

Medienmitteilung (Langfassung)

Barry Callebaut baut Verbrauchergeschäft weiter aus

Akquisition der amerikanischen Brach's Confections Holding, Inc. – Aufbau einer Plattform für globales Verbrauchergeschäft – Einführung eines Geschäftsmodells mit zwei Pfeilern

- **Akquisition von Brach's schafft Plattform zum Aufbau eines attraktiven Verbrauchergeschäfts mit Süswaren in den USA – dem weltweit grössten Verbrauchermarkt für Süswaren – in Ergänzung zur Präsenz von Barry Callebaut auf dem europäischen Verbrauchermarkt**
- **Deutliche Verstärkung des Distributionsnetzes von Barry Callebaut in Nordamerika dank der etablierten Beziehungen von Brach's zu den grossen Detailhandelskonzernen der USA**
- **Erweiterte Plattform von Barry Callebaut für ihre global tätigen Industriekunden in den Bereichen Outsourcing und Co-Fabrikation**
- **Steigerung des Umsatzes von Barry Callebaut mit Verbraucherprodukten um ca. 45% auf ein Drittel des Gesamtumsatzes; Erhöhung des Verkaufserlöses auf dem amerikanischen Kontinent um ca. 60% auf 31% des Verkaufserlöses**
- **Zusammenschluss mit einer starken internationalen Gruppe eröffnet Brach's neue Marktchancen sowohl in den USA als auch in Europa**
- **Hohe Komplementarität sowohl geografisch als auch hinsichtlich Produktportfolio; Cross-selling-Möglichkeiten für beide Gesellschaften zwischen Europa und Nordamerika**
- **Restrukturierung des Produktionsnetzes von Brach's bis Ende 2003 abgeschlossen, dadurch substantielle Kosteneinsparungen und wettbewerbsfähige Kostenstruktur**
- **Transaktionswert von insgesamt USD 16 Mio., zusätzlich Übernahme der verbleibenden Restrukturierungskosten von Brach's**
- **Transaktion mindestens neutral hinsichtlich Cash-EPS ab erstem Jahr**
- **Barry Callebaut führt Geschäftsmodell mit zwei Pfeilern ein, die je das Industriegeschäft einschliesslich Beschaffung und das Geschäft mit gewerblichen sowie Einzelhandelskunden zusammenfassen**

Zürich, Schweiz / Woodridge, IL, USA, 1. September 2003 – Barry Callebaut, der weltweit führende Hersteller von qualitativ hochwertigen Kakao- und Schokoladeprodukten, hat mit der KJ Jacobs AG einen Vertrag zur Akquisition der in der Region Chicago ansässigen Brach's Confections Holding, Inc., unterzeichnet. Die Transaktion wird im September 2003 abgeschlossen. Sie verschafft Barry Callebaut einen soliden Stützpunkt auf dem amerikanischen Süswarenmarkt und ergänzt die starke Präsenz des Unternehmens auf dem europäischen Markt für Verbraucherprodukte, die durch die Akquisition der deutschen Stollwerck-Gruppe im Jahr 2002 etabliert wurde.

Brach's Confections ist einer der führenden Hersteller von Süswaren in den USA mit einem Umsatz von rund USD 340 Mio. / CHF 460 Mio. (Geschäftsjahr 2002/03) und 1'600 Beschäftigten. Im Jahr 1904 durch Emil J. Brach gegründet, produziert das Unternehmen gegen 200 Varianten von Süswaren aus Zucker und Schokolade sowie Frucht-Snacks. Am bekanntesten sind vor allem StarBrites Mints®, Milk Maid Caramels® und Maple Nut Goodies®. Brach's ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der KJ Jacobs AG, die auch eine Mehrheitsbeteiligung an der Barry Callebaut AG hält.

Aufbau eines starken Süsswarengeschäfts zur Belieferung der zwei bedeutendsten Verbrauchermärkte weltweit

Die Transaktion wird zwei Gesellschaften mit einer langen Tradition, die in ihren Märkten gut verankert sind, zusammenbringen. Die beiden Unternehmen ergänzen sich gegenseitig sowohl in der geografischen Abdeckung als auch hinsichtlich der Produkte, Dienstleistungen und Kundenportefeuilles. Die Transaktion verschafft Barry Callebaut Zugang zu neuen Distributionskanälen und eröffnet die Chance, die Beziehungen zu den grossen Einzelhandelskonzernen der USA zu verstärken und auszubauen; die USA stellen den weltweit grössten Verbrauchermarkt und einen Zielmarkt von höchster Priorität für Barry Callebaut dar. Ausserdem erweitert die Akquisition die Möglichkeiten von Barry Callebaut, ihren Industriekunden eine Plattform für das Outsourcing und die Co-Fabrikation zu bieten. Beide Gesellschaften werden auch von der Kombination des Know-hows in den Bereichen Produktentwicklung, Fabrikation und Kundenbeziehungen profitieren.

Mit dieser Transaktion steigert Barry Callebaut den Umsatz mit Verbraucherprodukten um ca. 45% auf ein Drittel des Gesamtumsatzes. Der Verkaufserlös auf dem amerikanischen Kontinent steigt um ca. 60% auf einen Anteil von 31%. Im Geschäftsjahr 2002/03 dürften Brach's und Barry Callebaut einen geschätzten kombinierten Verkaufserlös auf Pro-forma-Basis von rund CHF 4,1 Mrd. / USD 3,0 Mrd. erzielen.

Strategische Expansion in Segmente mit höherem Mehrwert

Unter Einschluss von Brach's (konsolidiert ab 1. September 2003) und Stollwerck wird der Geschäftsbereich Verbraucherprodukte im Geschäftsjahr 2002/03 einen Umsatz von ca. CHF 1,4 Mrd. erreichen. Die Expansion dieses Geschäftsbereichs entspricht der Strategie von Barry Callebaut, den Anteil der höherwertigen Produkte und Dienstleistungen zu steigern und den Industriekunden eine breitere Plattform für das Outsourcing zu bieten, einschliesslich Verbraucherprodukten. Gleichzeitig reduziert sich proportional der Anteil des Umsatzes mit Halbfertigprodukten und damit auch die Volatilität der Erträge.

Brach's (unter CEO Terence O'Brien) und Verbraucherprodukte Europa mit Stollwerck als wichtigstem Teil (unter Richard Crux, President) werden bis zum Abschluss der jeweiligen Restrukturierungsaktivitäten als separate Geschäftseinheiten geführt. Das Synergiepotenzial, das aus der Zusammenführung von Brach's mit den nordamerikanischen Verbraucheraktivitäten von Barry Callebaut resultiert, wird auf jährliche Kosteneinsparungen von CHF 12-15 Mio. geschätzt. Hinzu kommt ein schrittweise wachsendes Umsatzpotenzial durch den gegenseitigen Vertrieb, der die Distribution der europäischen Schokoladeprodukte von Stollwerck im Premiumbereich durch Brach's in den USA und den Verkauf von Süsswarenprodukten von Brach's in Europa umfasst.

Zu einem späteren Zeitpunkt sollen Brach's und Stollwerck in einem einzigen Geschäftsbereich Verbraucherprodukte zusammengefasst werden, um so weiteren Nutzen aus dem gemeinsamen Know-how in den Bereichen Produktentwicklung, Herstellung und globale Kundenbetreuung zu ziehen.

Attraktive Kaufkonditionen

Barry Callebaut erwirbt 100% von Brach's Confections Holding, Inc., sowie eine hochmoderne Fabrik in Vernell, Mexiko, die erst kürzlich durch die KJ Jacobs AG errichtet worden ist. Der Transaktionswert beläuft sich insgesamt auf USD 16 Mio., bestehend aus dem Kaufpreis von USD 1.- für 100% des Kapitals von Brach's und USD 16 Mio. für die Übernahme der Nettoschuld (Finanzierung des Nettoumlaufvermögens). Zusätzlich übernimmt Barry Callebaut

die restlichen Restrukturierungskosten im Ausmass von maximal USD 48 Mio. während der nächsten vier bis fünf Jahre. Diese Restrukturierungskosten hat Brach's bereits vor der Akquisition in ihren Büchern zurückgestellt. Die Kaufkonditionen wurden von Deloitte & Touche, einer unabhängigen Revisionsgesellschaft, im Rahmen einer Fairness Opinion als fair bestätigt.

Brach's wird die laufende Restrukturierung ihres Produktionsnetzes bis Ende 2003 abgeschlossen haben. Dies wird der Gesellschaft substantielle und nachhaltige Kosteneinsparungen erlauben mit dem Resultat einer wettbewerbsfähigen Kostenstruktur. Vollumfänglich werden sich die Kosteneinsparungen erstmals im Geschäftsjahr 2004/05 niederschlagen.

Andreas Schmid, Verwaltungsratspräsident von Barry Callebaut: "Die operative Kompetenz von Barry Callebaut sowie unsere Erfahrungen aus der laufenden Restrukturierung der Stollwerck-Gruppe stimmen uns zuversichtlich, dass wir die Restrukturierung von Brach's zusammen mit dem lokalen Management innerhalb der nächsten vier Monate erfolgreich abschliessen werden. Die optimierte Kostenstruktur wird es Brach's ermöglichen, in Zukunft profitables Wachstum zu erzielen. Aufgrund dieser Beurteilung und der attraktiven Kaufkonditionen gelangte der Verwaltungsrat von Barry Callebaut zum Schluss, dass die Rahmenbedingungen wie auch der Zeitpunkt dieser Akquisition richtig sind."

Attraktive Plattform zum Aufbau eines globalen Verbrauchergeschäfts

Das Zusammengehen von Barry Callebaut und Brach's wird es Barry Callebaut letztlich erlauben, ein globales Geschäft mit Verbraucherprodukten aufzubauen, das den Bedürfnissen der global tätigen Einzelhandelskonzerne und Nahrungsmittelhersteller entspricht.

"Mit einem gestützten Bekanntheitsgrad von 93% ist der Name Brach's in den USA jedermann geläufig. Die Akquisition erlaubt uns, zwei strategische Ziele auf einmal zu erreichen: erstens die substantielle Ausdehnung unserer Aktivitäten auf dem weltweit bedeutendsten Verbrauchermarkt, den USA, zweitens die Schaffung einer attraktiven Plattform zum weiteren Ausbau unseres Geschäfts mit Süsswaren in der Absicht, dieses letztlich auf eine globale Basis zu stellen", so Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut.

Terence (Terry) O'Brien, CEO von Brach's, ergänzt: "Kurz vor unserem hundertsten Geburtstag im Jahr 2004 eröffnet sich uns dank dem Zusammenschluss mit Barry Callebaut ein gros-ses Zukunftspotenzial in den USA und Europa. Wir sind vor allem an den Möglichkeiten zur Entwicklung neuer Premium-Schokoladenprodukte interessiert, einer ausgesprochenen Kompetenz von Barry Callebaut, für die in den USA ein enormes Wachstumspotenzial besteht."

Barry Callebaut-Gruppe: Einführung eines neuen Geschäftsmodells mit zwei Pfeilern

Mit der Expansion im Bereich Verbraucherprodukte will Barry Callebaut inskünftig stärker zwischen dem Industriegeschäft auf der einen und den Aktivitäten für gewerbliche und Einzelhandelskunden auf der anderen Seite unterscheiden. Deshalb wird das Geschäftsmodell ab 1. September 2003 (Beginn des Geschäftsjahres 2003/04) auf zwei Pfeilern beruhen:

Der erste Pfeiler – das Industriegeschäft – wird die heutigen Bereiche Kakao, Beschaffung & Risikomanagement und Industrielle Kunden und damit alle kapital- und arbeitsintensiven Aktivitäten vereinigen. Der zweite Pfeiler – das Geschäft mit gewerblichen und Einzelhandelskunden – fasst die bisherigen Bereiche Gourmet & Spezialitäten und Verbraucherprodukte einschliesslich Stollwerck und Brach's und somit die Produkte mit einem

höheren Mehrwert zusammen.

Die Segmentsberichterstattung wird bereits für das Geschäftsjahr 2002/03 entsprechend diesem Modell angepasst. Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut: "Das neue Zweipfeiler-Modell unterstreicht unser Bekenntnis zum Aufbau eines strategischen Geschäftsfelds Verbraucherprodukte, während wir parallel dazu in unseren traditionellen Geschäftsfeldern weiterhin kontinuierlich wachsen wollen. Das Modell berücksichtigt die unterschiedlichen Bedürfnisse der verschiedenen Kundensegmente, ohne dass wir dabei auf die Vorteile einer integrierten und globalen Gruppe verzichten. Zudem trägt das neue Modell zum besseren Verständnis unserer Leistung und Resultate bei und erleichtert damit die Bewertung durch unsere verschiedenen Stakeholders."

Devisenkurse per 28. August 2003:

USD/CHF: 1.4122	CHF/USD: 0.7081
EUR/CHF: 1.5389	CHF/EUR: 0.6499
EUR/USD: 1.0897	USD/EUR: 0.9177

Für Rückfragen:

Barry Callebaut AG

Investoren und Analysten:

Dieter A. Enkelmann, CFO
Tel. +41 1 388 61 19
Fax +41 1 388 61 53
dieter_enkelmann@barry-callebaut.com

Medien:

Gaby Tschofen
Leiterin Corp. Communications & Marketing
Tel. +41 1 388 61 60
Fax +41 1 388 61 53
gaby_tschofen@barry-callebaut.com

Brach's Confections

James G. (Jerry) Hagedorn, CFO
Tel. 001-630-271-8403
Fax 001-630-271-8697
Jerry.Hagedorn@brachs.com

Scott J. Farrell and Jennifer Courtad
Golin/Harris International
Tel. 001-312-729-4176 / -4312
Fax 001-312-729-4018
sfarrell@golinharris.com
jcourtad@golinharris.com

Barry Callebaut AG:

Mit einem Jahresumsatz von CHF 2,6 Milliarden im Geschäftsjahr 2001/02 und erwarteten Verkaufserlösen von CHF 3,8 Milliarden (inkl. Stollwerck) für das Geschäftsjahr 2002/03 ist Barry Callebaut der weltweit führende Hersteller von qualitativ hochwertigen Kakao- und Schokoladeprodukten. Barry Callebaut betreibt rund 30 Produktionsstätten in 16 Ländern und beschäftigt rund 7'200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Unternehmen beliefert die gesamte Nahrungsmittelindustrie, von den Herstellern von Nahrungsmitteln über gewerbliche Anwender von Schokolade bis hin zu Einzelhandelskunden.

Die Kunden reichen von industriellen Verarbeitern wie den weltbekannten Markenartikelunternehmen, die aus den Produkten von Barry Callebaut Schokolade, Konfekt, Milchprodukte, Eiscreme und Frühstücksflocken herstellen, über gewerbliche Verarbeiter wie Hotellerie, Gastronomie, Chocolatiers, Confiseure oder Bäcker, bis hin zu Partnern im Einzelhandel, für welche die Barry Callebaut-Gruppe Marken-, Handelsmarken- und andere Verbraucherprodukte herstellt. Barry Callebaut bietet aber auch Dienstleistungen in den Bereichen Entwicklung, Verarbeitung, Schulung und Marketing an.

Die Resultate des Geschäftsjahres 2002/03 (Abschluss 31. August 2003) werden am 11. November 2003 publiziert.

www.barry-callebaut.com

Brach's:

Die Geschichte von Brach's reicht bis ins Jahr 1904 zurück. Im Geschäftsjahr 2002/03 (Abschluss 31. August 2003) erzielte das Unternehmen, das sich vollständig im Besitz der KJ Jacobs AG befindet, einen Umsatz von rund USD 340 Mio. / CHF 460 Mio. (Schätzung) und beschäftigte ca. 1'600 Personen. Rund 95% des Verkaufserlöses stammten aus den USA, womit Brach's der siebtgrösste Hersteller von Süswaren in den USA ist. Die restlichen rund 5% des Umsatzes entfielen auf Kanada, Mexiko, Puerto Rico, verschiedene Länder der Karibik sowie auf Zentral- und Südamerika.

In den USA ist Brach's ein Begriff für Süswaren. Bei den Konsumenten geniesst der Markenname einen gestützten Bekanntheitsgrad von 93%. Rund 60% des Gesamtumsatzes entfallen auf Süswaren aus Zucker, je rund 20% auf Schokoladenprodukte und auf Frucht-Snacks, die seit dem Jahr 2000 die höchsten Wachstumsraten verzeichneten. Brach's ist am besten bekannt für seine Produktlinien StarBrites Mints® und Milk Maid Caramels® sowie sein Verkaufsprogramm von losen Süswaren (Fresh Candy Shoppe, Pick-A-Mix). Die Herstellung erfolgt in drei Fabriken in den USA, einer erst kürzlich durch die KJ Jacobs AG in Nordmexiko errichteten Produktionsstätte (Vernell) und durch einige Outsourcing-Partner.

Brach's vertreibt ihre Produkte über sämtliche wichtigen Detailhandelskanäle – vom kleinen Einzelgeschäft und Drugstore über die grossen Einzelhandelsketten (z.B. Wal-Mart, Kmart) bis zu den sogenannten „Club chains“ (z.B. Sam's) und ist damit auf dem amerikanischen Markt bestens etabliert.

www.brachs.com