



Medienmitteilung

Barry Callebaut publiziert Ergebnisse zum Geschäftsjahr 2006/07:

Anhaltend starkes Umsatz- und Gewinnwachstum

- **Wachstum der Verkaufsmenge um 8,5% auf 1'059'200 Tonnen**
- **Steigerung des Umsatzes¹ um 10,6% auf CHF 4'106,8 Millionen**
- **Zunahme des Betriebsgewinns (EBIT) um 9,8% auf CHF 324,0 Millionen**
- **Steigerung des Konzerngewinns aus fortzuführenden Geschäftsbereichen um 9,1% auf CHF 207,0 Millionen**
- **Unterzeichnung des Vertrags zum Verkauf von Brach's; Brach's deshalb als aufgebener Geschäftsbereich klassifiziert.**
- **Nach oben revidierte 4-Jahres-Finanzziele: jährliches Volumenwachstum von 9-11%, EBIT-Wachstum von 11-14% und Gewinnwachstum von 13-16%**
- **Verwaltungsrat schlägt Ausschüttung von CHF 11,50 pro Aktie vor, gegenüber CHF 10,50 im Vorjahr**

Zürich/Schweiz, 6. November 2007 – Barry Callebaut AG, der weltweit führende Hersteller von hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten, gab heute die Ergebnisse für das am 31. August 2007 abgelaufene Geschäftsjahr 2006/07 bekannt. Nach der Unterzeichnung einer Verkaufsvereinbarung für Brach's in den USA wurde dieses Geschäft als aufgebener Geschäftsbereich klassifiziert und die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst. Um die Kennzahlen nicht zu verzerren, werden Erlöse aus dem Verkauf von Kakaobohnen beim Umsatz¹ nicht berücksichtigt, sondern nur die verarbeiteten Produkte.

Im Geschäftsjahr 2006/07 stieg die Verkaufsmenge von Barry Callebaut kräftig um 8,5% auf 1'059'200 Tonnen. Alle Regionen trugen zur Zunahme bei. Am stärksten fiel das Volumenwachstum in Europa mit einem Anstieg von 10,1% aus. Der Umsatz¹ der Gruppe erhöhte sich deutlich um 10,6% auf CHF 4'106,8 Mio., angetrieben durch eine starke Performance des Geschäftsbereichs Industrielle Kunden. Der Betriebsgewinn (EBIT) legte um 9,8% auf CHF 324,0 Mio. zu. Darin widerspiegelt sich die gute Performance aller Regionen und Geschäftsbereiche. Der EBIT-Anstieg wurde erzielt, obwohl sich die Combined (Kakao-) Ratio wie früher kommuniziert verschlechtert hatte und mit den hohen Rohstoffpreisen ein schwieriges Kostenumfeld bestand. Diese beiden Faktoren zusammen belasteten das Betriebsergebnis mit rund CHF 30 Mio. Das Geschäftsmodell von Barry Callebaut erlaubte es dem Unternehmen, den Grossteil der höheren Rohstoffkosten zu kompensieren. Der Konzerngewinn aus fortzuführenden Geschäftsbereichen nahm um 9,1% auf CHF 207,0 Mio. zu.

Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut, erklärte: „Ich bin mit unserem Ergebnis und unserer Leistung im Geschäftsjahr 2006/07 zufrieden. Wir sind mehr als doppelt so stark gewachsen wie der globale Schokoladenmarkt. Erneut erwies sich der Geschäftsbereich Industrielle Kunden als Motor für das Volumenwachstum. Auch der Bereich Gourmet & Spezialitäten verzeichnete ein sehr starkes zweites Halbjahr. Unser Kostenumfeld mit hohen Rohstoffpreisen wird weiterhin eine Herausforderung darstellen. Wir sind diesem Druck mit einer Optimierung unserer Kostenstruktur und Preiserhöhungen begegnet. Die bedeutenden langfristigen Lieferverträge mit 3 der 5 weltgrössten Süswarenhersteller haben uns klar als Outsourcing-Partner erster Wahl in der Nahrungsmittelbranche positioniert.“

¹ Der Umsatz beinhaltet den Nettoumsatz mit verarbeiteten Produkten und damit zusammenhängenden Dienstleistungen, nicht aber den Handel mit Rohstoffen (z.B. Kakaobohnen). Zu Vergleichszwecken wurden die Vorjahreszahlen entsprechend angepasst.



Medienmitteilung

Kennzahlen der Gruppe für das Geschäftsjahr 2006/07

		<i>Veränderung (in %)</i>	<i>12 Monate bis 31. August 2007</i>	<i>12 Monate bis 31. August 2006</i>
<i>Verkaufsmenge</i>	<i>Tonnen</i>	8,5	<i>1'059'200</i>	<i>976'661</i>
<i>Umsatz¹</i>	<i>Mio. CHF</i>	10,6	<i>4'106,8</i>	<i>3'713,2</i>
<i>Betriebsgewinn (EBIT)</i>	<i>Mio. CHF</i>	9,8	<i>324,0</i>	<i>295,0</i>
<i>EBIT/Tonne</i>	<i>CHF</i>	1,3	<i>305,9</i>	<i>302,0</i>
<i>Konzerngewinn aus fortzuführenden Geschäftsbereichen</i>	<i>Mio. CHF</i>	9,1	<i>207,0</i>	<i>189,7</i>

Marktumfeld

Der globale Markt für Schokoladenprodukte wuchs gemäss Euromonitor International von 2006 bis 2007 um 3,5% und wird auf rund CHF 90 Mrd. geschätzt. Die höchsten Wachstumsraten verzeichneten aufstrebende Märkte wie Russland und China. In Westeuropa und Nordamerika ist der Markt für Standardschokolade reif. Wachstum ist hier vorwiegend aus dem Premiumbereich – d.h. bei herkunftreiner, Bio-, gesundheitsfördernder und Fair-Trade-Schokolade – zu erwarten. Der Trend geht klar in Richtung dunkle Schokolade, da die Konsumenten ein intensiveres Geschmackserlebnis suchen und sich der gesundheitsfördernden Wirkung der Kakaobohne vermehrt bewusst werden.

Geschäftsentwicklung nach Regionen im Geschäftsjahr 2006/07

Region Europa: Ausbau der Marktführerschaft

In der Region Europa, die über 70% der gruppenweiten Verkäufe ausmacht, wuchs die Verkaufsmenge um 10,1% auf 738'983 Tonnen. Der Umsatz stieg um 12,2% auf CHF 3'048,4 Mio. Die Zunahme in der Region Europa ist auf das Zusammenspiel von erhöhtem Marktanteil, steigender Nachfrage in Osteuropa und verstärkter Nachfrage nach dunkler Qualitätsschokolade zurückzuführen. Der Betriebsgewinn (EBIT) erhöhte sich in Europa um 7,6% auf CHF 290,2 Mio. Die erfreuliche Entwicklung der Verkäufe ermöglichte eine Steigerung des Betriebsgewinns trotz Kostendruck aufgrund der höheren Rohstoffpreise.

Neue Outsourcing-Verträge mit Schlüsselkunden in verschiedenen Ländern und ein solides Wachstum bei den grossen und mittelgrossen Industriekunden sorgten für ein beeindruckendes Wachstum im Geschäftsbereich **Industrielle Kunden**. Der Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten** verzeichnete eine besonders erfreuliche Nachfrage seiner gewerblichen Kunden im Mittelmeerraum, in Grossbritannien und in Osteuropa. In Alicante (Spanien) begann Barry Callebaut mit der Produktion von tiefgekühlten Premium-Desserts, die von Paco Torreblanca, einem der renommiertesten Pâtissiers Europas, kreiert wurden. Das Joint Venture erwies sich als sehr erfolgreich und die Produktion wird im laufenden Geschäftsjahr erhöht. Im Geschäftsbereich **Verbraucherprodukte Europa** ermöglichten weitere Optimierungsmassnahmen eine substanzielle Zunahme des Betriebsgewinns. Der Umsatz entwickelte sich infolge der Nichterneuerung unrentabler Verträge praktisch flach. Der Geschäftsbereich konnte das Lohnfertigungsgeschäft (co-manufacturing) ausbauen.

Im Geschäftsjahr 2006/07 unterzeichnete Barry Callebaut langfristige Lieferverträge mit Nestlé, dem weltgrössten Nahrungsmittelunternehmen, sowie mit dem in Europa führenden Süsswarenhersteller Cadbury Schweppes. Aufgrund dieser beiden Outsourcing-Verträge wird die Verkaufsmenge über die nächsten zwei Jahre um rund 60'000 Tonnen zunehmen. Als Teil der Vereinbarung mit Nestlé erwarb Barry Callebaut eine Schokoladenfabrik in Dijon (Frankreich) sowie Anlagen zur Herstellung von Kakaomasse und Flüssigschokolade in der Schokoladenfabrik von Nestlé in San Sisto (Italien). Im Einklang mit der geografischen Expansionsstrategie eröffnete Barry Callebaut in Russland, wo das Unternehmen die



Medienmitteilung

Verkaufsmenge in den nächsten drei Jahren verdreifachen will, eine neue, moderne Schokoladenfabrik.

Region Nord- und Südamerika: Die Führungsrolle übernehmen

Die Verkaufsmenge in der Region Nord- und Südamerika nahm um 4,8% auf 242'696 Tonnen zu, und der Umsatz stieg um 4,2% auf CHF 756,8 Mio. Der Betriebsgewinn (EBIT) erhöhte sich markant um 18,3% auf CHF 67,1 Mio.; dazu trugen höhere Umsätze, eine straffe Kostenkontrolle, eine optimierte Werksstruktur und Anpassungen in der Organisation bei.

Neue Lieferverträge mit Industriekunden und ein erhöhter Marktanteil kurbelten das Wachstum im Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** an. Der Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten** stärkte seine Marktpräsenz durch den Ausbau des direkten Vertriebs. Eine gezielte Marketingkampagne unterstrich die Fokussierung des Geschäftsbereichs auf Premium- und Spezialitätenprodukte.

Barry Callebaut hat die operative Präsenz in der Region vollständig verändert. Die strategische Partnerschaft mit The Hershey Company im Juli 2007 wird Barry Callebaut zur Nummer 1 im Bereich Industrieschokolade in Nordamerika machen. Die Vereinbarung beinhaltet einen bedeutenden langfristigen Liefervertrag und den Kauf von Produktionsanlagen. Zudem baut Barry Callebaut in Mexiko eine neue Fabrik und erweitert die Kapazitäten in bestehenden Werken, um die steigende Nachfrage von Hershey und anderen Kunden decken zu können. Im Oktober kündigte das Unternehmen zudem Pläne für den Kauf einer Kakaofabrik in der Nähe von Philadelphia an. Barry Callebaut ist nun gut positioniert, um weitere Marktanteile zu erobern und die Führungsrolle im Geschäft mit Industrie- und gewerblichen Kunden in Nord- und Südamerika wahrzunehmen.

Wie im September 2007 angekündigt, hat Barry Callebaut eine Vereinbarung für den Verkauf der US-Süsswarentochter Brach's an Farley's & Sathers Candy Company, Inc. unterzeichnet. Dadurch kann sich Barry Callebaut künftig voll auf das Kerngeschäft – Schokolade – konzentrieren. Die Transaktion sollte bis Ende November 2007 abgewickelt werden. Nachdem sich Brach's bisher im break-even-Bereich bewegt hatte, wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Betriebsverlust von über CHF 12 Mio. verzeichnet. Zusammen mit Wertberichtigungen auf Aktiven von CHF 46,7 Mio. sowie weiteren Kosten und Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Verkauf beläuft sich der einmalige Reinverlust aus dem Verkauf von Brach's auf CHF 83,0 Mio. Nicht verkauft hat Barry Callebaut steuerlich anrechenbare Verlustvorträge in den USA von über USD 200 Mio., welche nicht aktiviert wurden und die das Unternehmen künftig nutzen kann. Der Reingewinn nach den einmaligen Aufwendungen resultierend aus dem Verkauf von Brach's belief sich auf CHF 124.1 Mio.

Region Asien & Rest der Welt: Wachstumschancen nutzen

Die Region Asien & Rest der Welt erzielte einen Anstieg der Verkaufsmenge um 5,0% auf 77'521 Tonnen. Der Umsatz wuchs um 11,6 % auf CHF 301,6 Mio. Der Betriebsgewinn (EBIT) stieg um 3,8% auf CHF 32,9 Mio. Ohne das Geschäft mit Verbraucherprodukten in Afrika, das sich über weite Strecken des Geschäftsjahrs 2006/07 unbefriedigend entwickelte, erzielte die Region ein solides zweistelliges Mengen-, Umsatz- und Betriebsgewinnwachstum. Das afrikanische Verbrauchergeschäft bestand aus drei Einheiten in Kamerun, der Elfenbeinküste und Senegal. Chocosen in Senegal wurde im Laufe dieses Jahres ans lokale Management verkauft; das übrige Verbrauchergeschäft in Afrika wurde einer Überprüfung unterzogen.

Intensivierte Verkaufsanstrengungen schlugen sich in einem raschen Mengenwachstum im Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** nieder. Im Bereich **Gourmet & Spezialitäten** wurden die Aussendienst- und Marketingressourcen auf China, Japan und Südostasien fokussiert, um



Medienmitteilung

die Marktpenetration zu erhöhen und am Branchenwachstum in der Region zu partizipieren. Der Geschäftsbereich schnitt insbesondere im Premium-Bereich gut ab, vor allem in Japan.

In der Region Asien-Pazifik fasste Barry Callebaut stärker Fuss in den anvisierten Schlüsselmärkten. Das Unternehmen baut eine neue Fabrik in Suzhou nahe Schanghai in China, die Ende 2007 betriebsbereit sein sollte. Zudem ist später in diesem Jahr die Eröffnung eines Verkaufsbüros und einer Chocolate Academy in Mumbai (Indien) geplant. Die unterzeichnete strategische Allianz mit Morinaga, einem der führenden Süswarenhersteller Japans, stellt einen wichtigen Schritt in der geografischen Expansionsstrategie von Barry Callebaut dar und stärkt die Position des Unternehmens in diesem Premium-Markt. Die Transaktion umfasst einen langfristigen Liefervertrag sowie den Erwerb von Produktionsanlagen und sollte bis Ende 2007 abgeschlossen werden.

In Westafrika baut Barry Callebaut die Kakaoverarbeitung in der Elfenbeinküste weiter aus, um den zukünftigen Bedarf an Kakaomasse und Kakaobutter decken zu können.

Kennzahlen der Gruppe nach Regionen für das Geschäftsjahr 2006/07

EUROPA		Veränderung (in %)	12 Monate bis 31. August 2007	12 Monate bis 31. August 2006
Verkaufsmenge	Tonnen	10,1	738'983	671'172
Umsatz	Mio. CHF	12,2	3'048,4	2'716,8
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	7,6	290,2	269,7

NORD- & SÜDAMERIKA		Veränderung (in %)	12 Monate bis 31. August 2007	12 Monate bis 31. August 2006
Verkaufsmenge	Tonnen	4,8	242'696	231'652
Umsatz	Mio. CHF	4,2	756,8	726,2
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	18,3	67,1	56,7

ASIEN & REST DER WELT		Veränderung (in %)	12 Monate bis 31. August 2007	12 Monate bis 31. August 2006
Verkaufsmenge	Tonnen	5,0	77'521	73'837
Umsatz	Mio. CHF	11,6	301,6	270,2
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	3,8	32,9	31,7

Entwicklung der Geschäftssegmente im Geschäftsjahr 2006/07

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 auf 796'458 Tonnen, was gegenüber den 715'505 Tonnen im Vorjahr einem Wachstum von 11,3% entspricht.

- Die Verkaufsmenge von **Kakaoprodukten** an Drittkunden belief sich auf 142'062 Tonnen. Dies entspricht einem Plus von 10,7%. Die Volumen wurden forciert, um den Margenrückgang als Folge der verschlechterten Combined (Kakao-)Ratio zu kompensieren.
- Die Verkaufsmenge im Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** betrug 654'396 Tonnen. Dies entspricht einem Anstieg von 11,5% im Vergleich zur Vorjahresperiode. Für die stärksten Impulse sorgten grössere Outsourcing-Volumen im Rahmen bestehender und neuer Kundenbeziehungen sowie ein gutes Geschäft mit mittelgrossen Industriekunden.

Der im Industriegeschäft erzielte Umsatz stieg um 15,0% auf CHF 2'574,2 Mio., gegenüber CHF 2'239,1 Mio. im vergangenen Jahr.



Medienmitteilung

- Im **Kakaogeschäft** nahm der Umsatz um 13,3% auf CHF 453,6 Mio. zu.
- Im Geschäftsbereich **Industrielle Kunden** konnte der Umsatz um 15,3% auf CHF 2'120,6 Mio. gesteigert werden. Dazu trugen höhere Verkaufsmengen, ein besserer Verkaufsmix und zum Teil auch positive Währungseffekte bei.

Der Betriebsgewinn (EBIT) für das Segment Industriegeschäft erhöhte sich im Geschäftsjahr 2006/07 um 3,9% auf CHF 230,8 Mio. Das Ergebnis wurde durch die bereits erwähnten negativen Auswirkungen der gesunkenen Combined (Kakao-)Ratio belastet.

Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft

Das Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft bedient eine breite Kundenpalette von lokalen gewerblichen Verarbeitern (Chocolatiers, Confiseure, Bäckereien, Hotels, Restaurants, Caterer) bis hin zu global tätigen Einzelhandelskonzernen.

Der Umsatz stieg um 4,0% auf CHF 1'532,6 Mio., in erster Linie aufgrund einer guten Leistung im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten

- Der Umsatz im Geschäftsbereich **Gourmet & Spezialitäten** nahm um 9,0% auf CHF 590,7 Mio. zu. Dies war der Fokussierung auf Innovation und der erfolgreichen Lancierung innovativer Produkte zu verdanken. Premium-Produkte wie etwa herkunftsreine Schokoladen stiessen auch bei den gewerblichen Anwendern auf grossen Anklang.
- Der Umsatz im **Verbrauchergeschäft** stieg um 1,1% auf CHF 941,9 Mio.

Der Betriebsgewinn (EBIT) im Segment Gewerbliche Kunden/Verbrauchergeschäft stieg um 17,2 % auf CHF 159,4 Mio. dank einer verbesserten Profitabilität sowohl im Geschäftsbereich Gourmet & Spezialitäten als auch bei den Verbraucherprodukten Europa.

Kennzahlen der Gruppe nach Geschäftssegmenten für das Geschäftsjahr 2006/07

INDUSTRIEGESCHÄFT		Veränderung (in %)	12 Monate bis 31. August 2007	12 Monate bis 31. August 2006
Verkaufsmenge	Tonnen	11,3	796'458	715'505
Umsatz	Mio. CHF	15,0	2'574,2	2'239,1
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	3,9	230,8	222,1

GEWERBLICHE KUNDEN/ VERBRAUCHER- GESCHÄFT		Veränderung (in %)	12 Monate bis 31. August 2007	12 Monate bis 31. August 2006
Umsatz	Mio. CHF	4,0	1'532,6	1'474,1
Betriebsgewinn (EBIT)	Mio. CHF	17,2	159,4	136,0



Medienmitteilung

Anträge an die Ordentliche Generalversammlung

Der Verwaltungsrat schlägt der Generalversammlung am 29. November 2007 eine Erhöhung der Auszahlung an die Aktionäre von CHF 10,50 im Vorjahr auf CHF 11,50 pro Aktie vor. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 28,6%. Anstelle einer Dividendenzahlung schlägt der Verwaltungsrat vor, das Aktienkapital des Unternehmens über eine Nennwertreduktion von CHF 73,70 auf CHF 62,20 pro Aktie zu reduzieren. Die Nennwertreduktion von CHF 11,50 pro Aktie wird den Aktionären im März 2008 kosten- und verrechnungssteuerfrei ausbezahlt.

Filip De Reymaeker zum Vice President Osteuropa und Mitglied der Erweiterten Geschäftsleitung ernannt

Osteuropa, namentlich Russland, zählt für Barry Callebaut zu den wichtigsten Wachstumsregionen. Deshalb wurde beschlossen, die Führungsverantwortung für Europa aufzuteilen und innerhalb der Erweiterten Geschäftsleitung die neue Position eines Vice President Osteuropa zu schaffen. Per 1. Dezember 2007 wurde Filip De Reymaeker, derzeit Vice President Industrielle Kunden, in diese Funktion ernannt. Er wird direkt an den CEO der Gruppe rapportieren. Onno Bleeker, Mitglied des Senior Management Teams, ist als President Westeuropa weiterhin für Westeuropa zuständig.

Nach oben revidierte 4-Jahres-Finanzziele für den Zeitraum 2007/08-2010/11

Mit vier bedeutenden Outsourcing-Verträgen und dem Kauf oder Bau zusätzlicher Produktionskapazitäten in Westeuropa, Russland, Nordamerika, China und Japan hat für Barry Callebaut eine Phase des beschleunigten Wachstums begonnen. Das Unternehmen hat deshalb die mittelfristigen Finanzziele deutlich nach oben revidiert. Der neue Zielwert für das Verkaufswachstum ist doppelt so hoch wie der frühere. Betriebsgewinn (EBIT) und Konzerngewinn werden auch schneller wachsen trotz bedeutender Investitionen, Anlaufkosten und zusätzlicher Abschreibungen im Zusammenhang mit der Erweiterung der Produktionskapazitäten. Die erhöhten 4-Jahres-Finanzziele für den Zeitraum 2007/08-2010/11 sind im Durchschnitt: jährliches Verkaufswachstum von 9-11%, EBIT-Wachstum von 11-14% und Gewinnwachstum von 13-16%.

Ausblick

Patrick De Maeseneire, CEO von Barry Callebaut, gab folgenden Ausblick: „Mit vier bedeutenden langfristigen Lieferverträgen, einer gänzlich transformierten Produktionsstruktur in Nord- und Südamerika und einer gezielten geografischen Expansion in Märkte mit hohem Wachstumspotenzial haben wir eine starke Basis für ein künftig beschleunigtes Wachstum geschaffen. Aus diesem Grund haben wir die 4-Jahres-Finanzziele für den Zeitraum 2007/08-2010/11 nach oben angepasst. Trotz des anspruchsvollen Kostenumfelds mit hohen Rohstoffpreisen und einer gewissen Unsicherheit an den Devisen- und Finanzmärkten bin ich zuversichtlich, dass wir weiterhin schneller als der globale Schokoladenmarkt wachsen und unsere Ergebnisse weiter verbessern werden. Dies natürlich wie immer vorbehaltlich grösserer unvorhersehbarer Ereignisse.“

* * *

Weitere Informationen finden Sie im „Investorenbrief“ von Barry Callebaut im Internet unter (www.barry-callebaut.com).

* * *



Medienmitteilung

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 hochwertigen Kakao- und Schokoladenprodukten – von der Kakaobohne bis zum fertigen Produkt im Verkaufsregal. Barry Callebaut ist in 23 Ländern präsent, unterhält 37 Produktionsstandorte und beschäftigt rund 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.

* * *

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:

Gaby Tschofen, VP Corp. Communications
Barry Callebaut AG
Tel.: +41 43 204 04 60
gaby_tschofen@barry-callebaut.com

* * *

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

Generalversammlung 2006/07:	29. November 2007, Zürich
3-Monats-Verkaufszahlen 2007/08:	22. Januar 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

Medienkonferenz von Barry Callebaut AG

Datum: Dienstag, 6. November 2007
Zeit: von 10.00 Uhr bis ca. 11.00 Uhr MEZ
Ort: Hotel Widder, „Widder Saal“, Rennweg 7, 8001 Zürich

Konferenzsprache ist Englisch; Fragen sind auf Deutsch und Französisch möglich.

Wenn Sie die Konferenz **per Telefon** mitverfolgen möchten, wählen Sie bitte:

+41 91 610 56 00 (für Anrufe aus Europa)
+44 207 107 0611 (für Anrufe aus Grossbritannien)
+1 (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 dem akustischen Signal und dem Folien-Wechsel. Sie können eine Kopie der Präsentation von unserer Webseite herunterladen.

Eine **Aufzeichnung der Konferenz** steht Ihnen ab dem 6. November 2007 (12.30 Uhr) für 72 Stunden unter folgenden Nummern zur Verfügung: +41 91 612 43 30 (Europa); +1 (1) 866 416 2558 (USA); und +44 207 108 6233 (GB) - Code „732“ (mit Zeichen # bestätigen).

Für Fragen wenden Sie sich bitte an Susanne Baur (Telefon: +41 43 204 04 62 oder e-Mail: susanne_baur@barry-callebaut.com).

* * *

Konferenz für Analysten und institutionelle Anleger (auf Englisch)

Datum: Dienstag, 6. November 2007
Zeit: 12.00 Uhr bis ca. 13.30 Uhr CET
Mittagessen: Während der Konferenz wird ein leichtes Mittagessen serviert, gefolgt von einem Dessertbuffet
Ort: Hotel Widder, „Widder Saal“, Rennweg 7, 8001 Zürich

Wenn Sie die Konferenz **per Telefon** mitverfolgen möchten, wählen Sie bitte:

+41 91 610 56 00 (für Anrufe aus Europa)
+44 207 107 0611 (für Anrufe aus Grossbritannien)
+1 (1) 866 291 4166 (für Anrufe aus den USA)

Sie werden dann gebeten, Ihren Namen und den Namen Ihrer Firma 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 dem akustischen Signal und dem Folien-Wechsel. Sie können eine Kopie der Präsentation von unserer Webseite herunterladen.

Eine **Aufzeichnung der Konferenz** steht Ihnen ab dem 6. November 2007 (14 Uhr) für 72 Stunden unter folgenden Nummern zur Verfügung: +41 91 612 43 30 (Europa); +1 (1) 866 416 2558 (USA); und +44 207 108 6233 (GB) - Code „716“ (mit Zeichen # bestätigen).



Medienmitteilung

Kennzahlen der Barry Callebaut AG

		Veränderung (in %)	2006/07	2005/06
Erfolgsrechnung				
Umsatz <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	10,6 7,6	4'106,8 3'997,1	3'713,2
Verkaufsmenge	Tonnen	8,5	1'059'200	976'661
Bruttogewinn <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	6,9 4,6	653,8 639,7	611,8
EBITDA (1) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	8,8 6,6	427,1 418,4	392,5
Betriebsgewinn (EBIT) <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	9,8 7,6	324,0 317,4	295,0
EBIT pro Tonne <i>in lokalen Währungen</i>	CHF	1,3 -0,8	305,9 299,6	302,0
Konzerngewinn aus fortzuführenden Geschäftsbereichen <i>in lokalen Währungen</i>	Mio. CHF	9,1 7,0	207,0 203,0	189,7
Reinverlust aus aufgege- benen Geschäftsbereichen	Mio. CHF	n/v	-83,0	-6,1
Konzerngewinn für das Jahr	Mio. CHF	-32,4	124,1	183,6
Cashflow (2)	Mio. CHF	16,9	406,8	347,9
Quotienten				
Economic Value Added	CHF m	16.6	122.9	105.4
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROIC)	%	4.4	14.3%	13.7%
Eigenkapitalrendite (ROE)	%	3.0	19.5%	19.0%
Aktien				
EBIT pro Aktie <i>in lokalen Währungen</i>	CHF	9,8 7,6	62,7 61,4	57,1
Unverwässerter Gewinn pro Aktie	CHF	9,3	40,2	36,7
Verwässerter Gewinn pro Aktie (3)	CHF	9,9	40,0	36,4
Bilanz			31.8.2007	31.8.2006
Bilanzsumme	Mio. CHF	13,3	3'186,7	2'811,8
Nettoumlaufvermögen	Mio. CHF	-4,0	883,9 ⁴⁾	920,9
Anlagevermögen	Mio. CHF	2,2	1'211,3	1'184,9
Nettoverschuldung	Mio. CHF	2,6	930,2	906,9
Eigenkapital	Mio. CHF	6,0	1'059,1	999,2
Andere				
Mitarbeitende		8,0	7'592	7'028

1) Betriebsgewinn (EBIT) + Abschreibungen auf Sachanlagen und Abschreibungen auf immaterielles Anlagevermögen

2) Betrieblicher Geldfluss vor Veränderungen im Nettoumlaufvermögen

3) Basierend auf dem Konzerngewinn aus fortzuführenden Geschäftsbereichen

4) Exklusive aufgegebene Geschäftsbereiche. In Übereinstimmung mit IFRS 5 wurden die Vorjahreszahlen der Bilanz nicht angepasst.



Medienmitteilung

Kennzahlen nach Regionen

		Veränderung (in %)	2006/07	2005/06
Europa				
Verkaufsmenge	Tonnen	10,1	738'983	671'172
Umsatz	Mio. CHF	12,2	3'048,4	2'716,8
EBITDA	Mio. CHF	7,5	363,2	337,9
EBIT	Mio. CHF	7,6	290,2	269,7
Nord- und Südamerika				
Verkaufsmenge	Tonnen	4,8	242'696	231'652
Umsatz	Mio. CHF	4,2	756,8	726,2
EBITDA	Mio. CHF	16,7	83,7	71,7
EBIT	Mio. CHF	18,3	67,1	56,7
Asien & Rest der Welt				
Verkaufsmenge	Tonnen	5,0	77'521	73'837
Umsatz	Mio. CHF	11,6	301,6	270,2
EBITDA	Mio. CHF	-0,2	42,2	42,3
EBIT	Mio. CHF	3,8	32,9	31,7

Kennzahlen nach Geschäftssegmenten

		Veränderung (in %)	2006/07	2005/06
Industriegeschäft				
Umsatz	Mio. CHF	15,0	2'574,2	2'239,1
<i>Kakao</i>	<i>Mio. CHF</i>	<i>13,3</i>	<i>453,6</i>	<i>400,2</i>
<i>Industrielle Kunden</i>	<i>Mio. CHF</i>	<i>15,3</i>	<i>2'120,6</i>	<i>1'838,9</i>
Verkaufsmenge	Tonnen	11,3	796'458	715'505
<i>Kakao</i>	<i>Tonnen</i>	<i>10,7</i>	<i>142'062</i>	<i>128'384</i>
<i>Industrielle Kunden</i>	<i>Tonnen</i>	<i>11,5</i>	<i>654'396</i>	<i>587'121</i>
EBITDA	Mio. CHF	4,5	287,8	275,4
EBIT	Mio. CHF	3,9	230,8	222,1
Gewerbliche Kunden/ Verbrauchergeschäft				
Umsatz	Mio. CHF	4,0	1'532,6	1'474,1
<i>Gourmet & Spezialitäten</i>	<i>Mio. CHF</i>	<i>9,0</i>	<i>590,7</i>	<i>542,0</i>
<i>Verbraucherprodukte</i>	<i>Mio. CHF</i>	<i>1,1</i>	<i>941,9</i>	<i>932,1</i>
EBITDA	Mio. CHF	14,1	201,3	176,5
EBIT	Mio. CHF	17,2	159,4	136,0