BARRY CALLEBAUT

Medienmitteilung

Barry Callebaut AG steigert den Betriebsgewinn um 13% und den Reingewinn um 8%

- Zunahme des Verkaufserlöses um 6% auf 2'548,6 Millionen CHF
- Zunahme der Verkaufsmenge um 5% auf 787'302 Tonnen
- Steigerung des Betriebsgewinns (EBIT) um 13% auf 168,0 Millionen CHF
- Steigerung des EBIT pro Tonne um 8% auf 213.40 CHF
- Steigerung des Konzerngewinns um 8% auf 97,1 Millionen CHF
- Verarbeitung von 14% der weltweiten Kakaoernte
- Rücktritte von Klaus J. Jacobs und Dr. Gaudenz Staehelin aus dem Verwaltungsrat
- Zuwahl von Dr. Christian Jacobs und Rolando Benedick vorgeschlagen
- Erhöhung der Dividende von CHF 6.50 auf CHF 6.70 je Namenaktie beantragt

Zürich/Schweiz, 20. November 2001 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladeprodukten, steigerte im Geschäftsjahr 2000/01 (per 31. August) den Verkaufserlös um 6% auf 2'548,6 Millionen CHF. Damit ist Barry Callebaut doppelt so rasch wie der Gesamtmarkt (plus knapp 2%) gewachsen. Mit 168,0 Millionen CHF (+13% gegenüber dem Vorjahr) wurde ein gutes Betriebsergebnis (EBIT) erwirtschaftet; pro Tonne entspricht dies einer Zunahme um 8% auf 213.40 CHF. Der Konzerngewinn betrug 97,1 Millionen CHF (+8%). Er stieg nicht im gleichen Ausmass wie das Betriebsergebnis, was im Wesentlichen auf höhere Finanzierungskosten aufgrund der vollumfänglichen Konsolidierung von strategischen Kakaopositionen zurückzuführen ist. Die Bilanzsumme konnte um fast 180 Millionen CHF reduziert werden. Der Verschuldungsgrad wurde auf erfreuliche 113% (im Vorjahr: 159%) zurückgeführt. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich auf 34% (im Vorjahr: 29%).

Entwicklung der Geschäftsbereiche

Der Bereich **Schokolade für industrielle Kunden (Food Manufacturers)** steigerte den Umsatz um 2% auf 1'416,6 Millionen CHF oder 56% des Gesamtumsatzes aufgrund eines erfreulichen Umsatzwachstums praktisch aller Produkte vor allem in Europa. Bei einer weltweiten Zunahme des Schokoladekonsums von knapp 2% strebt Barry Callebaut ein darüber liegendes Wachstum an, wobei gleichzeitig die Kosten regelmässig gesenkt werden sollen. Die Konzentration des Kundenkreises auf immer weniger Grossabnehmer setzt sich fort. Barry Callebaut nutzt diese Entwicklung seit längerem erfolgreich als Chance, sich als Know-how-Partner und Dienstleister der global operierenden Nahrungsmittelindustrie zu positionieren. Der Schwerpunkt der Entwicklungsanstrengungen wird bei Premium- und gesundheitsfördernden Produkten liegen, z.B. Schokolade ohne Zuckerzusatz.

Der Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten (Food Service)**, der Spezialprodukte für gewerbliche Anwender wie Chocolatiers, Confiseure, Hotels und Restaurants anbietet, erzielte eine Umsatzsteigerung von 10% auf 636,5 Millionen CHF. Der Hauptgrund für diese Umsatzsteigerung liegt in einem überdurchschnittlichen Wachstum von Premium-Spezialitäten. Damit trägt dieser – bewusst am stärksten forcierte Bereich – bereits 25% zum

Gruppenumsatz bei. Barry Callebaut hat sich für die nächsten Jahre ein im Vergleich zur Entwicklung des Gesamtmarktes überdurchschnittliches Wachstumsziel gesetzt. Zusätzliches Potential wird vor allem in Nord- und Südamerika gesehen. Chancen ergeben sich auch aufgrund des Trends zu gesunder bzw. gesundheitsfördernder Ernährung sowie zu Produkten, die professionellen und privaten Verwendern keine zusätzlichen Verarbeitungsschritte abverlangen (Convenience Food).

Zahlenmässig in den Bereich Gourmet & Spezialitäten integriert ist das **Geschäft mit Verbraucherprodukten (Consumer Products)**, das im Juli 2001 verselbständigt wurde. Es umfasst Nischenprodukte, die in einigen Ländern Europas und Afrikas über ausgewählte Distributionskanäle vertrieben werden und eine Ergänzung zu den strategischen Kundensegmenten bilden.

Im Geschäftsbereich **Kakao & Beschaffung (Risk Management, Sourcing & Semi-Finished Products)** sind die wichtigsten Produkte Kakao-Liquor, Kakaobutter und Markenpulver. Je die Hälfte der Produktion wurde an Drittkunden geliefert bzw. selbst weiter verarbeitet. Der Umsatz mit Drittkunden steigerte sich um 12% auf 495,5 Millionen CHF oder 19% des Gesamtumsatzes, während die abgesetzten Volumen um 3% sanken. Dies ist eine Folge höherer Preise für Kakaopulver, von Kakaobohnenverkäufen, aber auch der bewussten Reduktion der Verkäufe an Dritte. Im Bereich Sourcing konnten dank der in den letzten Jahren weltweit zentralisierten Beschaffung die Kosten weiter gesenkt werden. Im Sinn einer geografischen Risikodiversifikation eröffnete Barry Callebaut in Ghana eine neue Produktionsstätte. Zur Erschliessung des Potentials für profitable Premiumprodukte wurde die direkte Beschaffung von organischem Kakao bei den Produzenten und kleineren Kooperativen forciert, um eine anhaltend hohe Qualität sicherzustellen.

Marktentwicklung

Im Verlauf des Berichtsjahrs hat sich die weltweite Konjunktur vor allem im Schlussquartal abgekühlt.

Westeuropa stellt für Barry Callebaut mit einer Verkaufsmenge von 481’024 Tonnen (61% des Totals) den wichtigsten Absatzmarkt dar. Das Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr betrug 4%. Im belgischen Aalst wurde ein Verteilzentrum eröffnet, in dem alle in Europa hergestellten Produkte fachgerecht gelagert und dann in die ganze Welt geliefert werden. Das Werk Drongen in Belgien wird bis Ende 2001 geschlossen; damit können die andernorts bestehenden Produktionskapazitäten noch besser ausgenützt werden. In **Osteuropa** (4% des Totals) sank der Umsatz um 2%. Der Austausch von Rezepturen zwischen den verschiedenen Produktionsstätten soll weiter vorangetrieben werden, was neue Absatzchancen zu wettbewerbsfähigen Preisen eröffnen wird.

Der Absatz in **Amerika** (Nord- und Südamerika) nahm um 10% zu. Der Anteil des amerikanischen Kontinents am Gesamtvolumen beträgt 27% oder 215'743 Tonnen. Es gelang Barry Callebaut, Marktanteile zu gewinnen und vom zunehmenden Gesundheitsbewusstsein in Nordamerika durch den vermehrten Absatz von Produkten mit entsprechendem Zusatznutzen (z.B. Bioprodukte, zucker-, fett- und GVO-freie Produkte) zu profitieren.

Die Verkaufserlöse im Raum **Asien/Pazifik** nahmen um 3% zu. Der Anteil am Gesamtumsatz beträgt 25'164 Tonnen oder 3%. Barry Callebaut sieht weiterhin grosse Marktchancen in diesen Ländern.

Afrika verzeichnete ein Umsatzwachstum von 23%, vor allem aufgrund der ganzjährigen Konsolidierung von Van Houten. In Senegal, Kamerun und in der Elfenbeinküste bestehen

nunmehr überall eigene Produktionsstätten. Im **Nahen und Mittleren Osten** sah sich Barry Callebaut zum Teil einem starken Qualitäts- und Preiswettbewerb gegenüber. Dennoch blieb das Verkaufsvolumen stabil. Die Region trug 5% oder 35'893 Tonnen zum Gesamtumsatz bei.

Strategische Konzentration zur Sicherung des nachhaltigen Wachstums

Künftig will Barry Callebaut den Ausbau von hochwertigen Produkten und Dienstleistungen im Schokolade- und Gourmetbereich gezielt weiter vorantreiben. Im Bereich **Schokolade für Industriekunden (Food Manufacturers)** steht der Ausbau der Kostenführerschaft in Kombination mit dem Angebot weiterer Servicedienstleistungen im Vordergrund. Der Bereich **Gourmet & Spezialitäten (Food Service)** legt das Schwergewicht vor allem auf den forcierten Ausbau von innovativen, hochwertigen, hochmargigen Produkten und Dienstleistungen. Im **Bereich Kakao & Beschaffung (Risk Management, Sourcing & Semi-Finished Products)** wird angestrebt, den Anteil des Geschäfts mit Kakaoprodukten für Drittkunden zu reduzieren, dabei aber das vorhandene Know-how über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg durch Produktion für den Eigenbedarf aufrecht zu erhalten. Damit soll die Abhängigkeit gegenüber den Schwankungen der Preise für Halbfertigprodukte weiter gesenkt werden. Durch diese Massnahmen will Barry Callebaut ein nachhaltiges, qualitatives Wachstum für die ganze Gruppe sichern.

Steuerforderung in der Elfenbeinküste

Im Berichtsjahr erhob die Elfenbeinküste eine nachträgliche Steuerforderung gegenüber der lokalen Tochtergesellschaft von Barry Callebaut für die Jahre 1998-2000 in Höhe von 247 Millionen CHF, über die bereits anlässlich des Halbjahresabschlusses berichtet wurde. Barry Callebaut hält diese Forderung nicht für gerechtfertigt und ist entschlossen, wenn nötig unter Ausschöpfung aller rechtlichen Mittel dieser Forderung entgegenzutreten. Entsprechende Gespräche sind noch im Gang.

Anträge an die Generalversammlung

Anlässlich der Generalversammlung vom 13. Dezember 2001 werden die Herren Klaus J. Jacobs und Dr. Gaudenz Staehelin als Verwaltungsräte der Barry Callebaut AG zurücktreten. Der Generalversammlung werden die Herren Dr. Christian Jacobs, in Hamburg/Deutschland, designierter Präsident des Verwaltungsrates der KJ Jacobs AG, und Rolando Benedick, in Basel/Schweiz, CEO Manor AG, zur Zuwahl in den Verwaltungsrat vorgeschlagen. Weiter beantragt der Verwaltungsrat der Generalversammlung eine Erhöhung der Dividende von 6.50 CHF auf 6.70 CHF je Namenaktie.

Ausblick

Barry Callebaut rechnet für das Geschäftsjahr 2001/02 mit einer weiteren Stärkung der operativen Ertragskraft. Die kurzfristigen Auswirkungen der gegenwärtigen konjunkturellen Abkühlung sind allerdings nicht abschliessend einschätzbar. Barry Callebaut ist aber überzeugt, angesichts des anhaltenden Strukturwandels in der Kakao- und Schokoladeindustrie mit den eingeleiteten Massnahmen richtig positioniert zu sein.

Kontakte
für Investoren und Finanzanalysten:
Dr. Ralph Schmitz-Dräger, CFO
Barry Callebaut AG
Tel. +41 1 388 61 42
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

Barry Callebaut:

Mit einem Jahresumsatz von 2,5 Milliarden CHF 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 Kakao & Beschaffung (Risk Management, Sourcing & Semi-Finished Products), Schokolade für industrielle Kunden (Food Manufacturers),Gourmet & Spezialitäten (Food Service) und – seit Juli 2001 – Verbraucherprodukte in ausgewählten Märkten und Distributionskanälen (Consumer Products).

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 517 Millionen CHF, aufgeteilt in Namenaktien mit einem Nominalwert von je 100 CHF. Am 31. August 2001, dem Ende des Geschäftsjahres 2000/01, betrug die Börsenkapitalisierung 1,085 Milliarden CHF.

Kennzahlen

in CHF		Veränderung	2000/01	1999/00
Verkaufserlös	Mio.CHF	+6%	2,548.6	2,410.4
Verkaufsmenge	Tonnen	+5%	787,302	752,040
EBITDA (1)	Mio.CHF	+11%	266.2	240.3
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio.CHF	+13%	168.0	148.7
Konzerngewinn (PAT)	Mio.CHF	+8%	97.1	90.0
Cash flow (2)	Mio.CHF	+8%	195.3	181.6
Bilanzsumme	Mio.CHF	-8%	2,042.2	2,218.9
Umlaufvermögen, netto	Mio.CHF	-14%	765.9	894.3
Anlagevermögen	Mio.CHF	-8%	823.1	894.0
Nettoverschuldung	Mio.CHF	-24%	786.2	1,029.2
Eigenkapital	Mio.CHF	+7%	697.4	648.8
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) (3)	%	+4%	14.0%	13.5%
Eigenkapitalrendite (ROE)	%	+0%	13.9%	13.9%
EBIT pro Tonne	CHF	+8%	213.4	197.8
Verschuldungsgrad	%	-29%	112.7%	158.6%
EBITDA pro Aktie	CHF	+11%	51.5	46.5
Gewinn pro Aktie	CHF	+8%	18.8	17.4
Dividende pro Aktie (4)	CHF	+3%	6.7	6.5
Mitarbeitende		-5%	4,911	5,158

(1) EBIT + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf Goodwill und übriges immaterielles Anlagevermögen
(2) Konzerngewinn + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf Goodwill und übriges immaterielles Anlagevermögen
(3) EBITA / Durchschnitt (eingesetztes Kapital – Goodwill)
(4) Basierend auf einem Dividendenvorschlag von CHF 6.70 für 2000/01.