



Medienmitteilung

Barry Callebaut publiziert Verkaufszahlen für das erste Quartal 2006/07: Starkes organisches Verkaufswachstum fortgesetzt

- **Organischer Anstieg der Verkaufsmenge um 5,7% auf 316'506 Tonnen**
- **Umsatzanstieg um 3,6% auf CHF 1'241,7 Millionen**
- **Vorzeitige Rückzahlung der ausstehenden nachrangigen 9¼% Anleihe mit Laufzeit bis 2010 in Höhe von EUR 165 Millionen am 15. März 2007**
- **Bestätigung der 3-Jahres-Finanzziele**

Zürich/Schweiz, 18. Januar 2007 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten, gab heute die wichtigsten Verkaufszahlen für das am 30. November 2006 abgelaufene erste Quartal des Geschäftsjahres 2006/07 bekannt. Ausserdem bestätigte das Unternehmen den Entscheid, die mit einem Coupon von 9¼% ausgestattete, im Jahr 2010 fällige nachrangige Anleihe in Höhe von EUR 165 Mio. zum frühest möglichen Kündigungstermin am 15. März 2007 zurückzuzahlen. Mit Beginn des laufenden Geschäftsjahres hat Barry Callebaut zudem ihre Finanzberichterstattung an die gängige Praxis anderer bedeutender Nahrungsmittelhersteller angepasst. Das Unternehmen wird für das erste und das dritte Quartal nur noch die wichtigsten Verkaufszahlen veröffentlichen, aber an der Publikation detaillierter Halbjahres- und Jahresergebnisse festhalten.

Geschäftsentwicklung der ersten drei Monate 2006/07 im Überblick

Per 1. September 2006 hat Barry Callebaut eine neue Organisationsstruktur mit regionalem Fokus eingeführt, was eine neue Berichterstattung nach den Hauptgeschäftsregionen des Unternehmens zur Folge hat, d. h. Europa, Nord- & Südamerika, Asien & Rest der Welt. Das Betriebsergebnis pro Geschäftssegment wird weiterhin wie zuvor auf halbjährlicher Basis veröffentlicht.

Auf Gruppenebene erhöhte sich die Verkaufsmenge von 299'417 Tonnen im Vorjahr auf 316'506 Tonnen, was einem starken organischen Wachstum von 5,7% entspricht. Der Umsatz stieg um 3,6% auf CHF 1'241,7 Mio. (Vorjahresperiode: CHF 1'198,5 Mio.). Dazu Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut: „Wir konnten das starke Wachstum im vierten Quartal des vergangenen Geschäftsjahres im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres fortsetzen; erneut hatten wir ein sehr gutes saisonales Weihnachtsgeschäft. Unsere per 1. September 2006 eingeführte neue Organisationsstruktur wird es uns erlauben, die geplante geografische Expansion und das Wachstum ausserhalb von Westeuropa mit der nötigen Entschlossenheit voranzutreiben. Wir sind mit den Ergebnissen für das erste Quartal des Geschäftsjahres 2006/07 zufrieden.“

Verkäufe nach Regionen

Region Europa

Die Region Europa verzeichnete einen Anstieg der Verkaufsmenge von 7,7% auf 215'984 Tonnen (Vorjahresperiode: 200'555 Tonnen), was auf die guten Umsätze vor allem im Geschäft mit industriellen und gewerblichen Kunden zurückzuführen ist. Der Umsatz stieg



Medienmitteilung

um 5,8% von CHF 838.0 Mio. auf CHF 886,3 Mio. primär als Folge der höheren Verkaufsmenge und teilweise aufgrund von positiven Währungseffekten.

Der Geschäftsbereich Industrielle Kunden profitierte von erhöhten und neuen Outsourcing-Volumen in Westeuropa und einem sehr starken Wachstum in Osteuropa. Der Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten verzeichnete sehr gute Umsätze in Mittel- und Osteuropa. Die bereits früher kommunizierte Auflösung der mit Manner (Biscuits und Waffeln) und für einige unprofitable Handelsmarkenprodukte bestehenden Verträge führte bei den Verbraucherprodukten Europa zu leicht rückläufigen Umsätzen, erbrachte insgesamt jedoch einen profitableren Produktmix. Höhere Umsätze bei den Markenprodukten und den für Dritte in Lohnfertigung (Co-Manufacturing) hergestellten Produkten konnten diesen Umsatzrückgang teilweise kompensieren.

Region Nord- & Südamerika

In der Region Nord- & Südamerika erhöhte sich die Verkaufsmenge leicht auf 80'717 Tonnen (Vorjahresperiode: 80'623 Tonnen). Der Umsatz sank um 4,0% von CHF 289,8 Mio. auf CHF 278,1 Mio. Dies ist zurückzuführen auf tiefere Umsätze bei den Verbraucherprodukten und negative Währungseinflüsse, was durch die höheren Umsätze in den anderen Bereichen nur teilweise kompensiert wurde.

Die Verkäufe in den Geschäftsbereichen Industrielle Kunden und Gourmet & Spezialitäten zeigten ein solides Wachstum. Der Bereich Verbraucherprodukte Nordamerika verzichtete auf die Erneuerung eines tiefmargigen Vertrags für Halloween-Produkte mit einem grossen US-Einzelhändler und führte eine Reihe unprofitabler Produkte nicht weiter fort. Dies führte zu den insgesamt praktisch konstanten Verkaufsmengen und geringeren Umsätzen für die Region.

Region Asien & Rest der Welt

Die Region Asien & Rest der Welt erzielte einen Anstieg der Verkaufsmenge um 8,6% auf 19'805 Tonnen, verglichen mit 18'239 Tonnen im Vorjahr. Der Umsatz stieg um 9,3% von CHF 70,7 Mio. auf CHF 77,3 Mio.

Der Geschäftsbereich Industrielle Kunden profitierte von einem starken Wachstum in China, ausgehend von einem tiefen Niveau. Der Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten schnitt insbesondere im Premium-Bereich gut ab, vor allem in Japan.

Entwicklung der Geschäftsegmente in den ersten drei Monaten 2006/07

Segment Industriegeschäft

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

Die Verkaufsmenge lag bei 219'998 Tonnen (Vorjahreszeitraum: 199'147 Tonnen), was einem organischen Wachstum von 10,5% entspricht.



Medienmitteilung

- Die Verkaufsmenge von Kakaoprodukten an Drittkunden belief sich auf 36'025 Tonnen (Vorjahresperiode: 32'918 Tonnen), was einem Plus von 9,4% entspricht. Die Volumina wurden forciert, um den Margenrückgang als Folge der sich verschlechternden Combined (Kakao)-Ratio (d. h. rückläufige kombinierte Verkaufspreise für Kakaobutter und Kakaopulver im Vergleich zum Kakaobohnenpreis) zu kompensieren.
- Die Verkaufsmenge im Geschäftsbereich Industrielle Kunden stieg um 10,7% von zuvor 166'229 Tonnen auf 183'973 Tonnen. Hauptgrund für diese Entwicklung waren die erhöhten Outsourcing-Volumen bestehender und neuer Kunden.

Der im Industriegeschäft verzeichnete Umsatz legte um 8,4% auf CHF 692,8 Mio. zu (Vorjahreszeitraum: CHF 639,2 Mio.).

- Der Umsatz im Geschäftsbereich Kakao stieg aufgrund höherer Verkaufsmengen um 4,7% auf CHF 117,3 Mio. (Vorjahresperiode: CHF 112,0 Mio.), dies trotz der bereits erwähnten tieferen durchschnittlichen Verkaufspreise als Folge der niedrigeren Combined (Kakao)-Ratio.
- Der Geschäftsbereich Industrielle Kunden erhöhte den Umsatz um 9,2% auf CHF 575,5 Mio. (CHF 527,2 Mio.) aufgrund von höheren Verkaufsmengen und positiven Währungseinflüssen.

Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft

Das Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft bedient eine breite Kundenpalette von lokalen gewerblichen Verarbeitern (Chocolatiers, Confiseure, Bäcker, Hotels, Restaurants, Caterer) bis hin zu global tätigen Einzelhandelskonzernen.

Der Umsatz ging um 1,9% von CHF 559,3 Mio. im Vorjahreszeitraum auf CHF 548,9 Mio. zurück.

- Der Umsatz im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten stieg um 13,2% auf CHF 178,1 Mio. (Vorjahresperiode: CHF 157,4 Mio.). Der Anstieg ist zum Teil auf positive Wechselkurseffekte, vor allem aber auf das starke Wachstum in allen Regionen zurückzuführen.
- Der Umsatz bei den Verbraucherprodukten sank um 7,7% auf CHF 370,8 Mio. (Vorjahresperiode: CHF 401,9 Mio.) aufgrund der Auflösung unprofitabler Verträge.

Vorzeitige Rückzahlung der ausstehenden nachrangigen 9¼% Anleihe mit Laufzeit bis 2010 in Höhe von EUR 165 Millionen

Barry Callebaut wird die mit einem Coupon von 9¼% ausgestattete nachrangige Anleihe in Höhe von EUR 165 Mio. am 15. März 2007 vorzeitig zurückzahlen. Finanziert wird diese Tilgung aus der im August 2005 unterzeichneten revolving Kreditfazilität in Höhe von EUR 850 Mio. Aufgrund der Rückkaufprämie von 4,625% und der Abschreibung der verbleibenden kapitalisierten Finanzierungsgebühren entsteht im laufenden Geschäftsjahr 2006/07 ein negativer Nettofinanzaufwand von ca. CHF 8 Mio. (wovon aber nur CHF 3 Mio. liquiditätswirksam sind). Ab dem Geschäftsjahr 2007/08 wird sich der Nettofinanzaufwand deutlich um ca. CHF 14 Mio. pro Jahr verbessern.



Medienmitteilung

Ausblick

Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut, gab folgenden Ausblick: „Es freut mich, dass wir die ausstehende hochverzinsliche Anleihe dank unserer starken finanziellen Position zum frühest möglichen Zeitpunkt zurückzahlen können. Das wird sich positiv auf unsere finanzielle Performance ab dem kommenden Geschäftsjahr auswirken. Der angekündigte Rückgang der Combined (Kakao)-Ratio hatte den vorhergesehenen negativen Effekt auf unsere Profitabilität im ersten Quartal, doch dies konnte dank der guten operativen Leistung unserer anderen Geschäftsbereiche, inklusive des europäischen Verbrauchergeschäfts, voll aufgefangen werden. Obwohl wir erst am Anfang des Geschäftsjahres stehen, können wir daher die früher kommunizierten Finanzziele für den Dreijahreszeitraum von 2005/06 bis 2007/08 bestätigen, das heisst im Durchschnitt 3%-5% organisches Umsatzwachstum, ein EBIT-Wachstum von ca. 8-10% und ein Wachstum des Konzerngewinnes (PAT) von 12-15%. Dieser Ausblick gilt natürlich vorbehaltlich grösserer unvorhersehbarer Ereignisse.“

Barry Callebaut (www.barry-callebaut.com):

Mit einem Jahresumsatz von über CHF 4 Mrd. für das Geschäftsjahr 2005/06 ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut der weltweit grösste Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladeprodukten sowie Süswaren – von der Kakaobohne bis zum fertigen Produkt im Verkaufsregal. Barry Callebaut ist in 25 Ländern präsent, unterhält über 30 Produktionsstandorte und beschäftigt rund 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.

* * *

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2006/07 (1. September 2006 bis 31. August 2007):

3-Monatsbericht 2006/07:	18. Januar 2007	Medienmitteilung
Halbjahresbericht 2006/07:	3. April 2007	Medienmitteilung, gemeinsame Analysten-/ Medienkonferenz (Zürich)
9-Monatsbericht 2006/07:	28. Juni 2007	Medienmitteilung
Jahresbericht 2006/07:	6. November 2007	Medienmitteilung, Medienkonferenz und Analystenkonferenz (Zürich)
Generalversammlung:	29. November 2007	in Zürich

* * *

Kontakte

für Investoren und Finanzanalysten:

Daniela Altenpohl, Head of IR
Barry Callebaut AG
Tel.: +41 43 204 04 23
daniela_altenpohl@barry-callebaut.com

für die Medien:

Gaby Tschofen, VP Corp.Communications
Barry Callebaut AG
Tel.: +41 43 204 04 60
gaby_tschofen@barry-callebaut.com



Medienmitteilung

Kennzahlen der Barry Callebaut-Gruppe (ungeprüft)

		Veränderung (in %)	3 Monate bis 30. Nov. 2006	3 Monate bis 30. Nov. 2005
Umsatz nach Regionen				
Umsatz	Mio. CHF	3,6%	1'241,7	1'198,5
<i>in lokalen Währungen</i>		2,0%	1'222,6	
<i>Region Europa</i>	<i>Mio. CHF</i>	5,8%	886,3	838,0
<i>Region Nord- & Südamerika</i>	<i>Mio. CHF</i>	-4,0%	278,1	289,8
<i>Region Asien & Rest der Welt</i>	<i>Mio. CHF</i>	9,3%	77,3	70,7
Verkaufsmenge				
Verkaufsmenge	Tonnen	5,7%	316'506	299'417
<i>Region Europa</i>	<i>Tonnen</i>	7,7%	215'984	200'555
<i>Region Nord- & Südamerika</i>	<i>Tonnen</i>	0,1%	80'717	80'623
<i>Region Asien & Rest der Welt</i>	<i>Tonnen</i>	8,6%	19'805	18'239
Umsatz nach Geschäftsbereichen				
Industriegeschäft				
Umsatz	Mio. CHF	8,4%	692,8	639,2
<i>Kakao</i>	<i>Mio. CHF</i>	4,7%	117,3	112,0
<i>Industrielle Kunden</i>	<i>Mio. CHF</i>	9,2%	575,5	527,2
Verkaufsmenge	Tonnen	10,5%	219'998	199'147
<i>Kakao</i>	<i>Tonnen</i>	9,4%	36'025	32'918
<i>Industrielle Kunden</i>	<i>Tonnen</i>	10,7%	183'973	166'229
Gewerbliche Kunden/ Verbrauchergeschäft				
Umsatz	Mio. CHF	-1,9%	548,9	559,3
<i>Gourmet & Spezialitäten</i>	<i>Mio. CHF</i>	13,2%	178,1	157,4
<i>Verbraucherprodukte</i>	<i>Mio. CHF</i>	-7,7%	370,8	401,9