

Medienmitteilung

NOT FOR RELEASE IN THE U.S.

Barry Callebaut AG: Solides Umsatz- und Ertragswachstum im ersten Quartal 2002/03

- **Steigerung des Betriebsgewinns (EBIT) um 18% auf CHF 79,3 Millionen; in lokalen Währungen Zunahme um 23%**
- **Steigerung des Konzerngewinns um 20% auf CHF 48,5 Millionen, in lokalen Währungen plus 26%**
- **Zunahme der Verkaufsmenge um 19% auf 266'763 Tonnen**
- **Zunahme des Verkaufserlöses um 48% auf CHF 1'056,9 Millionen, in lokalen Währungen plus 54%**
- **Steigerung des Bruttogewinns um 37% auf CHF 330.4 Millionen, in lokalen Währungen plus 41%**
- **Refinanzierung der Gruppe soll neu strukturiert werden mittels Kreditfazilität mit einer Laufzeit von 5 Jahren und einer Aufnahme von Fremdkapital am Kapitalmarkt**

Zürich/Schweiz, 26. Februar 2003 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von Kakao- und Schokoladeprodukten, kündigte heute die Ergebnisse für das am 30. November 2002 zu Ende gegangene Quartal an. Quartalsergebnisse wurden in Zusammenhang mit dem Refinanzierungspaket des Unternehmens zum ersten Mal publiziert.

Geschäftsentwicklung entspricht den strategischen Prioritäten

Das Unternehmen hat weitere Fortschritte in der Umsetzung seiner strategischen Ziele erreicht, d.h. Ausbau der Führungsposition in den Bereichen Schokolade für industrielle Kunden sowie gewerbliche Anwender, Aufbau eines erfolgreichen Geschäftes mit Verbraucherprodukten durch die Restrukturierung und Integration von Stollwerck und Konzentration der Verkäufe von Kakaoprodukten auf Schlüsselkunden.

Die **Verkaufsmenge** stieg um 19% von 223'556 Tonnen im Vorjahresquartal auf 266'763 Tonnen. Die Verkäufe im Bereich Kakao, Beschaffung & Risikomanagement wurden strategiekonform um 10% reduziert. Die abgesetzten Volumina im Bereich Industrielle Kunden dagegen nahmen um 5%, im Bereich Gourmet & Spezialitäten um 4% zu. Vor allem als Folge der Stollwerck-Akquisition wuchs die Verkaufsmenge im Bereich Verbraucherprodukte um 259%.

Der **konsolidierte Verkaufserlös** stieg um 48% von CHF 712,9 Millionen im Vorjahresquartal auf CHF 1'056,9 Millionen. In lokalen Währungen nahm der Verkaufserlös um 54% zu. Der Verkaufserlös wuchs auf Grund des durchschnittlich 45%-igen Preisanstiegs für Kakaobohnen im ersten Quartal des Geschäftsjahres im Vergleich zur Vorjahresperiode stärker als die Verkaufsmenge.

Der **Bruttogewinn**, definiert als Verkaufserlös minus Materialaufwand, nahm um 37% von CHF 241,8 Millionen im Vorjahresquartal auf CHF 330,4 Millionen zu. Der Bruttogewinn pro Tonne stieg um 15%, was einen verbesserten Produktmix dank der höhermargigen

Stollwerck-Verbraucherprodukte und die strategische Reduktion des Verkaufs von tiefermargigen Halbfertigprodukten an Drittkunden widerspiegelt. – Parallel zu den höheren Verkaufsmengen wuchs der **Betriebsgewinn (EBIT)** um 18% von CHF 67,1 Millionen im Vorjahresquartal auf CHF 79,3 Millionen. Ausgedrückt in Prozenten des Verkaufserlöses ging der Betriebsgewinn von 9,4% im Vorjahresquartal auf 7,5% zurück, dies vor allem als Folge des Kakaopreisanstieges im Betrachtungszeitraum. Auf Grund von ungünstigen Währungseinflüssen sank der Betriebsgewinn (EBIT) pro Tonne um 1.0% von CHF 300,2 auf CHF 297,3 pro Tonne. In lokalen Währungen stieg der Betriebsgewinn (EBIT) pro Tonne um 3% auf CHF 309,6 pro Tonne. – Höhere Finanzierungskosten wurden ausgeglichen durch tiefere Steuern, so dass sich der **Konzerngewinn** von CHF 40,4 Millionen auf CHF 48,5 Millionen erhöhte, was einem Anstieg um 20% entspricht. In lokalen Währungen stieg der Konzerngewinn um 26%. – Das **Eigenkapital** stieg auf CHF 735,3 Millionen an.

Das Geschäft von Barry Callebaut ist saisonal. Als Folge der höchsten Nachfrage der Verbraucher nach Schokoladeprodukten in den Monaten vor Weihnachten und Ostern sind die Umsätze am höchsten im Zeitraum zwischen Ende August und Ende März. Der saisonale Charakter des Geschäfts erlaubt es nicht, die Quartalsergebnisse zu multiplizieren und darauf basierend Schätzungen für das gesamte Geschäftsjahr anzustellen.

Entwicklung der Geschäftsbereiche

Alle Geschäftsbereiche entwickelten sich gemäss unseren strategischen Prioritäten. Zwecks höherer Transparenz wurde auch der Bruttogewinn pro Quartal und Geschäftsbereich ausgewiesen.

Die Mahlkapazitäten wurden weiter angepasst, um hauptsächlich den eigenen Bedarf zu decken. Die Verkäufe an Drittkunden im Geschäftsbereich **Kakao, Beschaffung & Risikomanagement** wurden als Teil der Strategie, die Verkäufe von Kakaoprodukten auf Schlüsselkunden zu konzentrieren, um weitere 10% reduziert. Die Verkaufsmenge betrug 33'466 Tonnen, der Verkaufserlös CHF 139,1 Millionen (Vorjahresperiode: 37'121 Tonnen resp. CHF 98,1 Millionen). Der bedeutende Anstieg beim Verkaufserlös lässt sich vor allem auf höhere Kakaopreise zurückführen. Der Bruttogewinn sank um 18% von CHF 50,7 Millionen im Vorjahresquartal auf CHF 41,5 Millionen, und zwar auf Grund der reduzierten Volumen, der industrieweit tieferen Margen in der Verarbeitung und negativer Währungseinflüsse.

Der Geschäftsbereich **Industrielle Kunden**, der Schokolade und Glasuren an industrielle Verarbeiter der Nahrungsmittelindustrie liefert, verzeichnete einen Anstieg des Verkaufsvolumens um 5% von 142'557 Tonnen im Vorjahresquartal auf 150'233 Tonnen. Der Verkaufserlös wuchs um 10% auf CHF 462,7 Millionen (Vorjahresperiode: CHF 420,3 Millionen). Diese Zunahme war vor allem auf höhere Verkaufspreise in Folge gestiegener durchschnittlicher Kakaopreise zurückzuführen. Besonders gute Verkäufe wurden im asiatisch-pazifischen Raum erzielt. Der Bruttogewinn ging auf Grund negativer Währungseinflüsse um 3% auf CHF 123,4 Millionen zurück (Vorjahresperiode: CHF 126,5 Millionen). Dieser Rückgang wurde teilweise durch die höheren Verkaufsvolumina ausgeglichen.

Der Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten**, dessen Kunden gewerbliche Verarbeiter wie Chocolatiers, Confiseure, Hotels und Restaurants sind, wies einen Anstieg der Verkaufsmenge um 4% auf 30'505 Tonnen (Vorjahresperiode: 29'246 Tonnen) und eine Steigerung des Verkaufserlöses um 8% von CHF 126,5 Millionen im Vorjahresquartal auf CHF 136,7 Millionen aus. Diese Zunahmen resultierten aus der Strategie des Geschäftsbereiches, sich auf Produkte mit höheren Margen zu konzentrieren sowie

Handelsmarken mit tieferen Margen aufzugeben und die Fähigkeit, dadurch die durchschnittliche Marge/kg zu erhöhen. Der Bruttogewinn wuchs um 7% von CHF 42,3 Millionen im Vorjahresquartal auf CHF 45,1 Millionen, dies als Folge der höheren Verkaufsmengen und der höheren Bruttomargen, die aber zum Teil von negativen Währungseinflüssen geschmälert wurden. Wie am 17. Februar 2003 angekündigt, hat Barry Callebaut mit Graverboom B.V. eine Vereinbarung über die Akquisition des niederländisch-belgischen Schokoladeherstellers Luijckx Beheer B.V. unterzeichnet.

Der Geschäftsbereich **Verbraucherprodukte** konnte seine Verkaufsmenge um 259% von 14'632 Tonnen auf 52'599 Tonnen erhöhen. Dieser Anstieg geht fast vollständig auf die Stollwerck-Akquisition zurück. Der Verkaufserlös nahm um 368% von CHF 68,0 Millionen im Vorjahresquartal auf CHF 318,4 Millionen zu, wobei CHF 250,8 Millionen auf die Stollwerck-Akquisition zurückzuführen sind. Die Doppelstrategie, gleichzeitig Marken- und Handelsmarkenprodukte anzubieten, hat sich ausgezahlt, konnten doch überdurchschnittliche Marktanteilsgewinne im rasch wachsenden Hard-Discount-Segment in Deutschland, erfreuliche Zuwächse bei den Markenprodukten sowie neue Verträge mit internationalen Detailhandelsgruppen verzeichnet werden. Als Folge der Stollwerck-Akquisition stieg der Bruttogewinn von CHF 22,3 Millionen im Vorjahresquartal auf CHF 120,4 Millionen. Wie am 30. Januar 2003 angekündigt, ist die Verlagerung der Herstellung der Gubor-Produkte und damit einhergehend die Schliessung der beiden Fabriken in Münstertal und Müllheim, Deutschland, zur Senkung der Produktionskosten geplant.

Regionale Marktentwicklung

In **Westeuropa** stieg die Verkaufsmenge vor allem auf Grund der Stollwerck-Akquisition um 31% auf 183'953 Tonnen resp. 69% des gruppenweiten Absatzes von total 266'763 Tonnen im ersten Quartal 2002/03. Westeuropa hat seine Bedeutung als wichtigster Markt für Barry Callebaut nochmals ausgebaut. Die Fabrik in Bussum, Niederlande, wurde plangemäss Ende Oktober 2002 geschlossen. Die Verkaufsmenge in **Osteuropa** (4% der gesamten Verkaufsmenge) ging um 1% auf 9,797 Tonnen zurück.

Die in **Amerika** (Nord- und Lateinamerika) abgesetzte Menge ging in Folge der tieferen Verkäufe von Kakaoprodukten um 3% zurück. Der amerikanische Kontinent macht 21% oder 55'693 Tonnen der gesamten Verkaufsmenge aus.

Die Verkaufsvolumen in **Asien-Pazifik** stiegen dank erhöhter Verkaufsanstrengungen überproportional um 16%. Der Anteil dieser Region an der gesamten Verkaufsmenge erreichte 3% oder 8'399 Tonnen.

In **Afrika und im Nahen Osten** wurden 2% mehr abgesetzt. Diese Region trug 3% oder 8'921 Tonnen zur gesamten Verkaufsmenge bei.

Elfenbeinküste

Nach einer einwöchigen Schliessung von zwei der drei Fabriken von Barry Callebaut in der Elfenbeinküste arbeiten nun wieder alle ivoirischen Fabriken von Barry Callebaut auf voller Kapazität. Barry Callebaut glaubt sich gegenwärtig in der Lage, allen eingegangenen Kundenverpflichtungen nachkommen zu können.

In Vorwegnahme der möglichen Auswirkungen der gegenwärtigen instabilen politischen Situation in der Elfenbeinküste traf das Unternehmen Massnahmen, um die potenziellen

Risiken zu minimieren. Dazu gehören die Beschaffung grösserer Bohnenmengen aus Ghana, Indonesien und Nigeria, die Installation einer zusätzlichen Liquor-Anlage in Ghana, die beschleunigte Verschiffung aus der Elfenbeinküste und der Aufbau strategischer Lager ausserhalb der Region sowohl für fertige Produkte wie auch für Kakaobohnen. Da wir uns am Ende der Haupternte befinden, die von Oktober bis Februar dauert, wurde ein bedeutender Teil der Haupternte aus der Elfenbeinküste bereits in die Produktionsländer in Europa und nach den USA verschifft.

Langfristige Finanzierungsstruktur

Im Anschluss an die Stollwerck-Akquisition hat Barry Callebaut Alternativen zur Verbesserung ihrer langfristigen Kapitalstruktur und zur Verlängerung der Laufzeiten ihrer Kredite geprüft. In Übereinstimmung mit diesen Zielen ist Barry Callebaut mit einem Syndikat ihrer Hausbanken in Verhandlungen über eine neue Kreditfazilität über 5 Jahre. Im Weiteren plant das Unternehmen die Aufnahme von Fremdkapital am Kapitalmarkt.

Ausblick

Patrick De Maeseneire, Chief Executive Officer von Barry Callebaut, sagte: „Der Ausblick für das zweite Quartal 2002/03 ist positiv. Die bisher getätigten Verkäufe für das zweite Quartal scheinen auf ein gutes Ostergeschäft hinzuweisen.“

This press release is not an offer for sale of securities in the United States. Securities may not be offered or sold in the United States absent registration of an exemption from registration under the U.S. Securities Act of 1933, as amended. Barry Callebaut AG does not intend to register any offering in the United States or to conduct a public offering in the United States. Any public offering of securities to be made in the United States will be made only by means of a prospectus that will contain detailed information about the company and its management and financial statements.

* * *

Kontakte

für Investoren und Analysten:

Dr. Ralph Schmitz-Dräger, CFO
Barry Callebaut AG
Tel. +41 1 388 61 42
Fax +41 1 388 61 53

für Medien:

Gaby Tschofen
Barry Callebaut AG
Tel. +41 1 388 61 60
Fax +41 1 388 61 53

Barry Callebaut AG:

Mit einem Jahresumsatz von CHF 2,6 Milliarden im Geschäftsjahr 2001/02 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 7'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Unternehmen gliedert sich in die vier strategischen Geschäftsbereiche Kakao, Beschaffung & Risikomanagement (Cocoa, Sourcing & Risk Management), Industrielle Kunden (Food Manufacturers), Gourmet & Spezialitäten (Gourmet & Specialties) und Verbraucherprodukte (Consumer Products).

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 Holding-Gesellschaft Barry Callebaut AG ist seit Juni 1998 an der Schweizer Börse SWX Swiss Exchange kotiert (Tickersymbol BARN). Das voll liberierte Aktienkapital beträgt CHF 517 Millionen, aufgeteilt in Namenaktien mit einem Nominalwert von je 100 CHF. Am 30. November 2002, d.h. am Ende des ersten Quartals des Geschäftsjahres 2002/03, betrug die Börsenkapitalisierung CHF 812 Millionen.

Das Geschäftsjahr 2002/03 endet am 31. August 2003. Die Ergebnisse für das zweite Quartal 2002/03 werden am 9. April 2003 publiziert.

www.barry-callebaut.com

Kennzahlen (ungeprüfter Proforma-Finanzstatus)

in CHF		Veränderung in %	3 Monate per 30.11.2002	3 Monate per 30.11.2001
Finanzielle Kennzahlen				
Verkaufserlös	Mio. CHF	48.3%	1,056.9	712.9
Verkaufsmenge	Tonnen	19.3%	266,763	223,556
Bruttogewinn	Mio. CHF	36.6%	330.4	241.8
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	18.2%	79.3	67.1
Konzerngewinn (PAT)	Mio. CHF	20.0%	48.5	40.4
Cash flow (1)	Mio. CHF	23.5%	80.4	65.1
EBIT pro Aktie	CHF	18.2%	15.34	12.98
Gewinn pro Aktie, unverwässert	CHF	14.4%	9.39	8.21
Gewinn pro Aktie, verwässert	CHF	20.0%	9.37	7.81
Verkaufsmengen				
<i>nach Geschäftsbereichen</i>				
• Kakao, Beschaffung & Risikomanagement	Tonnen	-9.8%	33,466	37,121
• Industrielle Kunden	Tonnen	5.4%	150,233	142,557
• Gourmet & Spezialitäten	Tonnen	4.3%	30,505	29,246
• Verbraucherprodukte	Tonnen	259.2%	52,559	14,632
<i>nach Regionen</i>				
• Westeuropa	Tonnen	31.2%	183,953	140,231
• Osteuropa	Tonnen	-0.8%	9,797	9,875
• Nord- und Lateinamerika	Tonnen	-3.0%	55,693	57,424
• Asien / Pazifik	Tonnen	15.5%	8,399	7,270
• Afrika und Naher Osten	Tonnen	1.9%	8,921	8,755
Verkaufserlös				
<i>nach Geschäftsbereichen</i>				
• Kakao, Beschaffung & Risikomanagement	Mio. CHF	41.8%	139.1	98.1
• Industrielle Kunden	Mio. CHF	10.1%	462.7	420.3
• Gourmet & Spezialitäten	Mio. CHF	8.1%	136.7	126.5
• Verbraucherprodukte	Mio. CHF	368.2%	318.4	68.0

Bilanz				
Bilanzsumme	Mio. CHF	42.1%	3,058.5	2,151.9
Umlaufvermögen, netto	Mio. CHF	26.2%	980.9	777.1
Anlagevermögen	Mio. CHF	31.4%	1,060.8	807.1
Nettoverschuldung	Mio. CHF	49.1%	1,114.0	747.3
Eigenkapital	Mio. CHF	0.5%	735.3	731.9
Mitarbeitende		40.1%	7,084	5,057

(1) Konzerngewinn + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf Goodwill und anderes immaterielles Anlagevermögen

(2) Forderungen aus Lieferungen & Leistungen + Vorräte + Übriges Umlaufvermögen – Verbindlichkeiten aus Lieferungen & Leistungen – Rückstellungen – Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten

in EUR		Veränderung in %	3 Monate per 30.11.2002	3 Monate per 30.11.2001
Verkaufserlös	Mio. EUR	48.0%	716.6	484.1
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. EUR	18.0%	53.8	45.6
Konzerngewinn (PAT)	Mio. EUR	20.1%	32.9	27.4
Bilanzsumme	Mio. EUR	41.9%	2,073.7	1,461.3
Umlaufvermögen, netto	Mio. EUR	26.0%	665.1	527.7
Anlagevermögen	Mio. EUR	31.2%	719.2	548.1
Nettoverschuldung	Mio. EUR	48.8%	755.3	507.5
Eigenkapital	Mio. EUR	0.3%	498.5	497.0
in USD		Veränderung in %	3 Monate per 30.11.2002	3 Monate per 30.11.2001
Verkaufserlös	Mio. USD	66.0%	712.3	429.1
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. USD	32.2%	53.4	40.4
Konzerngewinn (PAT)	Mio. USD	34.6%	32.7	24.3
Bilanzsumme	Mio. USD	59.2%	2,061.4	1,295.2
Umlaufvermögen, netto	Mio. USD	41.4%	661.1	467.7
Anlagevermögen	Mio. USD	47.2%	715.0	485.8
Nettoverschuldung	Mio. USD	66.9%	750.8	449.8
Eigenkapital	Mio. USD	12.5%	495.6	440.5

Barry Callebaut ist eine Gesellschaft nach schweizerischem Recht; die Rechnungslegung erfolgt in Schweizer Franken (CHF). Zwecks leichter Lesbarkeit wurden einige Finanzdaten von Schweizer Franken in Euro (EUR) zum Kurs von CHF 1.4749 bzw. CHF 1.4726 gegenüber EUR 1 sowie in US-Dollar (USD) zum Kurs von CHF 1.4837 bzw. CHF 1.6614 gegenüber USD 1 umgerechnet (Schlusskurse per 30. November 2002 bzw. 30. November 2001).