



Investorenbrief

Barry Callebaut publiziert Resultate für die ersten neun Monate 2004/05:

Erneut starkes Volumen- und Gewinnwachstum

- Barry Callebaut verzeichnete ein starkes 3. Quartal im Geschäft mit industriellen und gewerblichen Kunden
- Anstieg der Verkaufsmenge um 4%
- Aufgrund tieferer Preise für Kakaobohnen und negativer Währungseffekte ging der Verkaufserlös um 2,5% auf CHF 3'023,5 Mio. zurück
- EBITA um 2% auf CHF 197,3 Mio. zugenommen
- Konzerngewinn (PAT) um 29% auf CHF 101,8 Mio. gestiegen, teilweise bedingt durch Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften; auf bereinigter Basis Zuwachs um 7%, in lokaler Währung um 10%
- Restrukturierungsmassnahmen im Geschäftsbereich Verbraucherprodukte Europa werden angesichts schwieriger Marktbedingungen in Deutschland intensiviert; Restrukturierungsrückstellungen in Höhe von CHF 49 Mio. in Cash und Abschreibungen in Höhe von CHF 45 Mio. werden zulasten der laufenden Rechnung im 4. Quartal verbucht
- Hausbanken sagen revolvierende Kreditfazilität im Betrag von EUR 740 Mio. zu

Zürich/Schweiz, 8. Juli 2005 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Kakao- und Schokoladenhersteller, gab heute seine Ergebnisse für die am 31. Mai 2005 abgelaufenen neun Monate des Geschäftsjahres 2004/05 bekannt. Es gilt zu beachten, dass Schokolade ein saisonales Geschäft ist und das dritte Quartal in der Regel die umsatzschwächste Periode für Barry Callebaut darstellt.

Die Verkaufsmenge stieg um 4%, wovon zwei Drittel auf organisches Wachstum zurückzuführen sind. Aufgrund tieferer Preise für Kakaobohnen und negativer Währungseffekte ging der Verkaufserlös um 2,5% zurück. Der Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf dem immateriellen Anlagevermögen (EBITA) nahm um 2% auf CHF 197,3 Mio. zu. Der Konzerngewinn (PAT) wuchs, teilweise bedingt durch veränderte Rechnungslegungsvorschriften nach IFRS, um 29% auf CHF 101,8 Mio. Bereinigt lag der Anstieg bei erfreulichen 7%, in lokaler Währung bei 10%.

Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut: „Wir sind zufrieden, dass sich unser angestammtes Geschäft mit industriellen und gewerblichen Kunden in einem harten Wettbewerb weiterhin sehr gut entwickelt. Beide Geschäftsfelder haben überproportional zum Betriebsgewinn der Gruppe beigetragen. Im Gegensatz dazu leidet das europäische Verbrauchergeschäft immer noch unter schwierigen Marktbedingungen, einem ungünstigen Produktmix und Preisdruck. Diese Situation veranlasst uns dazu, unser gegenwärtiges Restrukturierungsprogramm –

auch mit Blick auf zusätzliche Kosteneinsparungen – in Deutschland zu intensivieren. Unser Ziel ist es, im Verbrauchergeschäft die Kostenführerschaft zu erreichen und den Geschäftsbereich vor allem im Handelsmarkengeschäft auf ein profitables Wachstum ab 2006/07 vorzubereiten.“

Geschäftsentwicklung der ersten neun Monate 2004/05 im Überblick

Die **Verkaufsmenge** stieg um 4% auf 790'134 Tonnen (Vorjahr: 758'401 Tonnen). Etwa zwei Drittel dieses Anstiegs sind auf organisches Wachstum zurückzuführen. Der Rest ist bedingt durch die erstmalige Konsolidierung der im September 2004 übernommenen AM Foods.

Der **Verkaufserlös** ging in der zum 31. Mai 2005 abgeschlossenen Periode um 2,5% auf CHF 3'024 Mio. zurück (Vorjahr: CHF 3'101 Mio.). Dieser Rückgang war vor allem durch tiefere Preise für Kakaobohnen und negative Währungseffekte bedingt und wurde teilweise kompensiert durch den starken Anstieg der Verkaufsmenge sowie die Auswirkungen der erstmaligen Konsolidierung von AM Foods.

Der **Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf dem immateriellen Anlagevermögen (EBITA)** belief sich auf CHF 197,3 Mio. und lag damit um 2% über den CHF 193,6 Mio. der Vorjahresperiode. Die höheren Beiträge der Bereiche Kakao, Industrielle Kunden, Gourmet & Spezialitäten und Verbraucherprodukte Nordamerika wurden nahezu vollständig durch das enttäuschende Ergebnis des Geschäftsbereichs Verbraucherprodukte Europa kompensiert. Der erneut drastisch gestiegene Preis für Haselnüsse beeinträchtigte das Ergebnis dieses Geschäftsbereichs in der Höhe von über CHF 20 Mio.

Die **Finanzierungskosten** gingen im Vergleich zum Vorjahr (CHF 69,1 Mio.) um 12% auf netto CHF 60,9 Mio. zurück. Dieser Rückgang war bedingt durch tiefere Zinsen und niedrigere durchschnittliche Verbindlichkeiten im Vergleich zum Vorjahr sowie durch kleinere Sondereffekte.

Der **Steueraufwand** stieg im Berichtszeitraum auf CHF 25,0 Mio. (Vorjahr: CHF 21,1 Mio.), bedingt durch höhere Gewinne vor Steuern,

während der durchschnittliche effektive Steuersatz von 21% auf 20% zurückging.

Der **Konzerngewinn (PAT)** stieg im Berichtszeitraum um 29% auf CHF 101,8 Mio. (Vorjahr: CHF 78,8 Mio.). Dies ist insbesondere auf niedrigere Finanzierungskosten und Änderungen in den Rechnungslegungsstandards nach IFRS zurückzuführen, wonach der Goodwill nicht mehr abgeschrieben werden muss. Unter Ausklammerung dieses Effekts legte der Konzerngewinn (PAT) um 7% zu.

Das **Eigenkapital** per 31. Mai 2005 stieg um 8% auf CHF 866,7 Mio., verglichen mit CHF 800,9 Mio. am Ende des vorausgegangenen Geschäftsjahres per 31. August 2004.

Entwicklung der Geschäftssegmente in den ersten neun Monaten 2004/05

Segment Industriegeschäft

Das Segment Industriegeschäft beliefert die Nahrungsmittelindustrie und Konsumgüterhersteller weltweit mit Kakao- und Schokoladenprodukten.

Die **Verkaufsmenge** betrug 512'072 Tonnen, verglichen mit 484'434 Tonnen im Vorjahr. Dies entspricht einem organischen Volumenwachstum von 6%.

- Die an Drittkunden verkauften Kakao-Produkte legten um 7% auf 100'298 Tonnen zu (Vorjahr: 93'838 Tonnen). Der Anstieg ist primär bedingt durch höhere Umsätze bei Kakaoliqor und Kakao-pulver.
- Die Verkaufsmenge im Geschäftsbereich Industrielle Kunden stieg um 5% von zuvor 390'596 Tonnen auf 411'774 Tonnen. Das Wachstum fiel besonders erfreulich aus in Osteuropa, Grossbritannien und im asiatisch-pazifischen Raum.

Der im Industriegeschäft verzeichnete **Verkaufserlös** blieb stabil bei CHF 1'623 Mio. (Vorjahr: CHF 1'627 Mio.).

- Im Geschäftsbereich Kakao wurden die höheren Verkaufsmengen durch die tieferen Preise für Kakaobohnen, negative Währungseffekte und niedrigere Verkaufspreise für Kakao-pulver mehr als kompensiert. Der Verkaufserlös in diesem Geschäftsbereich ging daher um 8% auf

CHF 373 Mio. zurück (Vorjahr: CHF 403 Mio.).

- Der Bereich Industrielle Kunden konnte seinen Verkaufserlös trotz niedrigerer Kakaobohnenpreise und negativer Währungseffekte um 2% auf CHF 1'250 Mio. steigern (Vorjahr: CHF 1'224 Mio.). Unter Ausklammerung der negativen Wechselkurs- und Kakaobohnenpreiseffekte sowie sonstiger Rohwareneffekte lag das organische Wachstum des Verkaufserlöses bei rund 8%.

Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft

Das Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft ist auf eine breite Kundenpalette von gewerblichen Verarbeitern bis zu global tätigen Einzelhandelskonzernen ausgerichtet.

Der Verkaufserlös ging um 5% von CHF 1'473 Mio. auf CHF 1'401 Mio. zurück.

- Unterstützt durch die Übernahme von AM Foods stieg der Verkaufserlös im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten im Vergleich zum Vorjahr (CHF 414 Mio.) um 3% auf CHF 427 Mio. Während die Division Gourmet ein organisches Wachstum von 5% verzeichnen konnte, war der Verkaufserlös in der Division Verbraucherprodukte Afrika als Folge der schwierigen politischen resp. wirtschaftlichen Lage insbesondere in der Elfenbeinküste und in Kamerun deutlich rückläufig. Die Division Getränke konnte ihren Verkaufserlös aufgrund der Akquisition von AM Foods steigern. Insgesamt ging der Verkaufserlös im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten organisch um 6% zurück.
- Der Verkaufserlös in den Verbraucherbereichen sank um 8% auf CHF 974 Mio. (Vorjahr: CHF 1'059 Mio.). Sowohl in Europa als auch in Nordamerika war dieser Rückgang vor allem auf negative Währungseffekte, einen Volumrückgang und einen ungünstigen Produktmix zurückzuführen. Als besonders belastend in Nordamerika erwiesen sich die rückläufigen Verkaufsvolumen und Margen im Frucht-Snack-Geschäft.

Restrukturierung im Bereich Verbraucherprodukte Europa intensiviert

Angesichts der schwachen wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland und anderen Ländern Westeuropas und mit Blick auf zusätzliche Kosteneinsparungen hat der Verwaltungsrat der Barry Callebaut AG beschlossen, die laufenden Restrukturierungsmassnahmen im Bereich Verbraucherprodukte Europa zu intensivieren.

Primäres Ziel ist es, das europäische Verbrauchergeschäft auf dieselbe SAP-Plattform zu bringen, die in den anderen europäischen Schokoladenunternehmen der Gruppe bereits erfolgreich eingesetzt wird. Dadurch werden die Schlüsselprozesse und -funktionen des Geschäftsbereichs Verbraucherprodukte Europa in die Barry Callebaut Gruppe integriert, mit dem Ziel der angestrebten Kostenführerschaft im Verbrauchergeschäft. Dieses Vorhaben kann nun rascher umgesetzt werden, weil Stollwerck nach dem Squeeze-Out der Minderheitsaktionäre eine 100%-ige Tochtergesellschaft von Barry Callebaut ist. Die Hauptverwaltung des Bereichs Verbraucherprodukte Europa, mit den Schlüsselfunktionen in Verkauf, Marketing und Verwaltung, verbleibt in Köln. Der Geschäftsbereich konzentriert sich weiterhin auf das Handelsmarkengeschäft, die Marke Sarotti vor allem im Zusammenhang mit Innovationen und Co-Manufacturing-Aufträge für Markenartikelunternehmen und sonstige Drittkunden wie z.B. Genuport, den neuen Distributionspartner für das Gubor-Geschäft.

Zudem werden einige Massnahmen zur kontinuierlichen Effizienzverbesserung im Geschäftsbereich Verbraucherprodukte Nordamerika und in den afrikanischen Operationen im 4. Quartal abgeschlossen.

Restrukturierungsrückstellungen in Höhe von CHF 49 Mio. werden zurückgestellt, um die liquiditätswirksamen Kosten für bereits eingeleitete und noch einzuleitende Massnahmen zu decken, u.a.

Verbesserungen im Logistikbereich, Systemoptimierungen und Abgangsentschädigungen für Mitarbeiter. In Europa wurde die Mehrzahl der betroffenen Mitarbeiter bereits gekündigt. Im Falle zusätzlicher Massnahmen werden die jeweiligen Sozialpartner unverzüglich konsultiert, sobald ein entsprechender Beschluss vorliegt. Der Plan sieht keine Werksschliessung vor.

Des Weiteren werden einige Sachanlagen (wie Gebäude und nicht verwendete Maschinen) sowie Aktiva des Umlaufvermögens (Verpackungsmaterial, sowie verschiedene kleinere Rohwarenpositionen) in Höhe von insgesamt CHF 45 Mio. teilweise/ganz abgeschrieben.

Die gesamten Restrukturierungskosten belaufen sich auf CHF 94 Mio. und werden der laufenden Rechnung belastet. Die liquiditätswirksamen Restrukturierungsaufwendungen werden vollumfänglich intern finanziert. Die Kosteneinsparungen und Verbesserungen der Bruttomarge als Ergebnis des Restrukturierungsprogramms sollten in Jahr 3 und danach wiederkehrend eine Grössenordnung von CHF 40 bis 50 Mio. erreichen. Barry Callebaut ist überzeugt, dass diese Kosteneinsparungen im Verbund mit einem umfassenden Wachstumsplan, der bereit ist für die Umsetzung, das Verbrauchergeschäft Europa im Geschäftsjahr 2005/06 in die Gewinnzone zurückführen und fit für ein Wachstum ab 2006/07 machen werden.

Zusage von Hausbanken für eine revolvingende Kreditfazilität in Höhe von EUR 740 Mio.

Barry Callebaut erhielt von Hausbanken die feste Zusage für eine syndizierte revolvingende Kreditfazilität („Revolving Credit Facility“) in Höhe von EUR 740 Mio. Die Fazilität gliedert sich in drei Teile: eine Revolving Credit Facility in Höhe von EUR 325 Mio. mit einer Laufzeit von +1 +1 +5 Jahren, eine Revolving Committed Credit Facility in Höhe von EUR 250 Mio. mit einem Tenor von +1 +1 +3 Jahren als Back-up-Linie für das Commercial-Paper-Programm und schliesslich eine

Revolving Facility in Höhe von EUR 165 Mio. mit einem Tenor von +1 +1 +5 Jahren als Back-up-Linie für die Refinanzierung des High Yield Bonds, der ab März 2007 kündbar ist. Dies wird es Barry Callebaut vor allem ermöglichen, den teuren High Yield Bond zu kündigen und zu deutlich tieferen Kosten zu refinanzieren. Die Bedingungen der neuen Fazilität sind deutlich günstiger und flexibler als die im März 2003 erstmals unterschriebene bestehende Vereinbarung, und sie reflektieren die verbesserte Finanzkraft von Barry Callebaut. Die neue Kreditfazilität wird das Maturitätsprofil von Barry Callebaut erheblich verbessern und die Liquidität des Unternehmens deutlich erhöhen. Sie wird in den nächsten Wochen für eine weitere Syndizierung geöffnet.

Ausblick

Mit Blick auf das gesamte Geschäftsjahr 2004/05 sagte CEO Patrick De Maeseneire: „Die Auftragslage im Juni war gut. Allerdings ist der Monat August immer entscheidend für das vierte Quartal. Die Produktion für Halloween und Weihnachten läuft an, das Eiscreme-geschäft ist voll im Gange und führt bei entsprechend heissem Wetter zu einer zusätzlichen Nachfrage und damit zu einem starken vierten Quartal. Nach unseren aktuellen Schätzungen gehen wir davon aus, dass das Betriebsergebnis vor Restrukturierungskosten den Erwartungen des Marktes für das Gesamtjahr 2004/05 entsprechen wird.“

In Erwartung eines fortgesetzt starken betrieblichen Ergebnisses im Geschäft mit industriellen und gewerblichen Kunden beabsichtigt der Verwaltungsrat, den Aktionären den gleichen Betrag wie 2004/05 für Dividenden-/Kapitalrückzahlung vorzuschlagen. Damit weicht er im Sinne einer Ausnahme von der üblichen Dividendenpolitik des Unternehmens ab, die eine Ausschüttung von 35% des Konzerngewinns vorsieht.

* * *

Barry Callebaut (www.barry-callebaut.com):
Mit einem Jahresumsatz von über CHF 4 Mrd. für das Geschäftsjahr 2003/04 ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladeprodukten sowie Süswaren – von der Kakaobohne bis zum fertigen Produkt im Verkaufsregal. Barry Callebaut unterhält über 30 Produktionsstandorte in 22 Ländern und beschäftigt über 8'000 Mitarbeitende. Das Unternehmen steht im Dienst der gesamten Lebensmittelbranche – von industriellen Nahrungsmittelherstellern über gewerbliche Anwender von Schokolade wie Chocolatiers, Confiseurs 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 am 31. August 2005. Resultate für das Geschäftsjahr 2004/05 werden am 10. November 2005 veröffentlicht (Medien- und Analystenkonferenz).

Finanzkalender für das restliche Geschäftsjahr 2004/05:

Jahresbericht 2004/05: 10. November 2005
Medienmitteilung, Aktionärsbrief, Analysten- und Medienkonferenzen in Zürich

Generalversammlung 2004/05: 8. Dezember 2005 in Zürich

Kontakte

Barry Callebaut AG
Postfach
8021 Zürich, Schweiz
Telefon: +41 43 204 04 04
Fax: +41 1 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 die Medien:

Gaby Tschofen
VP 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 AG (ungeprüft)

		Veränderung (%)	9 Monate bis 31. Mai 2005	9 Monate bis 31. Mai 2004
Erfolgsrechnung				
Verkaufserlös <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	-2.5 -0.6	3,023.5 3,082.1	3,100.9
Verkaufsmenge	Tonnen	4.2	790,134	758,401
Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf dem immateriellen Anlagevermögen (EBITA) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	1.9 2.9	197.3 199.3	193.6
EBITA pro Tonne <i>in lokalen Währungen</i>	CHF	-2.2 -1.2	249.7 252.2	255.3
Konzerngewinn (PAT) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	29.2 31.9	101.8 103.9	78.8
Cashflow ¹⁾	Mio. CHF	2.2	185.9	181.9
Aktien				
EBITA pro Aktie	CHF	2.1	38.2	37.4
Gewinn pro Aktie (unverwässert)	CHF	29.5	19.79	15.28
Gewinn pro Aktie (verwässert)	CHF	29.1	19.68	15.24
			Per	Per
			31. Mai 2005	31. Aug. 2004
Bilanz				
Bilanzsumme	Mio. CHF	0.7	2,779.7	2,760.5
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF	7.8	985.5	914.0
Anlagevermögen	Mio. CHF	4.6	1,150.1	1,099.9
Nettoverschuldung	Mio. CHF	12.8	1,063.3	943.0
Eigenkapital	Mio. CHF	8.2	866.7	800.9

1) Konzerngewinn + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf Goodwill und übrigem immateriellem Anlagevermögen

Kennzahlen nach Geschäftssegment (ungeprüft)

		Veränderung (%)	9 Monate bis 31. Mai 2005	9 Monate bis 31. Mai 2004
Industriegeschäft				
Verkaufserlös	Mio. CHF	-0.3	1,622.5	1,627.4
- <i>Kakao</i>	<i>Mio. CHF</i>	-7.6	372.7	403.4
- <i>Industrielle Kunden</i>	<i>Mio. CHF</i>	2.1	1,249.8	1,224.0
Verkaufsmenge	Tonnen	5.7	512,072	484,434
- <i>Kakao</i>	<i>Tonnen</i>	6.9	100,298	93,838
- <i>Industrielle Kunden</i>	<i>Tonnen</i>	5.4	411,774	390,596
Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft				
Verkaufserlös	Mio. CHF	-4.9	1,401.0	1,473.5
- <i>Gourmet & Spezialitäten</i>	<i>Mio. CHF</i>	3.2	427.2	414.1
- <i>Verbraucherprodukte</i>	<i>Mio. CHF</i>	-8.1	973.8	1,059.4

Konzernerfolgsrechnung (ungeprüft)

für die 9-Monats-Periode bis

31. Mai 2005 31. Mai 2004

in Millionen Schweizer Franken

Betrieblicher Ertrag

Umsatz aus Verkäufen und Dienstleistungen 3,023.5 3,100.9

Betrieblicher Aufwand

Materialaufwand 1,974.5 1,980.6

Personalaufwand 368.0 404.9

Werbung und Verkaufsförderung 85.2 98.8

Abschreibungen auf Sachanlagen 74.9 79.1

Abschreibungen auf immateriellem Anlagevermögen 9.2 24.0

Übrige betriebliche Aufwendungen 323.6 343.9

Total betrieblicher Aufwand 2,835.4 2,931.3

Betriebsgewinn (EBIT) 188.1 169.6

Finanzaufwand, netto -60.9 -69.1

Gewinn vor Steuern und Minderheitsanteilen 127.2 100.5

Steuern -25.0 -21.1

Konzerngewinn vor Minderheitsanteilen 102.2 79.4

Minderheitsanteile -0.4 -0.6

Konzerngewinn 101.8 78.8

Unverwässerter Gewinn pro Aktie (CHF/Aktie) 19.79 15.28

Verwässerter Gewinn pro Aktie (CHF/Aktie) 19.68 15.24

Konzernbilanz (ungeprüft)

für die Periode	Per	Per
Aktiven	31. Mai 2005	31. Aug. 2004
in Millionen Schweizer Franken		
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel und kurzfristige Geldanlagen	80.6	38.6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	329.7	387.4
Vorräte	991.7	987.5
<i>davon Kakaobohnen-Vorräte</i>	386.5	382.0
Übriges Umlaufvermögen ¹⁾	227.6	247.1
	1,629.6	1,660.6
Anlagevermögen		
Sachanlagen	729.1	746.1
Beteiligungen	7.1	5.0
Immaterielles Anlagevermögen	375.1	316.8 ²⁾
Langfristige Geldanlagen	3.0	3.4
Übriges Anlagevermögen	35.8	28.6
	1,150.1	1,099.9
Total Aktiven	2,779.7	2,760.5
Passiven		
in Millionen Schweizer Franken		
Kurzfristiges Fremdkapital		
Bankverbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus kurzfristiger Finanzierung	510.4	325.5
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	170.0	273.8
Rückstellungen	8.6	38.6
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten ³⁾	385.1	395.6
	1,074.1	1,033.5
Langfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus langfristiger Finanzierung	636.6	659.5
Latente Steuerverbindlichkeiten	44.6	41.9
Verbindlichkeiten aus Leistungen an Arbeitnehmer	144.7	171.6
Rückstellungen	3.9	36.5
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	3.2	9.7
	833.0	919.2
Total Fremdkapital	1,907.1	1,952.7
Minderheitsanteile	5.9	6.9
Eigenkapital		
Aktienkapital	476.7	517.0
Gewinnvortrag und Reserven	390.0	283.9
	866.7	800.9
Total Passiven	2,779.7	2,760.5

1) Inkl. Bewertung von offenen Verpflichtungen und Kakaovorräten

2) Enthält durch die Akquisition von Brach's entstandenen negativen Goodwill (CHF 17,5 Mio.)

3) Inkl. geschuldete Steuern

Konzerngeldflussrechnung (ungeprüft)

Für die 9-Monats-Periode bis

31. Mai 2005

31. Mai 2004

in Millionen Schweizer Franken

Betrieblicher Geldfluss vor Veränderungen im Nettoumlaufvermögen

(Zunahme) Abnahme von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und übrigem Umlaufvermögen

(Zunahme) Abnahme von Vorräten

(Zunahme) Abnahme von übrigem Anlagevermögen

Zunahme (Abnahme) von übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten

Netto-Geldfluss aus betrieblicher Tätigkeit

Netto-Geldfluss aus Investitionstätigkeit

Netto-Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit

Einfluss der Änderung der Minderheitsanteile

Einfluss von Fremdwährungsumrechnungen auf die flüssigen Mittel

Netto-Zunahme (Abnahme) der flüssigen Mittel

Flüssige Mittel am Anfang der Periode

Flüssige Mittel am Ende der Periode

Flüssige Mittel

Bankverbindlichkeiten

Flüssige Mittel und Bankverbindlichkeiten

186.3

182.5

88.6

66.3

2.6

111.8

(6.8)

(2.9)

(153.5)

(205.0)

117.2

152.7

(122.7)

(56.6)

49.4

(40.6)

(1.0)

0.3

0.3

(28.4)

43.2

27.4

(1.8)

1.0

41.4

28.4

80.6

72.4

(39.2)

(44.0)

41.4

28.4

Konzerneigenkapital (ungeprüft)

für die Periode
bis 31. Mai 2005

in Millionen Schweizer Franken

	Aktienkapital	Gesetzliche Reserven	Gewinnvortrag	Eigene Aktien	Hedging-Rückstellungen	Kumulierte Umrechnungsdifferenz	Total
Stand 31. August 2003	517.0	240.5	16.6	(0.0)	2.5	(17.4)	759.2
Ausgezahlte Dividenden			(36.2)				(36.2)
Transaktionen mit eigenen Aktien			(0.1)	(7.7)			(7.8)
Kapitalreserve für Cashflow-Absicherungen					(2.1)		(2.1)
Umrechnungsdifferenz des Geschäftsjahres						(28.4)	(28.4)
Konzerngewinn für 9 Monate			78.8				78.8
Stand 31. Mai 2004	517.0	240.5	59.1	(7.7)	0.4	(45.8)	763.5
Stand 31. August 2004	517.0	240.5	89.0	(9.8)	(0.5)	(35.3)	800.9
Kapitalherabsetzung ¹⁾	(40.3)						(40.3)
Transaktionen mit eigenen Aktien			(6.8)	2.0			(4.8)
Kapitalreserve für Cashflow-Absicherungen					(2.6)		(2.6)
Umrechnungsdifferenz des Geschäftsjahres						(5.8)	(5.8)
Negativer Goodwill Brach's ²⁾			17.5				17.5
Konzerngewinn für 9 Monate			101.8				101.8
Stand 31. Mai 2005	476.7	240.5	201.5	(7.8)	(3.1)	(41.1)	866.7

¹⁾ Die Generalversammlung vom Dezember 2004 beschloss anstelle einer Dividendenzahlung eine Herabsetzung und Rückzahlung des Aktienkapitals um CHF 7.80 pro Aktie (Kapitalherabsetzung von total CHF 40.3 Millionen). Nach dieser Transaktion ist das voll liberierte Aktienkapital eingeteilt in 5'170'000 Namenaktien mit einem Nominalwert von je CHF 92.20.

²⁾ Der verbleibende negative Goodwill aus der Akquisition von Brach's wurde in Übereinstimmung mit den neuen Vorschriften von IFRS 3 per 1. September 2004 dem Eigenkapital zugerechnet.

ANHANG ZUM KONSOLIDIERTEN ZWISCHENABSCHLUSS (ungeprüft)

Für die Periode bis 31. Mai 2005

1 Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze und Basis der Präsentation

Die konsolidierte Rechnung der Barry Callebaut AG wird 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, mit Ausnahme der Offenlegung des EBITA pro Segment, der nur halbjährlich offengelegt wird. 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 Nahrungsmitteldienstleister. AM Foods wurde in den Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten integriert, zu dem auch das Geschäft mit Kakao- und Schokoladenmischungen für Getränkeautomaten und das Hotellerie-/Restaurant-Geschäft zählen. Der Übernahmepreis wurde bisher noch nicht vollständig zugewiesen, da die Gruppe noch damit befasst ist, den tatsächlichen Wert der übernommenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten zu identifizieren und zu bestimmen. Die Ergebnisse von AM Foods werden ab dem 1. September 2004 konsolidiert.

3 Investitionstätigkeit

Die Investitionen in Sachanlagen belaufen sich inkl. der Übernahme von AM Foods für die neun Monate per 31. Mai 2005 auf 122,7 Mio. Franken (CHF 56,6 Mio. für die neun Monate per 31. Mai 2004).

Neben der Übernahme von AM Foods beinhaltet die Investitionstätigkeit vor allem Investitionen in das angestammte Geschäft. In den zum 31. Mai 2005 abgeschlossenen neun Monaten waren wie in der vergleichbaren Vorjahresperiode keine grösseren Verkäufe zu verzeichnen.

4 Geschäftsentwicklung im Überblick

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 geringerem Ausmass in der Zeit vor Ostern. Das dritte Quartal ist üblicherweise das schwächste.

In der 9-Monats-Periode bis 31. Mai 2005 fiel der Verkaufserlös um 2.5% auf 3'023,5 Mio. (Vorjahr: 3'100,9 Mio.). Dieser Rückgang ist hauptsächlich auf tiefere Kakaopreise und negative Währungseffekte zurückzuführen, teilweise kompensiert durch ein starkes Volumenwachstum und die Auswirkungen der Akquisition von AM Foods.

Der Betriebsgewinn vor Abschreibungen auf dem immateriellen Anlagevermögen (EBITA) stieg um 1.9% auf CHF 197,3 Mio (Vorjahr: CHF 193,6 Mio.).

Der aus der Übernahme von Brach's verbleibende negative Goodwill wurde per 1. September 2004 voll dem Eigenkapital zugerechnet. Im Vorjahr war ein Betrag in Höhe von CHF 21,7 Mio. der Erfolgsrechnung gutgeschrieben worden, um die Restrukturierungskosten für Brach's und Aufwendungen für die Inbetriebnahme der Fabrik im mexikanischen Vernell zu kompensieren. Die übrigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten die Folgen von Einschnitten bei Pensions- und Gesundheitsvorsorgeplänen.

Per 31. Mai 2005 mussten keine bedeutenden Wertminderungen auf Anlagevermögen verzeichnet werden. Der Konzerngewinn (PAT) stieg um CHF 23,0 Mio. (+29,2%) von CHF 78,8 Mio. auf CHF 101,8 Mio. Bei einem leicht erhöhten EBITA ist diese starke Zunahme des PAT auf niedrigere Abschreibungen auf immateriellem Anlagevermögen sowie niedrigere Finanzierungskosten zurückzuführen.

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.

In Millionen Schweizer Franken	31. Mai 2005	31. Mai 2004
Zur Ermittlung des Gewinns pro Aktie als Zähler verwendeter, den Aktionären zustehender Konzerngewinn	101.8	78.8
Effekt nach Steuern auf Ertrag und Aufwand für Verwässerungspotenzial von Aktien	-	-
Zur Berechnung des verwässerten Gewinns pro Aktie als Zähler verwendeter Konzerngewinn	101.8	78.8
Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Aktien	5,170,000	5,170,000
Gewichtete durchschnittliche Anzahl eigener Aktien	29,081	12,093
Zur Ermittlung des Gewinns pro Aktie als Nenner verwendete, gewichtete durchschnittliche Anzahl ausstehender Aktien	5,140,919	5,157,907
Gewichtete durchschnittliche Anzahl von Aktien mit Verwässerungspotenzial	29,081	12,093
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 Reduktion des Aktienkapitals um CHF 7.80 po Aktie. (Reduktion des Aktiennennwerts von CHF 100 auf CHF 92.20). Die entsprechende Ausschüttung an die Aktionäre wurde mit Valuta 1. März 2005 vorgenommen. Eine Zwischendividende ist nicht vorgesehen.

7 Segmentinformation

Primäres Segment

	Industrie- geschäft		Gewerbliche Kunden/ Verbrauchergeschäft		Hauptsitz / nicht alloziert		Konsolidiert	
	9 Mte. 04/05	9 Mte. 03/04	9 Mte. 04/05	9 Mte. 03/04	9 Mte. 04/05	9 Mte. 03/04	9 Mte. 04/05	9 Mte. 03/04
in Millionen Schweizer Franken								
Umsatz aus Verkäufen an Dritte	1,622.5	1,627.4	1,401.0	1,473.5	-	-	3,023.5	3,100.9

Sekundäres Segment

	Europa		Amerika		Asien-Pazifik/Afrika		Konsolidiert	
	9 Mte. 04/05	9 Mte. 03/04	9 Mte. 04/05	9 Mte. 03/04	9 Mte. 04/05	9 Mte. 03/04	9 Mte. 04/05	9 Mte. 03/04
in Millionen Schweizer Franken								
Umsatz aus Verkäufen an Dritte	2,098.1	2,103.7	733.2	793.7	192.2	203.5	3,023.5	3,100.9

8 Eventualverbindlichkeiten

Zum 31. Mai 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 keinen Grund zur Annahme gibt, dass daraus wesentliche Verpflichtungen entstehen.

9 Nahestehende Parteien

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

10 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

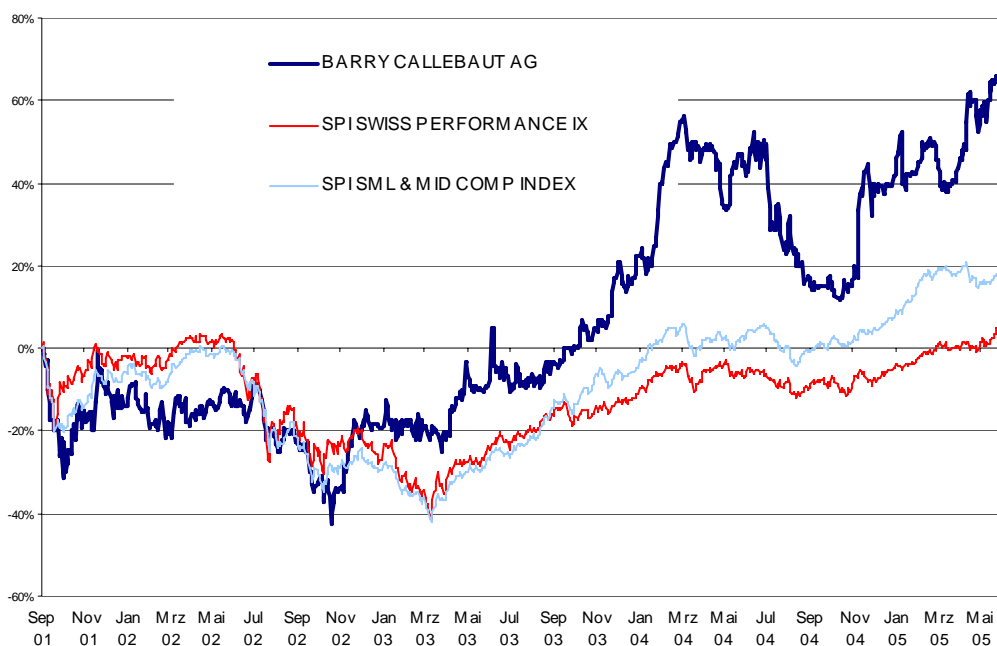
Restrukturierungsmassnahmen:

Angesichts der schwachen wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland und anderen Ländern Westeuropas und mit Blick auf zusätzliche Kosteneinsparungen hat der Verwaltungsrat der Barry Callebaut AG anfangs Juli 2005 beschlossen, die laufenden Restrukturierungsmassnahmen im Bereich Verbraucherprodukte Europa zu intensivieren. Weitere Informationen zum Thema sind auf siehe Seite 2 zu finden.

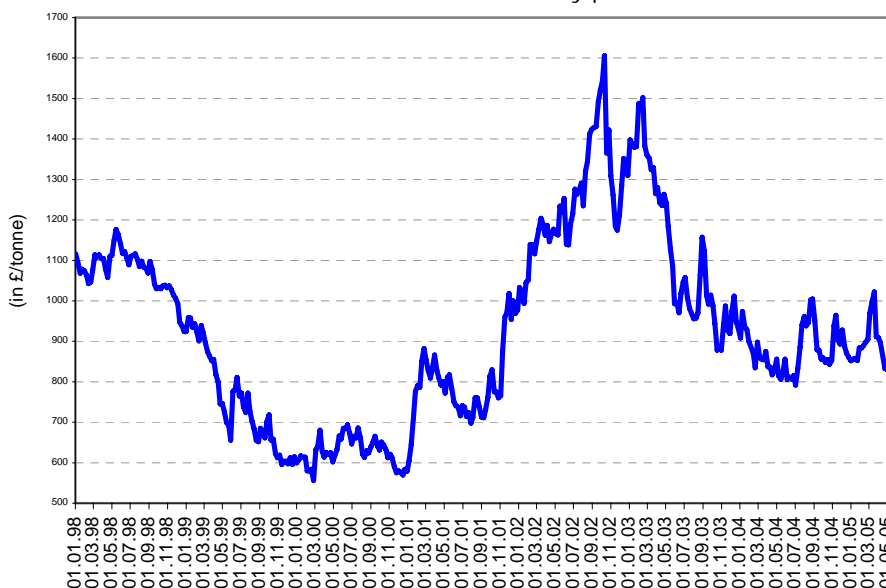
Refinanzierung:

Barry Callebaut erhielt von den wichtigsten Hausbanken anfangs Juli 2005 die Zusage für eine syndizierte revolvingende Kreditfazilität („Revolving Credit Facility“) in Höhe von EUR 740 Mio. Weitere Informationen zum Thema sind auf siehe Seite 3 zu finden.

Aktienkurs-Performance



London Cocoa Terminal Market 6-month forward delivery prices



Verkaufsmengen nach Regionen 9 Monate bis 31.05.2005 (in Tonnen)	
Total	790,134
Europa	513,577
Amerika	221,851
Asien-Pazifik/Afrika	54,705

Verkaufserlös nach Geschäftsbereichen 9 Monate bis 31.05.2005 (in Mio. CHF)	
Total	3,024
Kakao	373
Industrielle Kunden	1,250
Gourmet & Spezialitäten	427
Verbraucherprodukte	974

Verkaufserlös nach Regionen 9 Monate bis 31.05.2005 (in Mio. CHF)	
Total	3,024
Europa	2,098
Amerika	733
Asien-Pazifik/Afrika	192

