



## Investorenbrief

Barry Callebaut publiziert Ergebnisse für das erste Halbjahr 2005/06:

### Anhaltend starkes Gewinnwachstum

- **Industrie- und Gourmetgeschäft als Wachstumstreiber**
- **Anstieg des Betriebsgewinns (EBIT) um 10,8% auf CHF 177,0 Millionen**
- **Wachstum des Konzerngewinns (PAT) um 11,3% auf CHF 112,7 Millionen**
- **Restrukturierung des europäischen Verbrauchergeschäfts verläuft nach Plan**
- **Bestätigung der Finanzziele für die nächsten drei Jahre**

Zürich/Schweiz, 10. April 2006 – Barry Callebaut, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten, gab heute die Ergebnisse für das am 28. Februar 2006 abgelaufene erste Semester des Geschäftsjahres 2005/06 bekannt. Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg deutlich um 10,8% auf CHF 177,0 Mio., während der Konzerngewinn (PAT) um 11,3% auf CHF 112,7 Mio. zunahm. Der EBIT pro Tonne – ein massgeblicher Indikator für die operative Leistungskraft der Gruppe – legte um 12,4% auf CHF 320 pro Tonne zu (CHF 285 pro Tonne in der Vergleichsperiode), wozu alle Geschäftsbereiche beigetragen haben.

Der Umsatz des Unternehmens stieg um 8,4%, vor allem bedingt durch höhere physische

Kakaobohnenverkäufe<sup>1</sup>, positive Währungseffekte und moderat gestiegene Kakaobohnenpreise. Unter Ausklammerung dieser Effekte ging der Umsatz leicht zurück. Die Verkaufsmenge ging um 1,4% zurück, was vor allem auf die Aufgabe unprofitabler Verträge im Verbrauchergeschäft zurückzuführen ist. Ohne diese Massnahme wären Verkaufsmenge und Umsatz im Vergleich gestiegen.

Barry Callebaut erzielte dieses Ergebnis trotz der voraussichtlichen Verschiebung von Verkaufsmengen vom zweiten ins dritte Quartal, da Ostern dieses Jahr drei Wochen später liegt als 2005, und trotz tieferer Verkäufe von Halbfertigprodukten. Letzteres ist die Folge des zunehmenden Eigenbedarfs von Barry Callebaut an Kakaomasse und Kakaobutter, um die stetig wachsenden Mengen der an Kunden verkauften Schokolade herstellen zu können.

Dazu Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut: „In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2005/06 konnten wir unsere Profitabilität weiter steigern und erhebliche Fortschritte im europäischen Verbrauchergeschäft erzielen. Wir sind zufrieden mit diesem Halbjahresergebnis, erst Recht mit Blick auf die späten Osterfeiertage in diesem Jahr.“

<sup>1</sup> Da die ausgewiesenen Verkaufsmengen nur verarbeitete Produkte umfassen, wird der Verkauf von Kakaobohnen im Umsatz, jedoch nicht in der Verkaufsmenge ausgewiesen. Der Verkauf von Kakaobohnen wirkt sich nicht signifikant auf den Betriebsgewinn (EBIT) der Gruppe aus.

## **Geschäftsentwicklung im ersten Geschäftshalbjahr 2005/06**

Die **Verkaufsmenge** ging um 1,4% von 561'033 Tonnen auf 553'196 Tonnen zurück. Während die Geschäftsbereiche Industrielle Kunden und Gourmet & Spezialitäten ein starkes Wachstum verzeichneten, ging die Verkaufsmenge in den Geschäftsbereichen Kakao und Verbraucherprodukte zurück, vor allem bedingt durch die Aufgabe unprofitabler Volumen. Im Vergleich zum Vorjahr hat der Geschäftsbereich Kakao den Absatz von Kakaobohnen gesteigert. In der ausgewiesenen Verkaufsmenge ist dies jedoch nicht reflektiert, da diese nur verarbeitete Produkte enthält.

Der **Umsatz** stieg um 8,4% auf CHF 2'348,3 Mio. (Vorjahreszeitraum: CHF 2'166,1 Mio.). Verantwortlich für diesen Anstieg waren höhere Verkaufsmengen bei den Kakaobohnen, positive Währungseffekte (US-Dollar, kanadischer Dollar, Euro und brasilianischer Real gegenüber CHF) sowie etwas höhere Preise für Kakaobohnen. Ohne diese Effekte ging der Umsatz leicht um 0,8% zurück. Sowohl der Geschäftsbereich Industrielle Kunden als auch Gourmet & Spezialitäten hatten ein starkes Umsatzwachstum zu verzeichnen, während bei den Verbraucherprodukten der Umsatz aufgrund der bewusst aufgegebenen unprofitablen Volumen zurückging.

Der **Bruttogewinn** stieg um 7,3% beziehungsweise CHF 24,4 Mio. auf CHF 358,4 Mio., gegenüber CHF 334,0 Mio. im Vorjahr. Der Bruttogewinn definiert sich als Umsatz abzüglich der Herstellkosten der verkauften Produkte. Zu letzteren zählen neben dem Materialaufwand auch alle Produktions- und Vertriebskosten. Ohne positive Währungseffekte legte der Bruttogewinn um 4,8% oder CHF 15,9 Mio. zu. In absoluten Zahlen kam der grösste Zuwachs aus dem Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten. Der Bruttogewinn pro Tonne stieg um CHF 53 beziehungsweise 8,8% auf CHF 648 (Vorjahreszeitraum: CHF 595 pro Tonne). Im Geschäftsbereich Industrielle Kunden blieb der Bruttogewinn pro Tonne praktisch unverändert, doch in allen anderen Geschäftsbereichen konnte diese Kennziffer erhöht werden. Unter Ausklammerung der Währungseffekte legte der Bruttogewinn pro Tonne um CHF 37 beziehungsweise 6,3% auf CHF 633 zu. Zu diesen Verbesserungen trug unter anderem die Bündelung der Beschaffungsaktivitäten bei, die

es der Gruppe ermöglicht, von ihrer Kaufkraft am Markt zu profitieren und Rohwaren günstiger einzukaufen.

Der **Marketing- & Verkaufsaufwand** sank von CHF 77,7 Mio. im Vorjahr um 3,6% oder CHF 2,8 Mio. auf CHF 74,9 Mio. Ohne Währungseffekte betrug der Rückgang des Marketing- & Verkaufsaufwandes 6,6% beziehungsweise CHF 5,1 Mio. Diese Kostenreduktion ist auf eine Reduzierung des Vertriebspersonals als Folge der Restrukturierungsmassnahmen im europäischen Verbrauchergeschäft zurückzuführen.

Der **Verwaltungs- und allgemeine Aufwand** stieg um CHF 4,8 Mio. oder 4,3% auf CHF 117,1 Mio., gegenüber CHF 112,3 Mio. im Vorjahr. Davon gehen CHF 2,8 Mio. auf Währungseffekte zurück. Ebenfalls verantwortlich für den Anstieg ist die erstmalige Berichterstattung nach IFRS 2, welche den Ausweis der Kosten des Mitarbeiteraktienbeteiligungsprogramms in der Erfolgsrechnung vorsieht. Im Vorjahr wurden diese Kosten im Eigenkapital als Veränderung der eigenen Aktien ausgewiesen. Ohne diese Anpassung bei der Rechnungslegung und ohne Währungseffekte wäre der Verwaltungs- und allgemeine Aufwand gegenüber der Vergleichsperiode um CHF 2,5 Mio. beziehungsweise 2,2% gesunken.

Der **übrige Aufwand und Ertrag, netto**, sank um CHF 5,1 Mio. im Vergleich zu CHF 15,7 Mio. im Vorjahreszeitraum. Im Vorjahr beinhaltete dieser Posten Gewinne aus Vorsorgeplankürzungen.

Der **Betriebsgewinn (EBIT)** belief sich auf CHF 177,0 Mio. und lag damit um 10,8% über den CHF 159,7 Mio. in der Vorjahresperiode. Ohne positive Währungseffekte stieg der Betriebsgewinn um 9,0%. Zu diesem Betriebsergebnis haben alle Geschäftsbereiche einen positiven Beitrag geleistet. Der Betriebsgewinn pro Tonne stieg um 12,4% auf CHF 320 (Vorjahreszeitraum: CHF 285 pro Tonne). Unter Ausklammerung der Währungseffekte legte der Betriebsgewinn um 10,6% auf CHF 315 pro Tonne zu. Alle Geschäftsbereiche haben einen positiven Beitrag zur Erhöhung dieser Kennziffer geleistet.

Der **Finanzaufwand (netto)** stieg im Vergleich zum Vorjahr (CHF 38,2 Mio.) um CHF 2,9 Mio. auf CHF 41,1 Mio. Dieser Anstieg war vor allem bedingt durch einen im Vergleich zur Vorjahres-

periode höheren durchschnittlichen Finanzierungsbedarf im ersten Halbjahr 2005/06.

Der **Steueraufwand** erhöhte sich auf CHF 22,9 Mio. (Vorjahresperiode: CHF 20,2 Mio.), bedingt durch einen höheren Vorsteuergewinn. Der durchschnittliche Steuersatz der Gruppe liegt bei 16,9%, verglichen mit 16,6% im Vorjahreszeitraum.

Der **Konzerngewinn (PAT)** nahm im Berichtszeitraum um 11,3% auf CHF 112,7 Mio. zu (Vorjahresperiode: CHF 101,3 Mio.). Der Konzerngewinn wurde durch Währungseffekte in der Höhe von CHF 1,5 Mio. positiv beeinflusst. Unter Ausklammerung dieser Effekte war ein Anstieg um 9,8% beziehungsweise CHF 9,9 Mio. zu verzeichnen.

Das **Nettoumlaufvermögen** (einschliesslich kurzfristige Rückstellungen) stieg im Vergleich zum Ende des Geschäftsjahres 2004/05 um 13,3% oder CHF 110,8 Mio. auf CHF 941,6 Mio. Dieser Anstieg reflektiert vor allem die durch die Saisonalität des Schokoladengeschäfts bedingten höheren Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Währungseffekte, einen Anstieg beim übrigen Umlaufvermögen und einen Rückgang bei den kurzfristigen Verbindlichkeiten.

Die **Nettoverschuldung** belief sich Ende Februar 2006 auf CHF 937,5 Mio. Dies entspricht einem leichten Rückgang um 1,7% beziehungsweise CHF 16,0 Mio. im Vergleich zum August 2005. Dieser Rückgang ist vor allem eine Folge der Anpassung des Forderungsverbriefungsprogramms an die neuen IFRS-Standards, was zu einer erweiterten Verbriefung von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen führte. Dieser positive Effekt wurde durch negative Währungseffekte und einen saisonal bedingt höheren Finanzierungsbedarf für Betriebsvermögen teilweise wieder aufgehoben.

Die **Bilanzsumme** belief sich Ende Februar 2006 auf CHF 2'824,5 Mio. Dies entspricht einem Anstieg um CHF 159,7 Mio. beziehungsweise 6% im Vergleich zu den CHF 2'664,8 Mio. zum Ende des Geschäftsjahres 2004/05. Der Anstieg kann auf ein saisonal bedingt höheres übriges Umlaufvermögen und Währungseffekte in der Höhe von CHF 70,4 Mio. zurückgeführt werden.

Das **Eigenkapital der Gruppe** stieg um 17,9% auf CHF 986,4 Mio. per 28. Februar 2006,

verglichen mit CHF 836,7 Mio. per 31. August 2005, dem Ende des vorausgegangenen Geschäftsjahres. Dieser deutliche Anstieg ist das Ergebnis eines hohen Konzerngewinns in der Berichtsperiode, positiver Währungseffekte in der Höhe von CHF 25,9 Mio. sowie Fair-Value-Anpassungen der als Cashflow-Absicherungen qualifizierenden Zinssatzderivate.

Der im Berichtszeitraum per 28. Februar 2006 generierte **Cashflow aus Betriebstätigkeit vor Änderungen im Nettoumlaufvermögen** lag bei CHF 169,3 Mio., verglichen mit CHF 157,6 Mio. im Vorjahreszeitraum. Das saisonbedingt höhere Umlaufvermögen absorbierte einen Teil des operativen Cashflows. Infolgedessen belief sich der **Netto-Geldfluss aus betrieblicher Tätigkeit** (nach Änderungen im Nettoumlaufvermögen) im ersten Halbjahr auf positive CHF 88,4 Mio., verglichen mit CHF 107,6 Mio. in der vergleichbaren Vorjahresperiode.

Der **Netto-Cashflow aus Investitionstätigkeit** lag für das erste Geschäftshalbjahr bei CHF (52,9) Mio., verglichen mit CHF (95,7) Mio. im Vorjahreszeitraum. Diese Zahl bezieht sich vor allem auf fortlaufende Investitionen in die betrieblichen Anlagen, während der Vorjahresbetrag auch die Übernahme des Vending-Mix-Geschäfts von AM Foods berücksichtigte.

Am 28. Februar 2006 beschäftigte die Gruppe rund 8'300 **Mitarbeitende**, das heisst 2,6% weniger als am 31. August 2005. Dies ist vor allem bedingt durch fortgesetzte Restrukturierungsmassnahmen im Verbrauchergeschäft, die teilweise durch saisonbedingte Neueinstellungen wieder kompensiert wurden.

## **Entwicklung der Geschäftssegmente im ersten Geschäftshalbjahr 2005/06**

### ***Segment Industriegeschäft***

Das Segment Industriegeschäft konzentriert sich auf den Verkauf von Kakao- und Schokoladenprodukten an die Nahrungsmittelindustrie und an Konsumgüterhersteller weltweit.

Die Verkaufsmenge belief sich auf 365'679 Tonnen, verglichen mit 355'032 Tonnen im Vorjahr. Dies entspricht einem organischen Volumenwachstum von 3,0%.

- Die Menge der an Drittkunden abgesetzten Kakaoprodukte sank um 4,2% auf 63'906 Tonnen. Hauptursache für diesen Rückgang war der geringere Absatz von Kakaobutter und Kakaomasse, bedingt durch den erhöhten Eigenbedarf von Barry Callebaut für die gestiegenen Verkäufe von Schokoladenprodukten.
- Die Verkaufsmenge im Geschäftsbereich Industrielle Kunden stieg um 4,7% von 288'331 Tonnen auf 301'773 Tonnen, was auf höhere Verkäufe hauptsächlich in Nordamerika, Deutschland und Grossbritannien zurückzuführen ist.

Der im Industriegeschäft verzeichnete Umsatz legte um 16,4% auf CHF 1'316,0 Mio. zu (Vorjahr: CHF 1'130,1 Mio.).

- Im Geschäftsbereich Kakao stieg der Umsatz um 44,9% von CHF 251,7 Mio. auf CHF 364,6 Mio. Dieser Anstieg resultierte aus dem deutlich höheren Verkauf von Kakaobohnen im zweiten Quartal. Wie bereits erwähnt, schliessen die ausgewiesenen Verkaufsmengen nur die verarbeiteten Produkte, nicht aber Rohwaren, ein. Bereinigt um die Rohwarenverkäufe ging der Umsatz im Geschäftsbereich Kakao im Vergleich zum Vorjahr um 6,8% zurück.
- Der im Geschäftsbereich Industrielle Kunden verzeichnete Umsatz stieg um 8,3% auf CHF 951,4 Mio. (Vorjahr: CHF 878,4 Mio.). Unter Ausklammerung der positiven Wechselkurseffekte und leicht höherer Kakaobohnenpreise lag das organische Umsatzwachstum bei etwa 5,3%. Dieser Anstieg ist vor allem auf Volumenwachstum zurückzuführen.

Der Betriebsgewinn (EBIT) für das Industriegeschäft legte in dem am 28. Februar 2006 abgelaufenen Halbjahr um 11,4% auf CHF 109,5 Mio. zu (Vorjahresperiode: CHF 98,3 Mio.). Die Geschäftsbereiche Kakao und Industrielle Kunden haben beide zum starken Anstieg des Betriebsgewinns beigetragen. Der erwähnte physische Verkauf von Kakaobohnen wirkte sich nicht signifikant auf die Profitabilität des Geschäftssegments aus.

Nach einem harten Winter in Russland wurden die Arbeiten an der neuen Fabrik in der Nähe von Moskau wieder aufgenommen.

men. Die Aufnahme des Betriebs ist für Anfang 2007 vorgesehen. In China prüft Barry Callebaut weiterhin mehrere Alternativen für eine regionale Präsenz mit eigenen Produktionskapazitäten, um so einen besseren Zugang zu diesem wichtigen Markt zu erhalten.

### ***Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft***

Das Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft bedient eine breite Kundenpalette von lokalen gewerblichen Verarbeitern bis hin zu global tätigen Einzelhandelskonzernen. Ab dem laufenden Geschäftsjahr werden die Zahlen für das Verbrauchergeschäft Afrika nicht mehr unter dem Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten, sondern unter dem Geschäftsbereich Verbraucherprodukte ausgewiesen. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

Der Umsatz ging leicht um 0,4% von CHF 1'036,0 Mio. auf CHF 1'032,3 Mio. zurück.

- Im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten stieg der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr (CHF 275,4 Mio.) um 10,8% auf CHF 305,1 Mio. Bereinigt um die positiven Währungseffekte, betrug das organische Umsatzwachstum in diesem Geschäftsbereich 8,4%.
- Der Umsatz bei den Verbraucherprodukten sank um 4,4% auf CHF 727,2 Mio. (Vorjahr: CHF 760,6 Mio.). Der Rückgang ist vor allem auf die Aufgabe von unrentablen Verträgen zurückzuführen. Das afrikanische Verbrauchergeschäft hielt sich auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums.

Der Betriebsgewinn (EBIT) für das Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft legte im abgelaufenen Geschäftshalbjahr deutlich um 11,5% auf CHF 93,9 Mio. zu (Vorjahresperiode: CHF 84,2 Mio.). Zu diesem Ergebnis haben beide Geschäftsbereiche einen positiven Beitrag geleistet.

Im europäischen Verbrauchergeschäft konnten durch die fortgesetzte Migration administrativer Prozesse auf die bestehende SAP-Plattform und eine Optimierung der Distributionsinfrastruktur in Deutschland bedeutende Effizienzsteigerungen erzielt werden. Das Geschäftsportfolio wurde durch zusätzliche Co-Manufacturing-Vereinba-

rungen mit industriellen Nahrungsmittelherstellern, neue Verträge mit Einzelhandelsunternehmen ausserhalb Deutschlands sowie die Lancierung neuer Markenprodukte auf der Internationalen Süsswarenmesse (ISM) zu Jahresbeginn gestärkt.

#### **Ausblick**

Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut, gab folgenden Ausblick: „Unser Geschäft ist ein saisonales Geschäft. Angesichts der späten Osterfeiertage in diesem Jahr dürfte sich ein Teil der Verkaufsmenge vom zweiten auf das dritte Quartal verlagern. Die Effizienzverbesserungen im europäischen Verbrauchergeschäft kommen wie geplant voran. Wir sind zuversichtlich, dass wir weitere Fortschritte erzielen werden und dieser Bereich im Geschäftsjahr 2005/06 in die Gewinnzone zurückkehren wird. Wir rechnen mit einem weiteren Rückgang in der Combined (Kakao)-Ratio, was sich in der zweiten Jahreshälfte und auch im Geschäftsjahr 2006/07 auf die Profitabilität des Geschäftsbereichs Kakao auswirken dürfte. Dennoch – und trotz der veränderten Rechnungslegungsvorschriften (IFRS) bezüglich Mitarbeiteraktienbeteiligungsprogrammen – bestätigen wir die früher kommunizierten Finanzziele für den Dreijahreszeitraum von 2004/05 bis 2006/07. Dies natürlich wie immer vorbehaltlich grösser unvorhersehbarer Ereignisse.“

#### **Barry Callebaut**

**([www.barry-callebaut.com](http://www.barry-callebaut.com)):**

*Mit einem Jahresumsatz von über CHF 4 Mrd. für das Geschäftsjahr 2004/05 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 24 Ländern und beschäftigt mehr als 8'000 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 2005/06 endet per 31. August 2006.*

\* \* \*

#### **Kontakte:**

*Barry Callebaut AG  
Postfach  
8021 Zürich, Schweiz  
Telefon: +41 43 204 04 04  
Fax: +41 43 204 04 00  
[www.barry-callebaut.com](http://www.barry-callebaut.com)*

#### **Für Investoren und Finanzanalysten:**

*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](mailto:dieter_enkelmann@barry-callebaut.com)*

#### **Für 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](mailto:gaby_tschofen@barry-callebaut.com)*

## Kennzahlen der Barry Callebaut-Gruppe (ungeprüft)

in CHF		Veränderung (%)	6 Monate bis 28. Feb. 2006	6 Monate bis 28. Feb. 2005
<b>Erfolgsrechnung</b>				
Umsatz <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	8.4 5.5	2,348.3 2,285.6	2,166.1
Verkaufsmenge	Tonnen	-1.4	553,196	561,033
Bruttogewinn <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	7.3 4.8	358.4 349.9	334.0
Betriebsgewinn (EBIT) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	10.8 9.0	177.0 174.1	159.7
EBIT pro Tonne <i>in lokalen Währungen</i>	CHF	12.4 10.6	320.0 314.7	284.7
Konzerngewinn (PAT) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	11.3 9.8	112.7 111.2	101.3
Cashflow (1)	Mio. CHF	7.2	169.0	157.7
<b>Aktien</b>				
EBIT pro Aktie <i>in lokalen Währungen</i>	CHF	10.8 9.0	34.24 33.67	30.89
Gewinn pro Aktie (unverwässert)	CHF	11.2	21.8	19.6
Gewinn pro Aktie (verwässert)	CHF	11.2	21.8	19.6
<b>Bilanz</b>				
Bilanzsumme	Mio. CHF	6.0	2,824.5	2,664.8
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF	13.3	941.6	830.8
Anlagevermögen	Mio. CHF	2.4	1,196.0	1,168.2
Nettoverschuldung	Mio. CHF	-1.7	937.5	953.5
Eigenkapital	Mio. CHF	17.9	986.4	836.7
<b>Andere</b>				
Mitarbeitende		-2.6	8,318	8,542

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

## Kennzahlen nach Geschäftssegment (ungeprüft)

in CHF		Veränderung (%)	6 Monate bis 28. Feb. 2006	6 Monate bis 28. Feb. 2005
<b>Industriegeschäft</b>				
Umsatz	Mio. CHF	16.4	1,316.0	1,130.1
- Kakao	Mio. CHF	44.9	364.6	251.7
- Industrielle Kunden	Mio. CHF	8.3	951.4	878.4
Verkaufsmenge	Tonnen	3.0	365,679	355,032
- Kakao	Tonnen	-4.2	63,906	66,701
- Industrielle Kunden	Tonnen	4.7	301,773	288,331
EBIT (3)	Mio. CHF	11.4	109.5	98.3
EBITDA (3)	Mio. CHF	8.5	136.4	125.6
<b>Gewerbliche Kunden/ Verbrauchergeschäft (2)</b>				
Umsatz	Mio. CHF	-0.4	1,032.3	1,036.0
- Gourmet & Spezialitäten	Mio. CHF	10.8	305.1	275.4
- Verbraucherprodukte	Mio. CHF	-4.4	727.2	760.6
EBIT (3)	Mio. CHF	11.5	93.9	84.2
EBITDA (3)	Mio. CHF	8.6	120.9	111.4

- 2) Das Verbrauchergeschäft Afrika wird nicht mehr dem Bereich Gourmet & Spezialitäten sondern den Verbraucherprodukten zugerechnet. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.
- 3) Die Zahlen für 2004/05 wurden angepasst, um die organisatorischen Veränderungen zu reflektieren, die am 1. September 2005 mit der zentralisierten Koordination unserer Produktionsstätten, des Beschaffungsmanagements und der zentralisierten Verwaltung (Shared Services) eingeführt wurden.

## Konzernerfolgsrechnung (ungeprüft)

für die 6-Monats-Periode bis

28. Feb. 2006

28. Feb. 2005

in Millionen Schweizer Franken

<b>Umsatz aus Verkäufen und Dienstleistungen</b>	<b>2'348.3</b>	<b>2'166.1</b>
Herstellkosten der verkauften Produkte	-1'989.9	-1'832.1
<b>Bruttogewinn</b>	<b>358.4</b>	<b>334.0</b>
Marketing- & Verkaufsaufwand	-74.9	-77.7
Verwaltungs- & allgemeiner Aufwand	-117.1	-112.3
Übriger Aufwand und Ertrag, netto	10.6	15.7
<b>Betriebsgewinn (EBIT)</b>	<b>177.0</b>	<b>159.7</b>
Finanzaufwand, netto	-41.1	-38.2
<b>Gewinn vor Steuern</b>	<b>135.9</b>	<b>121.5</b>
Steuern	-22.9	-20.2
<b>Periodenergebnis</b>	<b>113.0</b>	<b>101.3</b>
davon Minderheitsanteilen zuzurechnen	0.3	0.0
davon der Gruppe zuzurechnen (1)	112.7	101.3
Gewinn pro Aktie (CHF/Aktie) (2)	21.80	19.60
Verwässerter Gewinn pro Aktie (CHF/Aktie) (2)	21.80	19.60

1) Konzerngewinn (PAT)

2) Basierend auf dem für die Berichtsperiode ermittelten Konzerngewinn (PAT)



## Konzernbilanz (ungeprüft)

per  
28. Feb, 2006      per  
31. Aug, 2005

### Aktiven

in Millionen Schweizer Franken

#### Umlaufvermögen

Flüssige Mittel und kurzfristige Geldanlagen	78.9	27.2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	374.1	322.7
Vorräte	905.0	892.2
Übriges Umlaufvermögen	270.5	254.5
	<b>1'628.5</b>	<b>1'496.6</b>

#### Anlagevermögen

Sachanlagen	744.3	725.9
Beteiligungen	7.0	6.9
Immaterielles Anlagevermögen	375.3	379.9
Langfristige Geldanlagen	12.7	12.0
Übriges Anlagevermögen	56.7	43.5
	<b>1'196.0</b>	<b>1'168.2</b>

#### Total Aktiven

	<b>2'824.5</b>	<b>2'664.8</b>
--	----------------	----------------

### Passiven

in Millionen Schweizer Franken

#### Kurzfristiges Fremdkapital

Bankverbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus kurzfristiger Finanzierung	424.5	233.7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	259.7	271.2
Rückstellungen	22.6	39.7
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	325.7	327.8
	<b>1'032.5</b>	<b>872.4</b>

#### Langfristiges Fremdkapital

Verbindlichkeiten aus langfristiger Finanzierung	604.6	759.0
Latente Steuerverbindlichkeiten	44.6	40.7
Verbindlichkeiten aus Leistungen an Arbeitnehmer	143.7	142.7
Rückstellungen	3.2	4.4
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	3.7	3.5
	<b>799.8</b>	<b>950.3</b>

#### Total Fremdkapital

	<b>1'832.3</b>	<b>1'822.7</b>
--	----------------	----------------

#### Eigenkapital

Aktienkapital	476.7	476.7
Gewinnvortrag und Reserven	509.7	360.0
<b>Total Eigenkapital der Gruppe</b>	<b>986.4</b>	<b>836.7</b>

Minderheitsanteile

#### Total Eigenkapital

	5.8	5.4
	<b>992.2</b>	<b>842.1</b>

#### Total Passiven und Aktiven

	<b>2'824.5</b>	<b>2'664.8</b>
--	----------------	----------------

## Konzerngeldflussrechnung (ungeprüft)

Für die 6-Monats-Periode bis

28. Feb. 2006

28. Feb. 2005

in Millionen Schweizer Franken

### Betrieblicher Geldfluss vor Veränderungen im Nettoumlaufvermögen

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

**169.3**                      **157.6**

(Zunahme) Abnahme von Vorräten

(49.0)                      34.6

(Zunahme) Abnahme von übrigem Anlagevermögen

11.8                      56.6

Zunahme (Abnahme) von kurzfristigen Verbindlichkeiten

(4.4)                      (6.3)

(39.3)                      (134.9)

### Netto-Geldfluss aus betrieblicher Tätigkeit

**88.4**                      **107.6**

### Netto-Geldfluss aus Investitionstätigkeit

**(52.9)**                      **(95.7)**

### Netto-Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit

**(29.4)**                      **(48.2)**

Einfluss der Änderung der Minderheitsanteile

0.0                      (0.2)

Einfluss von Fremdwährungsumrechnungen auf die flüssigen Mittel

0.6                      (0.6)

### Netto-Zunahme (Abnahme) der flüssigen Mittel

**6.7**                      **(37.1)**

Flüssige Mittel am Anfang der Periode

(1.4)                      (1.8)

### Flüssige Mittel am Ende der Periode

**5.3**                      **(38.9)**

Flüssige Mittel

49.5                      42.5

Bankverbindlichkeiten

(44.2)                      (81.4)

### Flüssige Mittel und Bankverbindlichkeiten

**5.3**                      **(38.9)**

## Konzerneigenkapital (ungeprüft)

für die Periode  
bis 28. Februar 2006

in Millionen Schweizer Franken

	Aktienkapital	Gesetzliche Reserven	Gewinnvortrag	Eigene Aktien	Hedging-Rückstellungen	Kumulierte Umrechnungsdifferenz	Total Eigenkapital der Gruppe	Minderheitsanteile	Total Eigenkapital
<b>Stand 31. August 2004</b>	517.0	240.5	89.0	(9.8)	(0.5)	(35.3)	800.9	6.9	807.8
Kapitalherabsetzung und -rückzahlung (1)	(40.3)						(40.3)		(40.3)
Transaktionen mit eigenen Aktien			(5.9)	5.0			(0.9)		(0.9)
Kapitalreserve für Cashflow-Absicherungen					(1.1)		(1.1)		(1.1)
Umrechnungsdifferenz des Geschäftsjahres						(17.6)	(17.6)	(0.2)	(17.8)
Negativer Goodwill Brach's <sup>2)</sup>			17.5				17.5		17.5
Periodenergebnis			101.3				101.3	(0.0)	101.3
<b>Stand 28. Februar 2005</b>	<b>476.7</b>	<b>240.5</b>	<b>201.9</b>	<b>(4.8)</b>	<b>(1.6)</b>	<b>(52.9)</b>	<b>859.8</b>	<b>6.7</b>	<b>866.5</b>
<b>Stand 31. August 2005</b>	476.7	240.5	157.1	(2.5)	(5.5)	(29.6)	836.7	5.4	842.1
Transaktionen mit eigenen Aktien			0.1	(5.0)			(4.9)		(4.9)
Kapitalreserve für Cashflow-Absicherungen					16.0		16.0		16.0
Umrechnungsdifferenz des Geschäftsjahres					0.1	25.8	25.9	0.1	26.0
Periodenergebnis			112.7				112.7	0.3	113.0
<b>Stand 28. Februar 2006</b>	<b>476.7</b>	<b>240.5</b>	<b>269.9</b>	<b>(7.5)</b>	<b>10.6</b>	<b>(3.8)</b>	<b>986.4</b>	<b>5.8</b>	<b>992.2</b>

- 1) Anstelle einer Dividendenzahlung beschloss die Generalversammlung vom 8. Dezember 2004 eine Herabsetzung des Aktienkapitals um CHF 7.80 pro Aktie (Kapitalherabsetzung von insgesamt CHF 40,3 Mio.). Nach dieser Transaktion 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 Vorschriften von IFRS 3 per 1. September 2004 dem Eigenkapital zugerechnet.

## **ANHANG ZUM KONSOLIDIERTEN ZWISCHENABSCHLUSS (ungeprüft)**

**Für die Periode bis 28. Februar 2006**

### **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.

Der Zwischenabschluss sollte zusammen mit der geprüften, im Geschäftsbericht 2004/05 von Barry Callebaut enthaltenen Jahresrechnung gelesen werden.

Verglichen mit den im Geschäftsbericht angewandten Rechnungslegungsgrundsätzen und Bestimmungen wurden gemäss neuen oder modifizierten IFRS-Richtlinien folgende Änderungen vorgenommen:

- In Übereinstimmung mit IFRS 2 werden Vergütungen in Aktien neu in der konsolidierten Erfolgsrechnung ausgewiesen, während sie nach der alten Regelung im konsolidierten Eigenkapital dargestellt waren.
- Die Änderung nach IAS 1 verlangt, dass Minderheitsanteile neu im Eigenkapital auszuweisen sind. Die Darstellung der konsolidierten Erfolgsrechnung, der Konzernbilanz und des konsolidierten Eigenkapitals wurde entsprechend angepasst. Für die Ermittlung der Kennzahlen wird der Gruppenanteil am Eigenkapital und am Gewinn – d.h. exklusive Minderheitsanteile – berücksichtigt.
- Die Gruppe arbeitet gegenwärtig an der Umsetzung der Änderungen, die aufgrund der Anpassungen in IAS 32 und 39 vorzunehmen sind und vor allem die Bewertung und Offenlegung offener Verpflichtungen, der Vorräte sowie der Finanzinstrumente betreffen. Aus heutiger Sicht sind keine wesentlichen Auswirkungen auf die Konzernerfolgsrechnung zu erwarten.

### **2 Investitionstätigkeit**

Die Investitionen in Sachanlagen für die sechs Monate per 28. Februar 2006 belaufen sich auf 52,9 Mio. Franken. (CHF 95,7 Mio. für die sechs Monate per 28. Februar 2005, inkl. Übernahme des Vending Mix-Geschäfts von AM Foods).

Die Investitionstätigkeit umfasst fortlaufende Investitionen in die betrieblichen Anlagen. In dem per 28. Februar 2006 abgeschlossenen Halbjahr waren wie in der vergleichbaren Vorjahresperiode keine grösseren Abgänge von Sachanlagen zu verzeichnen.

### **3 Geschäftsentwicklung im Überblick**

Das Geschäft der Gruppe wird im Jahresverlauf typischerweise durch die Saisonalität bei den Einnahmen und den Ausgaben beeinflusst. Erfahrungsgemäss 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 der 6-Monats-Periode bis 28. Februar 2006 stieg der Umsatz um 8,4% auf CHF 2.348,8 Mio. (Vorjahr: CHF 2.166,1 Mio.). Gleichzeitig sank die Verkaufsmenge um 1,4% von 561'033 auf 553'196 Tonnen.

Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg im Vergleich zum Vorjahr (CHF 159,7 Mio.) deutlich um 10,8% auf CHF 177,0 Mio. Der Konzerngewinn (PAT) erhöhte sich um CHF 11,4 Mio. (resp. 11,3 %) von CHF 101,3 Mio. auf CHF 112,7 Mio.

Die Abschreibungen auf dem Sachanlagevermögen für die sechs Monate bis zum 28. Februar 2005 belaufen sich auf CHF 50,4 Mio. (CHF 50,3 Mio. für die sechs Monate per 28. Februar 2004). Die Abschreibungen auf immateriellem Anlagevermögen für das am 28. Februar 2006 abgelaufene Halbjahr belaufen sich auf CHF 5,9 Mio. (Vorjahresperiode: CHF 6,1 Mio.). In der Berichtsperiode mussten keine signifikanten Wertberichtigungen verbucht werden.

Per 28. Februar 2006 beschäftigte die Gruppe 8'318 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, verglichen mit 8'542 am 31. August 2005. Der Personalaufwand für die sechs Monate bis zum 28. Februar 2006 belief sich auf CHF 262,1 Mio. (Vorjahresperiode: CHF 243,0 Mio.). Der Personalaufwand des Geschäftsjahres ist beeinflusst durch die erstmalige Berichterstattung nach IFRS 2, die den Ausweis der Kosten des Mitarbeiterbeteiligungsprogramms in der Erfolgsrechnung vorsieht. Der Personalaufwand des Vorjahres wurde positiv beeinflusst durch Gewinne aus Vorsorgeplankürzungen.

Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung für die sechs Monate bis zum 28. Februar 2006 beliefen sich auf CHF 6,1 Mio. (Vorjahresperiode: CHF 5,8 Mio.).

#### 4 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. Da die ausstehenden eigenen Aktien kein Verwässerungspotenzial aufweisen, werden sie bei der Ermittlung des Nenners für den Gewinn pro Aktie nicht länger berücksichtigt.

in Millionen Schweizer Franken	28. Feb. 2006	28. Feb. 2005
Zur Ermittlung des Gewinns pro Aktie als Zähler verwendeter, den Aktionären zustehender Konzerngewinn	112.7	101.3
Effekt nach Steuern auf Ertrag und Aufwand für Verwässerungspotenzial von Aktien	-	-
Zur Berechnung des verwässerten Gewinns pro Aktie als Zähler verwendeter Konzerngewinn	112.7	101.3
Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Aktien	5'170'000	5'170'000
Zur Ermittlung des Gewinns pro Aktie als Nenner verwendete, gewichtete durchschnittliche Anzahl ausstehender Aktien	5'170'000	5'170'000
Zur Berechnung des verwässerten Gewinns pro Aktie als Nenner verwendete, gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Aktien	5'170'000	5'170'000

#### 5 Dividenden

Die Generalversammlung vom 8. Dezember 2005 beschloss anstelle einer Dividendenzahlung eine Reduktion des Aktienkapitals um CHF 8.00 pro Aktie. (Reduktion des Nennwerts von CHF 92.20 auf CHF 84.20). Die entsprechende Ausschüttung an die Aktionäre wird mit Valuta 1. März 2006 vorgenommen. Eine Interim dividende ist nicht vorgesehen.

## 6 Segmentinformation

### Primäres Segment

	Industrie- geschäft		Gewerbliche Kunden/ Verbrauchergeschäft		Hauptsitz / nicht alloziert		Konsolidiert	
	6 Mte 05/06	6 Mte 04/05	6 Mte 05/06	6 Mte 04/05	6 Mte 05/06	6 Mte 04/05	6 Mte 05/06	6 Mte 04/05
In millions of Swiss Francs								
Umsatz aus Verkäufen an Dritte	1'316.0	1'130.1	1'032.3	1'036.0	-	-	2'348.3	2'166.1
Betriebsgewinn (EBIT)	109.5	98.3	93.9	84.2	(26.4)	(22.8)	177.0	159.7

Die Darstellung des primären Segmentes reflektiert organisatorische Veränderungen durch die zentralisierte Koordination unserer Produktionsstätten, des Beschaffungsmanagements und der zentralisierten Verwaltung (Shared Services). Der Betriebsgewinn (EBIT) für das Vorjahr wurde entsprechend angepasst.

### Sekundäres Segment

	Europa		Amerika		Asien-Pazifik/Afrika		Konsolidiert	
	6 Mte 05/06	6 Mte 04/05	6 Mte 05/06	6 Mte 04/05	6 Mte 05/06	6 Mte 04/05	6 Mte 05/06	6 Mte 04/05
In millions of Swiss Francs								
Umsatz aus Verkäufen an Dritte	1'633.4	1'514.2	557.7	516.5	157.2	135.4	2'348.3	2'166.1

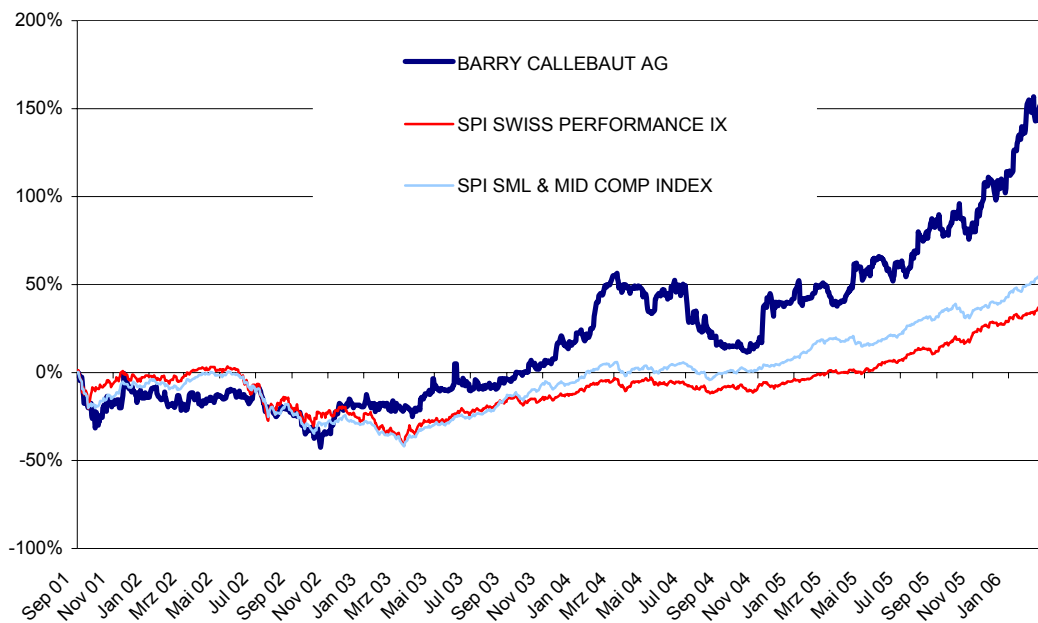
## 7 Eventualverbindlichkeiten

Zum 28. Februar 2006 waren der Gruppe keine grösseren Eventualverbindlichkeiten im Vergleich zur Situation per Ende August 2005 bekannt. Die bestehenden Eventualverbindlichkeiten stammen vor allem aus Bank- und anderen Garantien aus dem ordentlichen Geschäftsverlauf. Gegenwärtig gibt es keinen Grund zur Annahme, dass daraus wesentliche Verpflichtungen entstehen.

## 8 Nahestehende Parteien

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

# Aktienkursperformance



## London Cocoa Terminal Market 6-month forward delivery prices



Verkaufsmengen nach Regionen 6 Monate bis 28.02.2006 (in Tonnen)	
<b>Total</b>	<b>553,196</b>
Europa	361,825
Amerika	154,662
Asien-Pazifik/Afrika	36,709

Umsatz nach Geschäftsbereichen 6 Monate bis 28.02.2006 (in Mio. CHF)	
<b>Total</b>	<b>2,348.3</b>
Kakao	364.6
Industrielle Kunden	951.4
Gourmet & Spezialitäten	305.1
Verbraucherprodukte	727.2

Umsatz nach Regionen 6 Monate bis 28.02.2006 (in Mio. CHF)	
<b>Total</b>	<b>2,348.3</b>
Europa	1,633.4
Amerika	557.7
Asien-Pazifik/Afrika	157.2

