

BELL
FOOD
GROUP



LEADING IN FOOD

Geschäftsjahr 2024

Bell Food Group mit erfreulichem Wachstum

Medien- & Finanzanalystenpräsentation | 13.02.2025



Dieses Dokument stellt weder ein Angebot zum Verkauf noch eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren dar. Es ist weder ein Angebot, ein öffentliches Angebot oder ein Prospekt im Sinn von Artikel 3 und 35 ff. des Bundesgesetzes über die Finanzdienstleistungen (FIDLEG) noch ein Kotierungsprospekt im Sinn der Kotierungsregeln der SIX Swiss Exchange. Kopien dieses Dokuments dürfen nicht in oder aus Jurisdiktionen versandt oder anderweitig verteilt werden, wo dies von Gesetzes wegen eingeschränkt oder verboten ist.

Sofern festgestellt werden würde, dass dieses Dokument ein Angebot, ein öffentliches Angebot, ein Prospekt, ein Basisinformationsblatt oder eine ähnliche Mitteilung gemäss FIDLEG darstellt, sei darauf hingewiesen, dass die Bell Food Group AG mit der erforderlichen Sorgfalt die ihr vorhandenen Informationen ausgewertet, zusammengefasst und dargestellt hat. Zudem enthält dieses Dokument bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen. **Solche in die Zukunft gerichtete Aussagen, Pläne, Ziele, Schätzungen und Strategien unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken, Ungewissheiten und anderen Faktoren, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Finanzlage, die Entwicklung oder sonstige für Investoren relevante Aspekte des Unternehmens (möglicherweise wesentlich) von denjenigen abweichen, die in diesen Aussagen, Plänen, Zielen, Schätzungen und Strategien ausdrücklich oder implizit angenommen und/oder dargestellt werden. Vor dem Hintergrund dieser Ungewissheiten darf und kann man sich nicht auf solche in die Zukunft gerichtete Aussagen Pläne, Ziele, Schätzungen und Strategien verlassen.**

Die Bell Food Group AG übernimmt keinerlei Haftung und auch nicht die Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen, Pläne, Ziele, Schätzungen und Strategien gegenüber Investoren oder der weiteren Öffentlichkeit zu aktualisieren oder an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.

Agenda

Präsentation Geschäftsjahr 2024

Basel, 13. Februar 2025

Agenda

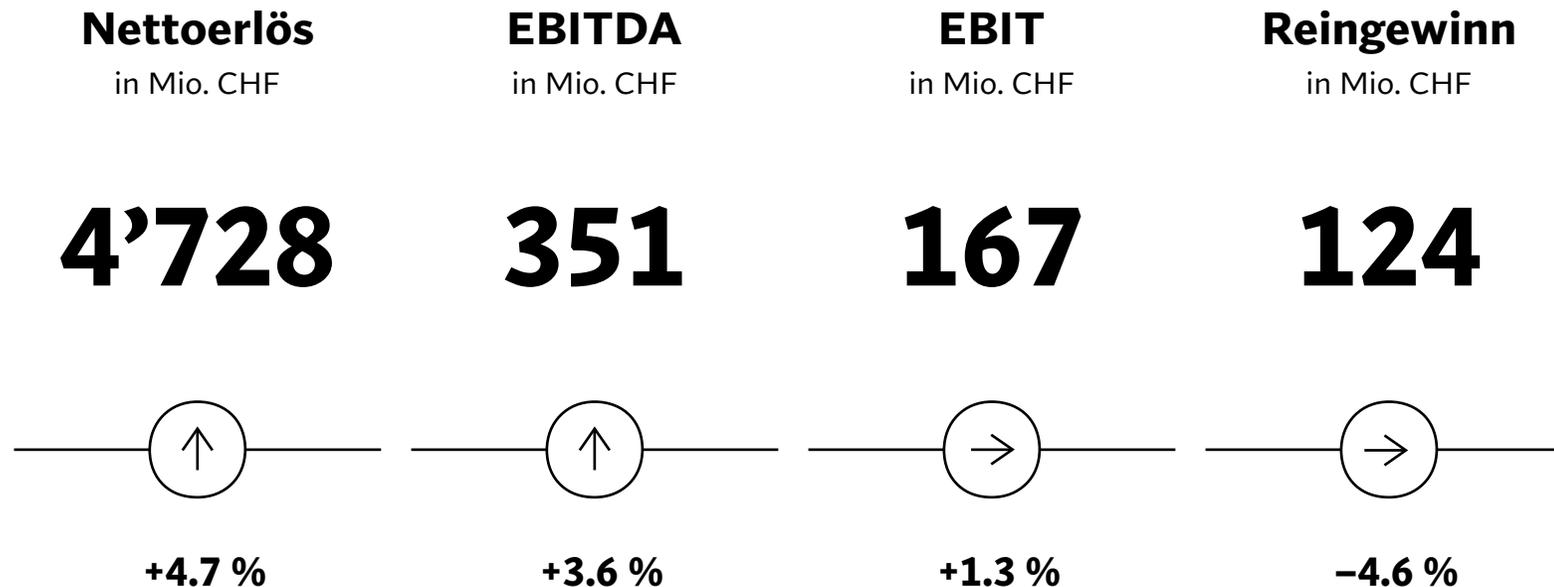
- Überblick Geschäftsjahr 2024 *Marco Tschanz, CEO*
- Entwicklung Geschäftsbereiche *Marco Tschanz, CEO*
- Finanzielle Erläuterungen zum Geschäftsjahr 2024 *Xavier Buro, CFO*
- Update strategische Stossrichtungen *Marco Tschanz, CEO*
- Ausblick *Marco Tschanz, CEO*
- Fragerunde



Überblick Geschäftsjahr 2024

Erfreuliches Wachstum von Nettoerlös und EBITDA

Überblick Geschäftsjahr 2024

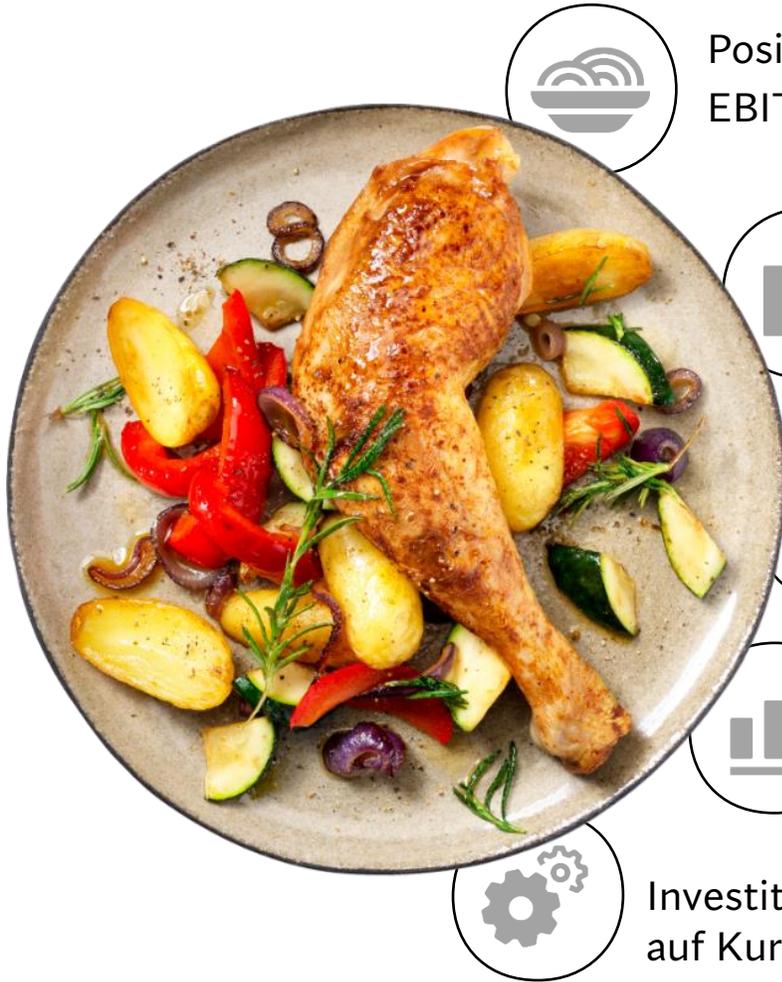


+5.7 %

Organisches Wachstum
Nettoerlös

Wesentliche Erkenntnisse zum Geschäftsjahr 2024

Überblick Geschäftsjahr 2024



Positive Entwicklung der Vorjahre beim organischen Wachstum (+5.7 %) und beim EBITDA (+3.6 %) fortgesetzt und erneut ein gutes operatives Ergebnis erzielt



Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit durch gezielte Sortimentssteuerung und innovative Ansätze



Ausbau der Marktpräsenz dank Volumensteigerung



Höhere Kosten grösstenteils wachstums- und teuerungsbedingt



Investitionsprogramm auf Kurs

**Alle Geschäftsbereiche
überzeugten mit starker Leistung**

Wachstum gleichmässig in allen Produktgruppen

Überblick Geschäftsjahr 2024

**Aufteilung Nettoerlös
nach Produktgruppen
in %**



42 %

Fleisch & Charcuterie

Vorjahr 42 %



29 %

Geflügel & Seafood

Vorjahr 29 %



28 %

Convenience

Vorjahr 28 %

Stabile Entwicklung Vegi und Absatzkanäle

Überblick Geschäftsjahr 2024

Anteil vegetarische Produkte am Nettoerlös

in %

22 %
Vorjahr 21 %



Anteile Absatzkanäle am Nettoerlös

in %

**Food Service /
Industrie** **30 %**

Vorjahr 30 %

Retail **70 %**

Vorjahr 70 %



Positive langjährige Entwicklung 2018–2024

Überblick Geschäftsjahr 2024

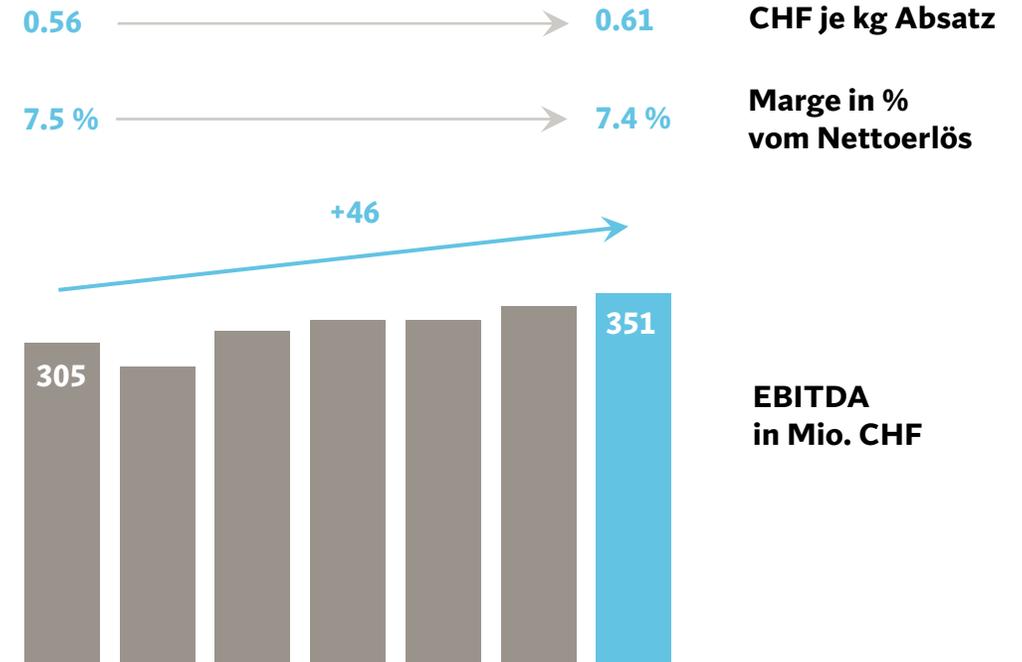
Organisches Wachstum

CAGR 2018–2024

	Nettoerlös	Absatz
Frischfleisch & Charcuterie	2.4 %	0.3 %
Geflügel & Seafood	6.8 %	3.7 %
Convenience	5.5 %	3.0 %

- Kontinuierliches Wachstum erzielt
- Abweichung Nettoerlös und Absatz teuerungsbedingt

EBITDA Wachstum



- Leistungsfähigkeit erhöht und EBITDA absolut gesteigert
- Relative Marge abhängig von der Teuerung

Entwicklung Geschäftsbereiche

Erneut gutes Ergebnis im Schweizer Kerngeschäft

Geschäftsbereich Bell Schweiz



- Nettoerlös und Absatz gesteigert
- Grösste Treiber: Fleisch, Geflügel und Seafood
- Weitere Marktanteile gewonnen
- Höhere Rohmaterialpreise konnten grösstenteils im Markt realisiert werden
- Mehrvolumen führten zu höheren Personal- und Gemeinkosten, die mehrheitlich absorbiert werden konnten

Nettoerlös
in Mio. CHF

2'285

Organisches Wachstum
in %

+4.3 %

Wertschöpfungstiefe ausgebaut

Geschäftsbereich Bell International



- Trotz stagnierender Märkte erfreuliches Wachstum erzielt
- Ausbau Wertschöpfungstiefe durch vergrößerte Kapazitäten im Wachstumssegment geschnittener Charcuterie
- Erfreuliche Entwicklung in allen Divisionen:
 - Bell Deutschland setzt positive Absatzentwicklung fort
 - Bell Spanien erhöht Inland- und Exportabsatzmengen
 - Bell Polen steigert Wertschöpfung dank seiner starken Nischenproduktion
 - Bell Frankreich erfolgreich, auch im Exportgeschäft

Nettoerlös
in Mio. CHF

532

Organisches Wachstum
in %

+9.6 %

Pionierrolle bei nachhaltigem Geflügel weiter ausgebaut

Geschäftsbereich Hubers/Süttag



- Hohe Nachfrage nach Geflügelprodukten, insbesondere aus höheren Tierwohlprogrammen
- Sicherstellung der Verfügbarkeit von Rohstoffen anspruchsvoll
- In Bezug auf Nachhaltigkeit und Haltungsstandards eine starke Marktposition erarbeitet
- Grösster Bio-Produzent in Europa
- Leistungsfähige und effiziente Produktion

Nettoerlös
in Mio. CHF

660

Organisches Wachstum
in %

+8.3 %

Lancierung neuer Produkte in Trendsortimenten

Geschäftsbereich Eisberg



- Zufriedenstellendes Geschäftsjahr in einem anspruchsvollen Marktumfeld
- Erfolgreiche Innovationen wie Früchtebecher oder Ramen Bowls
- Ausbau Sortiment an Salat Bowls
- Bei Eisberg Österreich Umsatzsteigerung durch die ausserhalb der Erwartungen liegende Entwicklung bei Kosten/Ertrag getrübt

Nettoerlös
in Mio. CHF

370

Organisches Wachstum
in %

+10.7 %

Starkes Wachstum bei Frischgerichten und Tofu

Geschäftsbereich Hilcona



- Erfreuliches Wachstum in allen Absatzkanälen
- Konsumverschiebungen zu günstigeren Sortimenten dank laufender Anpassungen im Sortimentsmix und Effizienzverbesserungen kompensiert
- The Green Mountain mit erneutem Wachstum und weiteren Marktanteilsgewinnen
- Starkes Wachstum beim Tofu-Absatz in der Schweiz

Nettoerlös
in Mio. CHF

565

Organisches Wachstum
in %

+3.3 %

Margensituation verbessert

Geschäftsbereich Hügli



- Marktanteile gewonnen und Margensituation trotz höherer Beschaffungskosten verbessert
- Erfolgreiche Mehrwert-Foodkonzepte und Innovationen stützten den Geschäftsgang und gaben wesentliche Marktimpulse
- Modernes Feinkostwerk in Steinach (CH) vollumfänglich in Betrieb genommen
- Wechselhafte Wetterbedingungen beeinflussten die Saisongastronomie
- Neues Programm aufgesetzt für Effizienz- und Prozessverbesserungen

Nettoerlös
in Mio. CHF

411

Organisches Wachstum
in %

+3.0 %

Finanzielle Erläuterungen zum Geschäftsjahr 2024

Erfolgsrechnung (1/2)

Finanzielle Erläuterungen zum Geschäftsjahr 2024

in Mio. CHF

	2024	2023	+/-	%
Nettoerlös	4'728	4'514	+214	+4.7 %
Währungseinfluss			-27	
Anorganisch			-16	
Organisch			+257	+5.7 %
Bruttogewinn	1'880	1'768	+112	+6.3 %
in % des Nettoerlöses	39.8 %	39.2 %		
EBITDA	351	339	+12	+3.6 %
in % des Nettoerlöses	7.4 %	7.5 %		

Organisches Wachstum des Nettoerlöses

Alle Geschäftsbereiche konnten den Nettoerlös organisch steigern

Anstieg des Bruttogewinns und Steigerung der Marge

Volumen- und Margenanstieg

Erhöhung des EBITDA

Konsequentes Kostenmanagement und Verbesserung der Produktivität können volumen- und teuerungsbedingte Kostensteigerungen überkompensieren

Erfolgsrechnung (2/2)

Finanzielle Erläuterungen zum Geschäftsjahr 2024

in Mio. CHF

	2024	2023	+/-	%
EBIT	167	165	+2	+1.3 %
in % des Nettoerlöses	3.5 %	3.6 %		
Finanzergebnis	-15	-13		
Ergebnis aus assoziierten Gesellschaften	0	-1		
Steuern	-29	-21		
Ergebnis nach Steuern	124	130	-6	-4.6 %
in % des Nettoerlöses	2.6 %	2.9 %		

EBIT übertrifft das Vorjahr

Trotz höheren Abschreibungen steigt der EBIT über das Niveau von 2023.

Finanzergebnis fällt tiefer aus

Geringere Währungsverluste und höhere Zinserträge bei gestiegenen Kosten für Anleihen.

Jahresergebnis unter 2023

Rückgang Ergebnis aufgrund höherer Steuern und Zinsen.

Kennzahlen Bilanz

Finanzielle Erläuterungen zum Geschäftsjahr 2024

Eigenkapitalquote

50.0 %

Vorjahr: 46.0 %

- Sehr solide Bilanz; Eigenkapitalquote deutlich über dem eigenen Zielwert von >40 %
- Goodwill wird aktiviert und abgeschrieben. Bei Verrechnung mit Eigenkapital wäre die Eigenkapitalquote bei sehr soliden 48.6 %

Verschuldungsgrad

2.4x

Vorjahr: 2.4x

- Refinanzierung einer Anleihe über CHF 200 Mio. im Februar 2024. Als Folge Anstieg der Zinskosten aufgrund höherer Marktzinsen
- Verschuldungsgrad unterhalb der eigenen Zielgrösse von <2.5x
- Im März 2025 fällige Anleihe über CHF 300 Mio. wird refinanziert

Kennzahlen Cashflow und Investitionen

Finanzielle Erläuterungen zum Geschäftsjahr 2024

Operativer Cashflow

CHF 313 Mio.

Vorjahr: CHF 317 Mio.

-
- Stabiler operativer Cashflow
 - Abzüglich der liquiditätswirksamen operativen Nettoinvestitionen resultiert ein operativer Free Cashflow von CHF 2 Mio.

Operative Investitionen

CHF 299 Mio.

Vorjahr: CHF 326 Mio.

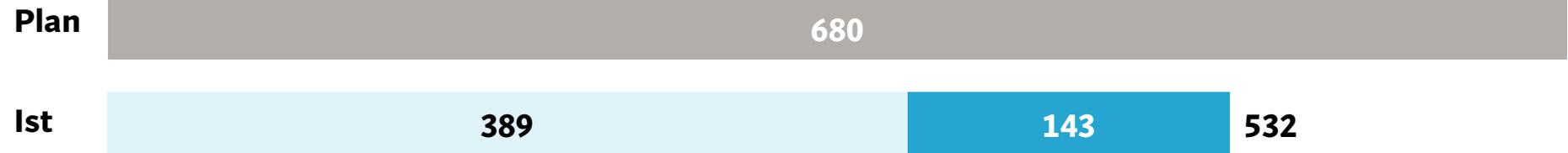
-
- Planmässige Fortschritte beim Investitionsprogramm Schweiz; im Jahr 2024 Investitionen von CHF 170 Mio.
 - Für weitere Modernisierungs- und Ersatzprojekte wurden 2024 CHF 128 Mio. investiert.
 - Investitionsvolumen 2024 im Rahmen der Guidance von durchschnittlich CHF 300 Mio. in den Jahren 2021–2025

Investitionsprogramm 2021–2025

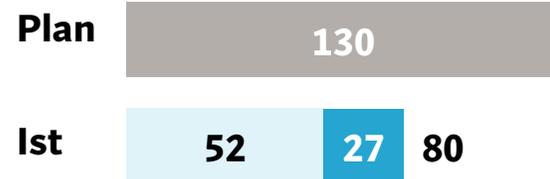
Finanzielle Erläuterungen zum Geschäftsjahr 2024

in Mio. CHF

Modernisierung Oensingen (CH)



Ausbau Schaan (LI)



Update strategische Stossrichtungen

Erfolgreiches Geschäftsmodell

Update strategische Stossrichtungen

- › Unser Kerngeschäft stärken
- › Mit Convenience und vegetarischen Produkten wachsen
- › In Effizienz und Leistungsfähigkeit investieren



- › Mit vielfältigem Fleisch- und Convenience-Sortiment Retail und Food Service begeistern
- › Mit unsren Marken unterschiedliche Kundenbedürfnisse erfüllen

- › Klimabilanz unserer Sortimente optimieren
- › Food Waste auf allen Stufen weiter reduzieren
- › Tierwohl an erste Stelle setzen
- › Ökosysteme schonen

Organisation neu ausgerichtet

Update strategische Stossrichtungen



Martin Schygulla
Bell International

Marco Tschanz
CEO & Bell Schweiz
und Hubers/Süttag

Mike Häfeli
Eisberg

Martin Henck
Hilcona

Eric Overbeek
Hügli

Xavier Buro
Finanzen/Services

v.l.n.r.

Sicherung Ertragskraft Kerngeschäft Schweiz

Update strategische Stossrichtungen



Rinderschlachthof

- Der neue Rinderschlachthof setzt bezüglich Tierwohl, Hygiene und Effizienz neue Massstäbe
- Verbesserung Tierwohl bei Entladung und Zutrieb durch bauliche Vorkehrungen, Geräuschreduktion sowie optimale Luft- und Lichtverhältnisse
- Geringerer Energieverbrauch und Einsatz von Regenwasser für Reinigung Transportfahrzeuge und Stallungen
- Schonende Abkühlung der Schlachttierkörper über drei Klimazonen für eine bessere Fleischqualität
- Steigerung Produktivität von 60 Tieren/h auf 120 Tiere/h (internationaler Standard)

Sicherung Ertragskraft Kerngeschäft Schweiz

Update strategische Stossrichtungen



Tiefkühl-Center

- Neues Tiefkühl-Lagerhaus für rund 34'000 Palettenplätze mit Klimatisierung auf -24°
- Reduktion der bisherigen 8 dezentralen Lager auf einen zentralen Standort
- Insgesamt Reduktion des Energieverbrauchs um rund 50%
- Voll automatisierte Fördertechnik erlaubt höheren Warenumsatz
- Akklimatisierung mit Radiowellentechnologie zum Auftauen innert 40 Minuten statt wie bisher 2 Tage

Sicherung Ertragskraft Kerngeschäft Schweiz

Update strategische Stossrichtungen



Slicer Center

- Die Konzentration des Charcuterie-Slicings im neuen Slicer Center schafft Effizienzgewinne
- Reduktion der Slicing-Anlagen von 16 auf 8 leistungsstarke Linien – dadurch effizientere Bewirtschaftung der Linien
- Kapazität von bis zu 170'000 Schalen pro Tag
- Automatisierte Fördertechnik und Intralogistik reduzieren bisherige manuelle Arbeitsschritte
- Ideale Platzverhältnisse für längere Linien; erlaubt den Einsatz von neuen Technologien zur Qualitätssicherung und Automation

Sicherung Ertragskraft Kerngeschäft Schweiz

Update strategische Stossrichtungen



Logistik-Center

- Neubau für zentralisierte Logistik und Kommissionierung
- Als Einziger in der Schweiz filialkommissionierte Logistik über mehrere Warengruppen
- Die Konzentration auf einen Standort ermöglicht einen höheren Durchsatz und einen effizienteren Unterhalt
- Kapazität > 1 Mio. Colis am Tag
- Kürzester Bestell-Liefer-Rhythmus – Läden haben einen halben Tag mehr Zeit bis zur Bestellung und damit weniger Liquidationen / Food Waste beim Kunden
- Vereinheitlichung der Produktionsplanung zur Optimierung Lagerbestände und Produktionslose

Ausbau und Modernisierung Hilcona am Standort Schaan (FL)

Strategie 2021 - 2025



Werksentwicklung Hilcona

- In einem über mehrere Jahre angelegten Werkentwicklungsplan wird in Schaan (FL) die Produktionsinfrastruktur modernisiert.
- In der ersten Etappe wurde 2021 ein Erweiterungsbau erstellt, der die Produktionskapazitäten für gefüllte Frischpasta deutlich erhöht.
- In der zweiten Etappe folgt bis Mitte 2025 ein neues Hochregallager mit 17'000 Palettenstellplätzen zur Verbesserung der Betriebslogistik und der Effizienz.
- In der dritten Etappe startet 2025 der Bau eines neuen Produktionsgebäudes für vegetarische und vegane Produkte.

Ausblick

Für 2025 bestens aufgestellt

Ausblick



Rasches und agiles Reagieren auf sich schnell ändernde Marktbedingungen möglich aufgrund des breiten Sortimentsmixes



Entwicklung von Teuerung, Konsumstimmung und Wettbewerbsintensität bleiben wesentliche Einflussfaktoren



Steigende Herausforderungen in der Verfügbarkeit von Rohwaren; Bell Food Group gut positioniert auf dem Beschaffungsmarkt



Erwartete Anlaufkosten und Abschreibungen aufgrund der Inbetriebnahme der neuen Werke



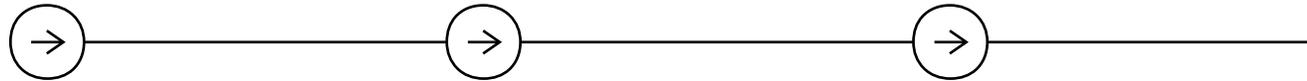
Convenience-Bereiche stärker fokussieren und Profitabilität weiter erhöhen

Zugriff auf Rohstoffe grosser Wettbewerbsvorteil

Fragerunde

Wichtige Daten

Agenda 2025



8. April

**General-
versammlung
2025**

Basel

22. Mai

**Capital
Market Day
2025**

Oensingen

12. August

**Resultate
1. Halbjahr
2025**

Analystenpräsentation,
Basel