanzanalysten und Investoren:

Dr. Ralph Schmitz-Dräger
Chief Financial Officer
Tel. +41 1 388 61 42
Fax +41 1 388 61 53

Stollwerck

Klaus Friedrich
Finanzvorstand
Tel. +49 2203 430
Fax +49 2203 43666

für Medien:

Gaby Tschöfen
Leiterin Corp. Communications & Marketing
Tel. +41 1 388 61 60
Fax +41 1 388 61 53

Bernhard Pfaff
Marketingleitung
Tel. +49 2203 43 203
Fax +49 2203 43 45

An die Redaktionen:

Bitte beachten Sie die separate Einladung an die gemeinsamen Medienkonferenzen von Barry Callebaut und Stollwerck, die wie folgt statt finden:

Zürich (Schweiz)

Datum: Freitag, 26.4.2002
Zeit: 11:00 - 12:00 Uhr
Ort: Börse SWX, Convention Point, Saal Bid & Ask
Selnaustrasse 30, CH-8001 Zürich

Köln (Deutschland)

Datum: Freitag, 26.4.2002
Zeit: 14:30 - 15:30 Uhr
Ort: Stollwerck Schokoladenmuseum, Rheinauhafen, D-50678 Köln

Barry Callebaut AG

Mit einem Jahresumsatz von CHF 2,5 Milliarden 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 16 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.

www.barry-callebaut.com

Stollwerck AG

Die 1839 gegründete Stollwerck-Gruppe erzielte im Geschäftsjahr 2001 mit rund 5'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von rund EUR 750 Mio. Davon entfielen ca. drei Fünftel auf Deutschland, womit Stollwerck auf dem grössten Markt Europas eine führende Position einnimmt. Der übrige Umsatz verteilte sich zu rund 40% auf Osteuropa und Exportmärkte in der ganzen Welt. Das Osteuropa-Geschäft und die Susi-Fachgeschäfte wurden in der Zwischenzeit verkauft.

Das an die Barry Callebaut AG verkaufte Geschäft der Stollwerck AG in Westeuropa erzielte im Jahr 2001 einen Umsatz von rund CHF 774 Mio. resp. EUR 530 Mio. und schliesst acht Produktionsstätten in Deutschland, Belgien und der Schweiz mit ca. 2'500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein.

Die Stärke von Stollwerck liegt in einer Reihe bekannter und gut eingeführter Marken im mittleren und Premium-Segment, die konsequent und mit Erfolg geführt und laufend weiter entwickelt werden. Äusserst erfolgreich läuft das Markengeschäft Sarotti mit einem deutlich über dem Markt liegenden jährlichen Wachstum. Weitere umsatzbedeutende Marken sind unter anderem Gubor, Alpia und Sprengel. Das Unternehmen unterstreicht damit seine Kompetenz als Vollsortimenter im Hinblick auf Preisklassen, Angebotssegmente und Verbraucherbedürfnisse.

Die Stollwerck AG ist an den Börsen von Düsseldorf, Frankfurt, Berlin und Hamburg notiert.

www.stollwerck.de