



Medienmitteilung

Barry Callebaut publiziert Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2003/2004

Starkes Wachstum von Betriebs- und Konzerngewinn

- **Steigerung des Verkaufserlöses um 13,4% auf CHF 4'048,9 Millionen**
- **Anstieg der Verkaufsmenge um 13,5% auf 1'011'358 Tonnen**
- **Organisches Volumenwachstum von 4,4% verglichen mit Wachstum des Weltmarktes um 1%**
- **Betriebsgewinn (EBIT) von CHF 228,3 Millionen (+9,4%)**
- **Steigerung des Konzerngewinn um 12,0% auf CHF 115,6 Millionen**
- **Nettoverschuldung um 8,5% auf CHF 943,0 Millionen reduziert**
- **Starkes viertes Quartal in allen Geschäftsbereichen**
- **Reduktion des Nennwerts um CHF 7,80 pro Aktie anstelle einer Dividende vorgeschlagen**
- **Dr. Urs Widmer und Markus Fiechter zur Zuwahl in den Verwaltungsrat vorgeschlagen**

Zürich/Schweiz, 10. November 2004 – Barry Callebaut AG, eines der weltweit führenden Kakao- und Schokoladenunternehmen, gab heute die Ergebnisse für das am 31. August 2004 abgeschlossene Geschäftsjahr 2003/04 bekannt. Mit CHF 4'048,9 Mio. überstieg der konsolidierte Verkaufserlös erstmals die Marke von CHF 4 Milliarden (+ 13,4%). Die Verkaufsmenge stieg um 13,5% auf über eine Million Tonnen. Beide Ergebnisse wurden teilweise durch die erstmalige Konsolidierung von Luijckx (für die ersten sechs Monate) und Brach's (für das Gesamtjahr) beeinflusst. Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um 9,4% auf CHF 228,3 Mio. Der Konzerngewinn (PAT) verzeichnete eine starke Zunahme um 12,0% auf CHF 115,6 Mio.

Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut, kommentierte dazu: „Es erfüllt mich mit grosser Befriedigung, dass wir ein organisches Volumenwachstum von 4,4% in einem globalen Schokoladenmarkt erreichten, der nur um 1% wuchs. Wir hatten ein starkes viertes Quartal in allen Geschäftsbereichen und Märkten einschliesslich des Bereichs Verbraucherprodukte Europa. Mit der Einführung der Strategie 'der spezialisierten Fabriken' im gesamten Produktionsnetzwerk haben wir die notwendigen Schritte in die Wege geleitet, um im europäischen Verbrauchergeschäft die Kostenführerschaft zu erreichen. Im Verbund mit Innovation ist Kostenführerschaft die Grundlage für profitables Wachstum in einem wettbewerbsintensiven Umfeld.“

Der **Verkaufserlös** stieg um 13,4% bzw. CHF 477,6 Mio. auf CHF 4'048,9 Mio. Davon entfielen CHF 402,7 Mio. auf die Übernahme und erstmalige Konsolidierung von Brach's (Gesamtjahr) und Luijckx (sechs Monate). Der Rest ist auf positive Währungseffekte und organisches Volumenwachstum zurückzuführen. Diese positiven Faktoren wurden teilweise durch den Preisrückgang bei den Kakaobohnen und die partielle Einstellung des niedrigmargigen Industriegeschäfts von Stollwerck wieder aufgehoben. Das organische Wachstum des Verkaufserlöses betrug netto 5%.

Die **Verkaufsmenge** stieg um 13,5% auf 1'011'358 Tonnen (Vorjahr: 891'048 Tonnen). Nach Eliminierung der Effekte aus der Übernahme von Brach's und Luijckx sowie aus der Einstellung des Industriegeschäfts von Stollwerck ergab sich ein deutliches Wachstum der Verkaufsmenge um 4,4%, verglichen mit einem Wachstum des Weltmarktes um 1%. Die Geschäftsbereiche Gourmet, Industrielle Kunden und



Medienmitteilung

Kakao leisteten den grössten Beitrag zu diesem organischen Volumenwachstum.

Der **Betriebsgewinn (EBIT)** stieg um 9,4% auf CHF 228,3 Millionen. Dabei legten die Geschäftsbereiche Kakao, Industrielle Kunden und Gourmet & Spezialitäten deutlich zu, und auch der neu übernommene Süswarenhersteller Brach's leistete einen moderaten positiven Beitrag. Im Gegensatz dazu war die EBIT-Entwicklung im Bereich Verbraucherprodukte Europa aufgrund des Margendrucks und des einmaligen negativen Effekts aufgrund drastisch gestiegener Haselnusspreise nicht befriedigend. – Die **Steuern** sanken auf CHF 19,4 Mio., womit sich der effektive durchschnittliche Steuersatz von 19,4% im Vorjahr auf 14,3% reduzierte.

Der **Konzerngewinn (PAT)** konnte um 12,0% auf CHF 115,6 Mio. deutlich gesteigert werden (Vorjahr: CHF 103,2 Mio.). Der **Gewinn pro Aktie** erreichte CHF 22,4 (+12.0%).

Die **Nettoverschuldung** ging per 31. August 2004 um CHF 87,1 Mio. bzw. 8,5% auf CHF 943,0 Mio. zurück. Damit sank der Verschuldungsgrad auf 117,7% (Vorjahr: 135,7%). – Das **Eigenkapital** stieg per Ende August 2004 um 5,5% auf CHF 800,9 Mio., verglichen mit CHF 759,2 Mio. Ende August 2003. Damit verbesserten sich die Eigenkapitalrendite (**ROE**) auf 14,4% und die Rendite auf das investierte Kapital (**ROIC**) auf 10,4%.

Am 31. August 2004 beschäftigte die Gruppe 8'933 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oder 14% mehr als am Ende des vorausgegangenen Geschäftsjahres. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf die Übernahme von Brach's zurückzuführen.

Anträge an die Generalversammlung

Anstelle einer Dividendenzahlung schlägt der Verwaltungsrat der Generalversammlung vom 8. Dezember 2004 eine Reduktion des Aktienkapitals um CHF 40'326'000 von CHF 517'000'000 auf CHF 476'674'000 vor durch die Herabsetzung des Nennwerts pro Aktie von CHF 100 auf CHF 92,20 sowie die entsprechende Änderung der Statuten vor. Die Nennwertreduktion von CHF 7,80 pro Aktie wird kosten- und verrechnungssteuerfrei im Februar 2005 ausbezahlt.

Der Verwaltungsrat schlägt der Generalversammlung im weiteren Dr. Urs Widmer, ehemaliger Verwaltungsratspräsident und CEO der Ernst & Young Holding und heute als Anwalt tätig, sowie Markus Fiechter, CEO der KJ Jacobs AG, zur Zuwahl in den Verwaltungsrat vor (vgl. separate CVs). Die Verwaltungsratsmitglieder Andreas Schmid (Präsident), Dr. Andreas Jacobs (Vizepräsident), Rolando Benedick und Andreas W. Keller stellen sich für eine weitere Amtsdauer von einem Jahr zur Wahl zur Verfügung. Dr. Johann Christian Jacobs hat den Wunsch geäussert, sich inskünftig auf das Präsidium der Jacobs-Stiftung zu konzentrieren, und steht deshalb nicht für eine Wiederwahl zur Verfügung.

Ausblick

CEO Patrick De Maeseneire zu den Aussichten für das laufende Geschäftsjahr 2004/05: „In den ersten zwei Monaten des laufenden Geschäftsjahres konnten wir in allen Geschäftsbereichen ein sehr gutes organisches Volumenwachstum verzeichnen. Wir glauben, dass sich das wirtschaftliche Umfeld im laufenden Geschäftsjahr eher



Medienmitteilung

schwierig gestalten dürfte, da sich die europäische Wirtschaft nicht in dem Masse erholt wie von den Konjunkturexperten prognostiziert und sich das Wirtschaftswachstum in den USA verlangsamt. Barry Callebaut ist entschlossen, weiterhin doppelt so schnell zu wachsen wie der weltweite Schokoladenmarkt. Durch die Einführung der spezialisierten Fabriken in allen Geschäftsbereichen – was uns Kostenführerschaft in allen Segmenten verschaffen wird –, die Erschliessung neuer geografischer Märkte sowie neue Produkte als Antwort auf die wachsende Verbrauchernachfrage nach mehr Convenience, Genuss und Gesundheit sind wir gut positioniert, um auch in den kommenden Jahren ein starkes und profitables Wachstum generieren zu können”.

Entwicklung der Geschäftssegmente

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 im Berichtsjahr auf 650'621 Tonnen (+ 3,1%), verglichen mit 631'146 Tonnen im Vorjahr.

- Zur weiteren Optimierung der Fixkosten wurde die Menge der an Drittkunden verkauften Kakaoprodukte um 4,5% auf 126'316 Tonnen erhöht (Vorjahr: 120'827 Tonnen).
- Die Verkaufsmenge im Geschäftsbereich Industrielle Kunden stieg um 2,7% auf 524'305 Tonnen. Klammert man die teilweise Einstellung des Verkaufs von Industrieschokolade von Stollwerck mit tiefen bzw. negativen Margen sowie die Reklassifizierung früherer Lieferungen an Brach's und Luijckx zu firmeninternem Geschäft aus, lag das organische Volumenwachstum bei 5,7%. Wichtigste Wachstumsmotoren waren Frankreich, die Mittelmeerländer, Osteuropa, Nordamerika und vor allem Asien-Pazifik (+34%). Dies ist das Ergebnis eines fortgesetzten Trends zur Auslagerung der Schokoladenproduktion bis hin zum Formen und Verpacken des Endprodukts, wofür Barry Callebaut bereits einige bedeutende Verträge mit grossen Markenartikelherstellern unterzeichnen konnte. Im Rahmen der geografischen Expansion wurden Verkaufsbüros in Moskau und Tokio eröffnet, die bereits erste Erfolge verzeichnen konnten.

Der Verkaufserlös im Industriegeschäft stieg um 0,4% auf CHF 2'203,3 Mio. (Vorjahr: CHF 2'193,9 Mio.).

- Der Verkaufserlös im Geschäftsbereich Kakao ging um 8,2% zurück. Diese Abnahme war bedingt durch sinkende Kakaobohnenpreise und Veränderungen im Produktemix, wurde teilweise jedoch wieder durch eine deutliche Margensteigerung bei den gepressten Produkten (Kakaobutter und Kakaopulver) ausgeglichen.
- Im Gegensatz dazu konnte der Geschäftsbereich Industrielle Kunden den Verkaufserlös im Vergleich zum Vorjahr um 3,8% auf CHF 1'639,3 Mio. steigern (Vorjahr: CHF 1'579,7 Mio.). Verantwortlich dafür waren Volumenwachstum, Margenverbesserungen und ein leicht positiver Nettowährungseffekt, teilweise wieder aufgehoben durch niedrigere Preise für Kakaobohnen. Unter Berücksichtigung der Auswirkungen der Übernahmen von Brach's und Luijckx sowie aus der teilweisen Einstellung des Industriegeschäfts von Stollwerck ergab sich ein organisches Wachstum des Verkaufserlöses von 7.3%.



Medienmitteilung

Der **Betriebsgewinn (EBIT)** für das Segment wuchs um 22,7% auf CHF 175,2 Mio., wobei ein wesentlicher Beitrag im Geschäftsbereich Kakao erwirtschaftet wurde.

Die **Segment-Bilanzsumme** inkl. Umlaufvermögen belief sich am Ende des Berichtsjahres auf CHF 1'658,2 Mio. Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr ist bedingt durch niedrigere Kakaobohnenpreise. Der EBIT betrug zufriedenstellende 10,6% der Segment-Bilanzsumme (Vorjahr: 7,9%).

Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft

Das Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft bedient eine breite Kundenpalette von lokalen gewerblichen Anwendern bis hin zu global tätigen Einzelhandelskonzernen.

Der **Verkaufserlös** im Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft stieg um 34,0% auf CHF 1'845,6 Mio. Davon resultierten CHF 425,1 Mio. oder 30,9% aus der erstmaligen Konsolidierung von Brach's für das Gesamtjahr und von Luijckx für sechs Monate. Der Restbetrag wurde durch organisches Wachstum erzielt. Brach's, die in den USA zu den führenden Herstellern von lose verkauften Süßwaren zählt, wurde im September 2003 übernommen. Ihre Restrukturierung und Integration in den Gesamtkonzern verläuft planmässig. Brach's leistete bereits einen moderaten positiven Beitrag zum Segment-EBIT. AM Foods wurde im September 2004 übernommen und in Barry Callebaut Schweden umbenannt; die Konsolidierung erfolgt ab 1. September 2004.

- Der Verkaufserlös im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten stieg um 7,9% auf CHF 514,0 Mio. (Vorjahr: CHF 476,4 Mio.). Das organische Wachstum betrug 3,8%. Alle Regionen erzielten höhere Verkäufe.
- Der von den beiden Bereichen Verbraucherprodukte Europa und Nordamerika generierte Verkaufserlös stieg nominal um 47,8% auf CHF 1'331,6 Millionen bzw. 32,9% des gruppenweiten Verkaufserlöses. CHF 399,3 Millionen dieses Wachstums resultierten aus der erstmaligen ganzjährigen Konsolidierung von Brach's. Das organische Wachstum war fast flach mit 0,3%.

Der **Betriebsgewinn (EBIT)** des Segments belief sich auf CHF 99,3 Mio. oder 2,6% weniger als im Vorjahr. Das in den Bereichen Gourmet & Spezialitäten und Verbraucherprodukte Nordamerika erzielte EBIT-Wachstum glich die unbefriedigende EBIT-Entwicklung im europäischen Verbrauchergeschäft praktisch aus, die sich aus der nicht zufriedenstellenden Geschäftsentwicklung in Deutschland – insbesondere im dritten und zu Beginn des vierten Quartals – sowie plötzlich deutlich höheren Preisen für Haselnüsse ergab.

Bedingt durch die Übernahme von Brach's stieg die **Segment-Bilanzsumme** um 22,8% auf CHF 953,4 Mio. Aufgrund der erwähnten Faktoren ging der EBIT auf 10,4% der Segment-Bilanzsumme zurück (Vorjahr: 13,1%).

Verbrauchergeschäft: Beschleunigte Umsetzung der Strategie

Wie bereits am 10. September dieses Jahres angekündigt, wurden Schritte in die Wege geleitet, um den Bereich Verbraucherprodukte Europa als bevorzugten und innovativen Lösungsanbieter für den internationalen Einzelhandel zu positionieren. Innovation und



Medienmitteilung

Kostenführerschaft sind Schlüsselfaktoren in einem Markt, der gekennzeichnet ist durch starke Wachstumsraten für Premiumprodukte auf der einen und Handelsmarken auf der anderen Seite. Zur Erreichung der Kostenführerschaft wird nun das bereits im Industriegeschäft erfolgreich eingeführte Konzept der spezialisierten Fabriken bzw. der "Centers of Excellence" auf die gesamte Produktion ausgeweitet. Die weltweit über 30 Produktionsstätten wurden zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres in einer zentral geführten Einheit „Operations“ zusammengefasst. Sie wird alle Geschäftsbereiche von Barry Callebaut beliefern. Die Herstellung der Produkte wird konzentriert, und jede Fabrik fokussiert sich als „Center of Excellence“ auf jene Produkte, für die sie am besten geeignet ist. Die Vorteile dieses Ansatzes für die einzelne Fabrik sind spezifischere Fachkompetenzen, längere Produktionsläufe, eine optimierte Lagerbewirtschaftung und ein verbessertes Kapazitätsmanagement. Ausserdem erlaubt die Trennung der Produktion von Vertrieb und Marketing den einzelnen Geschäftsbereichen, sich voll auf die Betreuung ihrer spezifischen Kundensegmente zu konzentrieren.

Elfenbeinküste

Die drei Barry Callebaut-Fabriken in der Elfenbeinküste sind seit Sonntag, 7. November 2004 geschlossen, da die öffentlichen Verkehrsmittel ihren Betrieb vorübergehend unterbrochen haben und die Arbeiter nicht zur Arbeit kommen können. Alle drei Fabriken sind voll betriebsfähig. Sobald der öffentliche Verkehr wieder funktioniert, sollen die Fabriken wieder in Betrieb genommen werden. Barry Callebaut ist seit 1968 in der Elfenbeinküste präsent und hat vergleichbare Situationen in der Vergangenheit erfolgreich gemeistert. Um das Risiko zu streuen, wurden die aus anderen Ländern wie Ghana oder Indonesien bezogenen Mengen an Kakaobohnen erhöht und die Verarbeitungskapazitäten in Europa, den USA und in Ghana erweitert. Barry Callebaut ist zuversichtlich, ihren vertraglichen Verpflichtungen gegenüber den Kunden im Schokoladenbereich nachkommen zu können.

* * *

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

Mit einem Jahresumsatz von über CHF 4 Mrd. für das Geschäftsjahr 2003/04 zählt die in Zürich, Schweiz, ansässige Barry Callebaut zu den weltweit führenden Herstellern 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 rund 9'000 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 2003/04 endete am 31. August 2004. Die Generalversammlung 2003/04 findet am 8. Dezember 2004 um 14.30 Uhr statt (Kongresshaus, Zürich, Gartensaal).

* * *



Medienmitteilung

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2004/05 (1. September 2004 bis 31. August 2005):

3-Monatszahlen 2004/05: 13. Januar 2005

Medienmitteilung, Aktionärsbrief, Analysten-/Medientelefonkonferenz

Halbjahresbericht 2004/05: 11. April 2005

Medienmitteilung, Aktionärsbrief, Analysten-/Medienkonferenz in Zürich

9-Monatszahlen 2004/05: 8. Juli 2005

Medienmitteilung, Aktionärsbrief, Analysten-/Medientelefonkonferenz

Jahresbericht 2004/05: 10. November 2005

Medienmitteilung, Analysten- und Medienkonferenz in Zürich

Generalversammlung 2004/05: 8. Dezember 2005 in Zürich

* * *

Kontakte

Für Investoren und Finanzanalysten:

Dieter A. Enkelmann, CFO

Barry Callebaut AG

Tel.: +41 1 801 61 43

Fax: +41 1 801 61 53

dieter_enkelmann@barry-callebaut.com

Für die Medien:

Gaby Tschofen

Barry Callebaut AG

Tel.: +41 1 801 61 60

Fax: +41 1 801 61 53

gaby_tschofen@barry-callebaut.com



Medienmitteilung

Pressekonferenz der Barry Callebaut AG

Datum: Mittwoch, 10. November 2004
Uhrzeit: 10:00 Uhr bis ca. 11:00 Uhr
Ort: SWX Swiss Exchange, ConventionPoint, Room "Exchange",
Selnastrasse 30, 8021 Zürich/Schweiz

Die Pressekonferenz kann per Telefon oder Audio-Webcast verfolgt werden.

**Wählen Sie bitte +41 91 610 56 00 (für Anrufe aus Europa)
+44 207 107 0611 (für Anrufe aus Grossbritannien)
+1 (1) 866 291 4166 (für Anrufe aus den USA)**

Sie werden dann aufgefordert, Ihren Namen und das Medium anzugeben, für das Sie tätig sind. Die Präsentation finden Sie auf unserer Website (www.barry-callebaut.com).

Für die Teilnahme am Live Audio-Webcast-Streaming folgen Sie bitte dem Link auf unserer Homepage (www.barry-callebaut.com).

Eine Aufzeichnung der Konferenz steht Ihnen ab 10. November 2004 (14:00 Uhr) für 72 Stunden zur Verfügung unter der Nummer **+41 91 612 43 30** (Europa), **+1 412 317 0088** (USA) und **+44 207 866 4300** (UK) – **Code '283'** (mit Zeichen # bestätigen).

Die Konferenzsprache ist Englisch.

* * *

Analystenkonferenz der Barry Callebaut AG

Datum: Mittwoch, 10. November 2004
Uhrzeit: 12:00 Uhr bis ca. 13:00 Uhr, mit anschliessendem Lunch- und
Dessertbuffet
Ort: SWX Swiss Exchange, ConventionPoint, Room "Exchange",
Selnastrasse 30, 8021 Zürich/Schweiz

Die Pressekonferenz kann per Telefon oder Audio-Webcast verfolgt werden. Fragen können nur per Telefon gestellt werden.

**Wählen Sie bitte +41 91 610 56 00 (für Anrufe aus Europa)
+44 207 107 0611 (für Anrufe aus Grossbritannien)
+1 (1) 866 291 4166 (für Anrufe aus den USA)**

Sie werden dann aufgefordert, Ihren Namen anzugeben. Die Präsentation finden Sie auf unserer Website (www.barry-callebaut.com).

Für die Teilnahme am Live Audio-Webcast-Streaming, folgen Sie bitte dem Link auf unserer Homepage (www.barry-callebaut.com).

Eine Aufzeichnung der Konferenz steht Ihnen ab dem 10. November 2004 (14:00 Uhr) für 72 Stunden zur Verfügung unter der Nummer **+41 91 612 43 30** (Europa), **+1 412 317 0088** (USA) und **+44 207 866 4300** (UK) – **Code '221'** (mit Zeichen # bestätigen).



Medienmitteilung

Kennzahlen der Barry Callebaut-Gruppe

		Veränderung (%)	2003/04	2002/03
Erfolgsrechnung				
Verkaufserlös <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	13.4% 11.7%	4,048.9 3,989.0	3,571.3
Verkaufsmenge	Tonnen	13.5%	1,011,358	891,048
EBITDA ⁽¹⁾	Mio. CHF	9.5%	364.8	333.1
Betriebsgewinn (EBIT) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	9.4% 7.3%	228.3 224.0	208.7
Konzerngewinn (PAT) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	12.0% 9.7%	115.6 113.2	103.2
Cashflow ⁽²⁾	Mio. CHF	10.8%	252.2	227.7
Bilanz				
Bilanzsumme	Mio. CHF	1.8%	2,760.5	2,712.7
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF	-4.3%	914.1	955.1
Anlagevermögen	Mio. CHF	4.8%	1,099.9	1,049.9
Nettoverschuldung	Mio. CHF	-8.5%	943.0	1,030.1
Eigenkapital	Mio. CHF	5.5%	800.9	759.2
Quotienten				
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) ⁽³⁾	%	2.7%	15.4%	15.0%
Eigenkapitalrendite (RoE)	%	6.1%	14.4%	13.6%
EBIT pro Tonne <i>in lokalen Währungen</i>	CHF	-3.6% -5.4%	225.7 221.5	234.2
Verschuldungsgrad	%	-13.2%	117.7%	135.7%
Aktien				
EBIT pro Aktie	CHF	9.4%	44.2	40.4
Gewinn pro Aktie	CHF	12.0%	22.4	20.0
Cash earnings pro Aktie ⁽⁴⁾	CHF	10.3%	66.3	60.1
Nennwertreduktion und Rückzahlung / 2003/04 Dividende pro Aktie 2002/03 ⁽⁵⁾	CHF	11.4%	7.80	7.00
Andere				
Mitarbeitende	Anzahl	14.0%	8,933	7,837

- 1) EBIT + Abschreibungen auf Sachanlagen und Abschreibungen auf Goodwill und anderes immaterielles Anlagevermögen
- 2) Konzerngewinn und Abschreibungen auf Sachanlagen und Abschreibungen auf Goodwill und anderes immaterielles Anlagevermögen
- 3) EBITA / Durchschnitt (eingesetztes Kapital – Goodwill)
- 4) Betrieblicher Geldfluss vor Veränderungen im Nettoumlaufvermögen / zur Berechnung des verwässerten Gewinns pro Aktie verwendete Anzahl ausgegebener Stammaktien
- 5) Vergleich Barertrag aus der vorgeschlagenen Kapitalherabsetzung für 2003/04 mit Bardividende 2002/03



Medienmitteilung

Kennzahlen nach Geschäftssegment

		Veränderung (%)	2003/04	2002/03
Segment Industriegeschäft				
Verkaufserlös	Mio. CHF	0.4%	2,203.3	2,193.9
<i>Kakao</i>	<i>Mio. CHF</i>	<i>-8.2%</i>	<i>564.0</i>	<i>614.2</i>
<i>Industrielle Kunden</i>	<i>Mio. CHF</i>	<i>3.8%</i>	<i>1,639.3</i>	<i>1,579.7</i>
Verkaufsmenge	Tonnen	3.1%	650,621	631,146
<i>Kakao</i>	<i>Tonnen</i>	<i>4.5%</i>	<i>126,316</i>	<i>120,827</i>
<i>Industrielle Kunden</i>	<i>Tonnen</i>	<i>2.7%</i>	<i>524,305</i>	<i>510,319</i>
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	22.7%	175.2	142.8
EBITDA	Mio. CHF	15.4%	248.3	215.2
Segment-Bilanzsumme	Mio. CHF	-8.7%	1,658.2	1,815.4
EBIT/Segment-Bilanzsumme	%	34.5%	10.6%	7.9%
Gewerbliche Kunden/ Verbrauchergeschäft.				
Verkaufserlös	Mio. CHF	34.0%	1,845.6	1,377.4
<i>Gourmet & Spezialitäten</i>	<i>Mio. CHF</i>	<i>7.9%</i>	<i>514.0</i>	<i>476.4</i>
<i>Verbraucherprodukte</i>	<i>Mio. CHF</i>	<i>47.8%</i>	<i>1,331.6</i>	<i>901.0</i>
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	-2.6%	99.3	102.0
EBITDA	Mio. CHF	6.0%	159.5	150.5
Segment-Bilanzsumme	Mio. CHF	22.8%	953.4	776.5
EBIT/Segment-Bilanzsumme	%	-20.6%	10.4%	13.1%



Urs Widmer

Urs Widmer (1941) ist Anwalt mit eigener Anwaltspraxis in Küsnacht, Zürich. Von 1998 bis 2002 war er Präsident des Verwaltungsrates der ATAG Ernst & Young Holding AG.

Zuvor war er bei der ATAG Ernst & Young in verschiedenen Funktionen tätig. 1974 bis 1980 arbeitete er in der Rechtsabteilung und wurde 1980 zum Leiter der Abteilung befördert. 1984 wurde er Mitglied der Geschäftsleitung der ATAG debis Informatik AG. 1986 wurde er zum Vorsitzenden der Geschäftsleitung der ATAG Wirtschaftsinformation Holding AG und zum Mitglied der Zentralkommission der ATAG Ernst & Young AG ernannt. 1988 wurde er Verwaltungsrat der ATAG Ernst & Young AG und 1990 Delegierter des Verwaltungsrates. 1991 wurde er zum Mitglied der Geschäftsleitung von Ernst & Young Europe in Brüssel, 1994 zum Mitglied des Global Executive Board von Ernst & Young International, New York und London ernannt. 1995 wurde er Delegierter und Präsident des Verwaltungsrates der ATAG Ernst & Young Holding AG. Begonnen hat er seine berufliche Karriere als Direktionsassistent bei der Alusuisse.

Urs Widmer ist Vizepräsident des Verwaltungsrates der Vontobel Holding AG und der Bank Vontobel AG sowie Präsident der Vontrust AG. Er ist Mitglied des Verwaltungsrates der Robert Fischer Holding AG und der Otto Fischer AG. Weiter ist er Stiftungsratsmitglied der Vontobel-Stiftung sowie der Stiftung Technopark und Präsident der Stiftung für Informationsrecht (HSG).

Urs Widmer hat ein Doktorat der Juristischen Fakultät der Universität Zürich.



Markus Fiechter

Markus Fiechter (1956) wurde per 1. September 2004 zum CEO der KJ Jacobs AG ernannt. Von 1994 bis 2004 war er CEO der Minibar Group. In den Jahren 1991 bis 1994 war er als Berater, Projektmanager und Manager für die Zürcher Niederlassung der Boston Consulting Group tätig. Von 1984 bis 1991 bekleidete er verschiedene Führungspositionen bei der Mettler Toledo AG. Er startete seine Berufslaufbahn als Assistenzprofessor für Chemie an der technischen Fachhochschule in Horw/Luzern.

Markus Fiechter ist Mitglied des Verwaltungsrates der Minibar AG und wird der Minibar-Gruppe auch weiterhin in beratender Funktion zur Verfügung stehen.

Markus Fiechter erwarb sein Diplom als Chemieingenieur (Dipl. Chem. Ing. ETH) an der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich sowie einen MBA (lic. oec. HSG) an der Universität St. Gallen.