



Medienmitteilung

Barry Callebaut publiziert Verkaufszahlen für die ersten neun Monate 2006/07: Anhaltend starkes Verkaufswachstum

- **Organisches Wachstum der Verkaufsmenge um 6,0% auf 838'349 Tonnen dank beschleunigtem Outsourcing-Trend**
- **Solides Umsatzwachstum¹ von 4,1% auf CHF 3'285,0 Millionen**
- **Barry Callebaut verfolgt verschiedene Optionen für das Verbrauchergeschäft von Brach's in Nordamerika, inkl. Joint-Venture, Teilverkauf oder vollständiger Verkauf**
- **Geplante Emission einer Anleihe über EUR 350 Millionen zur Erhöhung der finanziellen Flexibilität, abhängig vom Kapitalmarktumfeld**
- **Bestätigung der 3-Jahres-Finanzziele für den Zeitraum 2005/06 bis 2007/08**

Zürich/Schweiz, 28. Juni 2007 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten, gab heute die wichtigsten Verkaufszahlen für die am 31. Mai 2007 abgelaufenen ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2006/07 bekannt. Zudem plant das Unternehmen die Emission einer Anleihe (Fixed Rate Note) über EUR 350 Mio., um seine finanzielle Flexibilität sowie die durchschnittliche Fälligkeit der Verbindlichkeiten zu erhöhen und vom aktuell günstigen Kapitalmarktumfeld zu profitieren. Barry Callebaut erzielte in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres ein dynamisches Wachstum mit einem Anstieg der Verkaufsmenge auf 838'349 Tonnen. Dies entspricht einem organischen Wachstum von 6,0% und ist mehr als doppelt so stark, wie der globale Schokoladenmarkt wächst. Der Volumenanstieg ist, insbesondere in Europa, auf die hervorragende Performance des Geschäftsbereichs Industrielle Kunden zurückzuführen: Er profitierte vom Trend, dass bislang voll integrierte Nahrungsmittelhersteller begonnen haben, ihren Schokoladenbedarf zunehmend an spezialisierte Partner auszulagern. Der Umsatz¹ wuchs um 4,1% auf CHF 3'285,0 Mio. Diese Steigerung ist teilweise auf Währungseffekte zurückzuführen, insbesondere auf die Aufwertung des Euro gegenüber der Rechnungswährung des Unternehmens, d.h. dem Schweizer Franken. Unter Ausklammerung des Verbrauchergeschäfts von Brach's in Nordamerika stiegen die Verkaufsmenge um 7,4% und der Umsatz¹ um 6,1%.

Dazu Patrick De Maeseineire, CEO von Barry Callebaut: „Ich bin sehr zufrieden, dass Barry Callebaut in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres sein Wachstum fortsetzen und dabei erneut den globalen Schokoladenmarkt deutlich übertreffen konnte. In diesem Zeitraum konnten wir drei wichtige Lieferverträge mit den bekannten internationalen Konsumgüterherstellern Nestlé, Hershey und Cadbury gewinnen. Dank unserer globalen Präsenz von der Kakaobohne bis zum Produkt im Regal und unserer Innovationskraft konnten wir uns als der bevorzugte Outsourcing-Partner in der Schokoladenindustrie etablieren.“

¹ Zu Vergleichszwecken wurden die Vorjahresumsätze um ausserordentliche Kakaobohnenverkäufe bereinigt. Die ausgewiesenen Verkaufsmengen beinhalten nur verarbeitete Produkte. Daher sind physische Verkäufe von Kakaobohnen nicht im ausgewiesenen Verkaufsvolumen, aber im ausgewiesenen Umsatz enthalten.



Medienmitteilung

Verkaufskennzahlen der Barry Callebaut Gruppe für die ersten neun Monate 2006/07

KONZERN		Veränderung (in %)	9 Monate bis 31. Mai 2007	9 Monate bis 31. Mai 2006
Verkaufsmenge	Tonnen	6,0	838'349	791'115
Verkaufsmenge ohne Brach's	Tonnen	7,4	788'186	734'115
Umsatz ¹	Mio. CHF	4,1	3'285,0	3'154,9
Umsatz ¹ ohne Brach's	Mio. CHF	6,1	3'065,6	2'888,5

Überblick über die Verkaufsentwicklung nach Regionen in den ersten neun Monaten 2006/07

Region Europa

In der Region Europa wuchs die Verkaufsmenge infolge der soliden Nachfrage seitens der industriellen und gewerblichen Kunden um 8,4% auf 556'525 Tonnen. In Osteuropa resultierte ein Wachstum im zweistelligen Bereich. Um vom Wachstumspotenzial in Osteuropa noch mehr zu profitieren, stärkt Barry Callebaut zur Zeit die operativen Kapazitäten in der Region und wird im September die neue Fabrik in Russland einweihen. Der Umsatz¹ in der Region Europa stieg gegenüber der Vorjahresperiode um 5,9% auf CHF 2'285,0 Mio.

Der Geschäftsbereich Industrielle Kunden profitierte von wachsenden und neuen Outsourcing-Volumen in Westeuropa und erzielte in Kernmärkten wie Belgien, Grossbritannien, Deutschland, Frankreich und den Niederlanden ein starkes Wachstum. Ein besonders hohes Mengenwachstum erreichte der Geschäftsbereich in Osteuropa, vor allem in Polen und Russland. Der Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten verzeichnete ebenfalls ein erfreuliches Umsatzwachstum, vor allem in Grossbritannien, Frankreich und Osteuropa. Im Bereich Verbraucherprodukte Europa fiel der Umsatz wie erwartet geringer aus, was auf die bereits bekannte Aufgabe einiger Handelsmarkenverträge zurückzuführen ist. Dieser Effekt dürfte sich im laufenden Geschäftsjahr verflachen.

Region Nord- & Südamerika

In der Region Nord- & Südamerika wuchs die Verkaufsmenge nur leicht von 224'246 Tonnen im Vorjahreszeitraum auf 224'643 Tonnen, da das starke Wachstum in den Geschäftsbereichen Industrielle Kunden und Gourmet & Spezialitäten durch die unbefriedigende Verkaufsentwicklung bei den Verbraucherprodukten Nordamerika kompensiert wurde. In der Folge sank der Umsatz in der Region um 4,5% auf CHF 760,3 Mio. (Vorjahr: CHF 796,5 Mio.).

Wie bereits früher bekannt gegeben, hat die anhaltend unbefriedigende Performance des nordamerikanischen Verbrauchergeschäfts Barry Callebaut dazu veranlasst, dieses Geschäft einer strategischen Überprüfung zu unterziehen. Barry Callebaut verfolgt nun aktiv verschiedene Optionen, inklusive ein Joint-Venture, einen Teilverkauf oder den



Medienmitteilung

vollständigen Verkauf von Brach's, die mehr als drei Viertel des Umsatzes mit Verbraucherprodukten in Nordamerika ausmacht. Nach ersten Interessensbekundungen glaubt das Management von Barry Callebaut, dass ein Verkauf das günstigste Ergebnis darstellen würde.

Unter Ausklammerung von Brach's stieg die Verkaufsmenge in der Region Nord- & Südamerika um 4,3% auf 174'480 Tonnen, und der Umsatz nahm um 2,0% auf CHF 540,9 Mio. zu.

Ein veränderter Marktansatz und Marktanteilsgewinne verhalfen dem Geschäftsbereich Industrielle Kunden zu einem soliden Wachstum. Der Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten profitierte von einer guten Nachfrage nach seinen Premium- und herkunftstreuen Schokoladenprodukten.

Region Asien & Rest der Welt

Die Region Asien & Rest der Welt verzeichnete einen Anstieg der Verkaufsmenge um 6,9% auf 57'181 Tonnen. Die Region erzielte ein Umsatzwachstum¹ um 19,6% auf CHF 239,7 Mio.

Das gute Ergebnis ist der äusserst starken Performance des Geschäftsbereichs Industrielle Kunden zuzuschreiben, der im dritten Quartal umfangreiche Lieferungen nach Australien und Südafrika verzeichnen konnte. Die Verkäufe im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten nahmen in der Region Asien & Rest der Welt ebenfalls zu, mit steigender Nachfrage nach Premiumprodukten in Hongkong und China.

Verkaufskennzahlen nach Regionen für die ersten neun Monate 2006/07

EUROPA		Veränderung (in %)	9 Monate bis 31. Mai 2007	9 Monate bis 31. Mai 2006
Verkaufsmenge	Tonnen	8,4	556'525	513'355
Umsatz ¹	Mio. CHF	5,9	2'285,0	2'157,9

NORD- & SÜDAMERIKA		Veränderung (in %)	9 Monate bis 31. Mai 2007	9 Monate bis 31. Mai 2006
Verkaufsmenge	Tonnen	0,2	224'643	24'246
Verkaufsvolumen ohne Verbrauchergeschäft von Brach's in Nordamerika	Tonnen	4,3	174'480	167'246
Umsatz	Mio. CHF	-4,5	760,3	796,5
Umsatz ohne Brach's	Mio. CHF	2,0	540,9	530,1

ASIEN/ REST DER WELT		Veränderung (in %)	9 Monate bis 31. Mai 2007	9 Monate bis 31. Mai 2006
Verkaufsmenge	Tonnen	6,9	57'181	53'514
Umsatz ¹	Mio. CHF	19,6	239,7	200,5



Medienmitteilung

Entwicklung der Geschäftssegmente in den ersten neun 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 586'947 Tonnen, was einem organischen Wachstum von 10,8% gegenüber der Vorjahresperiode entspricht.

- Die Verkaufsmenge von Kakaoprodukten an Drittkunden belief sich auf 107'495 Tonnen. Dies entspricht einem Plus von 12,1%. Die Volumina wurden forciert, um den Margenrückgang als Folge der sich verschlechternden Combined (Kakao-) Ratio zu kompensieren².
- Die Verkaufsmenge im Geschäftsbereich Industrielle Kunden betrug 479'452 Tonnen. Dies entspricht einem Anstieg von 10,5% im Vergleich zur Vorjahresperiode. Der Geschäftsbereich profitierte von höheren Outsourcing-Volumen, da eine wachsende Zahl integrierter Konsumgüterhersteller ihren Fokus vermehrt auf Verkauf und Marketing ausrichtet und Flüssigschokolade von Dritten bezieht. Als weltweiter Branchenführer ist Barry Callebaut gut positioniert, um diesen Trend weiterhin für sich zu nutzen.
- Barry Callebaut erwartet die baldige Unterzeichnung der definitiven Vereinbarungen mit Nestlé und Hershey und wird in den nächsten Monaten anfangen, die beiden Unternehmen zu beliefern.

Der Umsatz¹ im Industriegeschäft stieg um 10,1% auf CHF 1'891,1 Mio. (Vorjahr: CHF 1'717,4 Mio.).

- Im Kakaogeschäft nahm der Umsatz¹ um 7,5% auf CHF 379,8 Mio. zu gegenüber CHF 353,3 Mio. im Vorjahr. Dieser Anstieg ist auf höhere Verkaufsmengen zurückzuführen, obwohl die durchschnittlichen Verkaufspreise auf Grund der tieferen Combined (Kakao-)Ratio wie erwähnt niedriger waren.
- Die höheren Verkaufsmengen im Geschäftsbereich Industrielle Kunden führten zu einem Umsatzwachstum von 10,8% auf CHF 1'511,3 Mio. gegenüber CHF 1'364,1 Mio. in der Vorjahresperiode.

Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft

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

² Kombinierte Verkaufspreise für Kakaobutter und Kakaopulver relativ zum Kakaobohnenpreis.



Medienmitteilung

Der **Umsatz** sank im Vergleich zur Vorjahresperiode um 3% von CHF 1'437,5 Mio. auf CHF 1'393,9 Mio. Hauptursachen waren tiefere Umsätze im Verbrauchergeschäft wegen aufgebener Handelsmarkenverträge in Europa sowie der geringere Absatz von Brach's Verbraucherprodukten in Nordamerika.

- Im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten stieg der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 4,8% von CHF 428,0 Mio. auf CHF 448,4 Mio. Der Geschäftsbereich verzeichnete eine starke Nachfrage nach seinen Premium-Produkten, insbesondere nach herkunftreiner Schokolade.
- Der Umsatz im Verbrauchergeschäft ging um 6,3% auf CHF 945,5 Mio. zurück. Unter Ausklammerung des nordamerikanischen Verbrauchergeschäfts von Brach's gab der Umsatz um 2,3% auf CHF 726,1 Mio. nach.

Geplante Emission einer Anleihe über EUR 350 Millionen

Barry Callebaut Services N.V., eine Finanztochtergesellschaft der Barry Callebaut AG, plant die Emission einer Anleihe (Fixed Rate Note) über EUR 350 Mio. mit einer festen Laufzeit von 10 Jahren. Damit will das Unternehmen seine Finanzierungsstruktur weiter an seine operativen Bedürfnisse anpassen, sein Bilanzprofil verbessern und die günstigen Kapitalmarktbedingungen nutzen. Der Erlös soll zur Erhöhung der Liquidität verwendet werden, um dem Unternehmen die Umsetzung bestehender Partnerschafts- und Expansionsprojekte wie mit Nestlé und Hershey zu erlauben. Ferner können dank diesen Mitteln neue Wachstumschancen sondiert werden, wenn und wo sich solche bieten. Der Zeitpunkt der Emission ist vom Kapitalmarktumfeld abhängig. Gleichzeitig beabsichtigt das Unternehmen, die Rahmenbedingungen seiner bestehenden syndizierten Kreditfazilität über EUR 850 Mio. neu zu verhandeln.

Ausblick

Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut, gab folgenden Ausblick: „Eine wachsende Anzahl ehemals voll integrierter Nahrungsmittelhersteller beginnt ihre Schokoladenherstellung auszulagern. Unsere Liefervereinbarungen mit Nestlé, Hershey und Cadbury bestätigen den sich beschleunigenden Outsourcing-Trend der Branche, sowohl in Europa als auch in den USA. Barry Callebaut ist gut positioniert, um von diesen Marktentwicklungen weiter zu profitieren. Wir werden unser Unternehmen auch künftig durch geografische Expansion, Kostenführerschaft und Innovation fit trimmen. Die geplante Anleihensemission wird uns die nötige finanzielle Flexibilität geben, um unseren erfolgreichen Wachstumspfad fortzusetzen. Wie bereits im Verlauf des Jahres erwähnt, werden die höheren Rohstoffpreise nicht ohne Einfluss auf unser Geschäftsergebnis im Geschäftsjahr 2006/07 bleiben. Der negative Effekt der verschlechterten Combined (Kakao-)Ratio dürfte sich auf rund CHF 25 Mio. belaufen. Höhere Milchpreise werden sich ebenfalls auswirken, dürften jedoch teilweise durch Preiserhöhungen wettgemacht werden. Trotz dieser Entwicklungen sind wir zuversichtlich, dass wir unsere 3-Jahres-Finanzziele bis 2007/08 erreichen werden und uns auf einem konstanten Wachstumskurs in die Zukunft befinden.“



Medienmitteilung

*Diese Ziele sind im Durchschnitt pro Jahr: Volumenwachstum von 3-5%, EBIT-Wachstum von 8-10% und PAT-Wachstum von 12-15%, 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 23 Ländern präsent, unterhält über 30 Produktionsstandorte und beschäftigt über 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 internationalen Einzelhandelskonzernen. Zudem bietet Barry Callebaut umfassende Dienstleistungen in den Bereichen Produktentwicklung, Verarbeitung, Schulung und Marketing an.

* * *

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

Jahresbericht 2006/07 6. November 2007 Medienmitteilung, Medienkonferenz und
Analystenkonferenz (Zürich)

Generalversammlung: Zürich, 29. November 2007

* * *

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

Umsatzkennzahlen der Barry Callebaut AG (ungeprüft)

		Veränderung (%)	9 Monate bis 31. Mai 07	9 Monate bis 31. Mai 06
Umsatz der Gruppe				
Verkaufsmenge	Tonnen	6.0%	838'349	791'115
Umsatz ⁽¹⁾	Mio. CHF	4.1%	3'285.0	3'154.9
(Inkl. ausserordentliche Kakaobohnenverkäufe 05/06)	Mio. CHF	-0.1%	3'285.0	3'287.4
Umsatz nach Regionen				
Europa				
Verkaufsmenge	Tonnen	8.4%	556'525	513'355
Umsatz ⁽¹⁾	Mio. CHF	5.9%	2'285.0	2'157.9
(Inkl. ausserordentliche Kakaobohnenverkäufe 05/06)	Mio. CHF	0.6%	2'285.0	2'270.4
Nord- & Südamerika				
Verkaufsmenge	Tonnen	0.2%	224'643	224'246
Umsatz	Mio. CHF	-4.5%	760.3	796.5
Asien/Rest der Welt				
Verkaufsmenge	Tonnen	6.9%	57'181	53'514
Umsatz ⁽¹⁾	Mio. CHF	19.6%	239.7	200.5
(Inkl. ausserordentliche Kakaobohnenverkäufe 05/06)	Mio. CHF	8.7%	239.7	220.5
Umsatz nach Geschäftssegmenten				
Industriegeschäft				
Verkaufsmenge	Tonnen	10.8%	586'947	529'664
- Kakao	Tonnen	12.1%	107'495	95'867
- Industrielle Kunden	Tonnen	10.5%	479'452	433'797
Umsatz ⁽¹⁾	Mio. CHF	10.1%	1'891.1	1'717.4
(Inkl. ausserordentliche Kakaobohnenverkäufe 05/06)	Mio. CHF	2.2%	1'891.1	1'849.9
- Kakao ⁽¹⁾	Mio. CHF	7.5%	379.8	353.3
(Inkl. ausserordentliche Kakaobohnenverkäufe 05/06)	Mio. CHF	-21.8%	379.8	485.8
- Industrielle Kunden	Mio. CHF	10.8%	1'511.3	1'364.1
Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft				
Umsatz	Mio. CHF	-3.0%	1'393.9	1'437.5
- Gourmet & Spezialitäten	Mio. CHF	4.8%	448.4	428.0
- Verbraucherprodukte	Mio. CHF	-6.3%	945.5	1'009.5

⁽¹⁾ Zu Vergleichszwecken wurde der Umsatz des Vorjahres um die ausserordentlichen Kakaobohnenverkäufe bereinigt. Die ausgewiesene Verkaufsmenge umfasst nur verarbeitete Produkte. Daher sind physische Verkäufe von Kakaobohnen nicht in der ausgewiesenen Verkaufsmenge, aber im ausgewiesenen Umsatz enthalten.