



Medienmitteilung

Barry Callebaut publiziert Ergebnisse für das erste Quartal 2004/05: Zufriedenstellendes Resultat angesichts niedrigerer Margen im Kakao- und Verbrauchergeschäft

- **Anstieg der Verkaufsmenge um 3% auf 293'620 Tonnen**
- **Rückgang des Verkaufserlöses um 6% auf CHF 1'154,8 Millionen, vor allem bedingt durch tiefere Kakaobohnenpreise und negative Währungseffekte.**
- **Erneut solides Resultat in den Geschäftsbereichen Industrielle Kunden und Gourmet & Spezialitäten**
- **Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf dem immateriellen Anlagevermögen (EBITA) bei CHF 90,1 Millionen (-6%), bedingt durch erwartete niedrigere Margen bei Halbfertigprodukten und geringere Rentabilität bei Verbraucherprodukten Europa**
- **Kosteneinsparungen aus den laufenden Umstrukturierungen in Deutschland werden sich erst im weiteren Jahresverlauf auswirken**
- **Konzerngewinn (PAT) um 3% auf CHF 55,2 Millionen gesunken**
- **Barry Callebaut erhält Finanzziele für das gesamte Geschäftsjahr aufrecht**

Zürich/Schweiz, 13. Januar 2005 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten, gab heute die Ergebnisse für das per 30. November 2004 beendete erste Quartal des Geschäftsjahres 2004/05 bekannt. Die erneut verbesserten Ergebnisse aus dem Verkauf von Schokoladeprodukten an industrielle und gewerbliche Kunden wurden belastet durch die erwarteten niedrigeren Margen aus den gesunkenen Combined Ratio-Margen für Halbfertigprodukte sowie die Tatsache, dass sich die Kosteneinsparungen aus der laufenden Umstrukturierung im Bereich Verbraucherprodukte Europa erst im zweiten Halbjahr auswirken werden. Der Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf dem immateriellen Anlagevermögen (EBITA) sank um 6% auf CHF 90,1 Mio. Während die Verkaufsmenge um 3% gesteigert werden konnte, ging der Verkaufserlös um 6% zurück, was vor allem auf tiefere Kakaobohnenpreise und negative Währungseffekte zurückzuführen ist. Die Finanzierungskosten konnten reduziert werden. Dies führte zu einem Konzerngewinn (PAT) von CHF 55,2 Mio. und entspricht einem Rückgang von lediglich 3% im Vergleich zur Vorjahresperiode.

Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut: „Wir sind zufrieden mit dem Resultat des ersten Quartals, denn es entspricht unseren Erwartungen. Wir wussten, dass die Margen für Halbfertigprodukte niedriger sein und die Kosteneinsparungen aus der Restrukturierung des Geschäftsbereichs Verbraucherprodukte Europa, die zu Beginn des Geschäftsjahres eingeleitet wurde, erst in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres zum Tragen kommen werden.“

Der **Verkaufserlös** ging um 6% auf CHF 1'154,8 Mio. zurück (Vorjahresperiode: CHF 1'224,7 Mio.). Dieser Rückgang war vor allem durch tiefere Kakaobohnenpreise und negative Währungseffekte bedingt.

Die **Verkaufsmenge** nahm um 3% von 285'666 Tonnen auf 293'620 Tonnen zu. Dieser Anstieg resultiert zur Hälfte aus organischem Wachstum und zur Hälfte aus der erstmaligen Konsolidierung von AM Foods, die im September 2004 übernommen und in Barry Callebaut Schweden umbenannt wurde.



Medienmitteilung

Der **EBITA** belief sich auf CHF 90,1 Mio. und lag damit 6% unter den CHF 95,4 Mio. der Vorjahresperiode. Die höheren Beiträge der Geschäftsbereiche Industrielle Kunden, Gourmet und Verbraucherprodukte Nordamerika wurden durch die erwarteten niedrigeren EBITA-Beiträge aus dem Bereich Kakao, in Kombination mit tieferen Margen auf Verbraucherprodukten in Europa aufgrund erneut gestiegener Haselnusspreise, mehr als kompensiert.

Mit CHF 20,7 Millionen waren die **Finanzierungskosten** 9% tiefer als im Vorjahr (CHF 22,8 Mio.). – Mit CHF 11,5 Mio. lag der Steuersatz bei 17,3 % im Vergleich zu 18,0% in der Vorjahresperiode. Der **Konzerngewinn (PAT)** reduzierte sich um lediglich CHF 1,5 Mio. oder 3% von CHF 56,7 Mio. auf CHF 55,2 Mio., was auf niedrigere Finanzierungskosten und die nicht nötige Goodwill-Abschreibung infolge einer Änderung der Rechnungslegungsvorschriften IFRS zurückzuführen ist.

Das **Eigenkapital** stieg um 6% auf CHF 846,0 Mio., verglichen mit CHF 800,9 Mio. am Ende des vorangegangenen Geschäftsjahres per 31. August 2004.

Am 30. November 2004 beschäftigte die Gruppe 8'970 **Mitarbeitende**, d.h. 0,4% mehr als am 31. August 2004, was vor allem die Saisonalität des Schokoladengeschäfts widerspiegelt.

Entwicklung der Geschäftssegmente

Segment Industriegeschäft

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

Die Verkaufsmenge belief sich auf 184'733 Tonnen, verglichen mit 179'837 Tonnen in der Vorjahresperiode. Dies entspricht einem organischen Wachstum von 3%.

- Die an Drittkunden verkauften Halbfertigprodukte legten um 7% auf 33'639 Tonnen zu (31'492 Tonnen in der Vorjahresperiode), primär dank gestiegener Verkäufe von Kakao-Liquor und Kakaopulver.
- Die Verkaufsmenge im Geschäftsbereich Industrielle Kunden stieg um 2% von 148'345 Tonnen auf 151'094 Tonnen. Am stärksten zum Wachstum beigetragen haben Kontinentaleuropa, Grossbritannien, die Türkei und der asiatisch-pazifische Raum.

Der im Industriegeschäft verzeichnete Verkaufserlös belief sich auf CHF 600,2 Mio. bzw. ein Minus von 4% im Vergleich zur Vorjahresperiode.

- Bedingt durch niedrigere Kakaobohnenpreise, negative Währungseffekte und die erwarteten tieferen Margen für Halbfertigprodukte ging der Verkaufserlös im Bereich Kakao um 14% auf CHF 137,1 Mio. zurück (Vorjahresperiode: CHF 158,6 Mio.).
- Im Geschäftsbereich Industrielle Kunden führten tiefere Kakaobohnenpreise und ungünstige Wechselkurse zu einer flachen Entwicklung des Verkaufserlöses. Unter Ausschluss der negativen Wechselkurs- und Kakaobohnenpreiseffekte lag das organische Wachstum des Verkaufserlöses bei 4%.



Medienmitteilung

Die gewalttätigen Ereignisse in der Elfenbeinküste im November führten in der Berichtsperiode zu einer starken Volatilität der Kakaobohnenpreise an den Terminmärkten. Im November 2004 waren die drei Fabriken der Gruppe in der Elfenbeinküste für vier Tage geschlossen. Seit dem 11. November 2004 sind die Fabriken wieder voll in Betrieb. Der Einkauf von Kakaobohnen und die Verschiffung von Bohnen und Produkten haben sich verlangsamt, jedoch konnte Barry Callebaut allen Vertragsverpflichtungen gegenüber ihren Kunden nachkommen.

Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft

Das Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft bedient eine breite Kundenpalette, von lokalen gewerblichen Anwendern bis hin zu global tätigen Einzelhandelskonzernen.

Der Verkaufserlös ging um 8% von CHF 601,7 Mio. auf CHF 554,6 Mio. zurück.

- Der Verkaufserlös im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten stieg im Vergleich zur Vorjahresperiode um 2% auf CHF 158,2 Mio. (CHF 154,6 Mio.). Das organische Wachstum lag bei 1%. Das sehr starke Wachstum in Kontinentaleuropa, Grossbritannien und im asiatisch-pazifischen-Raum wurde teilweise durch den Umsatzrückgang bei den Verbraucherprodukten Afrika kompensiert. Dieser Rückgang ist die Folge der anhaltenden politischen Krise in der Elfenbeinküste, die sich negativ auf den privaten Konsum auswirkt.
- Der Netto-Verkaufserlös bei den Verbraucherprodukten sank um 11% auf CHF 396,4 Mio. (CHF 447,1 Mio.). Dieser Rückgang resultiert vor allem aus negativen Währungseffekten in Kombination mit einer ungünstigen Entwicklung des Produktmixes und einer Reklassifizierung von Werbeaufwendungen und Rabatten sowie geringeren Umsätzen in den USA mit Frucht-Snack-Produkten. Der Brutto-Verkaufserlös (d.h. vor Skonti, Mengenrabatten etc.) sank um 9%, bei konstanten Wechselkursen um 6%. Erste Preiserhöhungen wurden per 1. Januar 2005 in Deutschland umgesetzt. Sollten die Preise im Rahmen der anstehenden Vertragsverhandlungen nicht erhöht werden können, werden unprofitable Volumina im Umfang von bis zu 10'000 Tonnen nach Ablauf der entsprechenden Verträge nicht mehr erneuert.

Die im September 2004 angekündigte weitere Restrukturierung der Geschäftsbereichs Verbraucherprodukte Europa verläuft nach Plan: Der Produktionstransfer von Köln nach Norderstedt ist angelaufen, und das Werk in Köln wird in zwei Schritten – Ende März und Ende Juni 2005 – geschlossen. Nach Abschluss der Verhandlungen mit dem deutschen Betriebsrat wurde im Januar mit der Restrukturierung des Aussendienstes begonnen; dieser Prozess wird Ende August 2005 abgeschlossen sein. Die Kosteneinsparungen aus diesen Massnahmen werden in der zweiten Hälfte des laufenden Geschäftsjahres zum Tragen kommen.



Medienmitteilung

Ausblick

Mit Blick auf das gesamte Geschäftsjahr 2004/05 sagte CEO Patrick De Maeseneire: “Nach einem starken Dezember rechnen wir umsatzmässig mit einem guten zweiten Quartal. Zusammen mit den Einsparungen aus der Restrukturierung in Deutschland, deren Niederschlag wir im weiteren Jahresverlauf erwarten, sind wir zuversichtlich, dass wir die angekündigten Finanzziele für das Gesamtjahr erreichen können, vorbehaltlich wesentlicher unvorhergesehener Ereignisse.”

* * *

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

* * *

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

Mit einem Jahresumsatz von über CHF 4 Mrd. für das Geschäftsjahr 2003/04 ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten sowie Süswaren – von der Kakaobohne bis zum fertigen Produkt im Verkaufsregal. Barry Callebaut unterhält über 30 Produktionsstandorte in 22 Ländern und beschäftigt rund 9'000 Mitarbeitende. 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.

Die Resultate für die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2004/05 werden am 11. April 2005 veröffentlicht.

* * *

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:

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



Medienmitteilung

Eine Telefonkonferenz für Analysten, institutionelle Investoren und Journalisten findet wie folgt statt:

Datum: Donnerstag, 13. Januar 2005
Zeit: 09:00 – ca. 10:00 Uhr MEZ / 08:00 – ca. 09:00 Uhr GMT

Wählen Sie bitte 5 bis 10 Minuten vor der Telefonkonferenz:

+41 91 610 56 00 (für Anrufe aus Europa)
+44 207 107 0611 (für Anrufe aus Grossbritannien)
+1 866 291 41 66 00 (für Anrufe aus Nordamerika)

Sie werden dann aufgefordert, Ihren Namen und das Passwort „chocolate“ einzugeben.

Konferenzsprache ist Englisch. Fragen können in Deutsch und Englisch gestellt werden.

Eine Tonbandaufnahme der Konferenz kann während 72 Stunden unter folgenden Nummern abgehört werden: **+41 91 612 43 30** (Europa), **+44 207 866 43 00** (UK) und **+1 412 317 00 88** (USA) - Code 522 (gefolgt von der Taste #).

Die Medienmitteilung, der umfassendere Investorenbrief und die Folien für die Konferenz können ab 13. Januar 2005 7:15 Uhr MEZ von unserer Webseite (www.barry-callebaut.com) heruntergeladen werden.



Medienmitteilung

Kennzahlen der Barry Callebaut AG (ungeprüft)

		Veränderung (%)	3 Monate bis 30.11.2004	3 Monate bis 30.11.2003
Erfolgsrechnung				
Verkaufserlös <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	-5.7 -3.3	1,154.8 1,184.1	1,224.7
Verkaufsmenge	Tonnen	2.8	293,620	285,666
Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf dem immateriellen Anlagevermögen (EBITA) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	-5.6 -4.1	90.1 91.5	95.4
EBITA pro Tonne <i>in lokalen Währungen</i>	CHF	-8.1 -6.7	306.9 311.6	334.0
Konzerngewinn (PAT) ¹⁾ <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	-2.6 -1.1	55.2 56.1	56.7
Cashflow ²⁾	Mio. CHF	-5.3	83.4	88.1
Aktien				
EBITA pro Aktie	CHF	-5.6	17.43	18.45
Gewinn pro Aktie (unverwässert)	CHF	-2.1	10.76	10.99
Gewinn pro Aktie (verwässert)	CHF	-2.6	10.68	10.96
			Per 30. Nov. 2004	Per 31. Aug. 2004
Bilanz				
Bilanzsumme	Mio. CHF	3.4	2,855.7	2,760.5
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF	11.8	1,021.4	914.0
Anlagevermögen	Mio. CHF	1.8	1,120.0	1,099.9
Nettoverschuldung	Mio. CHF	10.7	1,044.3	943.0
Eigenkapital	Mio. CHF	5.6	846.0	800.9
Andere				
Mitarbeitende		0.4	8,970	8,933

- 1) Die vergleichbare Vorjahreszahl beinhaltet eine Goodwill-Abschreibung (netto) in Höhe von CHF 1,6 Mio.
- 2) Konzerngewinn + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf Goodwill und anderes immaterielles Anlagevermögen



Medienmitteilung

Kennzahlen nach Geschäftssegment

		Veränderung (%)	3 Monate bis 30. Nov.2004	3 Monate bis 30. Nov .2003
Industriegeschäft				
Verkaufserlös	Mio. CHF	-3.7	600.2	623.0
- Kakao	Mio. CHF	-13.6	137.1	158.6
- Industrielle Kunden	Mio. CHF	-0.3	463.1	464.4
Verkaufsmenge	Tonnen	2.7	184,733	179,837
- Kakao	Tonnen	6.8	33,639	31,492
- Industrielle Kunden	Tonnen	1.9	151,094	148,345
Gewerbliche Kunden/ Verbrauchergeschäft				
Verkaufserlös	Mio. CHF	-7.8	554.6	601.7
- Gourmet & Spezialitäten	Mio. CHF	2.3	158.2	154.6
- Verbraucherprodukte	Mio. CHF	-11.3	396.4	447.1