



Medienmitteilung

Barry Callebaut kündigt volle Integration der Produktion an: Beschleunigte Umsetzung der Strategie

- **Barry Callebaut ist der bevorzugte Lösungsanbieter für die gesamte Nahrungsmittelindustrie von der Kakaobohne bis ins Verkaufsregal**
- **Die Umsetzung dieser Strategie im Geschäft mit globalen Einzelhandelskonzernen wird beschleunigt**
- **Konzept der spezialisierten Fabriken («Centers of Excellence») wird auch zur Kostenführerschaft im Verbrauchergeschäft führen**
- **Produktionsverlagerung von Köln zur designierten Pralinenfabrik in Norderstedt (Deutschland) geplant; Werk Köln wird geschlossen**
- **Organisatorischen Veränderungen führen zu Anpassungen im Management**
- **Starkes viertes Quartal**

Zürich/Schweiz, 10. September 2004 – Das weltweit führende Kakao- und Schokoladenunternehmen Barry Callebaut AG wird sämtliche Produktions- und logistischen Aktivitäten zu einer voll integrierten und zentral geleiteten Einheit „Operations“ zusammenführen. Diese Einheit wird für die Einführung des Konzeptes der spezialisierten Fabriken mit „Centers of Excellence“ – das im Industriegeschäft bereits mit Erfolg umgesetzt wurde – auch im Verbrauchergeschäft verantwortlich sein. Damit kann den Bedürfnissen der Kunden noch besser entsprochen und die Kostenführerschaft erreicht werden. Die Stollwerck-Fabrik in Köln wird geschlossen; auch bei anderen Fertigungsstätten der Barry Callebaut-Gruppe werden Schritte zur Effizienzsteigerung in die Wege geleitet.

Beschleunigte Umsetzung der Strategie des „bevorzugten Partners“ in allen Geschäftsbereichen

Die Strategie von Barry Callebaut zielt darauf ab, der bevorzugte Lösungsanbieter für die gesamte Nahrungsmittelindustrie von der Kakaobohne bis ins Verkaufsregal zu sein. Die Umsetzung dieser Strategie, die in den Bereichen gewerbliche und industrielle Kunden bereits erfolgreich realisiert wurde, wird nun im Verbrauchergeschäft beschleunigt. Die Kunden dieses Bereichs fallen in zwei Kategorien: erstens die weltweit agierenden Einzelhandelskonzerne; zweitens internationale Hersteller von Markenprodukten, die zunehmend die Fertigung ihrer Endprodukte auslagern, um sich auf Marketing und Verkauf konzentrieren zu können. Dank des umfassenden Lösungsangebots von der Kakaobohne bis ins Verkaufsregal konnte Barry Callebaut in diesem Bereich bereits eine Reihe wichtiger Vertragsabschlüsse verbuchen.

Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut: „Wir haben Grund zur Annahme, dass die Situation in Deutschland mit einer immer noch schwachen Binnenwirtschaft, einem starken Wachstum bei den Handelsmarken und einem verstärkten Preisdruck auf die Lieferanten andauern wird. Diese Situation dürfte sich künftig auch in anderen Märkten manifestieren, da die grossen Einzelhandelsketten rasch expandieren und die Verbraucher überall zunehmend an Qualität zu niedrigsten Preisen interessiert sind. Wir sind entschlossen, von diesem starken Marktwachstum aufgrund der weltweiten Nachfrage der grossen Einzelhandelsketten nach Handelsmarken zu profitieren. Ebenso wollen wir aus der Nachfrage der grossen Konsumgüterhersteller nach Endfertigung ihrer Verbraucherprodukte wie Formenguss und Verpackung Nutzen ziehen. Deshalb haben wir uns für eine beschleunigte Einführung unserer



Medienmitteilung

Strategie im Verbrauchergeschäft entschieden. Dabei werden wir zwei Ebenen gleichzeitig vorantreiben: massgeschneiderte Lösungen für Handelsmarken von der Produktentwicklung bis zur Verkaufsunterstützung auf der einen Seite, Kostenführerschaft auf der anderen.“

Optimierung der Fertigungsaktivitäten

Zentrale Organisationseinheit für Produktion und Logistik

Den Schlüssel zur Kostenführerschaft im Industriegeschäft von Barry Callebaut bildet das Konzept der spezialisierten Fabriken mit „Centers of Excellence“. Dieser Ansatz wird nun auf das gesamte Produktionsnetzwerk ausgeweitet. Die weltweit über 30 Produktionsstätten – bisher in der Verantwortung der einzelnen Geschäftsbereiche – werden neu in eine zentral geführte Einheit „Operations“ integriert. Diese wird alle Geschäftsbereiche von Barry Callebaut beliefern. Die Herstellung der Produkte wird konzentriert, und jede Fabrik fokussiert sich auf jene Produkte, für die sie am besten geeignet ist („Centers of Excellence“). Die Vorteile sind spezifischere Fachkompetenzen, längere Produktionsläufe, eine optimierte Lagerbewirtschaftung und ein verbessertes Kapazitätsmanagement. Ausserdem erlaubt die Trennung der Produktion von Vertrieb und Marketing den einzelnen Geschäftsbereichen, sich voll auf die Betreuung ihrer speziellen Kundensegmente zu konzentrieren.

Kapazitätsreduktion in Deutschland

Die Stollwerck AG, eine deutsche Tochtergesellschaft der Barry Callebaut AG, hat heute die bevorstehende Schliessung ihrer Fabrik in Köln/Deutschland per Ende März 2005 bekannt gegeben. Die Verhandlungen mit dem deutschen Gesamtbetriebsrat über einen Interessenausgleich für die etwa 150 von der Schliessung betroffenen Mitarbeiter werden unverzüglich eingeleitet. Auch der Europäische Betriebsrat wurde informiert.

Die heute in Köln gefertigten Produkte werden künftig an anderen Standorten der Gruppe hergestellt, vor allem im modernen Betrieb in Norderstedt bei Hamburg. Dieser verfügt über eine Produktionskapazität von ca. 30'000 Tonnen, verglichen mit ca. 7'000 Tonnen in Köln. Dies führt zur Konzentration der Pralinenherstellung in Deutschland auf eine spezialisierte Produktionsstätte. In Norderstedt entstehen etwa 80 neue Arbeitsplätze, die zuerst den Kölner Mitarbeitern angeboten werden. Köln bleibt Verwaltungssitz von Stollwerck.

Die Produktionsverlagerung sowie die Schliessung der Fabrik in Köln sind vollumfänglich durch die Restrukturierungsreserven in Höhe von CHF 80 Millionen abgedeckt, die zum Zeitpunkt der Akquisition von Stollwerck gebildet wurden.

Zusammenführung von drei Schweizer Verwaltungen zu einer

Im Interesse einer erhöhten operativen Effizienz werden die drei im Grossraum Zürich angesiedelten Schweizer Verwaltungsbüros – der Barry Callebaut-Hauptsitz in Dübendorf, Barry Callebaut Sourcing in Zug und Barry Callebaut (Schweiz) einschliesslich der „Chocolate Academy“ in Dübendorf – per Anfang 2005 in Zürich unter einem Dach vereint.



Medienmitteilung

Organisatorische Veränderungen führen zu Anpassungen im Management

Onno Bleeker, bisher verantwortlich für den Geschäftsbereich „Industrielle Kunden“, wurde mit sofortiger Wirkung zum Chief Operations Officer mit Verantwortung für die globale Produktion und Supply Chain ernannt. Sein Nachfolger für das Industriekundengeschäft und Mitglied der Geschäftsleitung wird Massimo Garavaglia, der seit 1992 für Barry Callebaut tätig ist und zur Zeit als Manager für den Mittelmeerraum, Nahost und Osteuropa verantwortlich zeichnet. Das finanzielle Risikomanagement wird gestärkt und untersteht künftig direkt dem CFO. Rudolf Schwab, seit 1996 Leiter des Geschäftsbereichs „Beschaffung & Risikomanagement“, hat entschieden, sich ausserhalb des Unternehmens neu zu orientieren. Der Verwaltungsrat dankt ihm für seine vielen Jahre im Dienste des Unternehmens und seinen erfolgreichen Beitrag zu dessen Weiterentwicklung. Steven Retzlaff, bisher Divisions-Leiter Kakao und davor CFO von Barry Callebaut Sourcing, zeichnet künftig als President sowohl für das Kakaogeschäft als auch die Beschaffung verantwortlich; er wird mit sofortiger Wirkung Mitglied der Geschäftsleitung. Aufgrund der Neuorganisation der Barry Callebaut-Gruppe hat sich Richard Crux, President Verbraucherprodukte Europa und Vorstandssprecher der Stollwerck AG, entschieden, das Unternehmen zu verlassen. Die Trennung erfolgt in bestem Einvernehmen, und Richard Crux steht für die Überführung in die neuen Strukturen weiterhin zur Verfügung. Der Verwaltungsrat dankt ihm für die geleistete Arbeit. Stefan von Klebelsberg, der über eine mehr als 15-jährige Erfahrung in der Nahrungsmittelindustrie verfügt und zur Zeit Vorstandsvorsitzender von Chupa Chups Van Melle in Bonn/Deutschland ist, wurde zum neuen Leiter des Bereichs Verbraucherprodukte Europa, Mitglied der Geschäftsleitung der Barry Callebaut AG sowie zum Vorstandsvorsitzenden der Stollwerck AG ernannt. (vgl. CV's im Anhang).

Ausblick auf das Geschäftsjahr 2003/2004

Zum Geschäftsjahr 2003/04 äusserte sich CEO Patrick De Maeseneire wie folgt: „Wir haben erst gerade unsere Bücher geschlossen. Was ich sagen kann, ist, dass wir trotz des sehr kompetitiven Umfeldes ein starkes viertes Quartal in allen Geschäftsbereichen und allen Märkten verzeichnen konnten. Wir glauben deshalb, dass wir den Erwartungen des Marktes entsprechen werden.“ Die Ergebnisse für das am 31. August 2004 abgeschlossene Geschäftsjahr 2003/04 werden am 10. November 2004 publiziert.

* * *

Kontakte

Für Investoren und Finanzanalysten:

Dieter A. Enkelmann, CFO
Barry Callebaut AG
Tel.: +41 1 801 61 43
Fax: +41 1 801 61 53
dieter_enkelmann@barry-callebaut.com

Für die Medien in der Schweiz:

Gaby Tschofen
Barry Callebaut AG
Tel.: +41 1 801 61 60
Fax: +41 1 801 61 53
gaby_tschofen@barry-callebaut.com

Für die Medien in Deutschland:

Tel.: +49 (0)69/963 652 – 22
Fax: +49 (0)69/963 652 – 15
stollwerck@relations.de



Medienmitteilung

* * *

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

Mit einem Jahresumsatz von ca. CHF 3,6 Mrd. (EUR 2,4 Mrd.) im Geschäftsjahr 2002/03 (Abschluss 31. August 2003) ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut der weltweit führende Hersteller von qualitativ hochwertigen Kakao-, Schokoladen- und Süsswarenprodukten - von der Kakaobohne bis zum Endprodukt im Verkaufsregal. Barry Callebaut unterhält über 30 Produktionsstätten in 20 Ländern und beschäftigt rund 8'500 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.

Das Geschäftsjahr 2003/04 schloss am 31. August 2004 ab. Die Ergebnisse werden am 10. November 2004 präsentiert (Medien- und Analystenkonferenz).



Curricula Vitae



Onno J. Bleeker

Onno J. Bleeker (1957), Mitglied der Geschäftsleitung, wurde per 10. September 2004 zum Chief Operations Officer von Barry Callebaut mit Verantwortung für die globale Produktion und Supply Chain ernannt.

Onno Bleeker begann seine Karriere bei Verba, einem Handels- und Vertriebsunternehmen im Nahrungsmittelsektor, das für Callebaut in den Niederlanden als Vertriebspartner tätig war. In der Folge wurde er Partner und General Manager von Verba.

1988 wurde Verba von Callebaut übernommen. In den Jahren 1989 bis 2001 bekleidete Onno Bleeker verschiedene Führungspositionen im oberen Management bei Callebaut und ab 1996 – nach der Fusion von Cacao Barry und Callebaut – bei der Barry Callebaut-Gruppe. Von Januar 2002 bis August 2002 war Onno Bleeker Partner und Managing Director bei Mebrom Gas and Components International N.V., einem internationalen Verteiler von Industrie- und Kühlgasen und Komponenten. Er ist weiterhin Aufsichtsratsvorsitzender und Partner von Membron. Im August 2002 wurde Onno Bleeker zum Leiter des Geschäftsbereichs Kakao und Industrielle Kunden und Mitglied des Senior Management Teams der Barry Callebaut AG berufen.

Onno Bleeker studierte Wirtschaft an der London Business School.



Massimo Garavaglia

Massimo Garavaglia (1966) wurde per 10. September 2004 zum Leiter des Geschäftsbereichs Industrielle Kunden und Mitglied der Geschäftsleitung der Barry Callebaut AG ernannt.

Von 1990 bis 1992 war er Verkaufsleiter eines italienischen Nahrungsmittelimporteurs. Nach seinem Wechsel zur Barry Callebaut Italia SpA im Jahr 1992 war er bis August 2003 Country Manager für Italien. Seither zeichnet er als Manager verantwortlich für den Mittelmeerraum, Nahost und Osteuropa.

Massimo Garavaglia schloss sein Studium an der Universität Bocconi in Mailand, Italien, mit dem Lizentiat in Wirtschaftswissenschaften ab.



Curricula Vitae



Steven Retzlaff

Steven Retzlaff (1963) wurde per 10. September 2004 zum Leiter des Geschäftsbereichs Beschaffung & Kakao und Mitglied der Geschäftsleitung der Barry Callebaut AG ernannt.

Er begann seine berufliche Laufbahn 1987 bei KPMG Peat Marwick in San Francisco als Revisor und wurde 1990 zum Supervising Audit Senior ernannt. Von 1990 bis 1993 arbeitete er als Supervising Audit Senior und Audit Manager für KPMG Fides Zürich. Danach wechselte er für drei Jahre zur JMP Newcor AG in Zug als Leiter des Bereichs European Finance and Operations. Im Mai 1996 stiess Steven Retzlaff zu Barry Callebaut als CFO von Barry Callebaut Sourcing AG. Von 1999 bis 2001 arbeitete er als CFO Swiss Operations (BC Sourcing AG und BC Schweiz AG). Von 2001 bis 2003 war er CFO des Geschäftsbereichs Kakao, Beschaffung & Risikomanagement. Neben dieser Tätigkeit leitete er von 2003 bis 2004 den Bereich Kakao, bevor er sich in der Folge ausschliesslich auf diese Funktion konzentrierte.

Steven Retzlaff ist Wirtschaftsprüfer (CPA) und hat einen Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften. Daneben studierte er am Institute of European Studies in Madrid/Spanien und an der INSEAD in Fontainebleau/Frankreich.



Stefan von Klebelsberg

Stefan von Klebelsberg (1959) wurde zum Leiter des Geschäftsbereichs Verbraucherprodukte Europa und Mitglied der Geschäftsleitung der Barry Callebaut AG sowie zum Vorstandsvorsitzenden der Stollwerck AG ernannt.

1987 kam Stefan von Klebelsberg zur Suchard Tobler GmbH in Bremen/Deutschland, wo er 1990 zum Verkaufsleiter des Geschäftsbereichs Warenhäuser ernannt wurde. Im gleichen Jahr wechselte er zur Hochland AG in Heimenkirch/Deutschland, wo er ab 1995 Verkaufsleiter und 1998 in den Aufsichtsrat berufen wurde. Seit 2001 ist er Vorstandsvorsitzender der Chupa Chups van Melle GmbH & Co. KG in Bonn/Deutschland. Im Rahmen seiner Tätigkeit war er insbesondere mit der Umstrukturierung des gesamten Unternehmens und der Fusion und Integration der beiden Unternehmen Chupa Chups und van Melle befasst. In diesem Jahr wurde ein dritter Aktionär, der Besitzer der Marke Fisherman's Friend, in dieses Joint-Venture aufgenommen.

Stefan von Klebelsberg erwarb das Lizentiat in Sozial- und Handelswissenschaften der Universität Innsbruck/Österreich.

10. September 2004