



Medienmitteilung

Barry Callebaut publiziert Ergebnisse für das erste Halbjahr 2007/08¹: **Starker Anstieg der Verkäufe, Investitionen in die Zukunft**

- **Anstieg der Verkaufsmenge um 10,3% auf 612'436 Tonnen**
- **Umsatzsteigerung um 21,1% auf CHF 2'585,0 Mio.**
- **Anstieg des Betriebsgewinns (EBIT) um 1,3% auf CHF 200,4 Mio. Anstieg um 5,5% gegenüber dem für das erste Halbjahr 2006/07 publizierten EBIT von CHF 190 Mio.**
- **Stabiler Konzerngewinn von CHF 124,4 Mio. für die Berichtsperiode**
- **Bestätigung der 4-Jahres-Finanzziele für den Zeitraum 2007/08 bis 2010/11**

Zürich/Schweiz, 3. April 2008 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten, gab heute die Ergebnisse für das am 29. Februar 2008 abgelaufene erste Semester des Geschäftsjahres 2007/08 bekannt. Die Verkaufsmenge stieg um 10,3% auf 612'436 Tonnen und wuchs damit dreimal so schnell wie der globale Schokoladenmarkt. Der Umsatz verzeichnete vor allem infolge der höheren Preise für Kakaobohnen und andere Rohstoffe sowie günstiger Wechselkurse einen starken Anstieg um 21,1% auf CHF 2'585,0 Mio. Bereinigt um Kakaopreis- und Währungseffekte wuchs der Umsatz um 15,7%.

Die Rentabilität wurde durch die folgenden drei Faktoren beeinträchtigt: Die Verkaufspreise für Markenverbraucherprodukte konnten erst per 1. Januar 2008 angehoben werden, das heisst zeitlich verzögert gegenüber den Preissteigerungen bei den Rohstoffen. Die Inbetriebnahme der neuen Fabriken in den wachstumsstarken Märkten Russland und China war mit einmaligen Zusatzkosten verbunden. Zudem führen die grossen Outsourcing-Verträge, wie früher schon kommuniziert, zu Beginn zu hohen Fixkosten bei noch tiefer Werksauslastung, was einen entsprechend tieferen EBIT pro Tonne zur Folge hat. Trotz dieser Effekte, die sich im zweiten Semester nicht mehr auswirken werden, wurde ein EBIT²-Zuwachs von 1,3% auf CHF 200,4 Mio. erzielt. Der Konzerngewinn für die Berichtsperiode blieb mit CHF 124,4 Mio. stabil, negativ beeinflusst durch einen Verlust aus dem Verkauf einer Minderheitsbeteiligung und einen höheren durchschnittlichen Steuersatz der Gruppe.

Ausblick

Dazu Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut: «Im ersten Semester des laufenden Geschäftsjahres haben wir bedeutende Investitionen in unsere Zukunft getätigt: Wir haben zwei neue Fabriken in aufstrebenden Märkten eröffnet, vier neue Produktionsstätten in Nordamerika und Europa integriert und schrittweise die Produktion für drei grosse Outsourcing-Verträge aufgenommen. Wir sind nun optimal positioniert, um künftig unser profitables Wachstum zu beschleunigen und in vollem Umfang von Skaleneffekten zu profitieren. Das Kostenumfeld wird anspruchsvoll bleiben. Trotz Unsicherheiten bezüglich Konjunktur- und Währungsentwicklungen sowie des erwarteten deutlich tieferen Volumenwachstums im dritten Quartal aufgrund der sehr frühen Ostern sind wir zuversichtlich, dass wir unsere mittelfristigen Finanzziele³ erreichen werden. Diese sind definiert als Durchschnittswerte über einen Vierjahreszeitraum (2007/08-2010/11). Dies natürlich vorbehaltlich grösserer unvorhersehbarer Ereignisse.»

¹ Die Vorjahreszahlen wurden zu Vergleichszwecken an die Darstellung des Berichtsjahres angepasst

² Der publizierte EBIT für das Halbjahr 2006/07 betrug vor Anpassung des aufgegebenen Geschäftsbereichs Brach's CHF 190,0 Mio.

³ Wachstum im Durchschnitt pro Jahr: Volumen 9-11%, EBIT 11-14% und Gewinn 13-16%



Medienmitteilung

Kennzahlen der Barry Callebaut Gruppe für das erste Halbjahr 2007/08:

		<i>Veränderung (in %)</i>	<i>6 Monate bis 29. Feb. 2008</i>	<i>6 Monate bis 28. Feb. 2007¹</i>
<i>Verkaufsmenge</i>	<i>Tonnen</i>	10.3	612,436	555,183
<i>Umsatz</i>	<i>Mio. CHF</i>	21.1	2,585.0	2,134.0
<i>Betriebsgewinn (EBIT)</i>	<i>Mio. CHF</i>	1.3	200.4	197.9 ²
<i>EBIT/Tonne</i>	<i>CHF</i>	-8.2	327.2	356.5
<i>Konzerngewinn für die Periode</i>	<i>Mio. CHF</i>	-0.2	124.4	124.7

Marktumfeld

Die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2007/08 wurden durch die ausserordentlich hohen Rohwarenpreise und volatilen Rohstoffmärkte beeinflusst. Der Kakaopreis zog zwischen September 2007 und Ende Februar 2008 um fast 50% an, gefolgt von einer scharfen Preiskorrektur Mitte März. Es wird erwartet, dass die Kakaopreise weiterhin volatil sind. Um die Auswirkungen der Schwankungen bei den Rohstoffkosten zu minimieren, wendet Barry Callebaut konsistente Risikomanagementprozesse an. Die Combined (Cocoa)-Ratio begann vor kurzem, sich günstig zu entwickeln, und hatte zum Ende der Berichtsperiode eine positive Auswirkung auf das Geschäft von Barry Callebaut. Seit ihrem historischen Höchststand im August 2007 sind die Preise für Milchpulver wieder gesunken, liegen aber nach wie vor über dem langfristigen Durchschnitt. Energie- und Transportkosten erhöhten sich parallel zu den steigenden Ölpreisen.

Geschäftsentwicklung nach Regionen im ersten Halbjahr 2007/08 im Überblick

Region Europa: Bemerkenswertes Mengenwachstum

Die Region Europa verzeichnete ein Wachstum der Verkaufsmenge von 10,8% auf 434'339 Tonnen. Der Umsatz stieg um 23,3% auf CHF 1'969,9 Mio. Der Betriebsgewinn erhöhte sich um 0,6% auf CHF 171,9 Mio.

In Europa gewann der Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** Marktanteile in einem äusserst wettbewerbsintensiven und teilweise gesättigten Markt in Westeuropa hinzu. Erste Lieferungen an grosse Outsourcing-Kunden und eine gute Nachfrage seitens kleinerer Kunden führten zu einem über dem Markt liegenden Anstieg der Verkaufsmengen. Während der schrittweisen Integration grosser Outsourcing-Volumen ist deren EBIT-Beitrag entsprechend geringer, steigt jedoch allmählich mit der zunehmenden Auslastung der zusätzlichen Produktionskapazitäten. Die verzögerte Anlaufphase der neuen Schokoladenfabrik von Barry Callebaut in Russland führte zu einmaligen Zusatzkosten. Der Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten** verzeichnete infolge von Produktinnovationen und verstärkten Marketinginitiativen eine sehr gute Performance. Der Geschäftsbereich **Verbraucherprodukte Europa** entwickelte sich flach. Die Verkaufspreise für Markenverbraucherprodukte wurden erst per 1. Januar 2008 angehoben, also zeitlich verzögert in Relation zu den höheren Rohstoffkosten.

In der Berichtsperiode wurde die Backwarenfabrik Wurzener Dauerbackwaren in Deutschland verkauft, um den Fokus auf das Kerngeschäft, sprich Schokolade, weiter zu erhöhen. Barry Callebaut beschloss ferner, die Minderheitsbeteiligung am französischen Schokoladenhersteller Jacquot, der sich unterdurchschnittlich entwickelte, an einen Wettbewerber zu veräussern. Der Verkauf dieser Minderheitsbeteiligung führte zu einem einmaligen Veräusserungsverlust und einem gewissen Volumenrückgang.



Medienmitteilung

Region Nord- und Südamerika: Stärkung der Marktposition

Die Verkaufsmenge in der Region Nord- und Südamerika nahm um 15,3% auf 141'318 Tonnen zu, was als klares Signal für eine gestärkte Marktposition von Barry Callebaut gewertet werden kann. Der Umsatz stieg um 19,2% auf CHF 455,9 Mio., nachdem der Effekt des schwächeren USD gegenüber der Berichtswährung CHF durch die höheren Rohstoffpreise mehr als kompensiert wurde. Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um herausragende 12,1% auf CHF 40,7 Mio.

Nordamerika, namentlich die USA, zählt für Barry Callebaut zu den wichtigsten Wachstumsregionen. Der Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** verzeichnete ein gutes Wachstum der Verkaufsmenge, wobei die ersten Lieferungen im Rahmen grosser Outsourcing-Verträge planmässig anliefen. Diese ersten Volumen werden in bestehenden Werken von Barry Callebaut produziert. Die Inbetriebnahme der neuen Schokoladenfabrik in Monterrey, Mexiko, ist für Sommer 2008 vorgesehen; diese Fabrik wird zusätzliche Produktion aus der stufenweisen Erhöhung der Outsourcing-Volumen aufnehmen. Der Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten** entwickelte sich gut und baute seine Marktpräsenz aus, obwohl der ungünstige EUR/USD-Wechselkurs höhere Preise für europäische Gourmetprodukte zur Folge hatte und damit deren Import nach Nordamerika erschwerte.

Region Asien-Pazifik & Rest der Welt: Investitionen zur Nutzung von Wachstumschancen

Die Region Asien-Pazifik & Rest der Welt verzeichnete einen Rückgang der Verkaufsmenge um 9,3% auf 36'779 Tonnen, der Umsatz stieg hingegen um 3,5% auf CHF 159,2 Mio. Die Verkaufsmenge ging zurück, da die Gruppe ihr senegalesisches Verbrauchergeschäft Chocosen SA per 28. Februar 2007 veräusserte, die entsprechenden Volumen in den Vorjahreszahlen aber noch enthalten waren. Der Betriebsgewinn (EBIT) der Region sank um 17,1% auf CHF 17,3 Mio., was auf die unbefriedigende Entwicklung des afrikanischen Verbrauchergeschäfts zurückgeht. Am 29. Februar 2008 verkaufte Barry Callebaut die im Verbrauchergeschäft in der Elfenbeinküste tätige Tochtergesellschaft SN Chocodi SA an die CKG Holding, einen lokalen industriellen Investor.

Der Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** war mit Kapazitätsbeschränkungen konfrontiert, da die Fabrik in Singapur zum zweiten Jahr in Folge an der Kapazitätsgrenze lief. Daher war in der Region bis zur Inbetriebnahme der neuen Fabrik in China im Januar 2008 kein Mengenwachstum möglich. Der Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten** schnitt insbesondere im Premium-Bereich gut ab und ergänzte sein Portfolio um eine lokal produzierte Marke, um damit den preissensiblen lokalen Markt zu bedienen.

Im Rahmen der geografischen Expansion in die wachstumsstarken Märkte Asiens hat Barry Callebaut mit dem multinationalen malaysischen Unternehmen Kuala Lumpur Kepong Berhad vereinbart, 60% von dessen Tochtergesellschaft KLK Cocoa zu übernehmen. Weitere Informationen dazu enthält die entsprechende Medienmitteilung vom 31. März 2008.



Medienmitteilung

Kennzahlen nach Regionen für das erste Halbjahr 2007/08

EUROPA		Veränderung (in %)	6 Monate bis 29. Feb. 2008	6 Monate bis 28. Feb. 2007
Verkaufsmenge	Tonnen	10.8	434,339	392,043
Umsatz	Mio. CHF	23.3	1,969.9	1,597.7
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	0.6	171.9	170.8

NORD- & SÜDAMERIKA		Veränderung (in %)	6 Monate bis 29. Feb. 2008	6 Monate bis 28. Feb. 2007
Verkaufsmenge	Tonnen	15.3	141,318	122,584
Umsatz	Mio. CHF	19.2	455.9	382.5
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	12.1	40.7	36.3

ASIEN-PAZIFIK/ REST DER WELT		Veränderung (in %)	6 Monate bis 29. Feb. 2008	6 Monate bis 28. Feb. 2007
Verkaufsmenge	Tonnen	-9.3	36,779	40,556
Umsatz	Mio. CHF	3.5	159.2	153.8
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	-17.1	17.3	20.9

Entwicklung der Geschäftssegmente im ersten Halbjahr 2007/08

Segment Industriegeschäft: Wachstumstreiber

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

Mit dem Erwerb von FPI in den USA, der Übereinkommenvereinbarung für KLK Cocoa in Malaysia und dem Ausbau seiner Kakaofabriken in San Pedro (Elfenbeinküste) und Louviers (Frankreich) hat das Unternehmen seine Kapazitäten in der Kakaoverarbeitung deutlich erweitert. Zudem hat sich die Combined (Cocoa)-Ratio seit Februar 2008 positiv auf die Aktivitäten von Barry Callebaut ausgewirkt.

Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft: Starkes Gourmet-Geschäft

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.

Die starke Performance des Gourmet-Geschäfts wurde durch einen negativen Sondereffekt infolge der verzögerten Überwälzung der hohen Rohstoffkosten im Geschäftsbereich Verbraucherprodukte kompensiert. Die Verkaufspreise für Markenverbraucherprodukte konnten erst per 1. Januar 2008 angehoben werden.



Medienmitteilung

Kennzahlen nach Geschäftssegmenten für das erste Halbjahr 2007/08

INDUSTRIEGESCHÄFT		Veränderung (in %)	6 Monate bis 29. Feb. 2008	6 Monate bis 28. Feb. 2007
Verkaufsmenge	Tonnen	13.7	446,570	410,497
Umsatz	Mio. CHF	30.2	1,678.3	1,289.1
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	2.7	122.1	118.9

GEWERBLICHE KUNDEN/ VERBRAUCHERGESCHÄFT		Veränderung (in %)	6 Monate bis 29. Feb. 2008	6 Monate bis 28. Feb. 2007
Umsatz	Mio. CHF	7.3	906.7	844.9
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	-1.2	107.8	109.1

Bestätigung der Finanzziele für die nächsten vier Jahre

Im November 2007 erhöhte Barry Callebaut die mittelfristigen Finanzziele, die als Durchschnittswerte über einen Zeitraum von vier Jahren quantifiziert sind. Um diese Performanceziele zu erreichen, tätigt Barry Callebaut bedeutende Investitionen und hat das globale Produktionsnetzwerk weiter ausgebaut. Wie früher kommuniziert, sind mit diesen Investitionen bedeutende Anlaufkosten und die Errichtung zusätzlicher Produktionskapazitäten verbunden. Diese Faktoren haben das EBIT-Wachstum von Barry Callebaut im ersten Semester des laufenden Geschäftsjahres gebremst, werden jedoch künftig ein beschleunigtes EBIT-Wachstum ermöglichen. Zur Kompensation der höheren Einstandskosten aufgrund der gestiegenen Rohwaren- und Energiepreise leitete Barry Callebaut ein Kostensenkungsprogramm ein, das Einsparungen im zweiten Halbjahr in Höhe von rund CHF 20 Mio. bringen dürfte. Aufgrund dieser verschiedenen Faktoren bestätigt Barry Callebaut die ehrgeizigen Finanzziele³ für die Vierjahresperiode bis 2010/11, vorbehaltlich grösserer unvorhersehbarer Ereignisse.

³ Wachstum im Durchschnitt pro Jahr: Volumen 9-11%, EBIT 11-14% und Gewinn 13-16%.

* * *

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

Mit einem Jahresumsatz von über CHF 4 Mrd. für das Geschäftsjahr 2006/07 ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut der weltweit grösste Hersteller von hochwertigem Kakao und Schokolade – von der Kakaobohne bis zum fertigen Produkt im Verkaufsregal. Barry Callebaut ist in 25 Ländern präsent, unterhält ungefähr 40 Produktionsstandorte und beschäftigt rund 7'500 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.

* * *

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:

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

* * *



Medienmitteilung

Analysten- und Medienkonferenz der Barry Callebaut AG

Datum: Donnerstag, 3. April 2008
Zeit: 10.30 Uhr bis ca. 11.45 Uhr MESZ,
Ort: Barry Callebaut Hauptsitz, Chocolate Academy, Erdgeschoss,
Pfingstweidstrasse 60, Westpark, 8005 Zürich, Schweiz

Die Präsentationen erfolgen in englischer Sprache, Fragen können aber auch auf Deutsch und Französisch gestellt werden. Die Konferenz kann zudem per Telefon oder Audio-Webcast mitverfolgt werden.

Wenn Sie die Konferenz per Telefon mitverfolgen möchten, wählen Sie:
+41 91 610 5600 (für Anrufe aus Europa)
+44 207 107 0611 (für Anrufe aus Grossbritannien)
+1 866 291 4166 (für Anrufe aus den USA)

Sie werden dann gebeten, Ihren Namen und den Namen Ihrer Publikation anzugeben.

Für die Teilnahme am Live-Audio-Webcast-Streaming folgen Sie bitte dem Link auf unserer Homepage (www.barry-callebaut.com). Sie sollten sich 10 Minuten vor Beginn einloggen und Ihre Daten registrieren. Möglicherweise kommt es zu einer leichten Verzögerung zwischen der akustischen Übertragung und dem Folien-Wechsel. Sie können deshalb eine Kopie der Präsentation von unserer Webseite herunterladen.

Eine Aufzeichnung der Konferenz steht Ihnen ab dem 3. April 2008 (14.00 Uhr) für 72 Stunden zur Verfügung unter der Nummer +41 91 612 4330 (Europa), +44 207 108 6233 (Grossbritannien) oder +1 866 416 2558 (USA) und dem Code '13560' (mit #-Zeichen bestätigen).

Für Fragen wenden Sie sich bitte an Tamara Frey (Telefon: +41 43 204 0459 oder E-Mail: tamara_frey@barry-callebaut.com).

* * *

Finanzkalender für das Geschäftsjahr 2007/08 (1. September 2007 bis 31. August 2008):

9-Monatsbericht 2007/08:	1. Juli 2008
Jahresbericht 2007/08:	6. November 2008, Zürich
Generalversammlung 2007/08:	4. Dezember 2008, Zürich

* * *



Medienmitteilung

Kennzahlen von Barry Callebaut (ungeprüft)

		Veränderung (in %)	6 Monate bis 29. Feb. 2008	6 Monate bis 28. Feb. 2007 ⁹
Erfolgsrechnung				
Umsatz	Mio. CHF	21.1	2,585.0	2,134.0
Verkaufsmenge	Tonnen	10.3	612,436	555,183
EBITDA ¹	Mio. CHF	2.6	256.5	250.0
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	1.3	200.4	197.9
Konzerngewinn ²	Mio. CHF	-6.8	125.7	134.8
Konzerngewinn für die Berichtsperiode	Mio. CHF	-0.2	124.4	124.7
Cashflow ³	Mio. CHF	-0.3	251.4	252.1
EBIT pro Tonne	CHF	-8.2	327.2	356.5
			29. Feb. 2008	28. Feb. 2007
Bilanz				
Bilanzsumme	Mio. CHF	24.0	3,776.3	3,045.7
Nettoumlaufvermögen ⁴	Mio. CHF	-0.1	1,007.3	1,008.3
Anlagevermögen	Mio. CHF	5.0	1,235.3	1,176.7
Nettoverschuldung	Mio. CHF	8.0	958.8	887.5
Eigenkapital ⁵	Mio. CHF	-5.5	1,073.1	1,135.9
Aktien				
Aktienkurs am Ende der Berichtsperiode	CHF	6.5	894.50	840.00
EBIT pro Aktie (ausgegeben)	CHF	1.3	38.76	38.28
Unverwässerter Gewinn pro Aktie ⁶	CHF	-0.8	24.08	24.29
Cash Earnings pro Aktie ⁷	CHF	-0.3	48.74	48.89
Übrige				
Mitarbeitende		8.0	7,224	6,691 ⁸

¹ EBIT + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf immaterielles Anlagevermögen

² Konzerngewinn aus fortzuführenden Geschäftsbereichen (inklusive Minderheiten)

³ Betrieblicher Geldfluss vor Veränderungen im Nettoumlaufvermögen

⁴ Beinhaltet Umlaufvermögen und kurzfristiges Fremdkapital aus Geschäftstätigkeit und kurzfristige Rückstellungen

⁵ Total den Aktionären des Mutterunternehmens zurechenbares Eigenkapital

⁶ Basierend auf dem Konzerngewinn für die Periode, der den Aktionären des Mutterunternehmens zurechenbar ist, inklusive Nettoverlust aus aufgegebenen Geschäftsbereichen

⁷ Betrieblicher Geldfluss vor Veränderung des Nettoumlaufvermögen/Anzahl ausstehender Aktien

⁸ Angepasst um Mitarbeitende aus aufgegebenen Geschäftsbereichen

⁹ Bestimmte Vorjahreszahlen wurden zu Vergleichszwecken an die Darstellung der Berichtsperiode angepasst oder reklassifiziert



Medienmitteilung

Kennzahlen nach Region (ungeprüft)

		Veränderung (in %)	6 Monate bis 29. Feb. 2008	6 Monate bis 28. Feb. 2007 ⁹
Europa				
Umsatz	Mio. CHF	23.3	1,969.9	1,597.7
Verkaufsmenge	Tonnen	10.8	434,339	392,043
EBITDA	Mio. CHF	2.3	215.5	210.6
EBIT	Mio. CHF	0.6	171.9	170.8
Nord- und Südamerika				
Umsatz	Mio. CHF	19.2	455.9	382.5
Verkaufsmenge	Tonnen	15.3	141,318	122,584
EBITDA	Mio. CHF	11.4	48.9	43.9
EBIT	Mio. CHF	12.1	40.7	36.3
Asien-Pazifik/Rest der Welt				
Umsatz	Mio. CHF	3.5	159.2	153.8
Verkaufsmenge	Tonnen	-9.3	36,779	40,556
EBITDA	Mio. CHF	-17.0	19.5	23.5
EBIT	Mio. CHF	-17.1	17.3	20.9

Kennzahlen nach Geschäftssegment (ungeprüft)

		Veränderung (in %)	6 Monate bis 29. Feb. 2008	6 Monate bis 28. Feb. 2007 ⁹
Industriegeschäft				
Umsatz	Mio. CHF	30.2	1,678.3	1,289.1
<i>Kakao</i>	Mio. CHF	19.0	273.2	229.5
<i>Industrielle Kunden</i>	Mio. CHF	32.6	1,405.1	1,059.6
Verkaufsmenge	Tonnen	13.7	466,570	410,497
<i>Kakao</i>	Tonnen	1.6	73,844	72,710
<i>Industrielle Kunden</i>	Tonnen	16.3	392,726	337,787
EBITDA	Mio. CHF	3.9	153.7	148.0
EBIT	Mio. CHF	2.7	122.1	118.9
Gewerbliche Kunden/ Verbraucher-geschäft				
Umsatz	Mio. CHF	7.3	906.7	844.9
<i>Gourmet & Spezialitäten</i>	Mio. CHF	15.3	372.1	322.7
<i>Verbraucherprodukte</i>	Mio. CHF	2.4	534.6	522.2
EBITDA	Mio. CHF	0.1	130.2	130.0
EBIT	Mio. CHF	-1.2	107.8	109.1