



Medienmitteilung

Barry Callebaut publiziert Verkaufszahlen für die ersten drei Monate 2007/08: **Starke Verkaufssteigerung**

- **Anstieg der Verkaufsmenge um 10,6% auf 331'916 Tonnen dank beschleunigtem Outsourcing-Trend**
- **Kräftige Umsatzsteigerung von 21,9% auf CHF 1'419,4 Mio.**
- **Bereinigt um Währungs- und Kakaopreiseffekte stieg der Umsatz um 15,2%**
- **Weiterhin anspruchsvolles Kostenumfeld infolge hoher Rohstoffpreise erwartet**
- **4-Jahres-Finanzziele für den Zeitraum 2007/08 bis 2010/11 bestätigt**

Verkaufskennzahlen der Barry Callebaut Gruppe für die ersten drei Monate 2007/08

KONZERN		Veränderung (in %)	3 Monate bis 30. Nov. 2007	3 Monate bis 30. Nov. 2006*
Verkaufsmenge	Tonnen	10,6	331'916	300'120
Umsatz	Mio. CHF	21,9	1'419,4	1'164,7

Zürich/Schweiz, 22. Januar 2008 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten, gab heute die wichtigsten Verkaufszahlen für das am 30. November 2007 abgelaufene erste Quartal des Geschäftsjahres 2007/08 bekannt. Barry Callebaut erzielte in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres ein weiterhin kräftiges Wachstum mit einem Anstieg der Verkaufsmenge um 10,6% auf 331'916 Tonnen – und wuchs damit mehr als dreimal so stark wie der globale Schokoladenmarkt. Der Volumenanstieg ist auf die gute Entwicklung des Geschäftsbereichs Industrielle Kunden zurückzuführen, da eine wachsende Zahl von Nahrungsmittelherstellern ihren Bedarf an Schokolade an Barry Callebaut auslagert. Auch der Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten verzeichnete infolge der weiter steigenden Nachfrage nach Premium-Schokolade ein solides Wachstum. Der Umsatz stieg um 21,9% auf CHF 1'419,4 Mio. Zurückzuführen ist dieser Zuwachs unter anderem auf die höheren Rohstoffpreise, die teilweise an die Kunden weitergegeben wurden, und positive Währungseffekte, insbesondere die Aufwertung des Euro gegenüber der Berichtswährung, d.h. dem Schweizer Franken. Bereinigt um Kakaopreiserhöhungen und Währungseffekte stieg der Umsatz in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2007/08 um 15,2%.

Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut, sagte: «Ich bin sehr zufrieden, dass Barry Callebaut in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres seinen Wachstumskurs fortsetzen konnte. Wir haben uns in dieser Zeit auf die geografische Expansion in wachstumsstarke Märkte wie Osteuropa und Asien konzentriert. Wir haben zwei neue Schokoladenfabriken in Russland und China eröffnet sowie Produktionskapazitäten von Morinaga in Japan erworben. In Nordamerika haben wir eine Kakaofabrik in der Nähe von

* Um die Kennzahlen nicht zu verzerren, wurde der physische Verkauf von Kakaobohnen im Umsatz nicht berücksichtigt. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst; zudem wurden sie um das veräusserte Geschäft von Brach's bereinigt.



Medienmitteilung

Philadelphia übernommen und den Verkauf des Zuckerwarengeschäftes Brach's abgeschlossen. Der Bau unserer neuen Fabrik in Mexiko verläuft nach Plan. Wir haben unsere Führungsposition klar ausgebaut und sind auf gutem Weg, um unser starkes Wachstum fortzusetzen.»

Überblick über die Verkaufsentwicklung nach Regionen in den ersten drei Monaten 2007/08

Region Europa – Bevorzugter Schokoladenlieferant für industrielle und gewerbliche Kunden

In der Region Europa wuchs die Verkaufsmenge infolge der höheren Nachfrage seitens industrieller und gewerblicher Kunden um 11,5% auf 240'793 Tonnen. Um vom Wachstumspotenzial in Osteuropa zu profitieren, eröffnete Barry Callebaut im September 2007 eine neue Fabrik im russischen Tschechov nahe Moskau. Der Umsatz in der Region Europa stieg um 24,4 % auf CHF 1'099,7 Mio. Dazu trugen die gute Entwicklung bei Premium-Schokoladenprodukten sowie auch höhere Rohstoffpreise und günstige Wechselkurse zu der Umsatzsteigerung bei.

Der Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** profitierte von den gestiegenen Outsourcing-Volumen. Die Lieferungen an Nestlé im Rahmen eines langfristigen pan-europäischen Liefervertrages begannen in der zweiten Jahreshälfte 2007. Der Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten** verzeichnete ein gutes Wachstum in der Region Europa. Nach einem eher langsamen Start Ende Sommer, da die Kunden ihre Lager angesichts der erwarteten Preiserhöhungen frühzeitig aufgestockt hatten, beschleunigten sich die Verkäufe im Hinblick auf die Festtage. Die anhaltende Nachfrage nach Premium-Produkten trug zur Steigerung des Umsatzes der Geschäftseinheit bei. Der Geschäftsbereich **Verbraucherprodukte Europa** konnte infolge seines erweiterten Handelsmarken- und Markengeschäfts ein leichtes Umsatzplus verbuchen.

Region Nord- und Südamerika – Outsourcing-Trend hält an

Die Verkaufsmenge in der Region Nord- und Südamerika stieg um 12,9% auf 72'623 Tonnen, da eine zunehmende Zahl von nordamerikanischen Süsswarenherstellern ihre Schokoladenproduktion auslagerte. Mit neuen und erweiterten Produktionsstandorten in Nordamerika hat Barry Callebaut seine operative Präsenz in der Region optimiert, während der erfolgreiche Verkauf des Zuckerwarengeschäftes Brach's es dem Unternehmen ermöglichte, sich auf sein Kerngeschäft – Schokolade – zu konzentrieren. Der Umsatz in der Region stieg auf Vergleichsbasis um 16,4% auf CHF 236,6 Mio.

Als Teil des im Juli 2007 unterzeichneten langfristigen Outsourcing-Vertrages hat Barry Callebaut die Belieferung von Hershey aufgenommen. Zusammen mit der anhaltend guten Nachfrage seitens industrieller Kunden in der Region führte dies zu einer erfreulichen Entwicklung des Geschäftsbereichs **Industrielle Kunden**. Die Fokussierung auf Premium- und Spezialitätenschokolade sowie die Verstärkung des Verkaufsteams sorgten auch für eine gute Entwicklung des Geschäftsbereichs **Gourmet & Spezialitäten**.



Medienmitteilung

Region Asien & Rest der Welt – Verstärkte Präsenz in wachstumsstarken Märkten

Die Region Asien & Rest der Welt verzeichnete einen Rückgang der Verkaufsmenge um 6,6% auf 18'500 Tonnen, da der Verkauf der Tochtergesellschaft Chocosen in Senegal im letzten Jahr, und limitierte Produktionskapazitäten das Volumenwachstum beschränkten. Der Umsatz in der Region stieg um 7,5% auf CHF 83,1 Mio. Das Wachstum in der Region Asien-Pazifik glich die schwache Entwicklung des Geschäftsbereichs Verbraucherprodukte Afrika aus.

Die Verkaufsmenge im Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** in Asien entwickelte sich infolge der beschränkten Produktionskapazitäten flach. Die Fabrik von Barry Callebaut in Singapur lief das ganze Quartal über, wie schon im Vorjahr, auf voller Kapazität und konnte die rasch wachsende Nachfrage nicht vollständig decken. Mit dem neuen Werk nahe Schanghai, das im Januar 2008 eingeweiht wurde, wird das Unternehmen die Produktionsmengen wieder steigern können. Barry Callebaut unterzeichnete einen Vertrag für den Erwerb von Produktionskapazitäten von Morinaga in Japan ab und unterzeichnete gleichzeitig einen Liefervertrag mit diesem Unternehmen. Die Verkäufe von **Gourmet & Spezialitäten** in Asien stiegen aufgrund der starken Nachfrage nach Premium-Produkten.

Verkaufskennzahlen nach Regionen für die ersten drei Monate 2007/08

EUROPA		Veränderung (in %)	3 Monate bis 30. Nov. 2007	3 Monate bis 30. Nov. 2006
Verkaufsmenge	Tonnen	11,5	240'793	215'998
Umsatz	Mio. CHF	24,4	1'099,7	884,2

NORD- & SÜDAMERIKA		Veränderung (in %)	3 Monate bis 30. Nov. 2007	3 Monate bis 30. Nov. 2006
Verkaufsmenge	Tonnen	12,9	72'623	64'307
Umsatz	Mio. CHF	16,4	236,6	203,2

ASIEN & REST DER WELT		Veränderung (in %)	3 Monate bis 30. Nov. 2007	3 Monate bis 30. Nov. 2006
Verkaufsmenge	Tonnen	-6,6	18'500	19'815
Umsatz	Mio. CHF	7,5	83,1	77,3

Entwicklung der Geschäftssegmente in den ersten drei Monaten 2007/08

Segment Industriegeschäft – Beschleunigter Trend zum Outsourcing

Das Segment Industriegeschäft konzentriert sich auf den Verkauf von Kakao- und Schokoladenprodukten an die Nahrungsmittelindustrie und an Konsumgüterhersteller weltweit.

Die Verkaufsmenge belief sich auf 253'456 Tonnen, was einem Wachstum von 14,3% entspricht.

- Die Menge der vom Geschäftsbereich **Kakao** abgesetzten Kakaoprodukte an



Medienmitteilung

Drittkunden erreichte 36'981 Tonnen. Dies entspricht einem Plus von 2,7%. Der Verkauf von Kakaoprodukten stieg aufgrund des höheren Eigenbedarfs nur gering.

- Die Verkaufsmenge im Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** betrug 216'475 Tonnen oder plus 16,5% im Vergleich zur Vorjahresperiode. Der Geschäftsbereich profitierte von gestiegenen Outsourcing-Volumen und der weiteren geografischen Expansion.

Der Umsatz im Industriegeschäft stieg um 32,5% auf CHF 923,9 Mio., zum Teil infolge der höheren Rohstoffpreise und günstiger Wechselkurse. Der Trend zu Premium-Produkten, wie herkunftsreine und dunkle Schokolade mit höherem Kakaoanteil, trug ebenfalls zur Umsatzsteigerung bei.

- Der Umsatz im Geschäftsbereich **Kakao** erhöhte sich infolge der gestiegenen Kakaopreise um 22,3% auf CHF 140,8 Mio.
- Der Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** verzeichnete ein Umsatzwachstum von 34,5% auf CHF 783,1 Mio., was den starken Einfluss der höheren Rohstoffpreise auf die durchschnittlichen Verkaufspreise des Unternehmens verdeutlicht.

Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft – Starke Nachfrage nach Premium-Schokolade

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.

Der Umsatz stieg um 6,0% auf CHF 495,5 Mio., vor allem aufgrund der guten Entwicklung im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten, insbesondere in Europa.

- Der Umsatz im Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten** stieg um 13,2% auf CHF 201,6 Mio. dank der Fokussierung auf Innovation und Markenpositionierung sowie der erfolgreichen Einführung neuer Produkte.
- Der Umsatz im **Verbrauchergeschäft** wuchs um 1,6% auf CHF 293,9 Mio. Das Umsatzwachstum in Europa ging auf Preiserhöhungen zurück und wurde teilweise durch eine schwache Entwicklung in Afrika kompensiert.

Barry Callebaut ernennt Steven Retzlaff zum President Globale Beschaffung & Kakao

Barry Callebaut gab heute zudem die Ernennung von Steven Retzlaff zum President Globale Beschaffung & Kakao und zum Mitglied des Senior Management Teams mit sofortiger Wirkung bekannt. Steven Retzlaff tritt die Nachfolge von Benoît Villers an, der sich entschlossen hat, das Unternehmen zu verlassen. Benoît Villers bleibt bis im August 2008 als Berater für Barry Callebaut tätig. Der Verwaltungsrat dankt Benoît Villers für sein zwanzigjähriges Engagement und seinen erfolgreichen Beitrag zur Entwicklung des Unternehmens.



Medienmitteilung

Steven Retzlaff (geboren 1963) wurde 1996 als CFO von Barry Callebaut Sourcing für das Unternehmen tätig. Von 2001 bis 2003 war er CFO des Geschäftsbereichs Kakao, Beschaffung & Risikomanagement. Von 2003 bis 2004 leitete Steven Retzlaff den Bereich Kakao, bevor er zum Präsident des Geschäftsbereichs Beschaffung & Kakao ernannt wurde, den er erfolgreich von 2004 bis 2006 leitete. Von 2006 bis heute zeichnete er für die globale Entwicklung des Geschäfts mit Schokoladenmischungen verantwortlich. Sein umfassendes Know-how wird die Kontinuität sicherstellen.

Ausblick

Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut, gab folgenden Ausblick: «Dank vier wichtiger langfristiger Liefervereinbarungen auf drei Kontinenten, einer verstärkten Präsenz in wachstumsstarken Märkten und einer verbesserten operativen Präsenz sind wir gerüstet, um das starke Wachstum unserer Verkaufsmenge fortzusetzen. Wie früher schon erwähnt, gehen wir davon aus, dass das Kostenumfeld wegen der anhaltend hohen Rohstoffpreise für den Rest des Geschäftsjahres 2007/08 anspruchsvoll bleiben wird. Darüber hinaus schwächt sich die Konsumentenstimmung in Nordamerika ab, und auch in Europa wird mit einer Abkühlung gerechnet. Dies könnte zu einem verstärkten Preis- und Margendruck führen. Dennoch bestätigen wir unsere 4-Jahres-Finanzziele* für den Zeitraum 2007/08 bis 2010/11, wie immer vorbehaltlich grösserer unvorhersehbarer Ereignisse.»

*Diese Ziele lauten im Durchschnitt pro Jahr: Volumenwachstum von 9-11%, EBIT-Wachstum von 11-14% und Gewinnwachstum von 13-16%. Aufgrund der mit dem Aufbau und der Inbetriebnahme der neuen Fabriken verbundenen höheren Kosten werden die Volumen in den nächsten zwei Jahren am oberen Ende des Zielbandes und EBIT sowie Reingewinn am unteren Ende wachsen. In der zweiten Phase werden das Betriebsergebnis und der Reingewinn an Dynamik gewinnen und schneller wachsen als die Volumen.

* * *

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 24 Ländern präsent, unterhält rund 40 Produktionsstandorte und beschäftigt etwa 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 2007/08 (1. September 2007 bis 31. August 2008):

Halbjahresergebnisse 2007/08:	3. April 2008, Zürich
9-Monats-Verkaufszahlen 2007/08:	1. Juli 2008
Jahresergebnisse 2007/08:	6. November 2008, Zürich
Generalversammlung 2007/08:	4. Dezember 2008, Zürich

* * *



Medienmitteilung

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

Kennzahlen der Barry Callebaut (ungeprüft)

in CHF		Veränderung (in %)	3 Monate bis 30. Nov. 2007	3 Monate bis 30. Nov. 2006*
Umsatz nach Regionen				
Umsatz	Mio. CHF	21,9	1'419,4	1'164,7
- Region Europa	Mio. CHF	24,4	1'099,7	884,2
- Region Nord- & Südamerika	Mio. CHF	16,4	236,6	203,2
- Region Asien & Rest der Welt	Mio. CHF	7,5	83,1	77,3
Verkaufsmenge	Tonnen	10,6	331'916	300'120
- Region Europa	Tonnen	11,5	240'793	215'998
- Region Nord- & Südamerika	Tonnen	12,9	72'623	64'307
- Region Asien & Rest der Welt	Tonnen	-6,6	18'500	19'815
Kennzahlen nach Geschäftssegment				
Industriegeschäft				
Umsatz	Mio. CHF	32,5	923,9	697,2
- Kakao	Mio. CHF	22,3	140,8	115,1
- Industrielle Kunden	Mio. CHF	34,5	783,1	582,1
Verkaufsmenge	Tonnen	14,3	253'456	221'762
- Kakao	Tonnen	2,7	36'981	36'023
- Industrielle Kunden	Tonnen	16,5	216'475	185'739
Gewerbliche Kunden/Verbraucher-geschäft				
Umsatz	Mio. CHF	6,0	495,5	467,5
- Gourmet & Spezialitäten	Mio. CHF	13,2	201,6	178,1
- Verbraucherprodukte	Mio. CHF	1,6	293,9	289,4

* Um die Kennzahlen nicht zu verzerren, wurde der physische Verkauf von Kakaobohnen im Umsatz nicht berücksichtigt. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst; weiter wurden sie um das veräusserte Geschäft von Brach's bereinigt.