



Medienmitteilung

Barry Callebaut publiziert Verkaufszahlen für die ersten drei Monate 2008/09:

Barry Callebaut wächst weiter in schwierigerem Wirtschaftsumfeld

- Wachstum der Verkaufsmenge von 2.0% auf 338,513 Tonnen
- Umsatzsteigerung in Lokalwährungen um 7.2%; Anstieg in der Berichtswährung (CHF) um 0.7% auf CHF 1,429.1 Millionen
- Profitabilität auf Kurs dank höherer Margen und strikter Kostenkontrolle
- 4-Jahres-Finanzziele für den Zeitraum 2007/08 bis 2010/11¹ bestätigt

Verkaufskennzahlen der Barry Callebaut-Gruppe für die ersten drei Monate 2008/09

KONZERN		Veränderung (%)	3 Monate bis 30. Nov. 2008	3 Monate bis 30. Nov. 2007
Verkaufsmenge	Tonnen	2.0	338,513	331,916
Umsatz	Mio.	0.7	1,429.1	1,419.4
<i>in Lokalwährungen</i>	CHF	7.2	1,521.1	

Zürich/Schweiz, 21. Januar 2009 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von qualitativ hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten, konnte sein Wachstum im ersten Quartal des Geschäftsjahrs 2008/09, das per 30.11.2008 endete, in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld fortsetzen. Das gute Wachstum in den beiden ersten Monaten des Quartals wurde durch die geringe Nachfrage im dritten Monat beeinträchtigt. Im November 2008 sah sich die gesamte Schokoladenindustrie mit schwächeren Marktbedingungen konfrontiert. Am Markt waren ein Nachfragerückgang verbunden mit kurzfristigerem Bestellverhalten von Kundenseite zu beobachten. Durch die Finanzkrise sahen sich Nahrungsmittelhersteller, gewerbliche Kunden und der Einzelhandel gezwungen, ihre Bestände zu senken, um die Bilanzen zum Jahresende zu optimieren. Trotz dieser aussergewöhnlichen Marktdynamik und verschärfter Kreditrichtlinien des Unternehmens gegenüber Kunden erhöhte sich die Verkaufsmenge von Barry Callebaut im ersten Quartal um 2.0% auf 338,513 Tonnen. Der Umsatz stieg in Lokalwährungen um 7.2%. Aufgrund der ungünstigen Wechselkursentwicklung, insbesondere der Aufwertung des Schweizer Frankens gegenüber dem Euro, dem britischen Pfund und den Dollar-Währungen, erhöhte sich der Umsatz in der Berichtswährung (CHF) um 0,7%. Das gute Wachstum an den aufstrebenden Märkten Osteuropas und Asiens sowie der Gewinn von Marktanteilen in Nordamerika erlaubten es, die tieferen Verkäufe in den reifen Märkten Westeuropas zu kompensieren.

Ausblick

Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut, erklärte: «Barry Callebaut konnte sein Wachstum im ersten Quartal trotz der schwierigen Marktbedingungen fortsetzen. Nach einem unüblich schwachen Monat November verzeichneten wir deutlich höhere Bestelleingänge im Dezember. Unsere Expansion in wachstumsstarke Märkte zahlt sich aus. Für das restliche Geschäftsjahr erwarten wir eine gute Entwicklung in den Wachstumsmärkten sowie in Nordamerika. Darüber hinaus wird sich unser Outsourcing-Volumen beschleunigen, da wir ab Januar 2009 die neuen Produktionskapazitäten in Mexiko und Japan zur Verfügung haben. Die im Januar 2008 eingeleiteten Effizienzsteigerungsmassnahmen sowie die tieferen Inputkosten führten zu höheren Margen. Obwohl wir davon ausgehen, dass Kunden und

¹ Mittelfristige Wachstumsziele 2007/08 – 2010/11 im Durchschnitt pro Jahr: Verkaufsmenge 9-11%, EBIT 11-14%, Konzerngewinn 13-16%, vorbehaltlich grösserer unvorhersehbarer Ereignisse



Medienmitteilung

Verbraucher, vor allem in den reifen Märkten Westeuropas, zurückhaltend sein werden, glauben wir, dass wir mit unserer Strategie basierend auf geografischer Expansion, Innovation und Kostenführerschaft auch für die aktuell wirtschaftlich schwierigen Zeiten gut aufgestellt sind. Wir bleiben deshalb zuversichtlich, dass wir unsere 4-Jahres-Finanzziele¹ erreichen werden.»

Verkaufsentwicklung nach Regionen in den ersten drei Monaten 2008/09

Region Europa

In der Region Europa ging die Verkaufsmenge im Berichtszeitraum um 4.1% auf 230,824 Tonnen zurück. Der Umsatz im Quartal in Lokalwährungen erhöhte sich um 0.5%; in Schweizer Franken sank er um 6.3% auf CHF 1,030.6 Millionen. Das weiterhin zweistellige Umsatzwachstum in Osteuropa kompensierte nicht vollständig den Rückgang in verschiedenen westeuropäischen Märkten, wo die Verbraucherausgaben aufgrund der Wirtschaftskrise zurückgingen.

Der Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** von Barry Callebaut in Europa sah sich mit der doppelten Herausforderung tieferer Verbraucherausgaben und eines branchenweiten Abbaus der Lagerbestände konfrontiert. Die Übernahme eines früheren Kunden, des französischen Schokoladenherstellers Jacquot, durch einen Mitbewerber von Barry Callebaut im vergangenen Jahr trug ebenfalls zum Volumenrückgang bei. Auch der Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten** verzeichnete einen Umsatzrückgang in Westeuropa, da die Verbraucher weniger Geld für Restaurantbesuche ausgaben. Im Gegensatz hierzu bewegte sich die Nachfrage der gewerblichen Kunden in Osteuropa auf einem weiterhin hohen Niveau mit zweistelligem Wertzuwachs. Der Verkauf von Wurzener Dauerbackwaren im letzten Jahr beeinflusste den Umsatz des Geschäftsbereichs **Verbraucherprodukte Europa**. Ohne diesen Einfluss erhöhte sich der Umsatz des Geschäftsbereichs leicht. Im Handelsmarkengeschäft erzielte Barry Callebaut einen Zuwachs, da die Verbraucher preisbewusster werden und damit vermehrt Handelsmarken einkaufen.

Region Nord- & Südamerika

Die Verkaufsmenge in der Region Nord- & Südamerika erhöhte sich um 13.6% auf 82,497 Tonnen. Aufgrund höherer Volumen, einem besseren Produktmix und einzelnen Preiserhöhungen konnte der Umsatz in der Region in Lokalwährungen um beeindruckende 30.6% gesteigert werden. In Schweizer Franken erhöhte er sich um 24.6% auf CHF 294.8 Millionen.

Das beträchtliche Wachstum im Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** war teils auf die im Rahmen bestehender Liefervereinbarungen an Outsourcing-Partner gelieferten Volumen zurückzuführen, teils jedoch auch auf neu gewonnene Marktanteile. Die starke Performance dieses Geschäftsbereichs kontrastiert mit einem deutlichen Rückgang der Einzelhandelsumsätze in Nordamerika. Barry Callebaut erwartet eine weitere Erhöhung der Verkaufsmenge als Folge der Produktionsaufnahme in der neuen Schokoladenfabrik in Mexiko. Diese Anlage ist die drittgrösste Schokoladenfabrik von Barry Callebaut weltweit und bildet das Tor nach Mittel- und Südamerika. Der Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten** verzeichnete mit der lokal produzierten Marke Van Leer ein gutes Wachstum, wodurch die tiefere Nachfrage nach importierten Gourmetprodukten aufgrund der zunehmenden Preissensitivität der Kunden ausgeglichen werden konnte. Beide Geschäftsbereiche konnten ihre erfreulichen Verkaufsergebnisse trotz des schwierigen Marktumfelds behaupten. Diese Entwicklung unterstreicht die starke Position von Barry Callebaut in Nord- und Südamerika.



Medienmitteilung

Region Asien & Rest der Welt

Die Verkaufsmenge in der Region Asien & Rest der Welt erhöhte sich trotz des Verkaufs des Verbrauchergeschäfts in Afrika im letzten Jahr um 36.2% auf 25,192 Tonnen. Das Wachstum wurde mehrere Wochen lang durch tiefere Exporte aus China aufgrund des Skandals um mit Melamin verunreinigtes Milchpulver gebremst. In Lokalwährungen legte der Umsatz in der Region Asien & Rest der Welt um 27.9% zu. In Schweizer Franken stieg er um 24.8% auf CHF 103.7 Millionen.

Die Verkaufsmenge im Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** in der Region Asien wurden durch gute Verkäufe in China angetrieben, da die Kapazitätsauslastung der neuen Schokoladenfabrik in China stieg. Die Lieferungen an den japanischen Süßwarenhersteller Morinaga begannen planmässig im Januar 2009 im Rahmen einer langfristigen Liefervereinbarung. Die gute Nachfrage im Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten** setzte sich fort; allerdings war eine Verlagerung von importierten europäischen Marken hin zu lokal produzierten Schokoladenmarken wie „Van Houten Professional“ zu beobachten.

Verkaufskennzahlen nach Regionen für die ersten drei Monate 2008/09

EUROPA		Veränderung (%)	3 Monate bis 30. Nov. 2008	3 Monate bis 30. Nov. 2007
Verkaufsmenge	Tonnen	-4.1	230,824	240,793
Umsatz <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	-6.3 0.5	1,030.6 <i>1,105.7</i>	1,099.7

NORD- & SÜDAMERIKA		Veränderung (%)	3 Monate bis 30. Nov. 2008	3 Monate bis 30. Nov. 2007
Verkaufsmenge	Tonnen	13.6	82,497	72,623
Umsatz <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	24.6 30.6	294.8 <i>309.1</i>	236.6

ASIEN & REST DER WELT		Veränderung (%)	3 Monate bis 30. Nov. 2008	3 Monate bis 30. Nov. 2007
Verkaufsmenge	Tonnen	36.2	25,192	18,500
Umsatz <i>in Lokalwährungen</i>	Mio. CHF	24.8 27.9	103.7 <i>106.3</i>	83.1

Entwicklung der Geschäftssegmente in den ersten drei Monaten 2008/09 im Überblick

Segment Industriegeschäft

Das Segment Industriegeschäft konzentriert sich auf den Verkauf von Kakao- und Schokoladenprodukten an die Nahrungsmittelindustrie und an Konsumgüterhersteller weltweit. Es besteht aus den Geschäftsbereichen Globale Beschaffung & Kakao sowie Industrielle Kunden.

Der Geschäftsbereich Globale Beschaffung & Kakao erzielte eine zweistellige Steigerung der Verkaufsmenge, da die Verkäufe angekurbelt wurden, um von den höheren Margen zu profitieren. Je nach Region verzeichnete der Geschäftsbereich Industrielle Kunden eine unterschiedliche Wachstumsdynamik. Die schwächere Entwicklung der Verkaufsmenge in Westeuropa wurde durch die gestiegene Nachfrage in Nord- & Südamerika und Asien kompensiert.



Medienmitteilung

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. Es umfasst die Geschäftsbereiche Gourmet & Spezialitäten sowie Verbraucherprodukte.

Eine Verlagerung von importierten europäischen Marken hin zu preiswerteren, lokal hergestellten gewerblichen Schokoladenmarken führte zu einem geringfügig tieferen Umsatz im Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten**. Der Geschäftsbereich

Verbraucherprodukte steigerte sein Handelsmarkengeschäft, da die Verbraucher zunehmend preisbewusst einkaufen. Bereinigt um Veräusserungen und Währungseffekte stieg der Umsatz des Geschäftsbereichs leicht an.

Verkaufskennzahlen nach Geschäftssegment für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2008/09

INDUSTRIE- GESCHÄFT		Veränderung (%)	3 Monate bis 30. Nov. 2008	3 Monate bis 30. Nov. 2007
Verkaufsmenge	Tonnen	5.8	268,086	253,456
Umsatz	Mio. CHF	6.2	980.8	923.9
<i>in Lokalwährungen</i>		12.8	<i>1,042.0</i>	

GEWERBLICHE KUNDEN/ VERBRAUCHER- GESCHÄFT		Veränderung (%)	3 Monate bis 30. Nov. 2008	3 Monate bis 30. Nov. 2007
Umsatz	Mio. CHF	-9.5	448.3	495.5
<i>in Lokalwährungen</i>		-3.3	<i>479.1</i>	

* * *

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

Mit einem Jahresumsatz von über CHF 4.8 Milliarden für das Geschäftsjahr 2007/08 ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut der weltweit grösste Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten sowie Süswaren – von der Kakaobohne bis zum fertigen Produkt im Verkaufsregal. Barry Callebaut ist in 26 Ländern präsent, unterhält ungefähr 40 Produktionsstandorte und beschäftigt rund 7'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Unternehmen steht im Dienst der gesamten Nahrungsmittelindustrie – von industriellen Nahrungsmittelherstellern über gewerbliche Anwender von Schokolade wie Chocolatiers, Confiseure oder Bäcker bis hin zu internationalen Einzelhandelskonzernen. Barry Callebaut bietet auch umfassende Dienstleistungen in den Bereichen Produktentwicklung, Verarbeitung, Schulung und Marketing an.

* * *

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2008/09 (1. September 2008 bis 31. August 2009):

Halbjahresergebnisse 2008/09:	2. April 2009, Zürich
9-Monatsbericht 2008/09:	25. Juni 2009
Jahresbericht 2008/09:	12. November 2009, Zürich
Generalversammlung 2008/09:	8. Dezember 2009, Zürich

* * *



Medienmitteilung

Kontakte

für Investoren und Finanzanalysten:

Simone Lalive, Head of IR
Barry Callebaut AG
Tel.: +41 43 204 04 23
simone_lalive@barry-callebaut.com

für die Medien:

Josiane Kremer, Corp.Communications
Barry Callebaut AG
Tel.: +41 43 204 04 58
josiane_kremer@barry-callebaut.com



Medienmitteilung

Kennzahlen der Barry Callebaut (ungeprüft)

in CHF		Veränderung (%)	3 Monate bis 30. Nov. 2008	3 Monate bis 30. Nov. 2007
Verkäufe nach Regionen				
Verkaufsmenge	Tonnen	2.0	338,513	331,916
- Region Europa	Tonnen	-4.1	230,824	240,793
- Region Nord- & Südamerika	Tonnen	13.6	82,497	72,623
- Region Asien & Rest der Welt	Tonnen	36.2	25,192	18,500
Umsatz	Mio. CHF	0.7	1,429.1	1,419.4
<i>in Lokalwährungen</i>		7.2	<i>1,521.1</i>	
- Region Europa	Mio. CHF	-6.3	1,030.6	1,099.7
<i>in Lokalwährungen</i>		0.5	<i>1,105.7</i>	
- Region Nord- & Südamerika	Mio. CHF	24.6	294.8	236.6
<i>in Lokalwährungen</i>		30.6	<i>309.1</i>	
- Region Asien & Rest der Welt	Mio. CHF	24.8	103.7	83.1
<i>in Lokalwährungen</i>		27.9	<i>106.3</i>	
Verkäufe nach Geschäftssegment				
Industriegeschäft				
Verkaufsmenge	Tonnen	5.8	268,086	253,456
- Kakao	Tonnen	36.4	50,431	36,981
- Industrielle Kunden	Tonnen	0.5	217,655	216,475
Umsatz	Mio. CHF	6.2	980.8	923.9
<i>in Lokalwährungen</i>		12.8	<i>1,042.0</i>	
- Kakao	Mio. CHF	41.6	199.4	140.8
<i>in Lokalwährungen</i>		49.4	<i>210.3</i>	
- Industrielle Kunden	Mio. CHF	-0.2	781.4	783.1
<i>in Lokalwährungen</i>		6.2	<i>831.7</i>	
Gewerbliche Kunden/Verbraucher-geschäft				
Umsatz	Mio. CHF	-9.5	448.3	495.5
<i>in Lokalwährungen</i>		-3.3	<i>479.1</i>	
- Gourmet & Spezialitäten	Mio. CHF	-7.4	186.6	201.6
<i>in Lokalwährungen</i>		-1.5	<i>198.7</i>	
- Verbraucherprodukte	Mio. CHF	-10.9	261.7	293.9
<i>in Lokalwährungen</i>		-4.6	<i>280.4</i>	