Investorenbrief

Barry Callebaut AG publiziert Ergebnisse für die ersten drei Quartale 2002/03:

Fortgesetztes Mengenwachstum im Schokoladenbereich in stagnierendem Markt

- **Weitere Margenverbesserung ausgedrückt in einem um 2,3 % gesteigerten Betriebsgewinn (EBIT) pro Tonne, in lokalen Währungen plus 7,6%**
- **Steigerung des Betriebsgewinns (EBIT) um 20% auf CHF 162,4 Millionen, in lokalen Währungen Zunahme um 26%**
- **Steigerung des Konzerngewinns um 2,4% auf CHF 82,4 Millionen, in lokalen Währungen plus 9,8%**
- **Zunahme der Verkaufsmenge um 17% auf 685'265 Tonnen**
- **Zunahme des Verkaufserlöses um 38% auf CHF 2'760,9 Millionen, in lokalen Währungen plus 45%**
- **Steigerung des Bruttogewinns um 34% auf CHF 864,2 Millionen, in lokalen Währungen plus 39%**

Zürich/Schweiz, 1. Juli 2003 – *In den ersten drei Quartalen (per 31. Mai 2003) des laufenden Geschäftsjahres 2002/03 konnte Barry Callebaut den Schokoladenabsatz organisch um 2% steigern. Die Verkäufe von Kakaoprodukten hingegen wurden strategiekonform reduziert. Das Volumenwachstum im Schokoladenbereich wurde vor dem Hintergrund stagnierender oder gar rückläufiger Schokoladenmärkte und einer gedrückten Konsumentenstimmung erzielt und bestätigt die starke Positionierung von Barry Callebaut als weltweit führender Hersteller von qualitativ hochwertigen Schokoladeprodukten. – Wie bereits früher erläutert, ist Schokolade ein saisonales Geschäft, mit Umsatz- und Ertragsspitzen zwischen August und Ende März und geringeren Verkäufen und Erträgen im Frühjahr und Sommer.*

Die **Verkaufsmenge** stieg in den ersten drei Quartalen des laufenden Geschäftsjahres 2002/03 um 17% auf 685'265 Tonnen. In Übereinstimmung mit der Strategie, die Verkäufe von Kakaoprodukten auf ausgewählte Drittkunden zu fokussieren, reduzierte der Geschäftsbereich Kakao, Beschaffung & Risikomanagement die Verkaufsmenge um 12%. Im Bereich Industrielle Kunden konnte die Verkaufsmenge um 4%, im Bereich Gourmet & Spezialitäten um 5% gesteigert werden. Das Wachstum der Verkaufsmenge von 272% im Bereich Verbraucherprodukte resultierte aus der erstmaligen Konsolidierung der deutschen Stollwerck-Gruppe. Insgesamt – jedoch unter Ausschluss des Geschäftsbereichs Kakao, Beschaffung & Risikomanagement – betrug das organische Mengenwachstum 2%.

Der **Verkaufserlös** nahm um 38% auf CHF 2'760,9 Millionen zu (in lokalen Währungen um 45%). Dieses Wachstum ist in erster Linie

der Stollwerck-Akquisition, höheren Schokolade-Verkaufsmengen und höheren durchschnittlichen Kakaopreisen im Betrachtungszeitraum zuzuschreiben; es wurde zum Teil durch die beabsichtigte Reduktion der Verkaufsmenge des Bereichs Kakao, Beschaffung & Risikomanagement und die unvorteilhafte Wechselkursentwicklung kompensiert.

Der **Bruttogewinn**, definiert als Verkaufserlös minus Materialaufwand, stieg um 34% auf CHF 864,2 Millionen (in lokalen Währungen plus 39%). Die relativ zur Verkaufsmenge überproportionale Zunahme erklärt sich mit der erstmaligen Konsolidierung des Geschäfts mit Verbraucherprodukten von Stollwerck, das im Vergleich mit dem Industriegeschäft höhere Bruttomargen, aber auch höhere Marketingkosten aufweist.

Der **Betriebsgewinn (EBIT)** nahm um 20% auf CHF 162,4 Millionen zu (in lokalen Währungen um 26%). Der Betriebsgewinn (EBIT) pro Tonne als Massstab für die erreichten Margen konnte weiter um 2,3% auf CHF 237,0 gesteigert werden. In lokalen Währungen erhöhte sich der EBIT pro Tonne um 7,6%.

Der **Konzerngewinn (PAT)** wuchs um 2,4% auf CHF 82,4 Millionen (in lokalen Währungen plus 9,8%). Wie bereits früher erläutert, hat das im Vergleich zum EBIT geringere Wachstum des Konzerngewinns in erster Linie mit den erwarteten höheren Finanzierungskosten aufgrund der neuen Finanzierungsstruktur zu tun. Dank ihr profitiert die Gruppe nun von einem verbesserten Schuldenfälligkeitsprofil und kann dadurch die Risiken der Zinssatz-volatilität reduzieren. In zweiter Linie ergab sich ein höherer Steuersatz bedingt durch die Verschiebung anfallender Erträge.

Regionale Marktentwicklung

In **Westeuropa** verzeichnete die Verkaufsmenge einen Anstieg um 28% auf 457'135 Tonnen resp. 66% des gruppenweiten Absatzes. Die Zunahme geht auf die Stollwerck-Akquisition sowie auf die gestiegenen Verkäufe der Geschäftsbereiche Industrielle Kunden und Gourmet & Spezialitäten zurück. Die Mengenentwicklung im Bereich Verbraucherprodukte, der seine Geschäfte zum grössten Teil im rückläufigen deutschen Markt tätigt, war flach. Die Verkaufsmenge des Geschäftsbereichs Kakao, Beschaffung & Risikomanagement ging als Folge der Schliessung der Fabrik in Bussum im Oktober 2002 zurück.

Mit der Erholung der russischen Wirtschaft und der wachsenden Zahl von Konsumenten im mittleren Einkommensbereich ist **Osteuropa** zu einem Zielmarkt der beiden Geschäftsbereiche Industrielle Kunden und Gourmet & Spezialitäten geworden. Verstärkte Verkaufsanstrengungen führten zu einem Wachstum der Verkaufsmenge um 5% auf 25'034 Tonnen (4% der gruppenweiten Verkaufsmenge).

In **Amerika** (Nord- und Lateinamerika) ging die abgesetzte Menge um 2% auf 155'270 Tonnen zurück (23% der gesamten Verkaufs-menge). Dies war das Resultat der geplanten Reduktion von Verkäufen an Drittkunden im Geschäftsbereich Kakao, Beschaffung & Risikomanagement. Während das Volumen im Bereich Gourmet & Spezialitäten zunahm, sah sich der Bereich Industrielle Kunden einer flachen Entwicklung gegenüber. Immerhin sind erste Anzeichen einer wirtschaftlichen Erholung in den USA sichtbar, die dem Geschäftsbereich Industrielle Kunden in den letzten Wochen zu steigenden Bestellungen verhalfen.

Die dramatischen Auswirkungen des SARS-Virus auf den Tourismus in **Asien-Pazifik** wurden durch einen gestiegenen Heimkonsum von Schokoladeprodukten und deshalb höhere Verkaufsmengen an industrielle Kunden ausgeglichen. Insgesamt nahm der Absatz um 12% auf 21'040 Tonnen zu (3% der gruppenweiten Verkaufsmenge).

Sehr gute Verkäufe von Verbraucherprodukten in Afrika trotz der Unruhen in der

Elfenbeinküste machten die schwierige wirtschaftliche und politische Situation in verschiedenen Ländern des Nahen Ostens sowie die Auswirkungen des Irak-Krieges mehr als wett. Dies erlaubte eine Mengenausweitung in der Region **Afrika/Naher Osten** um 2% auf 26'786 Tonnen (4% des Gruppenabsatzes).

Entwicklung der Geschäftsbereiche

Die Absicht, die Abhängigkeit von den volatilen Kakaomärkten zu reduzieren und die Verkäufe von Kakaoprodukten auf ausgewählte Drittkunden zu fokussieren, führte zu einem Rückgang der Verkaufsmenge des Bereichs **Kakao, Beschaffung & Risikomanagement** um 12% auf 90'687 Tonnen. Der seit November 2001 zu beobachtende enorme Anstieg der Preise für Kakaobohnen kam im März 2003 zu einem Ende. Als Folge war die Erhöhung der Verkaufserlöse weniger ausgeprägt als in den beiden ersten Quartalen des laufenden Geschäftsjahres. Da die durchschnittlichen Kakaopreise jedoch immer noch über dem Niveau der Vorjahresperiode liegen, nahm der Verkaufserlös um 7% auf CHF 460,8 Millionen zu. Sämtliche Fabriken einschliesslich jener in der Elfenbeinküste arbeiten normal. Die Zwischenernte in Westafrika und die Haupternte in Indonesien sind zur Zeit in vollem Gang.

Der Geschäftsbereich **Industrielle Kunden**, der Schokolade und Glasuren an industrielle Verarbeiter der Nahrungsmittelindustrie liefert, weitete das verkaufte Volumen um 4% auf 386'194 Tonnen aus, dies trotz eines generell flauen, in gewissen Regionen sogar rückläufigen Marktes. Der Trend zum Outsourcing wurde bestätigt, und der Geschäftsbereich konnte verschiedene grosse Abschlüsse mit Nahrungsmittelherstellern verbuchen; das Kontrakt-Portfolio für die nächsten neun Monate sieht vielversprechend aus. Der Verkaufserlös stieg um 11% auf CHF 1'196,0 Millionen. Für die Zunahme waren einerseits höhere Verkaufspreise aufgrund gestiegener Kakaopreise, andererseits der gesteigerte Anteil von höhermargigen Produkten verantwortlich.

Der Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten**, dessen Kunden gewerbliche Verarbeiter wie Chocolatiers, Confiseure, Hotels und Restaurants sind, erhöhte die Verkaufsmenge um 5% auf 80'411 Tonnen und den Verkaufserlös um 13% auf CHF 367,4 Millionen. Sämtliche Marken und sämtliche Regionen mit Ausnahme von Asien-Pazifik (SARS) trugen gleichermassen zum soliden Wachstum bei. Dieses ist die Konsequenz von erfolgreich lancierten neuen Produkten und widerspiegelt erste Resultate der Konzentration dieses Geschäftsbereichs auf die ertragsstärksten Marktsegmente, realisiert durch ein spezialisiertes und personell verstärktes Verkaufsteam. Der per 3. März 2003 akquirierte niederländisch-belgische Schokoladehersteller Luijckx Beheer B.V. wurde zum ersten Mal konsolidiert. Sein Anteil an der Verkaufsmenge des Geschäftsbereichs betrug 1'075 Tonnen oder 1%; am Verkaufserlös war er mit CHF 11,3 Millionen oder 3% beteiligt.

Im Bereich **Verbraucherprodukte** stiegen die verkauften Mengen um 272% auf 127'973 Tonnen, zur Hauptsache als Folge der Akquisition von Stollwerck. Klammert man den Effekt dieser Akquisition sowie eine Umlagerung von rund 3'000 Tonnen Industrieschokolade zum Geschäftsbereich Industrielle Kunden aus, war das Wachstum bei den Verbraucherprodukten flach. Dies ist im Lichte des rauen Wirtschaftsklimas in Deutschland mit einem rückläufigen Schokoladenmarkt zu sehen, wo der Geschäftsbereich Verbraucherprodukte rund 80% der Verkäufe realisiert, sowie aussergewöhnlich hoher Temperaturen im Monat Mai. Der Verkaufserlös erhöhte sich von CHF 162,1 Millionen im Vorjahr um 355% auf CHF 736,7 Millionen, wovon CHF 587,1 Millionen auf Stollwerck entfielen. Die Integration und Restrukturierung der Stollwerck-Gruppe macht Fortschritte: Die Konzentration des Produktportfolios hat zu einer markanten Reduktion der Anzahl SKU (Stock Keeping Units) geführt. Die

Verlagerung der Gubor-Produktion nach Norderstedt bei Hamburg per 30. September 2003 mit dem Ziel einer Optimierung der Produktionskosten verläuft sowohl zeitlich als auch hinsichtlich des Budgets planmässig.

Ausblick

Patrick De Maeseneire, Chief Executive Officer von Barry Callebaut, meinte in seinem Ausblick: "Unser Ziel eines EBIT von CHF 200 Millionen für das gesamte Geschäftsjahr 2002/03 ist – unvorhersehbare grössere Ereignisse ausgenommen – nach wie vor realistisch. Dies, obwohl sich das generelle Marktumfeld, speziell die wirtschaftliche Situation in Europa, seit unserem Halbjahresbericht allgemein eher noch verschlechtert hat. Meine Zuversicht wird gestärkt durch verschiedene neue und viel versprechende Produkte, die wir in der Pipeline haben, vor allem im Bereich Gourmet & Spezialitäten. Dies wird uns erlauben, den sich wandelnden Bedürfnissen von Anwendern und Konsumenten Rechnung zu tragen und uns so weiter von unseren Mitbewerbern zu differenzieren."

Kontakte

für Investoren und Analysten:
Dieter A. Enkelmann, CFO
Barry Callebaut AG
Tel. +41 1 388 61 19
Fax +41 1 388 61 53
dieter_enkelmann@barry-callebaut.com

für Medien:
Gaby Tschofen
Barry Callebaut AG
Tel. +41 1 388 61 60
Fax +41 1 388 61 53
gaby_tschofen@barry-callebaut.com

Barry Callebaut

Mit einem Jahresumsatz von CHF 2,6 Milliarden im Geschäftsjahr 2001/02 ist Barry Callebaut der weltweit führende Hersteller von qualitativ hochwertigen Kakao- und Schokoladeprodukten. Barry Callebaut betreibt rund 34 Produktionsstätten in 16 Ländern und beschäftigt rund 7'400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Unternehmen gliedert sich in die vier strategischen Geschäftsbereiche Kakao, Beschaffung & Risikomanagement (Cocoa, Sourcing & Risk Management), Industrielle Kunden (Food Manufacturers), Gourmet & Spezialitäten (Gourmet & Specialties) und Verbraucherprodukte (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, über gewerbliche Verarbeiter wie Hotellerie, Gastronomie, Chocolatiers, Confiseure oder Bäcker, bis hin zu Partnern im Einzelhandel, für welche die Barry Callebaut-Gruppe Marken-, Handelsmarken- und andere Verbraucherprodukte herstellt. 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 31. Mai 2003, d.h. am Ende des dritten Quartals des Geschäftsjahres 2002/03, betrug die Börsenkapitalisierung rund CHF 933,2 Millionen.

Das Geschäftsjahr 2002/03 endet am 31. August 2003. Die Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2002/03 werden am 11. November 2003 publiziert.

www.barry-callebaut.com

Kennzahlen (ungeprüfter Finanzstatus)

		Veränderung in %	9 Monate bis 31.05.2003	9 Monate bis 31.05.2002
Finanzkennzahlen				
Verkaufserlös	Mio. CHF	37.9%	**2'760.9**	2'001.5
Verkaufsmenge	Tonnen	17.4%	**685'265**	583'477
Bruttogewinn	Mio. CHF	34.1%	**864.2**	644.6
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	20.2%	**162.4**	135.1
Konzerngewinn (PAT)	Mio. CHF	2.4%	**82.4**	80.5
Cash flow [1]	Mio. CHF	16.4%	**175.3**	150.6
EBIT pro Tonne	CHF	2.3%	**237.0**	231.6
EBIT pro Aktie	CHF	20.2%	**31.42**	26.13
Gewinn pro Aktie (unverwässert)	CHF	-2.4%	**15.96**	16.36
Gewinn pro Aktie (verwässert)	CHF	2.4%	**15.94**	15.56
Verkaufsvolumen				
nach Regionen				
• Westeuropa	Tonnen	28.1%	**457'135**	356'875
• Osteuropa	Tonnen	4.9%	**25'034**	23'872
• Nord- und Lateinamerika	Tonnen	-1.5%	**155'270**	157'573
• Asien / Pazifik	Tonnen	11.8%	**21'040**	18'828
• Afrika und Naher Osten	Tonnen	1.7%	**26'786**	26'329
nach Geschäftsbereichen[2]				
• Kakao, Beschaffung & Risikomanagement	Tonnen	-11.5%	**90'687**	102'445
• Industrielle Kunden	Tonnen	4.4%	**386'194**	369'959
• Gourmet & Spezialitäten	Tonnen	4.9%	**80'411**	76'639
• Verbraucherprodukte	Tonnen	271.7%	**127'973**	34'434
Verkaufserlös				
nach Geschäftsbereichen				
• Kakao, Beschaffung & Risikomanagement	Mio. CHF	6.7%	**460.8**	432.0
• Industrielle Kunden	Mio. CHF	10.7%	**1'196.0**	1'080.9
• Gourmet & Spezialitäten	Mio. CHF	12.5%	**367.4**	326.5
• Verbraucherprodukte	Mio. CHF	354.5%	**736.7**	162.1
Bilanz				
Bilanzsumme	Mio. CHF	30.0%	**2'898.8**	2'230.2
Umlaufvermögen, netto	Mio. CHF	4.8%	**1'010.8**	964.3
Anlagevermögen	Mio. CHF	35.7%	**1'067.6**	786.7
Nettoverschuldung	Mio. CHF	25.8%	**1'160.6**	922.6
Eigenkapital	Mio. CHF	-1.9%	**712.4**	725.8
Mitarbeitende		52.3%	**7'434**	4'882

[1] Konzerngewinn + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf Goodwill und anderes immaterielles Anlagevermögen.
[2] Vorjahreszahlen wurden an die Neuorganisation der Geschäftsbereiche angepasst.

in EUR		**Veränderung in %**	**9 Monate bis 31.05.2003**	**9 Monate bis 31.05.2002**
Verkaufserlös	Mio. EUR	32.4%	**1'808.0**	1'365.3
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. EUR	15.4%	**106.4**	92.2
Konzerngewinn (PAT)	Mio. EUR	-1.6%	**54.0**	54.9
Bilanzsumme	Moi. EUR	24.8%	**1'898.2**	1'521.4
Umlaufvermögen, netto	Mio. EUR	0.6%	**661.9**	657.8
Anlagevermögen	Mio. EUR	30.3%	**699.1**	536.7
Nettoverschuldung	Mio. EUR	20.8%	**760.0**	629.4
Eigenkapital	Mio. EUR	-5.8%	**466.5**	495.1
in USD		**Veränderung in %**	**9 Monate bis 31.05.2003**	**9 Monate bis 31.05.2002**
Verkaufserlös	Mio. USD	69.3%	**2'151.1**	1'270.4
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. USD	47.6%	**126.6**	85.8
Konzerngewinn (PAT)	Mio. USD	25.7%	**64.2**	51.1
Bilanzsumme	Mio. USD	59.5%	**2'258.5**	1'415.6
Umlaufvermögen, netto	Mio. USD	28.7%	**787.6**	612.1
Anlagevermögen	Mio. USD	66.6%	**831.8**	499.4
Nettoverschuldung	Mio. USD	54.4%	**904.3**	585.6
Eigenkapital	Mio. UDS	20.5%	**555.0**	460.7

Barry Callebaut ist eine Gesellschaft nach schweizerischem Recht: die Rechnungslegung erfolgt in Schweizer Franken (CHF). Zwecks leichterer Lesbarkeit wurden einige Finanzdaten von Schweizer Franken in Euro (EUR) zum Kurs von CHF 1.5271 bzw. CHF 1.4659 gegenüber EUR 1 sowie in US-Dollar (USD) zum Kurs von CHF 1.2835 bzw. CHF 1.5754 gegenüber USD umgerechnet (Schlusskurse per 31. Mai 2003 bzw. 31. Mai 2002).

Konzernerfolgsrechnung (ungeprüft)

für 9 Monate (Stichtag 31. Mai 2003 und 2002)

in Millionen Schweizer Franken	**9 Monate 2002/03**	**9 Monate 2001/02**
Betrieblicher Ertrag		
Umsatz aus Verkäufen und Dienstleistungen	2'760.9	2'001.5
Betrieblicher Aufwand		
Materialaufwand	1'896.7	1'356.9
Personalaufwand	295.4	215.2
Werbung und Verkaufsförderung	58.1	13.5
Abschreibungen auf Sachanlagen	67.4	49.5
Abschreibungen auf Goodwill und anderem immateriellem Anlagevermögen	25.5	20.6
Übriche betriebliche Aufwendungen	255.4	210.7
Total betrieblicher Aufwand	2'598.5	1'866.4
Betriebsgewinn (EBIT)	162.4	135.1
Finanzaufwand, netto	-55.1	-35.7
Nichtbetrieblicher Ertrag, netto	0.0	-0.1
Gewinn vor Steuern und Minderheitsanteilen	107.3	99.3
Steuern	-23.5	-20.7
Konzerngewinn vor Minderheitsanteilen	83.8	78.6
Minderheitsanteile	-1.4	1.9
Konzerngewinn	**82.4**	**80.5**
Gewinn pro Aktie (CHF/Aktie)	15.96	16.36
Verwässerter Gewinn pro Aktie (CHF/Aktie)	15.94	15.56

Konzernbilanz (ungeprüft)

Aktiven
per 31. Mai 2003

in Millionen Schweizer Franken	**31.05.2003**	**31.05.2002**
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel und kurzfristige Geldanlagen	118.8	155.2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	397.9	264.1
Vorräte	1'055.0	877.4
davon Kakaobohnen-Vorräte	*459.6*	*460.4*
Übriges Umlaufvermögen [1]	259.5	146.8
	1'831.2	**1'443.5**
Anlagevermögen		
Sachanlagen	665.3	443.1
Beteiligungen	5.0	5.1
Immaterielles Anlagevermögen	373.4	326.1
Übriges Anlagevermögen	23.9	12.4
	1'067.6	**786.7**
Total Aktiven	**2'898.8**	**2'230.2**

Passiven
per 31. Mai 2003

in Millionen Schweizer Franken	**31.05.2003**	**31.05.2002**
Kurzfristiges Fremdkapital		
Bankverbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus kurzfristiger Finanzierung	661.6	830.7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	216.9	75.9
Rückstellungen	100.6	35.8
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten [2]	384.2	212.3
	1'363.3	**1'154.7**
Langfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus langfristiger Finanzierung	620.8	249.3
Latente Steuerverbindlichkeiten	53.7	36.7
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	145.3	63.6
	819.8	**349.6**
Total Fremdkapital	**2'183.1**	**1'504.3**
Minderheitsanteile	**3.3**	**0.1**
Eigenkapital		
Aktienkapital	517.0	517.0
Gewinnvortrag und Reserven	195.4	208.8
	712.4	**725.8**
Total Passiven	**2'898.8**	**2'230.2**

[1] Inkl. Bewertung von offenen Verpflichtungen und Kakaovorräten
[2] Inkl. zu bezahlende Ertragssteuern

Konzerngeldflussrechnung (ungeprüft)

in Millionen Schweizer Franken	**9 Monate 2002/03**	**9 Monate 2001/02**
Betrieblicher Geldfluss vor Veränderungen im Nettoumlaufvermögen	**176.7**	**148.7**
(Zunahme) Abnahme von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und übrigem Umlaufvermögen	(62.6)	(55.4)
(Zunahme) Abnahme von Vorräten	(129.0)	(88.5)
(Zunahme) Abnahme von übrigem Anlagevermögen	0.3	(3.8)
Zunahme (Abnahme) von übrigen kurz- und langfristigen Verbindlichkeiten	(34.4)	(54.8)
Netto-Geldfluss aus betrieblicher Tätigkeit	**(49.0)**	**(53.8)**
Netto-Geldfluss aus Investitionstätigkeit	**(84.0)**	**(57.9)**
Netto-Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	**161.4**	**38.1**
Einfluss der Änderung der Minderheitsanteile	(0.2)	(2.4)
Einfluss der Fremdwährungsumrechnungen auf die flüssigen Mittel	(20.3)	(17.7)
Netto-Zunahme (Abnahme) der flüssigen Mittel	**7.9**	**(93.7)**
Flüssige Mittel am Anfang der Periode	12.2	53.0
Flüssige Mittel am Ende der Periode	**20.1**	**(40.7)**
Flüssige Mittel	116.8	134.3
Bankverbindlichkeiten	(96.7)	(175.0)
Flüssige Mittel gemäss Definition für die Geldflussrechnung	**20.1**	**(40.7)**

Konzerneigenkapital (ungeprüft)

per 31. Mai 2003

in Millionen Schweizer Franken	**Aktien-kapital**	**Gesetzliche Reserven**	**Verlust-vortrag**	**Eigene Aktien**	**Kumulative Umrechnungs-differenz**	**Total**
Stand 31. August 2001	517.0	247.5	(11.9)	(65.5)	10.3	697.4
Bezahlte Dividenden			(33.0)			(33.0)
Transaktionen mit eigenen Aktien			(0.8)	(0.6)		(1.4)
Abnahme Minderheitsanteil						0.0
Umrechnungsdifferenz des Geschäftsjahres					(17.7)	(17.7)
Fusionsverlust		(7.0)	7.0			0.0
Konzerngewinn für 9 Monate			80.5			80.5
Stand 31. Mai 2002	**517.0**	**240.5**	**41.8**	**(66.1)**	**(7.4)**	**725.8**
Stand 31. August 2002	517.0	240.5	(47.3)	(0.0)	(16.7)	693.5
Bezahlte Dividenden			(35.6)			(35.6)
Transaktionen mit eigenen Aktien			(3.8)	(0.2)		(4.0)
Abnahme Minderheitsanteil						0.0
Kapitalreserve für Cash flow Absicherungen			(3.6)			(3.6)
Umrechnungsdifferenz des Geschäftsjahres					(20.3)	(20.3)
Konzerngewinn für 9 Monate			82.4			82.4
Stand 31. Mai 2003	**517.0**	**240.5**	**(7.9)**	**(0.2)**	**(37.0)**	**712.4**

Das Aktienkapital des Unternehmens blieb sowohl in der Berichtsperiode der ersten 9 Monate 2002/03 sowie auch 2001/02 unverändert. Das voll liberierte Aktienkapital beträgt 517 Millionen, aufgeteilt in Namensaktien mit einem Nominalwert von je 100 CHF.

Anhang zum konsolidierten Zwischenabschluss (ungeprüft)

1. Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze und Basis der Präsentation

Die konsolidierte Jahresrechnung der Barry Callebaut AG wird in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS, ehemals International Accounting Standards, IAS) sowie den Bestimmungen des Schweizerischen Obligationenrechts erstellt. Der vorliegende, ungeprüfte, zusammenfassende Zwischenabschluss ist in Übereinstimmung mit den Regeln von IAS 34 "Zwischenberichterstattung" dargestellt. Bei der Erstellung des Zwischenabschlusses wurden dieselben Bilanzierung- und Bewertungsmethoden angewendet wie in der Jahresrechnung per 31. August 2002 für das zu diesem Datum zu Ende gegangene Geschäftsjahr. Der Zwischenabschluss sollte zusammen mit der geprüften Jahresrechnung gelesen werden, welche im Geschäftsbericht 2001/02 von Barry Callebaut enthalten ist.

Die Zahlen für das Vorjahr können nicht direkt mit den vorliegenden Halbjahreszahlen verglichen werden, da sie weder die Stollwerck- noch die Graverboom-Gruppe enthalten. Die Stollwerck-Gruppe wurde im August 2002 erworben; ihre Ergebnisse werden seit dem 1. September 2002 integriert. Die Graverboom-Gruppe wurde im März 2003 erworben und die Ergebnisse werden seit dem 1. März 2003 integriert.

2. Gruppengesellschaften

Im Rahmen eines öffentlichen Pflichtangebots an die verbleibenden Minderheitsaktionäre der Stollwerck AG erwarb die Gruppe im Oktober 2002 weitere 2,56% der Stollwerck-Aktien und hält zur Zeit 98,66% des Grundkapitals und der Stimmrechte.

Am 3. März 2003 erwarb die Gruppe das gesamte Aktienkapital von Graverboom, einem holländischen Hersteller von Spezialschokoladeprodukten. Durch diese Akquisition erwarb die Gruppe Aktivitäten im Bereich Gourmet und Spezialitäten vor allem in Westeuropa einschliesslich der Niederlande, Frankreichs und Belgiens. Mit der Akquisition von Graverboom erstand die Gruppe einen profitablen Marktführer im Bereich Gourmet & Spezialitäten und hat damit einen wichtigen Schritt in der weiteren Entwicklung des Geschäftsbereichs Gourmet & Spezialitäten getan.

Die Gruppe beschäftigte am 31. Mai 2003 7'434 Mitarbeitende (31. Mai 2002: 4'822).

3. Investitionstätigkeit

Die Investitionen in Sachanlagen belaufen sich für die neun Monate per 31. Mai 2003 auf CHF 84,0 Mio. (CHF 57,9 Mio. für die neun Monate per 31. Mai 2002). Sie schliessen den Goodwill im Zusammenhang mit dem Erwerb der 2,56% zusätzlichen Stollwerck-Aktien von den verbleibenden Minderheitsaktionären im Rahmen des öffentlichen Pflichtangebots im Oktober 2002 sowie im Zusammenhang mit der Akquisition von 100% der Aktien von Graverboom B.V ein. Die übrigen Investitionen in Sachanlagen beziehen sich auf fortlaufende Investitionen in unsere Produktionseinrichtungen.

Es gab keine wesentlichen Desinvestitionen, weder in den neun Monaten per 31. Mai 2003 noch in der entsprechenden Vorjahresperiode.

4. Refinanzierung der Verbindlichkeiten

Im März 2003 schloss die Gruppe ein Kreditabkommen für fünf Jahre mit einem Syndikat ihrer wichtigsten Hausbanken ab und platzierte erfolgreich im Kapitalmarkt eine nachrangige Anleihe (Senior Subordinated Notes) in Höhe von EUR 165 Mio. zu 9,25% mit einer Laufzeit bis ins Jahr 2010. Die Zuflüsse aus dieser Emission werden zur Refinanzierung bestehender kurz- sowie langfristiger Verbindlichkeiten verwendet.

5. Betrieblicher Ertrag

Das Geschäft der Gruppe wird im Laufe des Jahres typischerweise von Saisonalität bei den Einnahmen und den Ausgaben beeinflusst. Historisch kaufen die Verbraucher am meisten Schokolade in den Monaten vor Weihnachten und Ostern. Folglich sind die Verkäufe von Halbfertig- und Fertigprodukten an Kunden am höchsten in der Periode zwischen Ende August und Ende November, in welche die Produktion für die Weihnachtssaison fällt, und in einem geringeren Ausmass in der Zeit vor Ostern.

In den neun Monaten per 31. Mai 2003 stieg der Verkaufserlös um 37,9% von CHF 2’001,5 Mio. auf CHF 2’760,9 Mio. Hauptgrund für diesen beträchtlichen Anstieg des Verkaufserlöses sind die Auswirkungen der Stollwerck-Akquisition, die CHF 587,1 Mio. (oder 29,3% von CHF 2'001,5 Mio.) der Zunahme ausmacht. Ausserdem wurde der Verkaufserlös positiv beeinflusst durch die Steigerung der durchschnittlichen Kakaopreise in den neun Monaten per 31. Mai 2003 im Vergleich zur entsprechenden Vorjahresperiode.

Der Anstieg der durchschnittlichen Kakaopreise schlägt sich vor allem im Geschäftsbereich Kakao, Beschaffung & Risikomanagement nieder, der trotz gezielter Volumenreduktion einen höheren Verkaufserlös ausweist. Andererseits wurde der Verkaufserlös durch die Höherbewertung des Schweizer Frankens gegenüber anderen Währungen der Gruppe negativ beeinflusst (-5.2%)

Der Betriebsgewinn nahm um CHF 27,3 Mio. (20,2%) von CHF 135,1 Mio. auf CHF 162,4 Mio. zu, während der Konzerngewinn um CHF 1,9 Mio. (2,4%) von CHF 80,5 Mio. auf CHF 82,4 Mio. anstieg. Dass der Konzerngewinn weniger stark zunahm als der EBIT, erklärt sich primär mit höheren Finanzierungskosten im Zusammenhang mit der neuen Refinanzierungsstruktur sowie dem gewachsenen Bedarf an Umlaufvermögen als Folge der gestiegenen durchschnittlichen Kakaopreise.

In den neun Monaten per 31. Mai 2003 mussten keine bedeutenden Wertberichtigungen verbucht werden. Bei unveränderten Wechselkursen hätte der Betriebsgewinn CHF 170,8 Mio. und der Konzerngewinn CHF 88,4 Mio. betragen, entsprechend einer Steigerung von CHF 35,7 Mio. (26,4%) bzw. CHF 7,9 Mio. (9,8%).

6. Gewinn pro Aktie

Der unverwässerte und der verwässerte Gewinn pro Aktie werden berechnet auf der Basis des Konzerngewinns für die entsprechende Periode und der gewichteten durchschnittlichen Anzahl Aktien, die am Ende jeder Periode ausstehend sind wie nachstehend ausgewiesen. Die gewichtete durchschnittliche Anzahl schliesst von der Gruppe im Rahmen der bestehenden Aktienbeteiligungs- und Aktienoptionspläne für eine limitierte Gruppe des Managements und gewisse Verwaltungsratsmitglieder gehaltene eigene Aktien aus.

	31/05/2003	31/05/2002
Zur Berechnung des Gewinns pro Aktie als Zähler verwendeter, den Aktionären zustehender Konzerngewinn	82.4	80.5
Effekt nach Steuern auf Ertrag und Aufwand für Verwässerungspotential von Aktien	-	-
Zur Berechnung des verwässerten Gewinns pro Aktie als Nenner verwendeter Konzerngewinn	82.4	80.5
Gewichtete, durchschnittliche Anzahl ausgegebener Aktien	5'170'000	5'170'000
Gewichtete, durchschnittliche Anzahl eigener Aktien	7'848	251'141
Zur Berechnung des Gewinns pro Aktie als Nenner verwendete, gewichtete, durchschnittliche Anzahl ausstehender Aktien	5'162'152	4'918'859
Gewichtete, durchschnittliche Anzahl Aktien des Verwässerungspotenzials von Aktien	7'848	251'141
Zur Berechnung des verwässerten Gewinns pro Aktie als Zähler verwendete, gewichtete, durchschnittliche Anzahl ausgegebener Aktien	5'170'000	5'170'000

7. Dividende

Im Dezember 2002 wurde eine Dividende von CHF 6,90 pro Aktie (CHF 35,6 Mio. total) ausgezahlt. Eine Zwischendividende ist nicht vorgesehen.

8. Segmentinformation

Primäres Segment

	Europa		Nord-/ Lateinamerika		Asien-Pazifik/ Afrika		Eliminationen		Konsolidiert	
in Mio. Schweizer Franken	**9 Monate 02/03**	9 Monate 01/02	**9 Monate 02/03**	9 Monate 01/02	**9 Monate 02/03**	9 Monate 01/02	**9 Monate 02/03**	9 Monate 01/02	**9 Monate 02/03**	9 Monate 01/02
Erlös aus Verkäufen an Dritte	2'150.7	1'440.8	521.9	477.9	88.3	82.8	(0.0)	0.0	2'760.9	2'001.5
Bruttogewinn	636.9	448.1	129.1	139.5	98.2	57.0			864.2	644.6
Betriebsgewinn	106.3	132.5	21.7	9.9	34.4	(7.3)	(0.0)	0.0	162.4	135.1

Sekundäres Segment

	Kakao, Beschaffung & Risikomgt		Industrielle Kunden		Gourmet & Spezialitäten		Verbraucher-produkte		Eliminationen		Konsolidiert	
in Mio. Schweizer Franken	**9 Monate 02/03**	9 Monate 01/02	**9 Monate 02/03**	9 Monate 01/02	**9 Monate 02/03**	9 Monate 01/02	**9 Monate 02/03**	9 Monate 01/02	**9 Monate 02/03**	9 Monate 01/02	**9 Monate 02/03**	9 Monate 01/02
Erlös aus Verkäufen an Dritte	460.8	432.0	1'196.0	1'080.9	367.4	326.5	736.7	162.1	(0.0)	0.0	2'760.9	2'001.5
Verkäufe zwischen Segmenten	1'015.2	730.7	152.1	116.7	2.5	0.1			(1'169.8)	(847.5)		
Gesamterlös aus Verkäufen	1'476.0	1'162.7	1'348.1	1'197.6	369.9	326.6	736.7	162.1	(1'169.8)	(847.5)	2'760.9	2'001.5

9. Eventualverbindlichkeiten

Am 31. Mai 2003 waren der Gruppe keine grösseren neuen Eventualverbindlichkeiten im Vergleich zur Situation per Ende August 2002 bekannt.
Die bestehenden Eventualverbindlichkeiten stammen vor allem aus Bank- und anderen Garantien im Zusammenhang mit dem ordentlichen Geschäftsverlauf, aufgrund dessen angenommen wird, dass keine wesentlichen Verpflichtungen daraus entstehen.

10. Nahestehende Parteien

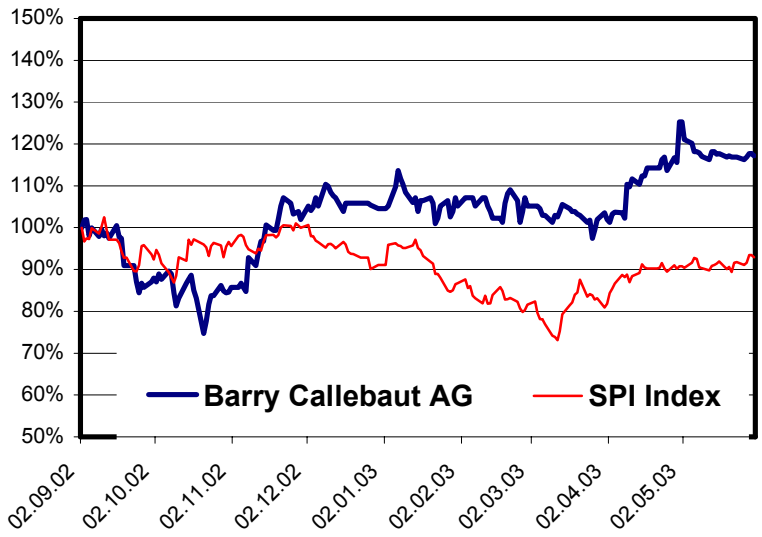
Transaktionen mit nahestehenden Parteien werden zu kommerziellen Bedingungen und Konditionen sowie zu Marktpreisen abgewickelt.

11. Vorfall nach dem Bilanzstichtag

Squeeze-out bei der Stollwerck AG vorläufig gestoppt

Im August 2002 erwarb die Gruppe über ihre deutsche Tochtergesellschaft Van Houten Beteiligungs AG & Co. KG 96,10% der Stollwerck AG. Im September 2002 unterbreitete die Van Houten Beteiligungs AG & Co. KG den Minderheitsaktionären der Stollwerck AG ein öffentliches Pflichtangebot von Euro 295 je Aktie. Seit Ablauf des Pflichtangebots hält die Van Houten Beteiligungs AG & Co. KG 98,66% des gesamten Grundkapitals und der Stimmrechte der Stollwerck AG. Mit dem Ziel des Delistings der Aktie offerierte die Van Houten Beteiligings AG & Co. KG den verbliebenen 1,34% Minderheitsaktionären an der ordentlichen Hauptversammlung der Stollwerck AG vom 30. April 2003 eine Barabfindung von EUR 295 je Aktie. In der Zwischenzeit hat ein Aktionär gegen diesen Beschluss der Hauptversammlung zum Ausschluss der Minderheitsaktionäre Anfechtungsklage erhoben. Die Stollwerck AG wird mit allen ihr zur Verfügung stehenden Rechtsmitteln gegen diese Anfechtungsklage vorgehen, um eine schnellstmögliche Umsetzung des Beschlusses der Hauptversammlung zu erwirken. Die Integration der Stollwerck AG in die Barry Callebaut-Gruppe wird durch diese Klage auf Nichtigerklärung nicht berührt, sondern schreitet planmässig voran und dürfte bis zum Sommer 2004 abgeschlossen sein.

Share Price Performance



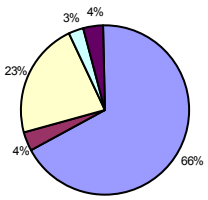
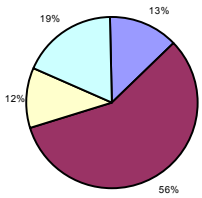
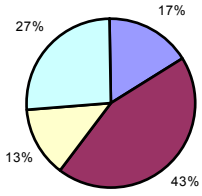
Preisentwicklung Kakao
Londoner Terminmarkt 9 Monate

Verkaufsmengen nach Regionen (in Tonnen)

Total	685'265
Westeuropa	457'135
Osteuropa	25'034
Nord- und Lateinamerika	155'270
Asien / Pazifik	21'040
Afrika und Naher Osten	26'786

Verkaufsmengen nach Geschäftsbereichen (in Tonnen)

Total	685'265
Kakao, Beschaffung & Risikomanagement	90'687
Industrielle Kunden	386'194
Gourmet & Spezialitäten	80'411
Verbraucherprodukte	127'973

Verkaufserlös nach Geschäftsbereichen (in Mio. CHF)

Total	2'760.9
Kakao, Beschaffung & Risikomanagement	460,8
Industrielle Kunden	1'196,0
Gourmet & Spezialitäten	367,4
Verbraucherprodukte	736,7