BARRY CALLEBAUT

Übersetzung aus dem Englischen

Investorenbrief

Barry Callebaut publiziert Ergebnisse für das erste Halbjahr 2004/05:

Starker Anstieg von Verkaufsmenge und Konzerngewinn

- Verkaufsmenge um 6% auf 561‘033 Tonnen gestiegen, wovon 5% durch organisches Wachstum
- Aufgrund tieferer Preise für Kakaobohnen und negativer Währungseffekte ging der Verkaufserlös um 1,5% auf CHF 2’166,1 Mio. zurück
- Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf dem immateriellen Anlagevermögen (EBITA) stabil bei CHF 165,8 Mio.
- Konzerngewinn (PAT) um 21% auf CHF 101,3 Mio. gestiegen, teilweise bedingt durch Veränderungen in der Rechnungslegung; auf bereinigter Basis Anstieg um 7,5%
- Squeeze-Out der deutschen Stollwerck AG abgeschlossen
- Geografische Expansion bei industriellen und gewerblichen Aktivitäten: Eröffnung einer Schokoladenfabrik an der US-Westküste im August 2005; Werk Singapur erweitert um neue Produktionslinie für weisse Schokolade; Entscheidung für den Bau einer Fabrik in Russland gefällt

Zürich/Schweiz, 11. April 2005 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Kakao- und Schokoladenhersteller, gab heute seine Ergebnisse für das am 28. Februar 2005 abgelaufene erste Halbjahr bekannt. Am herausragendsten waren der Anstieg der Verkaufsmenge um 6% sowie des Konzerngewinns (PAT) um 21% respektive um 7,5% auf bereinigter Basis. Der gute Verkaufstrend im Industriegeschäft setzte sich fort. Beschleunigt durch frühe Ostern in diesem Jahr kam das zweite Quartal zu einem starken Abschluss. Es gilt zu beachten, dass Schokolade ein saisonales Geschäft ist mit den grössten Umsätzen in den Monaten vor Weihnachten und vor Ostern.

Übersicht über die Geschäftstätigkeit

Vergleich des ersten Halbjahres per 28. Februar 2004 resp. 2005

Verkaufserlös. Der Verkaufserlös ging im ersten Halbjahr per 28. Februar 2005 leicht um 1,5% auf CHF 2'166,1 Mio. zurück (Vorjahresperiode: CHF 2'199,3 Mio.). Der Verkaufserlös wurde zwar positiv beeinflusst durch das Volumenwachstum und die Übernahme von AM Foods, doch diese Auswirkungen wurden durch tiefere Preise für Kakao und negative Wechselkurseffekte, bedingt hauptsächlich durch die im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gegebenen Abwertung des US-Dollars und des Euro zum Schweizer Franken mehr als aufgehoben. Unter Ausklammerung der Auswirkung der Akquisition, der Schwankungen der Wechselkurse und Kakaopreise, stieg der Verkaufserlös um 3,5%. Die Geschäftsbereiche Kakao, Industrielle Kunden und Gourmet & Spezialitäten trugen zum organischen Wachstum des Verkaufserlöses bei.

Barry Callebaut AG
P.O. BOX | 8021 Zurich | Switzerland
Phone +41 43 204 04 04 | Fax +41 43 204 04 00

Verkaufsmenge. Die gesamte Verkaufsmenge an Drittkunden stieg in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2004/2005 um 33'599 Tonnen bzw. 6,4% auf 561'033 Tonnen, verglichen mit 527'434 Tonnen im Vorjahreszeitraum. Nach der Eliminierung der Auswirkungen aus der Übernahme von AM Foods stieg die Verkaufsmenge organisch um 4,9% auf 553'280 Tonnen. Zum Volumenwachstum trugen alle Geschäftsbereiche bei. Der grösste Beitrag kam jedoch vom Geschäftsbereich Industrielle Kunden.

Bruttogewinn. Der Bruttogewinn, definiert als Verkaufserlös abzüglich Materialaufwand, sank in den sechs Monaten per 28. Februar 2005 um 8,1% bzw. CHF 66,1 Mio. auf CHF 751,6 Mio. (Vorjahreszeitraum: CHF 817,7 Mio.). Bedingt durch höhere Verkaufsmengen, deutlich gestiegene Haselnusspreise und die Erstkonsolidierung von AM Foods – Auswirkungen, die teilweise durch niedrigere Kakaobohnenpreise und negative Währungseffekte wieder aufgehoben wurden – stieg der gesamte Materialaufwand im Berichtszeitraum um 2,4% bzw. CHF 32,9 Mio. Pro Tonne sank der Bruttogewinn in diesem Zeitraum um 13,5% auf CHF 1'340, verglichen mit CHF 1'550 pro Tonne im Vorjahreszeitraum.

Der Bruttogewinn pro Tonne im Geschäftsbereich Industrielle Kunden zeigte sich, Wechselkurseffekte ausgenommen, unverändert, während er im Geschäftsbereich Kakao leicht zurückging. Dieser Rückgang ist auf die erwartet tiefere Combined-Ratio-Marge bei den Halbfertigprodukten zurückzuführen. Der Bruttogewinn pro Tonne des Geschäftsbereichs Gourmet & Spezialitäten wurde leicht negativ durch die Entwicklung im Bereich Consumer Africa beeinflusst. Bedingt durch die negativen Auswirkungen der hohen Haselnusspreise und der ungünstigen Entwicklung des Produktemixes hatte das Verbrauchergeschäft in Europa einen deutlichen Rückgang beim Bruttogewinn pro Tonne zu verzeichnen. Dieser Rückgang wurde bereits mit mehreren Massnahmen angegangen. Die betrieblichen Aufwendungen sind daher bereits beträchtlich gesunken. Im Geschäftsbereich Verbraucherprodukte Nordamerika ging der Bruttogewinn pro Tonne aufgrund tieferer Umsätze im Bereich Frucht-Snacks sowie negativer Währungseffekte zurück.

Betrieblicher Aufwand. Der betriebliche Aufwand vor Abschreibungen, oder Bruttogewinn minus EBITA, ging im Berichtszeitraum um 10,2% bzw. CHF 66,2 Mio. auf CHF 585,8 Mio. zurück (Vorjahreszeitraum: CHF 652,0 Mio.). Das heisst, der Verlust auf Stufe Bruttogewinn konnte wieder wettgemacht werden. Gründe für die tieferen Kosten waren einerseits reduzierte Personalkosten, die ihrerseits wiederum bedingt waren durch eine Reduzierung der durchschnittlichen Mitarbeiterzahl infolge weiterer Restrukturierungsmassnahmen im Verbrauchergeschäft Europa. Andererseits fand eine Verlagerung der Aufwendungen für Kundenwerbung aus dem Aufwandposten "Werbungs- und Promotionskosten" in die Position „Vergütungen", die bereits im Nettoverkaufserlös reflektiert sind, sowie eine Reduzierung bei den anderen Betriebsaufwendungen statt. Alle Bereiche profitierten von positiven Wechselkurseffekten, die teilweise durch die erstmalige Konsolidierung von AM Foods wieder ausgeglichen wurden. Der betriebliche Aufwand als Prozent des Bruttogewinns sank in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres auf 77,9%, verglichen mit 79,7% im Vorjahreszeitraum. Pro Tonne war im abgelaufenen Halbjahr ein Rückgang auf CHF 1'044 Mio. zu verzeichnen (Vorjahreszeitraum: CHF 1'236 Mio.).

EBITA. Der Ertrag vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen blieb im abgelaufenen Halbjahr unverändert bei CHF 165,8 Mio., verglichen mit CHF 165,7 Mio. im Vorjahreszeitraum. EBITA als Prozent des betrieblichen Ertrags erhöhte sich in derselben Periode auf 7,7% (Vorjahreszeitraum: 7,5%). Pro Tonne sank der EBITA auf CHF 295,5 Mio. verglichen mit CHF 314,2 pro Tonne im Vorjahreszeitraum. Dieser Rückgang ist vor allem bedingt durch Währungseffekte, eine ungünstige Entwicklung des Produktemixes bei den Verbraucherprodukten und gestiegene Haselnusspreise im Bereich Verbraucherprodukte Europa.

In Übereinstimmung mit der revidierten IFRS-Rechnungslegung wird der Goodwill ab dem 28. Februar 2005 nicht mehr abgeschrieben. Im entsprechenden Vorjahreszeitraum war die Amortisierung noch in Höhe von CHF 11,4 Mio. in den Posten Abschreibungen auf immaterielles Anlagevermögen eingestellt.

Netto-Finanzaufwand. Der Finanzaufwand ging im Berichtszeitraum um 20,1% auf CHF 38,2 Mio. zurück (Vorjahresperiode: CHF 47,8 Mio.). Dieser Rückgang war bedingt durch niedrigere

Zinsen und niedrigere durchschnittliche Verbindlichkeiten (im Vergleich zum Vorjahr) sowie durch kleinere Sondereffekte.

Steuern. Der Steueraufwand stieg im Berichtszeitraum auf CHF 20,2 Mio. (Vorjahresperiode: CHF 17,5 Mio.). Der effektive Steuersatz sank in diesem Zeitraum auf 16,6% (Vorjahresperiode: 17,2%). Der weitere Rückgang beim Effektivzins war insbesondere auf die steuerlichen Verlustvorträge und den erstmaligen Ausweis von latenten Steuerabgrenzungen bei jenen Unternehmen zurückzuführen, die den Turnaround zu einem positiven steuerpflichtigen Ergebnis erreicht haben und daher steuerliche Verlustvorträge anwenden können.

Konzerngewinn (PAT). Der Konzerngewinn konnte im Berichtszeitraum um 21,2% auf CHF 101,3 Mio. gesteigert werden (verglichen mit CHF 83,6 Mio. im Vorjahr). Unter Berücksichtigung der nach den neuen IFRS-Standards nicht mehr vorgenommenen Abschreibungen auf den Goodwill, stieg der Gewinn nach Steuern um CHF 6,3 Mio. bzw. 7,5%.

Cashflow. Der im Berichtszeitraum generierte "Cashflow aus Betriebstätigkeit vor Änderungen im Umlaufkapital" lag bei CHF 157,6 Mio., verglichen mit CHF 154,4 Mio. im Vorjahreszeitraum. Der Cashflow aus betrieblichen Aktivitäten inkl. Änderungen im Umlaufkapital, beläuft sich im Berichtszeitraum auf positive CHF 107,6 Mio., verglichen mit CHF 109,3 Mio. im Vorjahreszeitraum. Bedingt durch die Saisonalität im ersten Halbjahr hat das steigende Netto-Umlaufkapital zu einer Belastung der Barmittel geführt.

Der im Berichtszeitraum beobachtete Netto-Geldabfluss aus Investitionstätigkeit lag bei CHF 95,7 Mio., verglichen mit CHF 37,1 Mio. im Vorjahreszeitraum. Neben den in beiden Vergleichszeiträumen getätigten Kapitalaufwendungen für Investitionen in bestehende Anlagen, beinhaltet der diesjährige Betrag auch die Übernahme von AM Foods.

Das **Total der Bilanz** belief sich Ende Februar 2005 auf CHF 2'691,4 Mio. Dies entspricht einem Rückgang um 2,5% im Vergleich zu den CHF 2'760,5 Mio. zum Ende des Geschäftsjahres 2003/04. Niedrigere Kakaobohnenpreise und negative Wechselkurseffekte belasteten die Bilanz. Dies wurde teilweise wieder ausgeglichen durch die Auswirkungen der Akquisition von AM Foods. Das **Nettoumlaufvermögen** (inkl. kurzfristige Rückstellungen) stieg um 1,1% bzw. CHF 10,5 Mio. im Vergleich zum Ende des Geschäftsjahres 2003/04. Abgesehen von den Auswirkungen der Übernahme von AM Foods, reflektiert dies vor allem die Saisonalität des Schokoladengeschäfts, die Ende Februar 2005 in der Regel zu einem höheren Netto-Umlaufkapital führt. Der saisonale Anstieg wurde teilweise ausgeglichen durch ein verbessertes Umlaufkapital-Management, einen weiteren Rückgang bei den Kakaobohnenpreisen und positive Währungseffekte. Die **Nettoverschuldung** stieg um 4,2% bzw. CHF 39,2 Mio. auf CHF 982,2 Mio. und reflektiert damit die Auswirkungen der AM Foods-Akquisition und die Finanzierung des Anstiegs beim Umlaufkapital. Letzteres wurde teilweise durch positive Wechselkurseffekte wieder wettgemacht. **Das Eigenkapital** stieg von CHF 800,9 Mio. zum Ende des Geschäftsjahres 2003/2004 um 7,4% bzw. CHF 58,9 Mio. auf CHF 859,8 Mio.

Am 28. Februar 2005 beschäftigte die Gruppe rund 8'700 **Mitarbeitende**, d.h. 2,5% weniger als am 31. August 2004. Dieser Rückgang ist auf die Restrukturierungsmassnahmen in der Gruppe in Deutschland und in den USA zurückzuführen.

Entwicklung der Geschäftssegmente

- Im Segment Industriegeschäft erhöhte sich die Verkaufsmenge von 331'027 Tonnen in der Vorjahresperiode auf 355'032 Tonnen. Dies entspricht einem organischen Wachstum von +7%. Der Verkaufserlös wurde negativ beeinflusst durch tiefere Kakaopreise und negative Währungseffekte und erhöhte sich deshalb nur minimal auf CHF 1'130,1, verglichen mit CHF 1'128,2 Mio. im entsprechenden Vorjahreszeitraum.

  Im Geschäftsbereich Kakao ging der Verkaufserlös in dem zum 28. Februar 2005 abgeschlossenen Berichtszeitraum trotz eines Anstiegs bei den Verkaufsmengen um 9,2% um 7,6% auf CHF 251,7 Mio. zurück (Vorjahresperiode CHF 272,3 Mio.). Dieser Rückgang war bedingt durch niedrigere Kakaobohnenpreise, Währungseffekte – einen grossen Anteil hatten der weiter nachgebende US-Dollar, aber auch der Euro – sowie eine leicht rückgängige Combined-Ratio-Marge, die teilweise durch das realisierte

Volumenwachstum wieder ausgeglichen wurde. Der Geschäftsbereich Kakao konnte die Verkaufsmengen bei Kakaomasse und Kakaopulver steigern, während der Umsatz bei Kakaobutter zurückging. Der im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum realisierte starke Anstieg bei der Verkaufsmenge wurde vor allem in Europa und in Nord- und Südamerika generiert. In den anderen Ländern blieb die Verkaufsmenge unverändert.

Im Geschäftsbereich Industrielle Kunden konnte der Verkaufserlös in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2004/2005 um 2,6% auf CHF 878,4 Mio. gesteigert werden (Vorjahreszeitraum: CHF 855,9 Mio.). Das organische Wachstum des Netto-Verkaufserlöses belief sich auf 8,6% – verglichen mit einem Verkaufsmengenwachstum von 6,8% bzw. 18‘381 Tonnen. Dies wurde jedoch teilweise durch niedrigere Kakaobohnenpreise und negative Währungseffekte ausgeglichen. Das im Vergleich zum Vorjahr erzielte Wachstum bei den Verkaufsmengen war vor allem stark in Europa (Grossbritannien, Spanien und Osteuropa mit zweistelligen Wachstumsraten), sowie Asien-Pazifik mit einem Plus von 30%.

Im gesamten Industriesegment ging der EBITA in dem am 28. Februar 2005 abgelaufenen Halbjahr leicht um 0,3% auf CHF 107,9 Mio. zurück (Vorjahresperiode: CHF 108,2 Mio.), negativ beeinflusst durch nachteilige Währungseffekte. Während der Geschäftsbereich Kakao, wie bereits im ersten Quartal, bedingt durch die erwartet niedrigere Combined-Ratio-Marge auf Halbfertigprodukte, einen etwas geringeren Beitrag auswies, konnte das Industriegeschäft ein fortgesetztes Wachstum beim Betriebsgewinn verzeichnen.

- Im Segment Gewerbliche Kunden / Verbrauchergeschäft verringerte sich der Verkaufserlös um 3,3% auf CHF 1‘036,0 Mio., verglichen mit CHF 1‘071,1 Mio. im entsprechenden Vorjahreszeitraum.

  Im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten stieg der Verkaufserlös um 4,9% auf CHF 307,1 Mio. von zuvor CHF 292,7 Mio. im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Dieser Anstieg war bedingt durch die Erstkonsolidierung von AM Foods und das organische Volumenwachstum, das teilweise durch niedrigere Kakaopreise und Währungseffekte wieder ausgeglichen wurde. Während das Gourmetgeschäft ein stabiles Ertragswachstum zu verzeichnen hatte, war der Verkaufserlös im Verbrauchergeschäft Afrika als Folge der Unruhen an der Elfenbeinküste und schwieriger Handelsbedingungen in Kamerun deutlich rückläufig. Für den Geschäftsbereich insgesamt wurde der im Vergleich zum Vorjahr realisierte Anstieg beim Verkaufserlös vor allem in Europa erzielt, teilweise aufgehoben durch den erwähnten tieferen Umsatz in Afrika.

Bei den Verbraucherprodukten (Europa und Nordamerika) ging der Verkaufserlös in dem am 28. Februar 2005 abgelaufenen Halbjahr um 6,4% auf CHF 728,9 Mio. zurück (Vorjahresperiode: CHF 778,4 Mio.). Der Rückgang ist hauptsächlich auf das tiefere Verkaufsvolumen im Bereich Frucht-Snacks in Nordamerika sowie auf einen, schon im ersten Quartal 2004/05 vermeldeten, ungünstigen Produktemix in Europa zurückzuführen. Verstärkt wurde dieser Rückgang noch zusätzlich durch negative Währungseffekte. Alle anderen Produktkategorien in Nordamerika – Bonbons, Marken- und Handelsmarkenschokolade, und vor allem saisonale Schokoladenprodukte – verzeichneten eine Zunahme. In Europa konnten weitere Preiserhöhungen mit den Einzelhändlern ausgehandelt werden. Diese werden sich aber erst in den folgenden Quartalen auswirken.

Im gesamten Segment Gewerbliche Kunden / Verbrauchergeschäft ging der EBITA in dem zum 28. Februar 2005 abgelaufenen Halbjahr leicht um 0,4% auf CHF 83,9 Mio. zurück (Vorjahresperiode: CHF 84,2 Mio.), ebenfalls negativ beeinflusst durch Währungseffekte. Im Bereich Gourmet & Spezialitäten stieg der EBITA, bedingt durch höhere Verkaufsmengen im Gourmetbereich und die Übernahme von AM Foods. Sowohl Bereiche Verbraucherprodukte Europa, als auch Verbraucherprodukte Nordamerika leisteten einen positiven Beitrag zum EBITA. Der Beitrag aus dem europäischen Geschäft verringerte sich hingegen aufgrund der oben erwähnten Gründe. Der Geschäftsbereich Verbraucherprodukte Nordamerika konnte

seine Rentabilität steigern, auch dank anderer betrieblicher Erträge.

Regionale Marktentwicklungen. In Europa stieg die Verkaufsmenge auf Vergleichsbasis (d.h. nach Eliminierung des Effekts aus der Übernahme von AM Foods) um 5,5% auf 359'600 Tonnen, was 65,0% des Gruppentotals ausmacht. Die Verkaufsmengen in Nord- und Südamerika stiegen um 3,6% auf 155'249 Tonnen. Dies entspricht 28,1% der gesamten Verkaufsmenge. In Asien-Pazifik/Afrika stieg die Verkaufsmenge um 4,3% auf 38'430 Tonnen. Dies entspricht 6,9% der auf Konzernebene realisierten gesamten Verkaufsmenge.

Squeeze-Out der deutschen Stollwerck AG abgeschlossen

Mit Wirkung per 6. April 2005 wurde der 2003 auf der Aktionärsversammlung der Stollwerck AG gefasste Squeeze-out-Beschluss ins Handelsregister eingetragen und ist damit rechtskräftig. Damit wird die Van Houten Beteiligungs AG & Co. KG, eine Konzerntochter der Barry Callebaut AG, alleinige Aktionärin der Stollwerck AG. Die Registrierung wurde möglich, da der Rechtsstreit zwischen der Stollwerck AG, Van Houten und einigen Aktionären, die gegen den Beschluss Klage erhoben hatten, einvernehmlich beigelegt worden war. Stollwerck-Aktien werden nicht mehr an den Börsen in Frankfurt und Düsseldorf gehandelt. Barry Callebaut erwachsen zusätzliche Kosten in Höhe von ca. EUR 1,2 Mio. aus der Beilegung, die eine bedingte zusätzliche Zahlung von EUR 100 pro Aktie für die 10'200 Stollwerck-Aktien, die vormals im Besitz der nun ausgeschlossenen Minderheitsaktionäre gewesen waren, vorsieht.

Ausblick

Mit Blick auf das gesamte Geschäftsjahr 2004/05 sagte CEO Patrick De Maeseneire: „Die Entwicklung der deutschen Wirtschaft ist enttäuschend und bleibt hinter allen Prognosen zurück. Die schlechte Verbraucherstimmung in Deutschland, wo 70% des Umsatzes bei den Verbraucherprodukten Europa erzielt werden, zwingt uns dazu, alle Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung auszuloten und die Kostenführerschaft zu erreichen. Angesichts weiterhin starker Umsätze und Ergebnisse in unserem angestammten Geschäft mit industriellen und gewerblichen Kunden sind wir jedoch zuversichtlich, dass wir die angekündigten Ziele für das Gesamtjahr erreichen werden, ausserordentliche Umstände wie immer ausgeschlossen."

Geografische Expansion in Wachstumsmärkte: US-Westküste, Singapur, Russland und China

Um die rasch wachsende Kundenbasis an der US-Westküste besser bedienen zu können, kündigte Barry Callebaut die Eröffnung einer Fabrik in American Canyon, Napa County, Kalifornien an. Kalifornien ist der grösste amerikanische Schokoladenmarkt. Barry Callebaut konnte den Umsatz an der Westküste in den vergangenen zwei Jahren um 8-10% steigern. Die neue Fabrik, die anfänglich 65 neue Stellen schafft, wird am 1. August 2005 voll in Betrieb sein. Sie bietet eine Kapazität von rund 25'000 Tonnen und wird Schokoladenprodukte für industrielle und gewerbliche Kunden herstellen. Lager, Vertrieb und Kundenservice für alle Fertigprodukte der Barry Callebaut Gruppe an der Westküste werden in den Standort American Canyon integriert.

Am 6. April 2005 wurde die Fabrik in Singapur um eine neue Produktionslinie für weisse Schokolade erweitert, was die gesamte Produktionskapazität um jährlich 10'000 Tonnen erhöht und die Position von Barry Callebaut als "Total Solutions Supplier" im asiatisch-pazifischen Raum stärkt.

Der Verwaltungsrat von Barry Callebaut hat zudem den Bau einer Fabrik in der Gegend von Moskau (Russland) mit einer jährlichen Kapazität von ca. 25'000 Tonnen zur Belieferung der multinationalen Kunden des Unternehmens genehmigt. Eine Absichtserklärung mit einem lokalen Partner wurde unterzeichnet und ein gemeinsames Projektteam gebildet. Ausserdem evaluiert ein Barry Callebaut-Team die Marktchancen für eine Fabrik in China.

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 grösste Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladeprodukten sowie Süsswaren – von der Kakaobohne bis zum fertigen Produkt im Verkaufsregal. Barry Callebaut unterhält über 30 Produktionsstandorte in 22 Ländern und beschäftigt rund 8'700 Mitarbeiterinnen und 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 2004/05 endet per 31. August 2005

* * *

Kontakte:
Barry Callebaut AG
Postfach
8021 Zürich, Schweiz
Telefon: +41 43 204 04 04
Fax: +41 43 204 04 00
www.barry-callebaut.com

Für Investoren und Analysten:
Dieter A. Enkelmann, CFO
Barry Callebaut AG
Telefon: +41 43 204 04 20
Fax: +41 43 204 04 00
e-mail: dieter_enkelmann@barry-callebaut.com

Für Medien:
Gaby Tschofen
Head Corporate Communications
Telefon: +41 43 204 04 60
Fax: +41 43 204 04 00
e-mail:gaby_tschofen@barry-callebaut.com

Kennzahlen der Barry Callebaut (ungeprüft)

		Veränderung (%)	6 Monate bis zum 28.02.2005	6 Monate bis zum 28.02.2004
Erfolgsrechnung				
Verkaufserlös *in lokalen Währungen*	Mio. CHF	-1.5	**2,166.1** ***2,214.8***	2,199.3
Verkaufsmenge	Tonnen	6.4	**561,033**	527,434
Bruttogewinn *in lokalen Währungen*	Mio. CHF	-8.1	**751.6** ***770.2***	817.7
Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf dem immateriellen Anlage-vermögen (EBITA) *in lokalen Währungen*	Mio. CHF	0.1	**165.8** ***168.6***	165.7
EBITA pro Tonne *in lokalen Währungen*	CHF	-6.0	**295.5** ***300.5***	314.2
Konzerngewinn (PAT) *in lokalen Währungen*	Mio. CHF	21.2	**101.3** ***104.7***	83.6
Cashflow [1)]	Mio. CHF	2.7	**157.7**	153.5
Aktien				
EBITA pro Aktie *in lokalen Währungen*	CHF	0.1	**32.1** ***32.6***	32.1
Gewinn pro Aktie (unverwässert)	CHF	21.4	**19.7**	16.2
Gewinn pro Aktie (verwässert)	CHF	21.1	**19.6**	16.2
			28. Feb. 2005	**31. Aug. 2004**
Bilanz				
Bilanzsumme	Mio. CHF	-2.5	**2,691.4**	2,760.5
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF	1.1	**924.5**	914.1
Anlagevermögen	Mio. CHF	2.7	**1,129.5**	1,099.9
Nettoverschuldung	Mio. CHF	4.2	**982.2**	943.0
Eigenkapital	Mio. CHF	7.4	**859.8**	800.9
Andere				
Mitarbeitende		-2.5	**8,709**	8,933

1) Konzerngewinn + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf Goodwill und anderes immaterielles Anlagevermögen

Kennzahlen nach Geschäftssegment

		Veränderung (%)	6 Monate bis 28.02.2005	6 Monate bis 28.02.2004
Industriegeschäft				
Verkaufserlös	Mio. CHF	0.2	**1,130.1**	1,128.2
- Kakao	*Mio. CHF*	*-7.6*	***251.7***	*272.3*
- Industrielle Kunden	*Mio. CHF*	*2.6*	***878.4***	*855.9*
Verkaufsmenge	Tonnen	7.3	**355,032**	331,027
- Kakao	*Tonnen*	*9.2*	***66,701***	*61,077*
- Industrielle Kunden	*Tonnen*	*6.8*	***288,331***	*269,950*
EBITA	Mio. CHF	-0.3	**107.9**	108.2
EBITDA	Mio. CHF	-0.5	**133.9**	134.6
Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft				
Verkaufserlös	Mio. CHF	-3.3	**1,036.0**	1,071.1
- Gourmet & Spezialitäten	*Mio. CHF*	*4.9*	***307.1***	*292.7*
- Verbraucherprodukte	*Mio. CHF*	*-6.4*	***728.9***	*778.4*
EBITA	Mio. CHF	-0.4	**83.9**	84.2
EBITDA	Mio. CHF	-3.7	**108.0**	112.1

Konzernerfolgsrechnung (ungeprüft)

für die 6-Monats-Periode	**28. Feb. 2004/05**	**28. Feb. 2003/04**
in Millionen Schweizer Franken		
Betrieblicher Ertrag		
Umsatz aus Verkäufen und Dienstleistungen	2,166.1	2,199.3
Betrieblicher Aufwand		
Materialaufwand	1,414.5	1,381.6
Personalaufwand	243.0	276.9
Werbung und Verkaufsförderung	56.6	70.8
Abschreibungen auf Sachanlagen	50.3	54.0
Abschreibungen auf immaterielles Anlagevermögen	6.1	15.9
Sonstige betriebliche Aufwendungen	235.9	250.3
Total betrieblicher Aufwand	2,006.4	2,049.5
Betriebsgewinn (EBIT)	159.7	149.8
Finanzaufwand, netto	-38.2	-47.8
Gewinn vor Steuern und Minderheitsanteilen	121.5	102.0
Steuern	-20.2	-17.5
Konzerngewinn vor Minderheitsanteilen	101.3	84.5
Minderheitsanteile	0.0	-0.9
Nettogewinn	**101.3**	**83.6**
Gewinn pro Aktie (CHF/Aktie)	19.7	16.2
Verwässerter Gewinn pro Aktie (CHF/Aktie)	19.6	16.2

Konzernbilanz (ungeprüft)

für die Periode	Per 28. Feb. 2005	Per 30. Aug. 2004
Aktiven		
in Millionen Schweizer Franken		
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel und kurzfristige Geldanlagen	44.3	38.6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	371.7	387.4
Vorräte	919.2	987.5
davon Kakaobohnen-Vorräte	*367.5*	*382.0*
Übriges Umlaufvermögen [1]	226.7	247.1
	1,561.9	**1'660.6**
Anlagevermögen		
Sachanlagen	714.6	746.1
Beteiligungen	5.0	5.0
Immaterielles Anlagevermögen	373.2	316.8 [2)]
Langfristige Geldanlagen	2.9	3.4
Übriges Anlagevermögen	33.8	28.6
	1,129.5	**1'099.9**
Total Aktiven	**2,691.4**	**2'760.5**

Passiven		
in Millionen Schweizer Franken		
Kurzfristiges Fremdkapital		
Bankverbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus kurzfristiger Finanzierung	404.1	325.5
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	269.2	273.8
Rückstellungen	9.8	38.6
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten [3]	314.1	395.6
	997.2	**1'033.5**
Langfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus langfristiger Finanzierung	625.3	659.5
Latente Steuerverbindlichkeiten	42.9	41.9
Verbindlichkeiten aus Leistungen an Arbeitnehmer	152.4	171.6
Rückstellungen	4.1	36.5
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	3.0	9.7
	827.7	**919.2**
Total Fremdkapital	**1,824.9**	**1'952.7**
Minderheitsanteile	**6.7**	**6.9**
Eigenkapital		
Aktienkapital	476.7	517.0
Gewinnvortrag und Reserven	383.1	283.9
	859.8	**800.9**
Total Passiven	**2,691.4**	**2'760.5**

1) Inkl. Bewertung von offenen Verpflichtungen und Kakaovorräten
2) Verbleibender Nettovortrag (CHF 17,5 Mio.) des durch die Akquisition von Brach's entstandenen Badwill
3) Inkl. latente Steuerverbindlichkeiten

Konzerngeldflussrechnung (ungeprüft)

Für die 6-Monatsperiode bis	**28. Feb. 2005**	**28. Feb. 2004**
in Millionen Schweizer Franken		
Betrieblicher Geldfluss vor Veränderungen im Nettoumlaufvermögen	**157.6**	**154.4**
(Zunahme) Abnahme von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und übrigem Umlaufvermögen	34.6	(71.4)
(Zunahme) Abnahme von Vorräten	56.6	129.4
(Zunahme) Abnahme von übrigem langfristigen Anlagevermögen	(6.3)	(2.9)
(Zunahme) Abnahme von übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten	(134.9)	(100.3)
Netto-Geldfluss aus betrieblicher Tätigkeit	**107.6**	**109.3**
Netto-Geldfluss aus Investitionstätigkeit	**(95.7)**	**(37.1)**
Zahlungsmittelüberschuss aus Finanzierungstätigkeit	**(48.2)**	**(66.8)**
Einfluss der Änderung der Minderheitsanteile	(0.2)	0.6
Einfluss von Fremdwährungsumrechnungen auf die flüssigen Mittel	(0.6)	(16.6)
Netto-Zunahme (Abnahme) der flüssigen Mittel	**(37.1)**	**(10.6)**
Flüssige Mittel am Anfang der Periode	(1.8)	1.0
Flüssige Mittel am Ende der Periode	**(38.9)**	**(9.6)**
Liquide Mittel	42.5	48.9
Bankverbindlichkeiten	(81.4)	(58.5)
Flüssige Mittel und Bankverbindlichkeiten	**(38.9)**	**(9.6)**

Konzerneigenkapital (ungeprüft)

für die Periode per 28. Februar 2005 in Millionen Schweizer Franken	**Aktienkapital[1)]**	**Gesetzliche Reserven**	**Verlustvortrag**	**Eigene Aktien**	**Hedging-Rückstellungen**	**Kumulierte Umrechnungs-differenz**	**Total**
Stand 31. August 2003	517.0	240.5	16.6	(0.0)	2.5	(17.4)	759.2
Dividende (%)			(36.2)				(36.2)
Transaktionen mit eigenen Aktien			0.5	(7.4)			(6.9)
Kapitalreserve für Cashflow-Absicherungen					(3.2)		(3.2)
Umrechnungsdifferenz des Geschäftsjahres						(16.6)	(16.6)
Konzerngewinn für 6 Monate			83.6				83.6
Stand 28. Februar 2004	**517.0**	**240.5**	**64.5**	**(7.4)**	**(0.7)**	**(34.0)**	**779.9**
Stand 31. August 2004	517.0	240.5	89.0	(9.8)	(0.5)	(35.3)	800.9
Kapitalreduzierung (1)	(40.3)						(40.3)
Transaktionen mit eigenen Aktien			(5.9)	5.0			(0.9)
Kapitalreserve für Cashflow-Absicherungen					(1.1)		(1.1)
Umrechnungsdifferenz des Geschäftsjahres						(17.6)	(17.6)
Negativer Goodwill Brach's [2)]			17.5				17.5
Konzerngewinn für 6 Monate			101.3				101.3
Stand 28. Februar 2005	**476.7**	**240.5**	**201.9**	**(4.8)**	**(1.6)**	**(52.9)**	**859.8**

1) Anstelle einer Dividendenzahlung beschloss die Jahreshauptversammlung der Aktionäre eine Reduzierung des Aktienkapitals in Höhe von CHF 7.80 pro Aktie (Gesamtreduktion des Aktienkapitals: CHF 40,3 Mio.). Danach ist das voll liberierte Aktienkapital eingeteilt in 517'000'000 Namensaktien mit einem Nominalwert von je CHF 92.20.

2) Der verbleibende negative Goodwill aus der Akquisition von Brach's wurde in Übereinstimmung mit den revidierten IFRS-Vorschriften per 1. September 2004 dem Eigenkapital zugerechnet

ANHANG ZUM KONSOLIDIERTEN ZWISCHENABSCHLUSS (ungeprüft)

für die Periode bis 28. Februar 2005

1 Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze und Basis der Präsentation

Die konsolidierten Rechnungen der Barry Callebaut AG werden in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS, ehemals International Accounting Standards oder 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 Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden angewendet wie in der Jahresrechnung per 31. August 2004 für das zu diesem Datum zu Ende gegangene Geschäftsjahr. Der Zwischenabschluss sollte zusammen mit der geprüften, im Geschäftsbericht 2003/04 von Barry Callebaut enthaltenen Jahresrechnung gelesen werden.

Die Gruppe entschied sich gegen eine vorzeitige Einführung der IAS 1, 2, 8, 10, 16, 17, 21, 24, 27, 28, 32, 33, 36 and 38 (alle revidiert in 2003) und gegen die Einführung der IFRS 2, 4 und 5.

2 Gruppengesellschaften

Per 2. September 2004 erwarb die Gruppe von der dänischen Arla Foods Amba die Arla-Tochter AM Foods K/S, Dänemark. AM Foods ist auf die Herstellung und den Verkauf von Schokolade- und Cappuccino-Mischungen für Getränkeautomaten spezialisiert. Hauptabsatzmärkte sind die in den Schlüsselmärkten in Europa, Skandinavien und Osteuropa angesiedelten Nahrungsmittel-dienstleister. AM Foods wurde in den Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten integriert, zu dem (unter anderem) auch das Geschäft mit Kakao- und Schokoladenmischungen für Getränke-automaten und das Hotellerie-/Restaurant-Geschäft zählen. Der Übernahmepreis wurde bisher noch nicht vollständig zugewiesen, da die Gruppe noch damit befasst ist, den fairen Wert der übernommenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten zu identifizieren und zu bestimmen. Die Ergebnisse von AM Foods werden ab dem 1. September 2004 konsolidiert.

Am 28. Februar 2005 beschäftigte die Gruppe 8‘709 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, verglichen mit 8‘933 zum 31. August 2004.

3 Investitiontätigkeit

Die Investitionen in Sachanlagen belaufen sich inkl. der Übernahme von AM Foods für die sechs Monate per 28. Februar 2005 auf 95,7 Mio. Franken (CHF 37,1 Mio. für die sechs Monate per 28. Februar 2004).

Neben der Übernahme von AM Foods zählten Kapitalaufwendungen aus Investitionen in das laufende Geschäft zu den wichtigsten Komponenten unserer Investitionstätigkeit.

In dem zum 28. Februar 2005 abgeschlossenen Halbjahr waren keine grösseren Verkäufe zu verzeichnen (desgleichen nicht in den sechs Monaten per 28. Februar 2004).

4 Betrieblicher Ertrag

Das Geschäft der Gruppe wird im Jahresverlauf in der Regel durch die Saisonalität bei den Einnahmen und den Ausgaben beeinflusst. Historisch kaufen die Verbraucher am meisten Schokolade in den Monaten vor Weihnachten und vor Ostern. Folglich sind die Verkäufe von Halbfertig- und Fertigprodukten an Kunden am höchsten in der Zeitspanne 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 sechs Monaten per 28. Februar 2005 fiel der Verkaufserlös bedingt durch die im Vergleich zum Vorjahr niedrigeren Kakaopreise und negative Währungseffekte um 1,5% von CHF 2'199,3 Mio. auf CHF 2'166,1 Mio. Gleichzeitig konnte die Verkaufsmenge um 6,4% von 527'434 Tonnen auf 561'033 Tonnen gesteigert werden.

Der Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf dem immateriellen Anlagevermögen (EBITA) zeigte sich stabil bei CHF 165,8 Millionen (Vorjahr: CHF 165,7 Mio.).

Der aus der Übernahme von Brach's verbleibende negative Goodwill wurde – in Übereinstimmung mit den revidierten IFRS-Standards – per 1. September 2004 voll dem Eigenkapital zugerechnet. Im Vorjahr war noch ein Betrag in Höhe von CHF 12,0 Mio. amortisiert worden, um die Restrukturierungskosten für Brach's und Aufwendungen für die Inbetriebnahme der Fabrik im mexikanischen Vernell zu kompensieren. Weitere betriebliche Aufwendungen beinhalten die Folgen von Einschnitten bei Pensions- und Gesundheitsvorsorgeplänen.

Der Konzerngewinn (PAT) stieg um CHF 17,7 Mio. (+21,2%) von CHF 83,6 Mio. auf CHF 101,3 Mio. Bei einem stabilen EBITA ist diese Zunahme des PAT vor allem auf die erwähnte beendete Abschreibung des Goodwills, sowie niedrigere Finanzierungskosten und geringere Steueraufwendungen zurück zu führen.

5 Gewinn pro Aktie

Der unverwässerte und der verwässerte Gewinn pro Aktie berechnen sich auf der Basis des Konzerngewinns für die entsprechende Periode und der gewichteten durchschnittlichen Anzahl von Aktien, die am Ende jeder Periode ausstehen, wie nachstehend ausgewiesen. Die gewichtete durchschnittliche Anzahl schliesst allfällige von der Gruppe im Rahmen bestehender Aktienbeteiligungs- und Aktienoptionsplänen für eine limitierte Gruppe des Managements und bestimmte Verwaltungsratsmitglieder gehaltene eigene Aktien aus.

in Millionen Schweizer Franken	**28. Feb. 2005**	**28. Feb. 2004**
Zur Ermittlung des Gewinns pro Aktie als Zähler verwendeter, den Aktionären zustehender Konzerngewinn	101.3	83.6
Effekt nach Steuern auf Ertrag und Aufwand für Verwässerungspotenzial von Aktien	-	-
Zur Berechnung des verwässerten Gewinns pro Aktie als Zähler verwendeter Konzerngewinn	101.3	83.6
Gewichtete, durchschnittliche Anzahl ausgegebener Aktien	5,170,000	5,170,000
Gewichtete, durchschnittliche Anzahl eigener Aktien	32,764	13,192
Zur Ermittlung des Gewinns pro Aktie als Nenner verwendete, gewichtete, durchschnittliche Anzahl ausstehender Aktien	5,137,236	5,156,808
Gewichtete, durchschnittliche Anzahl von Aktien mit Verwässerungspotenzial	32,764	13,192
Zur Berechnung des verwässerten Gewinns pro Aktie als Nenner verwendete, gewichtete, durchschnittliche Anzahl ausgegebener Aktien	5,170,000	5,170,000

6 Dividenden

Die Generalversammlung vom Dezember 2004 beschloss anstelle einer Dividendenzahlung eine Reduzierung des Aktienkapitals um CHF 7.80 po Aktie. (Reduzierung des Aktiennennwerts von CHF 100 auf CHF 92.20). Die entsprechende Ausschüttung an die Aktionäre wurde mit Wertstellungsdatum zum 1. März 2005 vorgenommen.

7 Segmentinformation

Primäres Segment

	Industrie-geschäft		Gewerbliche Kunden/ Verbrauchergeschäft		Hauptsitz / nicht alloziert		Konsolidiert	
in Millionen Schweizer Franken	**6 Mte. 04/05**	6 Mte. 03/04	**6 Mte. 04/05**	6 Mte. 03/04	**6 Mte. 04/05**	6 Mte. 03/04	**6 Mte. 04/05**	6 Mte. 03/04
Erlös aus Verkäufen an Dritte	1,130.1	1,128.2	1,036.0	1,071.1	-	-	2,166.1	2,199.3
Betriebsgewinn vor Abschreibungen (EBITA)	107.9	108.2	83.9	84.2	(26.0)	(26.7)	165.8	165.7

Sekundäres Segment

	Europa		Nord-und Südamerika		Asien-Pazifik/Afrika		Konsolidiert	
in Millionen Schweizer Franken	**6 Mte. 04/05**	6 Mte. 03/04	**6 Mte. 04/05**	6 Mte. 03/04	**6 Mte. 04/05**	6 Mte. 03/04	**6 Mte. 04/05**	6 Mte. 03/04
Erlös aus Verkäufen an Dritte	1,514.2	1,488.6	516.5	564.3	135.4	146.4	2,166.1	2,199.3

8 Eventualverbindlichkeiten

Zum 28. Februar 2005 waren der Gruppe keine grösseren neuen Eventualverbindlichkeiten im Vergleich zur Situation per Ende August 2004 bekannt. Die bestehenden Eventualverbindlichkeiten stammen vor allem aus Bank- und anderen Garantien aus dem ordentlichen Geschäftsverlauf, der Grund zur Annahme gibt, dass aus ihm keine wesentlichen Verpflichtungen entstehen.

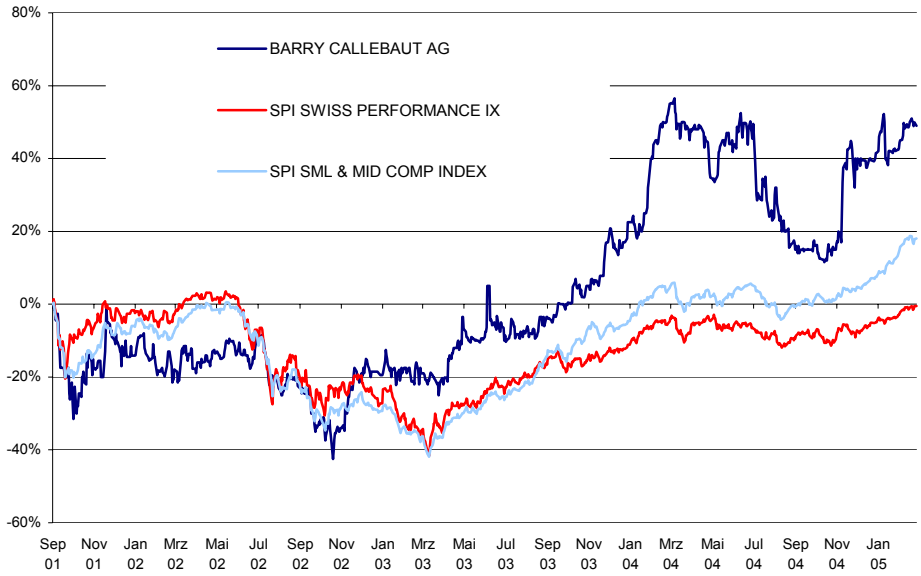
9 Nahestehende Parteien

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

10 Vorfall nach dem Bilanzstichtag

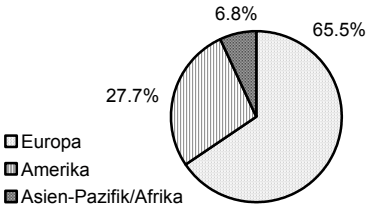
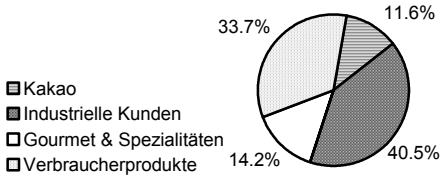
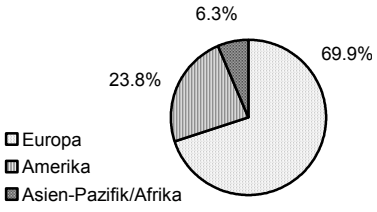
Mit Wirkung per 6. April 2005 wurde der 2003 auf der Aktionärsversammlung der Stollwerck AG gefasste Squeeze-out-Beschluss ins Handelsregister eingetragen und ist damit rechtskräftig. Damit wird die Van Houten Beteiligungs AG & Co. KG, eine Konzerntochter der Barry Callebaut AG, alleinige Aktionärin der Stollwerck AG. Stollwerck-Aktien werden nicht mehr an den Börsen in Frankfurt und Düsseldorf gehandelt.

Aktienkurs-Performance



London Cocoa Terminal Market
6-month forward delivery prices

Verkaufsmengen nach Regionen 6 Monate bis 28.02.2005 (in Tonnen)	
Total	561,033
Europa	367,354
Amerika	155,249
Asien-Pazifik/Afrika	38,430

Verkaufserlös nach Geschäftsbereichen 6 Monate bis 28.02.2005 (in Mio. CHF)	
Total	2,166.1
Kakao	251.7
Industrielle Kunden	878.4
Gourmet & Spezialitäten	307.1
Verbraucherprodukte	728.9

Verkaufserlös nach Regionen 6 Monate bis 28.02.2005 (in Mio. CHF)	
Total	2,166.1
Europa	1,514.2
Amerika	516.5
Asien-Pazifik/Afrika	135.4