



Investorenbrief

Barry Callebaut publiziert Ergebnisse für das erste Quartal 2005/06:

Guter Start ins neue Geschäftsjahr

- Anstieg der Verkaufsmenge um 2,0% auf 299'417 Tonnen
- Umsatzanstieg um 3,8% auf CHF 1'198,5 Millionen
- Erneut starkes Wachstum in den Geschäftsbereichen Industrielle Kunden und Gourmet & Spezialitäten
- Deutlicher Anstieg des Betriebsgewinns (EBIT) um 14,7% auf CHF 100,1 Millionen
- Zuwachs des Konzerngewinns (PAT) um 15,8% auf CHF 63,9 Millionen
- Bestätigung der Finanzziele für die nächsten drei Jahre

Zürich/Schweiz, 11. Januar 2006 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten, gab heute die Ergebnisse für das am 30. November 2005 abgelaufene erste Quartal des Geschäftsjahres 2005/06 bekannt. Die Verkaufsmenge stieg organisch um 2% auf fast 300'000 Tonnen. Bedingt durch höhere Verkaufsmengen, leicht höhere Kakaobohnenpreise, einen besseren Produktemix im Bereich Verbraucherprodukte und positive Währungseffekte stieg der Umsatz stärker als das Verkaufsvolumen, nämlich um 3,8% auf

CHF 1,2 Mrd. Der Umsatz im Kakaogeschäft wurde durch die deutlich tieferen Kakaopulver-Ratios beeinflusst wie erwartet. Im Bereich Verbraucherprodukte Europa wurden unprofitable Volumen im Laufe des Jahres 2005 bewusst aufgegeben, was sich auf das erste Quartal des laufenden Geschäftsjahres ausgewirkt hat. Der Betriebsgewinn (EBIT), der ab dem laufenden Geschäftsjahr wiederum als Hauptindikator für die operative Performance dient, stieg um 14,7% und überschritt mit CHF 100,1 Mio. (Vorjahr: CHF 87,3 Mio.) die CHF 100-Millionen-Marke. Der EBIT pro Tonne lag bei CHF 334,3, was einem Anstieg um 12,4%, gegenüber der Vorjahresperiode entspricht. Als Folge der im August 2005 vorgenommenen Refinanzierung konnten die Finanzierungskosten um 2,4% gesenkt werden. Der Konzerngewinn stieg um 15,8% auf CHF 63,9 Mio. (Vergleichsperiode: CHF 55,2 Mio.).

Dazu Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut: "In unserem saisonal geprägten Geschäft ist das erste Quartal vor Weihnachten in der Regel das stärkste. Dieses Jahr hatten wir einen besonders guten Start ins neue Geschäftsjahr, dies dank des soliden Wachstums im Geschäft mit industriellen und gewerblichen Kunden und des positiven Beitrags unseres europäischen Verbrauchergeschäfts zum Betriebsgewinn (EBIT). Damit bestätigt sich der Aufwärtstrend im Verbrauchergeschäft Europa. Gründe für diese Erholung, trotz der bewussten Volumenreduktion im Vorjahr und der Auswirkungen der historisch hohen Haselnusspreise, sind ein besserer Produktemix und bessere Verkaufspreise. Die Volumenreduktion und die Haselnusspreise werden sich auch noch auf die Ergebnisse des zweiten Quartals auswirken."

Geschäftsentwicklung der drei Monate des Geschäftsjahres 2005/06 im Überblick

Die **Verkaufsmenge** stieg um 2,0% von zuvor 293'620 Tonnen auf 299'417 Tonnen. Dieser Anstieg basiert vollständig auf organischem Wachstum.

Der **Umsatz** stieg um 3,8% auf CHF 1'198,5 Mio. (Vergleichsperiode: CHF 1'154,8 Mio.). Dies ist auf höhere Verkaufsmengen, positive Währungseffekte und leicht tiefere Preise für Kakaobohnen zurückzuführen.

Der **Betriebsgewinn (EBIT)** belief sich auf CHF 100,1 Mio. und lag damit um 14,7% über den CHF 87,3 Mio. für die Vorjahresperiode. Alle Geschäftsbereiche haben zu diesem starken Anstieg des Betriebsgewinns beigetragen. In absoluten Zahlen jedoch war der stärkste Anstieg in den Bereichen Gourmet & Spezialitäten und Industrielle Kunden zu verzeichnen.

Der **Finanzaufwand (netto)** ging im Vergleich zum Vorjahr (CHF 20,7 Mio.) um 2,4% auf CHF 20,2 Mio. zurück. Dieser Rückgang war bedingt durch tiefere durchschnittliche Zinsen im Vergleich zur Vorjahresperiode.

Die **Steuern** erhöhten sich von CHF 11,5 Mio. auf CHF 15,9 Mio. Dieser Anstieg ist vor allem auf den höheren Vorsteuergewinn zurückzuführen. Der durchschnittliche Steuersatz der Gruppe erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von 17,3% auf 19,9%.

Der **Konzerngewinn (PAT)** nahm im Berichtszeitraum um 15,8% auf CHF 63,9 Mio. zu. (Vorjahresperiode: CHF 55,2 Mio.).

Das **Eigenkapital** stieg um 11% auf CHF 929,3 Mio. per 30. November 2005, verglichen mit CHF 836,7 Mio. per 31. August 2005, dem Ende des vorausgegangenen Geschäftsjahres. Dieser deutliche Anstieg war das Ergebnis eines hohen Konzerngewinns in der Berichtsperiode, positiver Währungseffekte und positiver Fair Value-Anpassungen in Bezug auf die als Cashflow-Absicherungen ausgestalteten Finanzinstrumente.

Entwicklung der Geschäftsegmente in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2005/06 im Überblick

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 Berichtszeitraum auf 199'147 Tonnen. Das entspricht einem organischen Volumenwachstum von 7,8% gegenüber 184'733 Tonnen im Vorjahr.

- Die Menge der an Drittkunden abgesetzten Kakaoprodukte sank um 2,1% auf 32'918 Tonnen (33'639 Tonnen im Vorjahreszeitraum). Hauptursache für diesen Rückgang war der tiefere Umsatz bei Kakaobutter und Liquor aufgrund des gestiegenen Eigenbedarfs von Barry Callebaut als Folge der höheren Verkäufe von Schokoladenprodukten.
- Die Verkaufsmenge im Geschäftsbereich Industrielle Kunden stieg um 10% von zuvor 151'094 Tonnen auf 166'229 Tonnen, was auf eine Kombination von verstärktem Outsourcing und Marktanteilsgewinnen in Schlüsselmärkten zurückzuführen ist.

Der im Industriegeschäft verzeichnete **Umsatz** legte um 6,5% auf CHF 639,2 Mio. zu (Vorjahr: CHF 600,2 Mio.).

- Im Kakaogeschäft ging der Umsatz um 18,3% von CHF 137,1 Mio. auf CHF 112,0 Mio. zurück. Dieser deutliche Umsatzrückgang ist vor allem bedingt durch erheblich tiefere Kakaopulver-Ratios, die nur teilweise durch positive Währungseffekte und leicht höhere Kakaobohnenpreise kompensiert wurden. In diesem Zusammenhang ist daran zu erinnern, dass Barry Callebaut vor allem Kakaopulver an Drittkunden verkauft, während die Kakaobutter vorwiegend für die eigene Produktion verwendet wird. Da die Combined Ratio stabil blieb, wirkte sich der Rückgang der Kakaopulver-Ratios nicht negativ auf den Betriebsgewinn des Geschäftsbereichs aus.
- Der im Bereich Industrielle Kunden verzeichnete Umsatz stieg um 13,8% auf CHF 527,2 Mio. (Vorjahr: CHF 463,1 Mio.). Unter Ausklammerung der positiven Wechselkurs- und Kakaobohnenpreiseffekte lag das organische Umsatzwachstum bei

etwa 10,4%. Dieser Anstieg ist vollumfänglich auf das Volumenwachstum zurückzuführen.

Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft

Das Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft bedient eine breite Kundenpalette von lokalen gewerblichen Anwendern bis hin zu global tätigen Einzelhandelskonzernen. Ab dem laufenden Geschäftsjahr werden die Zahlen für das Verbrauchergeschäft Afrika nicht mehr unter dem Bereich Gourmet & Spezialitäten, sondern unter dem Bereich Verbraucherprodukte rapportiert. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

Der Umsatz stieg um 0,8% von CHF 554,6 Mio. auf CHF 559,3 Mio.

- Der Verkaufserlös im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten stieg im Vergleich zum Vorjahr (CHF 144,0 Mio.) um 9,2% auf CHF 157,4 Mio. Unter Ausklammerung positiver Währungseffekte stieg der Umsatz in diesem Geschäftsbereich organisch um 7,6%.
- Der Umsatz bei den Verbraucherprodukten sank um 2,1% auf CHF 401,9 Mio. (Vorjahr: CHF 410,6 Mio.). Der Rückgang ist vor allem auf die bewusst gestoppten, unrentablen Verträge im Handelsmarkengeschäft zurückzuführen. Das afrikanische Verbrauchergeschäft zeigte in jüngster Zeit erste Anzeichen der Erholung.

Die beschleunigte Implementation des Restrukturierungsprogramms im Geschäftsbereich Verbraucherprodukte Europa, wie im Juli 2005 angekündigt, kommt plangemäss voran. Die verbesserte Performance ist auf Fortschritte zurückzuführen, die beim Produktemix und bei den Verkaufspreisen erzielt worden sind. Damit werden die negativen Auswirkungen der weiterhin überdurchschnittlich hohen Haselnusspreise kompensiert. Weitere Anzeichen einer Erholung sind viel versprechende neue Verträge, darunter solche im Bereich der Co-Produktion von Endprodukten für Markenartikelhersteller. Die erste Phase der Integration des Bereichs Verbraucherprodukte Europa in die gruppenweite SAP-Plattform wurde erfolgreich abgeschlossen. Die zweite Phase – Integration aller administrativen Prozesse – ist für die erste

Hälfte des Kalenderjahrs 2006 vorgesehen und die dritte Phase für den Herbst des Jahres.

Ausblick

"Wir hatten ein gutes Weihnachtsgeschäft, die Auftragsbücher für die kommende Ostersaison bei den Industriellen Kunden sowie im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten sehen erfreulich aus, und die positiven Signale aus dem europäischen Verbrauchergeschäft, die wir im vierten Quartal des vergangenen Geschäftsjahres beobachten konnten, haben sich im ersten Quartal des neuen Jahres fortgesetzt. Daher – und obwohl wir erst am Anfang des Geschäftsjahres stehen – bestätigen wir die früher kommunizierten Finanzziele für den Dreijahreszeitraum von 2004/05 bis 2006/07, das heisst im Durchschnitt 3%-5% organisches Umsatzwachstum, ein EBIT-Wachstum von ca. 10% und ein PAT-Wachstum von 12-15%. Dies natürlich vorbehaltlich grösserer unvorhersehbarer Ereignisse."

* * *

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

Mit einem Jahresumsatz von über CHF 4 Mrd. für das Geschäftsjahr 2004/05 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 unterhält über 30 Produktionsstandorte in 24 Ländern und beschäftigt mehr als 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.

Die Halbjahresergebnisse 2005/06 werden am 10. April 2006 veröffentlicht (Medienmitteilung, Aktionärsbrief, Analysten-/Pressekonferenz in Zürich)

* * *

Kontakte:

Barry Callebaut AG
Postfach
8021 Zürich, Schweiz
Telefon: +41 43 204 04 04
Fax: +41 43 204 04 00
www.barry-callebaut.com

Für Investoren und Finanzanalysten:

Dieter A. Enkelmann, CFO
Barry Callebaut AG
Telefon: +41 43 204 04 20
Fax: +41 43 204 04 00
e-mail: dieter_enkelmann@barry-callebaut.com

Für Medien

Gaby Tschofen
VP Corporate Communications
Telefon: +41 43 204 04 60
Fax: +41 43 204 04 00
e-mail: gaby_tschofen@barry-callebaut.com

Kennzahlen der Barry Callebaut AG (ungeprüft)

		Veränderung (%)	3 Monate bis 30. Nov. 2005	3 Monate bis 30. Nov. 2004
Erfolgsrechnung				
Umsatz <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	3.8	1,198.5 1,172.2	1,154.8
Verkaufsmenge	Tonnen	2.0	299,417	293,620
Betriebsgewinn (EBIT) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	14.7	100.1 98.5	87.3
EBIT pro Tonne <i>in lokalen Währungen</i>	CHF	12.4	334.3 328.8	297.3
Konzerngewinn (PAT) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	15.8	63.9 63.2	55.2
Cashflow ¹⁾	Mio. CHF	10.3	92.0	83.4
Aktien				
EBIT pro Aktie	CHF	14.6	19.36	16.89
Gewinn pro Aktie (unverwässert)	CHF	15.7	12.36	10.68
Gewinn pro Aktie (verwässert)	CHF	15.7	12.36	10.68
			Per	Per
			30. Nov. 2005	31. Aug. 2005
Bilanz				
Bilanzsumme	Mio. CHF	12.5	2,997.0	2,664.8
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF	31.5	1,092.4	830.8
Anlagevermögen	Mio. CHF	0.2	1,170.8	1,168.2
Nettoverschuldung	Mio. CHF	18.0	1,125.3	953.5
Eigenkapital	Mio. CHF	11.1	929.3	836.7
Andere				
Mitarbeitende		1.4	8,661	8,542

1) Konzerngewinn + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf Goodwill und übrigem immateriellem Anlagevermögen

Kennzahlen nach Geschäftssegment (ungeprüft)

		Veränderung (%)	3 Monate bis 30. Nov. 2005	3 Monate bis 30. Nov 2004
Industriegeschäft				
Umsatz	Mio. CHF	6.5	639.2	600.2
- Kakao	Mio. CHF	-18.3	112.0	137.1
- Industrielle Kunden	Mio. CHF	13.8	527.2	463.1
Verkaufsmenge	Tonnen	7.8	199,147	184,733
- Kakao	Tonnen	-2.1	32,918	33,639
- Industrielle Kunden	Tonnen	10.0	166,229	151,094
Gewerbliche Kunden/ Verbrauchergeschäft (2)				
Umsatz	Mio. CHF	0.8	559.3	554.6
- Gourmet & Spezialitäten	Mio. CHF	9.2	157.4	144.0
- Verbraucherprodukte	Mio. CHF	-2.1	401.9	410.6

- 2) Ab dem laufenden Geschäftsjahr wird das Verbrauchergeschäft Afrika nicht mehr dem Bereich Gourmet & Spezialitäten sondern den Verbraucherprodukten zugerechnet. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

Konzernerfolgsrechnung (ungeprüft)

für die 3-Monats-Periode bis

30. Nov. 2005 30. Nov. 2004

in Millionen Schweizer Franken

Umsatz aus Verkäufen und Dienstleistungen	1,198.5	1,154.8
Herstellkosten der verkauften Produkte	-1'005.8	-980.1
Bruttogewinn	192.7	174.7
Marketing- & Verkaufsaufwand	-38.2	-39.8
Verwaltungs- & allgemeiner Aufwand	-55.0	-51.6
Übriger Aufwand und Ertrag, netto	0.6	4.0
Betriebsgewinn (EBIT)	<u>100.1</u>	<u>87.3</u>
Finanzaufwand, netto	-20.2	-20.7
Gewinn vor Steuern und Minderheitsanteilen	<u>79.9</u>	<u>66.6</u>
Steuern	-15.9	-11.5
Konzerngewinn vor Minderheitsanteilen	<u>64.0</u>	<u>55.1</u>
Minderheitsanteile	-0.1	0.1
Konzerngewinn	<u>63.9</u>	<u>55.2</u>
Unverwässerter Gewinn pro Aktie (CHF/Aktie)	<u>12.36</u>	<u>10.68</u>
Verwässerter Gewinn pro Aktie (CHF/Aktie)	<u>12.36</u>	<u>10.68</u>

Konzernbilanz (ungeprüft)

Per
30. Nov. 2005

Per
31. Aug. 2005

Aktiven

in Millionen Schweizer Franken

Umlaufvermögen

Flüssige Mittel und kurzfristige Geldanlagen	66.9	27.2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	520.4	322.7
Vorräte	972.3	892.2
Übriges Umlaufvermögen	266.6	254.5
	1,826.2	1,496.6

Anlagevermögen

Sachanlagen	737.7	725.9
Beteiligungen	6.9	6.9
Immaterielles Anlagevermögen	376.2	379.9
Langfristige Geldanlagen	11.9	12.0
Übriges Anlagevermögen	38.1	43.4
	1,170.8	1,168.2
Total Aktiven	2,997.0	2,664.8

Passiven

in Millionen Schweizer Franken

Kurzfristiges Fremdkapital

Bankverbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus kurzfristiger Finanzierung	606.3	233.7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	223.4	271.2
Rückstellungen	30.3	39.7
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten ¹⁾	413.2	327.8
	1,273.2	872.4

Langfristiges Fremdkapital

Verbindlichkeiten aus langfristiger Finanzierung	597.8	759.0
Latente Steuerverbindlichkeiten	41.8	40.7
Verbindlichkeiten aus Leistungen an Arbeitnehmer	142.4	142.7
Rückstellungen	3.4	4.4
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	3.6	3.5
	789.0	950.3
Total Fremdkapital	2,062.2	1,822.7

Minderheitsanteile

	5.5	5.4
--	------------	------------

Eigenkapital

Aktienkapital	476.7	476.7
Gewinnvortrag und Reserven	452.6	360.0
	929.3	836.7

Total Passiven

	2,997.0	2,664.8
--	----------------	----------------

1) inkl. latente Steuerverbindlichkeiten

Konzerngeldflussrechnung (ungeprüft)

Für die 3-Monats-Periode bis

30. Nov. 2005

30. Nov. 2004

in Millionen Schweizer Franken

Betrieblicher Geldfluss vor Veränderungen im Nettoumlaufvermögen

	92.2	83.4
(Zunahme) Abnahme von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und übrigem Umlaufvermögen	(198.9)	(95.2)
(Zunahme) Abnahme von Vorräten	(64.8)	54.0
(Zunahme) Abnahme von übrigem Anlagevermögen	6.2	(0.5)
Zunahme (Abnahme) von kurzfristigen Verbindlichkeiten	24.7	(58.0)
Netto-Geldfluss aus betrieblicher Tätigkeit	(140.6)	(16.3)

Netto-Geldfluss aus Investitionstätigkeit

(23.0) **(79.5)**

Netto-Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit

160.3 **133.0**

Einfluss der Änderung der Minderheitsanteile	0.1	(0.4)
Einfluss von Fremdwährungsumrechnungen auf die flüssigen Mittel	0.2	(0.3)

Netto-Zunahme (Abnahme) der flüssigen Mittel

(3.0) **36.5**

Flüssige Mittel am Anfang der Periode (1.4) (1.8)

Flüssige Mittel am Ende der Periode

(4.4) **34.7**

Flüssige Mittel	61.6	79.3
Bankverbindlichkeiten	(66.0)	(44.6)

Flüssige Mittel und Bankverbindlichkeiten

(4.4) **34.7**

Konzerneigenkapital (ungeprüft)

für die Periode
bis 30. November 2005

in Millionen Schweizer Franken

	Aktienkapital	Gesetzliche Reserven	Gewinnvortrag	Eigene Aktien	Hedging-Rückstellungen	Kumulierte Umrechnungsdifferenz	Total
Stand 31. August 2004	517.0	240.5	89.0	(9.8)	(0.5)	(35.3)	800.9
Transaktionen mit eigenen Aktien			0.2	0.5			0.7
Kapitalreserve für Cashflow-Absicherungen					(1.8)		(1.8)
Umrechnungsdifferenz des Geschäftsjahres						(26.5)	(26.5)
Negativer Goodwill Brach's ²⁾			17.5				17.5
Konzerngewinn für 3 Monate			55.2				55.2
Stand 30. November, 2004	517.0	240.5	161.9	(9.3)	(2.3)	(61.8)	846.0
Stand 31. August 2005	476.7 ¹⁾	240.5	157.1	(2.5)	(5.5)	(29.6)	836.7
Transaktionen mit eigenen Aktien			0.2	(1.9)			(1.7)
Kapitalreserve für Cashflow-Absicherungen					12.4		12.4
Umrechnungsdifferenz des Geschäftsjahres						18.0	18.0
Konzerngewinn für 3 Monate			63.9				63.9
Stand 30. November 2005	476.7	240.5	221.2	(4.4)	6.9	(11.6)	929.3

1) Anstelle einer Dividendenzahlung beschloss die Generalversammlung vom 8. Dezember 2004 eine Herabsetzung des Aktienkapitals um CHF 7.80 pro Aktie (Kapitalherabsetzung von insgesamt CHF 40,3 Mio.). Nach dieser Transaktion ist das voll liberierte Aktienkapital eingeteilt in 517'000'000 Namensaktien mit einem Nominalwert von je CHF 92.20.

2) Der verbleibende negative Goodwill aus der Akquisition von Brach's wurde in Übereinstimmung mit den Vorschriften von IFRS 3 per 1. September 2004 dem Eigenkapital zugerechnet.

ANHANG ZUM KONSOLIDIERTEN ZWISCHENABSCHLUSS (ungeprüft)

Für die Periode bis 30. November 2005

1 Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze und Basis der Präsentation

Die konsolidierte Rechnung der Barry Callebaut AG wird in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS, ehemals International Accounting Standards oder IAS) sowie den Bestimmungen des Schweizerischen Obligationenrechts erstellt. Der vorliegende, ungeprüfte, zusammenfassende Zwischenabschluss ist in Übereinstimmung mit den Regeln von IAS 34 "Zwischenberichterstattung" dargestellt, mit Ausnahme der Offenlegung des EBIT pro Geschäftssegment, der nur halbjährlich ausgewiesen wird. Der Zwischenabschluss sollte zusammen mit der geprüften, im Geschäftsbericht 2004/05 von Barry Callebaut enthaltenen Jahresrechnung gelesen werden.

2 Investitionstätigkeit

Die Investitionen in Sachanlagen für die drei Monate per 30. November 2005 belaufen sich auf 23,0 Mio. Franken. (CHF 79,5 Mio. für die drei Monate per 30. November 2004, inkl. Übernahme des Vending Mix-Geschäfts von AM Foods).

Die Investitionstätigkeit umfasst fortlaufende Investitionen im Zusammenhang mit der laufenden Produktion. In dem per 30. November 2005 abgeschlossenen Quartal waren wie in der vergleichbaren Vorjahresperiode keine grösseren Abgänge von Sachanlagen zu verzeichnen.

3 Geschäftsentwicklung im Überblick

Das Geschäft der Gruppe wird im Jahresverlauf typischerweise durch die Saisonalität bei den Einnahmen und den Ausgaben beeinflusst. Erfahrungsgemäss kaufen die Verbraucher am meisten Schokolade in den Monaten vor Weihnachten und vor Ostern. Infolgedessen sind die Verkäufe von Halbfertig- und Fertigprodukten an Kunden am höchsten in der Zeitspanne zwischen Ende August und Ende November, in welche die Produktion für die Weihnachtssaison fällt, und in einem geringeren Ausmass in der Zeit vor Ostern.

In der 3-Monats-Periode bis 30. November 2005 stieg der Umsatz um 3,8% auf CHF 1.198,5 Mio. (Vorjahr: CHF 1.154,8 Mio.). Gleichzeitig konnte die Verkaufsmenge um 2,0% von 293'620 auf 299'417 Tonnen gesteigert werden.

Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg im Vergleich zum Vorjahr (CHF 87,3 Mio.) deutlich um 14,7% auf CHF 100,1 Mio. Der Konzerngewinn (PAT) erhöhte sich um CHF 8,7 Mio. (resp. 15,8 %) von CHF 55,2 Mio. auf CHF 63,9 Mio.

In den drei Monaten per 30. November 2005 mussten keine signifikanten Wertberichtigungen verbucht werden.

Per 30. November 2005 beschäftigte die Gruppe 8'661 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, verglichen mit 8'542 am 31. August 2005.

Die Kakaobohnenvorräte beliefen sich per 30. November 2005 auf CHF 378.0 Millionen (CHF 290.9 Millionen per 31. August 2005).

4 Gewinn pro Aktie

Der unverwässerte und der verwässerte Gewinn pro Aktie berechnen sich auf der Basis des Konzerngewinns für die entsprechende Periode und der gewichteten durchschnittlichen Anzahl von Aktien, die am Ende jeder Periode ausstehen, wie nachstehend ausgewiesen. Da die ausstehenden eigenen Aktien kein Verwässerungspotenzial aufweisen, werden sie bei der Ermittlung des Nenners für den Gewinn pro Aktie nicht länger berücksichtigt.

in Millionen Schweizer Franken	30. Nov. 2005	30. Nov. 2004
Zur Ermittlung des Gewinns pro Aktie als Zähler verwendeter, den Aktionären zustehender Konzerngewinn	63.9	55.2
Effekt nach Steuern auf Ertrag und Aufwand für Verwässerungspotenzial von Aktien	-	-
Zur Berechnung des verwässerten Gewinns pro Aktie als Zähler verwendeter Konzerngewinn	63.9	55.2
Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Aktien	5,170,000	5,170,000
Zur Ermittlung des Gewinns pro Aktie als Nenner verwendete, gewichtete durchschnittliche Anzahl ausstehender Aktien	5,170,000	5,170,000
Zur Berechnung des verwässerten Gewinns pro Aktie als Nenner verwendete, gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Aktien	5,170,000	5,170,000

5 Dividenden

Die Generalversammlung vom 8. Dezember 2005 beschloss anstelle einer Dividendenzahlung eine Reduktion des Aktienkapitals um CHF 8.00 pro Aktie. (Reduktion des Nennwerts von CHF 92.20 auf CHF 84.20). Die entsprechende Ausschüttung an die Aktionäre wird mit Valuta 1. März 2006 vorgenommen. Eine Interimsdividende ist nicht vorgesehen.

6 Segmentinformation

Primäres Segment

in Millionen Schweizer Franken	Industriegeschäft		Gewerbliche Kunden/ Verbrauchergeschäft		Hauptsitz / nicht alloziert		Konsolidiert	
	3 Mte 05/06	3 Mte 04/05	3 Mte 05/06	3 Mte 04/05	3 Mte 05/06	3 Mte 04/05	3 Mte 05/06	3 Mte 04/05
Umsatz aus Verkäufen an Dritte	639.2	600.2	559.3	554.6	-	-	1,198.5	1,154.8

Sekundäres Segment

in Millionen Schweizer Franken	Europa		Amerika		Asien-Pazifik/Afrika		Konsolidiert	
	3 Mte 05/06	3 Mte 04/05	3 Mte 05/06	3 Mte 04/05	3 Mte 05/06	3 Mte 04/05	3 Mte 05/06	3 Mte 04/05
Umsatz aus Verkäufen an Dritte	838.0	817.3	289.8	266.8	70.7	70.7	1,198.5	1,154.8

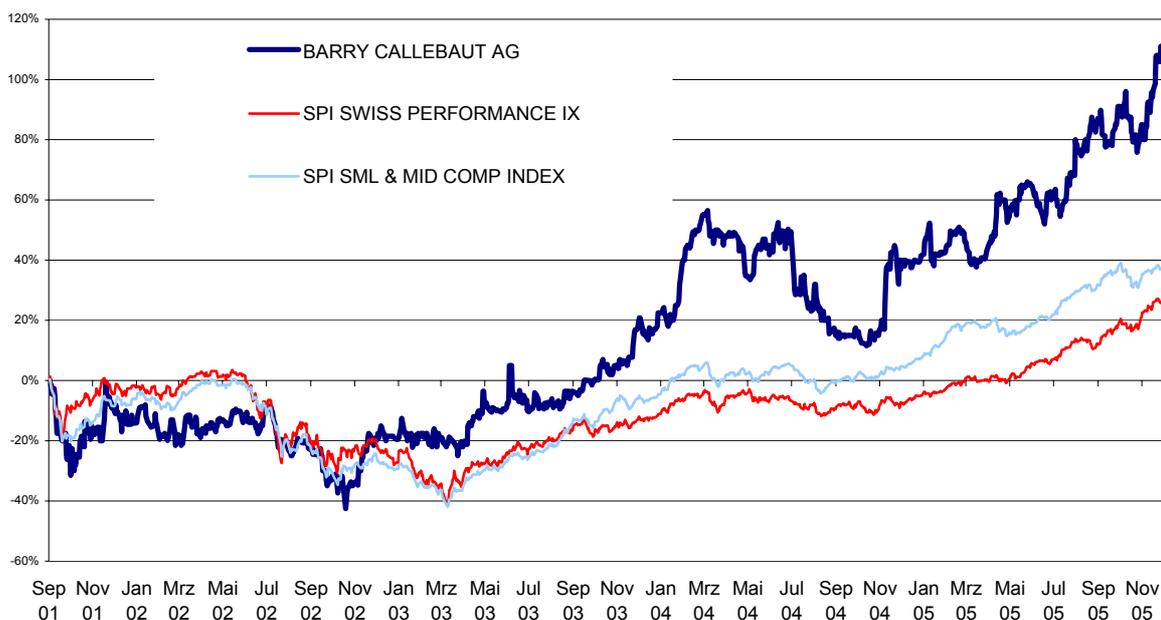
7 Eventualverbindlichkeiten

Zum 30. November 2005 waren der Gruppe keine grösseren Eventualverbindlichkeiten im Vergleich zur Situation per Ende August 2005 bekannt. Die bestehenden Eventualverbindlichkeiten stammen vor allem aus Bank- und anderen Garantien aus dem ordentlichen Geschäftsverlauf, der keinen Grund zur Annahme gibt, dass daraus wesentliche Verpflichtungen entstehen.

8 Nahestehende Parteien

Transaktionen mit nahestehenden Parteien werden zu kommerziellen Bedingungen und Konditionen sowie zu Marktpreisen abgewickelt.

Aktienkursperformance



London Cocoa Terminal Market 6-month forward delivery prices



Verkaufsmengen nach Regionen 3 Monate bis 30.11.2005 (in mt)	
Total	299,417
Europa	200,555
Amerika	80,623
Asien-Pazifik/Afrika	18,239

Umsatz nach Geschäftsbereichen 3 Monate bis 30.11.2005 (in Millionen CHF)	
Total	1,198.5
Kakao	112.0
Industrielle Kunden	527.2
Gourmet & Spezialitäten	157.4
Verbraucherprodukte	401.9

Umsatz nach Regionen 3 Monate bis 30.11.2005 (in Millionen CHF)	
Total	1,198.5
Europa	838.0
Amerika	289.8
Asien-Pazifik/Afrika	70.7

