

Medienmitteilung

Barry Callebaut AG – Erfolgreiches Geschäftsjahr 2002/03: Deutliche operative Verbesserungen, Dividendenerhöhung

- Steigerung des Verkaufserlöses um 36% auf rund CHF 3,6 Milliarden (in lokalen Währungen plus 42%)
- Zunahme der Verkaufsmenge um 17% auf 891'048 Tonnen
- Solides organisches Wachstum in den Geschäftsbereichen Industrielle Kunden und Gourmet & Spezialitäten
- Steigerung des Betriebsgewinns (EBIT) um 20% auf CHF 208,7 Mio.; Ziel eines EBIT von mindestens CHF 200 Mio. für das Geschäftsjahr 2002/03 damit erreicht
- Zunahme des Konzerngewinns um 1,6% aufgrund höherer Finanzierungskosten; neue Finanzierungsstruktur führt jedoch zu verbessertem Schuldenfälligkeitsprofil und reduziertem Zinsrisiko
- Integration und Restrukturierung von Stollwerck operativ und finanziell auf Kurs
- Dividendenerhöhung von CHF 6.90 auf CHF 7.00 pro Namenaktie beantragt

Zürich/Schweiz, 11. November 2003 – Barry Callebaut, der weltweit führende Hersteller von Kakao- und Schokoladenprodukten, konnte erneut Verkaufserlös, Betriebsgewinn (EBIT) und Konzerngewinn steigern, dies in einem von politischen Unsicherheiten und wirtschaftlichen Schwierigkeiten geprägten Umfeld in verschiedenen Schlüsselregionen der Welt.

Im Geschäftsjahr 2002/03 (Abschluss per 31. August) stieg der **konsolidierte Verkaufserlös** um 36% auf rund CHF 3,6 Milliarden. Er wurde vom starken Schweizer Franken negativ beeinflusst. In lokalen Währungen nahm der Verkaufserlös um 42% zu. Zur Steigerung beigetragen haben das solide organische Wachstum der Geschäftsbereiche Industrielle Kunden und Gourmet & Spezialitäten, höhere durchschnittliche Kakaopreise sowie die erstmalige Konsolidierung von Stollwerck für das gesamte Geschäftsjahr und von Luijckx für sechs Monate. Die **Verkaufsmenge** stieg um 17% auf 891'048 Tonnen, wobei das Wachstum der Verkaufsmenge im Bereich Verbraucherprodukte überproportionale 288% betrug und die Verkaufsmenge von Kakao- und Halbfertigprodukten an Drittkunden bewusst um 11% zurückgenommen wurde.

Der **Betriebsgewinn (EBIT)** stieg um 20% auf CHF 208,7 Mio. und übertraf damit das zu Beginn des Geschäftsjahres angekündigte Ziel eines EBIT von mindestens CHF 200 Mio. In lokalen Währungen betrug das EBIT-Wachstum 25%. Der **EBIT pro Tonne** als Massstab für die Profitabilität verbesserte sich um 3% auf CHF 234,2 (+7% in lokalen Währungen). Von den im Geschäftsjahr 2001/02 getätigten Restrukturierungsrückstellungen in Höhe von insgesamt CHF 80 Mio. im Zusammenhang mit der Stollwerck-Akquisition wurden bisher CHF 31,4 Mio. verwendet. Die Restrukturierung von Stollwerck verläuft sowohl operativ als auch finanziell nach Plan und wird im Sommer 2004 abgeschlossen sein. Die durchschnittliche Steuerrate hat sich leicht erhöht, konnte aber bei moderaten 19% gehalten werden. Der **Konzerngewinn** lag mit CHF 103,2 Mio. um 1,6% über dem Vorjahreswert, dies unter Ausklammerung der Auswirkungen der Restrukturierungsrückstellungen im Zusammenhang mit Stollwerck in Höhe von CHF 80 Mio., was im Geschäftsjahr 2001/02 einen ausgewiesenen Konzerngewinn von CHF 21,1 Mio. zur Folge hatte. Der **Gewinn pro Aktie** war CHF 20,00. Das im Vergleich zum EBIT geringere Wachstum des Konzerngewinns erklärt sich mit höheren Finanzierungskosten im Zusammenhang mit der neuen Finanzierungsstruktur der Gruppe, was ihr Schuldenfälligkeitsprofil verbessert und die Zinssatzvolatilität reduziert hat.

Der Generalversammlung wird eine **Erhöhung der Dividende** von CHF 6.90 auf CHF 7.00 pro Namenaktie vorgeschlagen.

Patrick G. De Maeseneire, Chief Executive Officer, kommentierte das abgelaufene Geschäftsjahr wie folgt: "Wir haben den Wandel von einem industriellen Hersteller von Kakao- und Schokoladenprodukten zu einem vertikal voll integrierten Lösungsanbieter für die Nahrungsmittelindustrie erfolgreich vollzogen. Barry Callebaut bietet heute Kakao- und Schokoladenprodukte in praktisch jeder Form und Fertigungstiefe an – von der Kakaobohne bis zum fertigen Produkt im Verkaufsregal. Es ist uns gelungen, unser Geschäft auf Aktivitäten nahe beim Verbraucher auszudehnen, während wir gleichzeitig unsere Positionen im industriellen und gewerblichen Kundensegment weiter ausbauen konnten. Mit den erzielten Ergebnissen sind wir zufrieden."

Geschäftsentwicklung

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die weltweite Konjunktur im Geschäftsjahr 2002/03 blieb schwach, was sich negativ auf die Konsumentenstimmung auswirkte. Deshalb stagnierte der Schokoladenabsatz in den meisten Ländern oder entwickelte sich gar rückläufig. In Westeuropa war der deutsche Verbrauchermarkt besonders gedrückt; zusätzlich forderte das heisse Sommerwetter in Europa seinen Tribut. Günstiger verlief die Entwicklung in Osteuropa. Von Nordamerika ging erst im zweiten Kalenderhalbjahr eine gewisse Belebung aus. In Asien-Pazifik erlitten die Tourismus- und Gastronomiebranchen aufgrund der Krankheit SARS einen massiven Rückschlag. Die schwierige wirtschaftliche und politische Situation in verschiedenen Ländern des Mittleren Ostens und die Auswirkungen des Irak-Kriegs hatten ebenfalls negative Folgen. Das Geschäft mit Verbraucherprodukten in Afrika erwies sich hingegen als erfreulich robust.

Dennoch erzielte Barry Callebaut im Berichtsjahr ein erfreuliches Volumenwachstum und eine Festigung ihrer Marktanteile im Geschäft mit industriellen und gewerblichen Kunden. Damit bestätigte Barry Callebaut ihre starke Position als weltweit führender Hersteller von qualitativ hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten.

Mit der Expansion ihres Verbrauchergeschäfts hat Barry Callebaut die Aktivitäten per 1.9.2003 in zwei klar umrissene strategische Geschäftssegmente gegliedert: das Industriegeschäft und das Geschäft mit gewerblichen und Einzelhandelskunden. Die Segmentberichterstattung für das Geschäftsjahr 2002/03 entspricht bereits dieser neuen Struktur.

Entwicklung der Geschäftssegmente

Das **Industriegeschäft** vereinigt die Geschäftsbereiche Beschaffung & Risikomanagement und Industrielle Kunden und damit alle anlage- und kapitalintensiven Aktivitäten. Der Bereich Industrielle Kunden beliefert die weltweite Nahrungsmittelindustrie mit Schokolade sowie Kakao- und Halbfertigprodukten. Der Bereich Beschaffung & Risikomanagement stellt in erster Linie die Eigenversorgung mit qualitativ hochstehenden Rohwaren wie Kakao, Milchpulver, Zucker, Nüssen und getrockneten Früchten sowie mit Halbfertigprodukten sicher.

Das vergangene Geschäftsjahr war durch ausgesprochen volatile Kakaopreise gekennzeichnet. Die Geschäftsmodelle von Barry Callebaut sind indessen so aufgebaut, dass Preisfluktuationen von Rohstoffen in der Erfolgsrechnung weitgehend neutralisiert

werden. Dagegen schlagen sich höhere Kakaopreise in einem höheren Buchwert der Kakaobohnenvorräte in der Bilanz nieder.

Barry Callebaut erzielte im Segment Industriegeschäft ein vorwiegend organisches Wachstum des Verkaufserlöses um 9% auf CHF 2'193,9 Mio. (61% des gruppenweiten Verkaufserlöses). Die Verkaufsmenge belief sich auf 631'146 Tonnen, nämlich 510'319 Tonnen (+5% bzw. über 24'000 Tonnen) im Geschäftsbereich Industrielle Kunden und 120'827 Tonnen im Geschäftsbereich Kakao, wo die Verkaufsmenge an Drittkunden bewusst um 11% zurückgenommen wurde. Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um 14% auf CHF 142,3 Mio. Die Segment-Bilanzsumme betrug CHF 1'815,4 Mio. einschliesslich des Umlaufvermögens, das durch die höheren durchschnittlichen Kakaopreise während des vergangenen Geschäftsjahres beeinflusst wurde. Der EBIT betrug 7,8% der Segment-Bilanzsumme (Vorjahr: 7,1%).

Das Segment **Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft** setzt sich aus den Geschäftsbereichen Gourmet & Spezialitäten und Verbraucherprodukte zusammen. Es ist näher beim Endverbraucher angesiedelt, und seine Produkte zeichnen sich durch einen höheren Mehrwert aus. Die Kunden reichen von gewerblichen Verarbeitern bis zu weltweit tätigen Einzelhandelskonzernen.

Der Verkaufserlös mit gewerblichen und Einzelhandelskunden wuchs im Geschäftsjahr 2002/03 um 126% auf CHF 1'377,4 Mio. oder 39% des gruppenweiten Verkaufserlöses. Dieser starke Anstieg ist vor allem auf die erstmalige Konsolidierung von Stollwerck und in wesentlich geringerem Ausmass auf die Akquisition von Luijckx zurückzuführen, aber auch dem soliden organischen Wachstum im Bereich Gourmet & Spezialitäten zu verdanken. Der Betriebsgewinn (EBIT) nahm um 31% auf CHF 104,3 Mio. zu. Die Steigerung erklärt sich teilweise mit der Konsolidierung von Stollwerck und Luijckx sowie dem soliden organischen EBIT-Wachstum des Bereichs Gourmet & Spezialitäten aufgrund höherer Mengen und höherer Margen. Die Segment-Bilanzsumme betrug CHF 776,5 Mio. Die relativ niedrige Bilanzsumme zeigt, dass die Aktivitäten dieses Segments, vor allem Formen und Verpacken, weniger kapitalintensiv sind als das Industriegeschäft. Der EBIT betrug 13,4% der Segment-Bilanzsumme, nach 33,6% im Vorjahr. Der sehr hohe Quotient für das Vorjahr ist typisch für den Gourmetbereich, der die Produktion auslagert und der bis zur Stollwerck-Akquisition den Hauptteil dieses Geschäftssegments ausmachte. – Die im September 2003 erworbene Brach's Confections Holding, Inc. wird ab 1.9.2003 konsolidiert.

Stossrichtungen des künftigen Wachstum

Im **Industriesegment** will Barry Callebaut im kommenden Jahr weiter wachsen, indem der anhaltende Trend zum Outsourcing in der Nahrungsmittelindustrie genutzt werden soll, sowie durch die weitere Stärkung der erwiesenen Innovationskraft und die Prüfung neuer geografischer Märkte.

Das Segment **Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft** soll in den nächsten Jahren gezielt weiter ausgebaut werden:

Der Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten wird damit fortfahren, das Angebot bei den gebrauchts- und verkaufsfertigen Produkten auszuweiten – zum Beispiel mit der Linie "Chocolat de l'Artisan", die über den Gourmetkanal an Endverbraucher verkauft wird. Barry Callebaut will so zum Lösungsanbieter für gewerbliche Anwender von Kakao und Schokolade werden, die einem intensiven Wettbewerb ausgesetzt sind, immer schwerer qualifiziertes Personal finden und in vielen Ländern mit tieferen Wochenarbeitszeiten konfrontiert sind.

Auch im Geschäftsbereich Verbraucherprodukte werden umfassende Lösungen und Differenzierung immer wichtiger. Als einer der wenigen Anbieter von Marken und Handelsmarken ist Barry Callebaut einzigartig positioniert, um im Süswarenereich der bevorzugte Dienstleister der weltweit tätigen Einzelhandelskonzerne zu werden. In der nun angelaufenen zweiten Phase der Restrukturierung von Stollwerck werden die Produktpalette und das Marken-Portfolio weiter konzentriert, um die Profitabilität zu verbessern. Geografisch liegt der Fokus auf den Kernmärkten Deutschland, Belgien, Frankreich und – nach der Akquisition von Brach's im September 2003 – den USA. Die operative Restrukturierung von Brach's verläuft plangemäss und wird Ende 2003 abgeschlossen sein.

Anträge an die Generalversammlung

Der Verwaltungsrat schlägt der Generalversammlung eine von CHF 6.90 auf CHF 7.00 erhöhte Dividende pro Namenaktie vor.

Nach über 20 Jahren in den Diensten der Gruppe, davon sechs Jahre im Verwaltungsrat, wird sich Pierre Vermaut an der Generalversammlung vom 10. Dezember 2003 aus dem Verwaltungsrat der Barry Callebaut AG zurückziehen. Als neues Verwaltungsratsmitglied wird Dr. Walther Andreas Jacobs (40), Präsident des Verwaltungsrates von Brach's Confections Holdings, Inc. vorgeschlagen. Die bisherigen Verwaltungsratsmitglieder Andreas Schmid (Präsident), Dr. Johann Christian Jacobs (Vizepräsident), Rolando Benedick und Andreas W. Keller stellen sich für die Wiederwahl für eine weitere Amtsperiode von einem Jahr zur Verfügung.

Ausblick

Patrick G. De Maeseneire, Chief Executive Officer, zu den Aussichten für das Geschäftsjahr 2003/04: "Die Konjunktursignale der ersten zwei Monate des laufenden Geschäftsjahrs geben uns noch nicht genügend Hinweise darauf, dass sich die Weltwirtschaft in einem nachhaltigen Erholungsprozess befindet. Insgesamt bin ich für den Markt USA eher positiv gestimmt und eher zurückhaltend bezüglich Europa. Unsere bisherigen Ergebnisse, der aktuelle Auftragsbestand sowie die laufenden Innovationen zeigen jedoch klar, dass Barry Callebaut gut positioniert und in der Lage ist, in beiden Geschäftssegmenten auch unter schwierigen Umständen Wachstum zu schaffen."

* * *

Barry Callebaut:

Mit einem Jahresumsatz von CHF 3,6 Milliarden im Geschäftsjahr 2002/03 ist Barry Callebaut mit Hauptsitz in Zürich, Schweiz, der weltweit führende Hersteller von qualitativ hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten – von der Bohne bis zum Endprodukt im Verkaufsregal. Nach dem Erwerb von Brach's Confections Holding, Inc. im September 2003 betreibt Barry Callebaut über 30 Produktionsstätten in 17 Ländern und beschäftigt rund 9'400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Unternehmen steht im Dienst der gesamten Lebensmittelbranche – von industriellen Nahrungsmittelherstellern über gewerbliche Anwender von Schokolade wie Chocolatiers, Confiseurs oder Bäcker bis hin zu Partnern im Einzelhandel. Barry Callebaut bietet aber auch umfassende Dienstleistungen in den Bereichen Entwicklung, Verarbeitung, Schulung und Marketing an.

www.barry-callebaut.com

Kontakte

für Investoren und Analysten:

Dieter A. Enkelmann, CFO
Barry Callebaut AG
Tel. +41 1 388 61 19
Fax +41 1 388 61 53

für Medien:

Gaby Tschofen
Barry Callebaut AG
Tel. +41 1 388 61 60
Fax +41 1 388 61 53

Medienkonferenz der Barry Callebaut AG

Datum: Dienstag, 11. November 2003
Zeit: 10.00-11.00 Uhr
Ort: Widder Hotel, Widder-Saal, Rennweg 7, 8001 Zürich, Schweiz

Analystenkonferenz der Barry Callebaut AG

Datum: Dienstag, 11. November 2003
Zeit: 12.00-13.00 Uhr, gefolgt von einem Lunch mit Dessertbuffet
Ort: Widder Hotel, Widder-Saal, Rennweg 7, 8001 Zürich, Schweiz

Falls Sie nicht persönlich an der Analystenkonferenz teilnehmen können, sind Sie eingeladen, am Telefon zuzuhören und Ihre Fragen zu stellen. Bitte wählen Sie sich unter einer der folgenden Nummern ein:

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

Sie werden gebeten, sich zu identifizieren.

Konferenzsprache ist Englisch.

Eine Tonbandaufnahme der Konferenz kann ab dem 11. November 2003 (14.00h CET) während 72 Stunden abgehört werden unter **+41 91 612 43 30** (Europa), **+1 412 858 14 40** (USA) and **+44 207 866 43 00** (UK) - Code '335' (gefolgt vom # Zeichen).

Kennzahlen der Barry Callebaut AG

in CHF		Veränderung in %	2002/03	2001/02	2000/01
Erfolgsrechnung					
Verkaufserlös <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	36.2 41.6	3,571.3 3,712.9 (3)	2,621.8 --	2,548.6 --
Verkaufsmenge	Tonnen	17.1	891,048	760,680	787,302
EBITDA (2)	Mio. CHF	24.4	333.1	267.8 (1)	266.2
Betriebsgewinn (EBIT) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	20.5 25.2	208.7 216.8 (3)	173.2 (1) --	168.0 --
Konzerngewinn (PAT) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	1.6 7.3	103.2 109.0 (3)	101.6 (1) --	97.1 --
Cashflow (4)	Mio. CHF	16.0	227.7	196.2 (1)	195.3
Bilanz					
Bilanzsumme	Mio. CHF	2.3	2,712.7	2,651.6	2,049.2
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF	15.2	955.1	828.7	765.9
Anlagevermögen	Mio. CHF	-1.9	1,049.9	1,070.6	823.1
Nettoverschuldung (5)	Mio. CHF	7.3	1,030.1	960.1	786.2
Eigenkapital	Mio. CHF	9.5	759.2	693.5	697.4
Quotienten					
Rendite auf das einge- setzte Kapitel (ROCE) (6)	%	-1.8	15.0%	15.3% (8)	14.0%
Eigenkapitalrendite (ROE)	%	-1.5	13.6%	13.8% (8)	13.9%
EBIT pro Tonne <i>in lokalen Währungen</i>	CHF	2.9 6.9	234.2 243.3 (3)	227.7 (1) --	213.4 --
Verschuldungsgrad	%	-2.0	135.7%	138.4%	112.7%
Aktien					
EBIT pro Aktie	CHF	20.5	40.4	33.5 (1)	32.5
Gewinn pro Aktie	CHF	1.6	20.0	19.6 (1)	18.8
Dividende pro Aktie (7)	CHF	1.4	7.00	6.90	6.70
Andere					
Mitarbeitende		3.3	7,837	7,583	4,911

- 1) Kennzahlen 2001/02 basieren auf einem normalisierten Gewinn ohne Restrukturierungsrückstellungen in der Höhe von CHF 80 Mio.
- 2) EBIT + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf Goodwill und anderes immaterielles Anlagevermögen
- 3) Zahlen 2002/03 konsolidiert zu Wechselkursen von 2001/02
- 4) Konzerngewinn + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf Goodwill und anderes immaterielles Anlagevermögen
- 5) Inkl. nachrangige Schulden
- 6) EBITA / Durchschnitt (eingesetztes Kapital – Goodwill)
- 7) Basierend auf einem Dividendenvorschlag von CHF 7.00 für 2002/03
- 8) Der Quotient für 2001/02 wurde berechnet auf der Basis eines normalisierten Gewinns ohne Restrukturierungsrückstellungen in der Höhe von CHF 80 Mio. und auf einer Proforma-Bilanz ohne Stollwerck.

Kennzahlen nach Geschäftssegmenten

in CHF		Veränderung (%)	2002/03	2001/02
Segment Industriegeschäft				
Verkaufserlös	Mio. CHF	9.0	2,193.9	2,012.8
- <i>Kakao</i>	Mio. CHF	-1.0	614.2	620.3
- <i>Industrielle Kunden</i>	Mio. CHF	13.4	1,579.7	1,392.5
Verkaufsmenge	Tonnen	1.5	631,146	621,953
- <i>Kakao</i>	Tonnen	-11.1	120,827	135,914
- <i>Industrielle Kunden</i>	Tonnen	5.0	510,319	486,039
EBIT	Mio. CHF	13.9	142.3	125.0
EBITDA	Mio. CHF	6.5	214.8	201.7
Segment-Bilanzsumme	Mio. CHF	2.6	1,815.4	1,769.6
EBIT / Segment-Bilanzsumme	%	11.0	7.84%	7.06%
Segment Gewerbliche Kunden/ Verbrauchergeschäft				
Verkaufserlös	Mio. CHF	126.2	1,377.4	609.0
- <i>Gourmet & Spezialitäten</i>	Mio. CHF	12.5	476.4	423.6
- <i>Verbraucherprodukte</i>	Mio. CHF	386.0	901.0	185.4
EBIT (1)	Mio. CHF	30.8	104.3	79.8
EBITDA (1)	Mio. CHF	62.3	152.9	94.2
Segment-Bilanzsumme	Mio. CHF	5.5	776.5	735.8
EBIT / Segment-Bilanzsumme ⁽²⁾	%	--	13.44%	33.61%

(1) EBIT und EBITDA 2001/02 basieren auf einem normalisierten Gewinn ohne Restrukturierungsrückstellungen in der Höhe von CHF 80 Mio.

(2) Für 2001/02 ohne Bilanz-Segmentsumme im Zusammenhang mit der Akquisition von Stollwerck.

ENDE