
1. Halbjahr 2023

Ein sehr gutes Ergebnis in herausforderndem Umfeld

Finanzanalystenpräsentation

10.08.2023 | Bell Food Group 1. Halbjahr 2023



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 unbekannten 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.

Überblick 1. Halbjahr 2023

2'249

+ 6.9 %

Umsatz
in Mio. CHF

64

+ 1.0 %

EBIT
in Mio. CHF

Organisches Umsatzwachstum

+6.9 %

47

+ 15.9 %

Reingewinn
in Mio. CHF

12'618

- 1.9 %

Personalbestand
FTE am 30.06.



Wesentliche Einflüsse auf das 1. Halbjahr 2023

Anhaltende Teuerung und volatile Marktbedingungen

Erfolge in allen Geschäftsbereichen

Teuerung durch Kostenmanagement, Effizienzsteigerungen
und Preiserhöhungen grösstenteils ausgeglichen

Steigende Nachfrage nach günstigeren Sortimenten
aufgrund anhaltender Teuerung

Teilweise ungünstige Wetterverhältnisse

1. Halbjahr 2023

Anhaltende Teuerung in allen Absatzmärkten

	Inflationsrate per Ende 2022	Inflationsrate per 30.06.2023
Schweiz	2.8 %	1.8 %
Deutschland	6.9 %	6.8 %
Frankreich	6.9 %	5.3 %
Österreich	8.6 %	7.8 %
Polen	16.6 %	11.0 %
Spanien	5.4 %	1.6 %
Ungarn	24.4 %	19.9 %
Rumänien	13.8 %	9.3 %

Entwicklung Warenumsatz – starkes organisches Wachstum

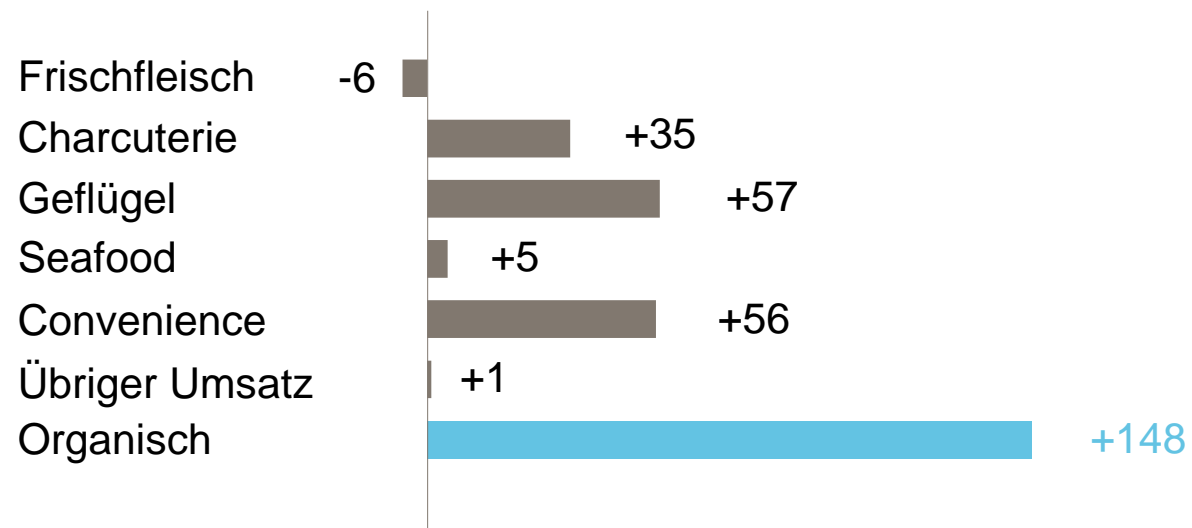
Warenumsatz

in Mio. CHF

Warenumsatz 2022	2'133		
FX	-33	-1.5 %	
Anorganisch	-	-	
Organisch	148	+6.9 %	
Warenumsatz 2023	2'249		

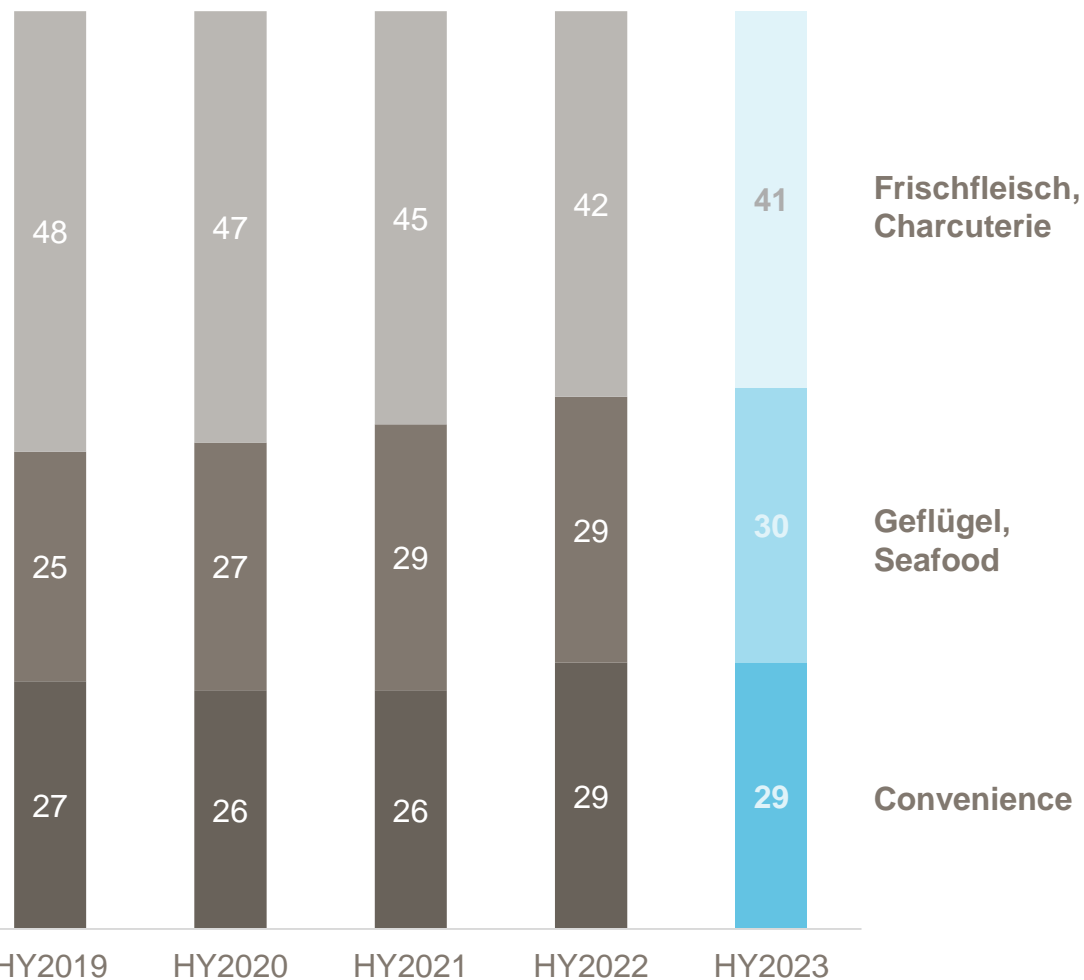
Umsatz nach Warengruppen

in Mio. CHF

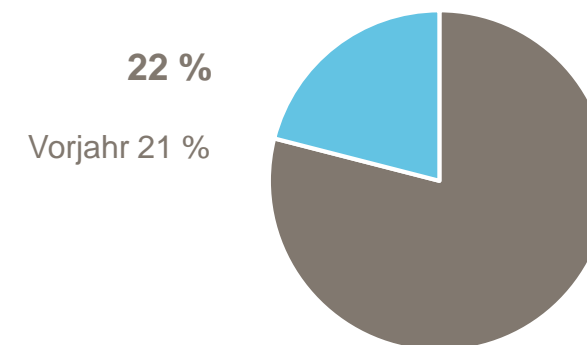


Entwicklung Warenumsatz – Wachstumfelder Charcuterie, Geflügel und Convenience

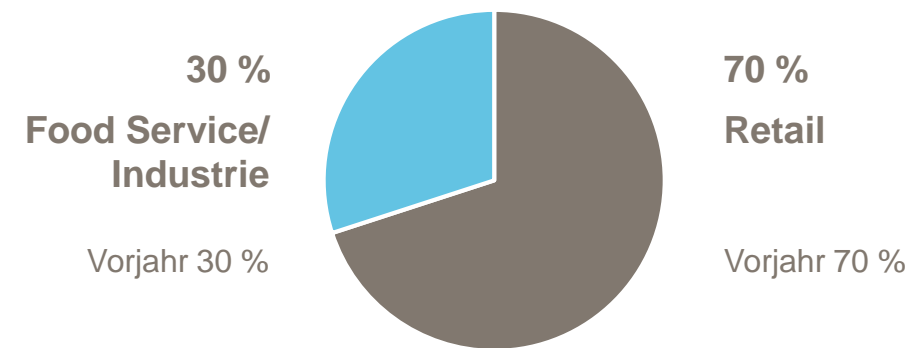
Umsatzaufteilung nach Produktgruppen in %





Umsatzanteil vegetarische Produkte in %



Umsatzanteile Retail und Food Service/Industrie in %



Erfolge in allen Geschäftsbereichen

	 Umsatz in Mio. CHF	Veränderung organisch in %	 Wachstumstreiber
Bell Schweiz	1'064	+2.0 %	Grillsaison: Sonnenschein auf Regen / Frischfleisch und Geflügel stark / Food Service legte zu / Trend zu günstigeren Sortimenten
Bell International	570	+14.7 %	Hohe Schweinepreise / Nachhaltiges Geflügel stark / Marktanteile gewonnen / Teuerung mit Preiserhöhungen mehrheitlich aufgefangen
Eisberg	171	+7.0 %	Wetter erschwerte Beschaffung / Marchtrenk trieb Wachstum / Regenwetter hemmte Konsum / Teuerung belastete Food Service
Hilcona	276	+5.7 %	Angespannte Rohwarenmärkte / Hohe Innovationskraft / Sortimentsanpassungen wegen verändertem Konsumverhalten
Hügli	211	+14.3 %	Marktanteile gewonnen / Weitere Erholung Food Service / Teuerung bremste Nachfrage nach Bio-Produkten

Innovationen und Marktleistung

- Ergänzung des breiten Sortiments mit Neuheiten
- Trendige Special Cuts
- Kooperation Marktleader



- **Komplette Überarbeitung des Dessertsortiments**
- **Neuer Marktauftritt der Marke Vogeley**
- **Alle Schokoladendesserts auf Fairtrade-Kakao umgestellt**



- Intensivere Marktbearbeitung Österreich
- Ausbau Kapazitäten in der Schweiz
- Aktualisierung Sortiment und neuer Marktauftritt



- Ausbau To-Go-Sortiment im vegetarischen Segment
- Trendige Formate und Rezepturen, z.B. asiatische Gerichte



Salad Bowls



- Laufende Sortimentserweiterung, zuletzt Plant-Based Schinken und Chicken Chunks
- Kooperation mit Retail und Gastro-Ketten



Erläuterungen zum 1. Halbjahr 2023

Erläuterungen zum 1. Halbjahr 2023
Erfolgsrechnung (1/2)

in Mio. CHF

	HY2023	HY2022	+/-	%
Nettoerlös	2'226.8	2'111.2	+115.7	+5.5 %
Bruttogewinn in % Nettoerlös	865.5 38.9 %	812.2 38.5 %	+53.3	+6.6 %
EBITDA in % Nettoerlös	147.9 6.6 %	143.7 6.8 %	+4.3	+3.0 %
EBIT in % Nettoerlös	63.6 2.9 %	63 3.0 %	+0.6	+1.0 %

- **Organisches Wachstum Nettoerlös CHF 148 Mio.**
Gute Performance aller Geschäftsbereiche
- **Anstieg des Bruttogewinns und Steigerung der Marge**
Höhere Kosten konnten in den Preisen grösstenteils umgesetzt werden.
- **EBIT aus dem Vorjahr konnte übertroffen werden**
Inflationsgetriebene Kostensteigerungen konnten durch Preiserhöhungen, operativen Fortschritten und guter Kostendisziplin kompensiert werden.

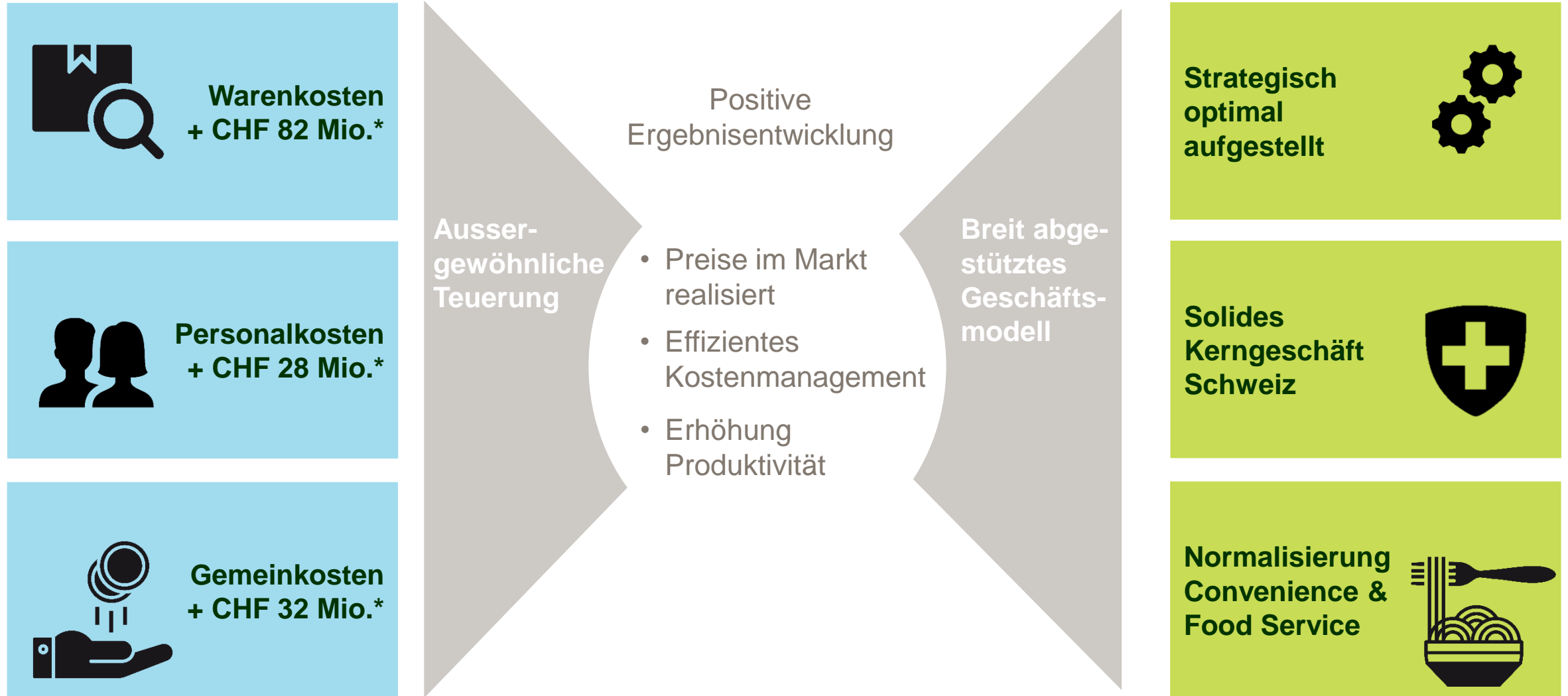
Erläuterungen zum 1. Halbjahr 2023
Erfolgsrechnung (2/2)

in Mio. CHF

	HY2023	HY2022	+/-	%
EBIT	63.6	63.0	+0.6	+1.0 %
in % Nettoerlös	2.9 %	3.0 %		
Finanzergebnis	-3.8	-9.9	+6.1	
Ergebnis aus assoziierten Gesellschaften	0.8	1.0	-0.2	
Steuern	-14.0	-13.9	-0.1	
Ergebnis nach Steuern	46.6	40.2	+6.4	+15.9 %
in % Nettoerlös	2.1 %	1.9 %		

- **Gute operative Performance der Bell Food Group**
- **Währungserfolg beeinflusst Finanzergebnis wesentlich**
 Der Währungserfolg im 2023 war um CHF +6.1 Mio. besser als im Vorjahr. Übrige Zinsen stabil.
- **Steueraufwand marginal unter Vorjahr**
 Veränderung des EBT führte trotz höheren Gruppen-EBT zu konstanten Steueraufwand
- **Das Ergebnis konnte um 15.9 % gesteigert werden.**

Starkes Geschäftsmodell – hohe Reaktionsfähigkeit auf Marktveränderung



Eigenkapitalquote

48.5%

Vorjahr: 48.3%

- Umgliederung von lang- zu kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten infolge fälliger Anleihe (CHF 200 Mio.) im Februar 2024
- Sehr solide Bilanz der Bell Food Group – Eigenkapitalquote deutlich über dem eigenen Zielwert von > 40 %
- Goodwill wird aktiviert und abgeschrieben. Bei Verrechnung mit Eigenkapital wäre die Eigenkapitalquote bei sehr soliden 46 %

Operativer Free Cashflow

CHF -36 Mio.

Vorjahr: CHF 2 Mio.

- Gewinnsteigerung wirkt sich positiv auf den operativen Cashflow aus. Insgesamt konnte dieser um +14 % auf CHF 141 Mio. erhöht werden
- Abzüglich der erwartungsgemäss hohen operativen Investitionen von CHF 177 Mio. resultiert ein operativer Free Cashflow von CHF -36 Mio.

Investitionsprogramm 2021 - 2025 – Projekte schreiten planmässig voran

in Mio. CHF

Modernisierung
Oensingen (CH)

Plan

301

680

Ist

233

68

Ausbau
Schaan (LI)

Plan

44

130

Ist

40

4

Operative Investitionen

CHF 134 Mio.

Vorjahr: CHF 106 Mio.

in Mio. CHF

Vor 2023

2023

Strategie 2021 – 2025

Leading in Food – Führungsposition strategisch weiter ausbauen

Die strategischen Stossrichtungen auf einen Blick

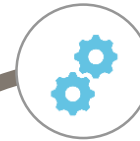
**Wir gestalten
Zukunft.**



**Unser
Kerngeschäft
stärken**



**Mit Convenience
und vegetarischen
Produkten
wachsen**



**In Effizienz und
Leistungsfähigkeit
investieren**

- Neue Betriebszufahrt
- Erweiterungsbau
 - > Kistenwäscherei
 - > Kühlräume und Lager
 - > Zerlegung
- Erneuerung Verwaltungsgebäude



- Absatzvolumen kontinuierlich gesteigert
- Weitere operative Fortschritte
- Gute Perspektiven



- Inbetriebnahme planmässig erfolgt
- Zentraler Lagerort
- Reduktion Energie- und Personalkosten

ESG und Nachhaltigkeitsengagement

Wir leben Verantwortung.

99 %

unseres Rindfleisches
stammen im 2022 aus
entwaldungs- und
umwandlungsfreien Quellen.

< 1 %

Anteil betriebsbedingte
Lebensmittelverluste im
2022.

61 %

der in unseren eigenen
Schlachtbetrieben in der
Schweiz geschlachteten
Tiere haben ein Label/
Zertifizierung für Tierwohl.

99 %

aller Rohstoffe stammen
2022 aus Europa.



- An 13 Standorten der Bell Food Group sind Photovoltaik-Anlagen in Betrieb und 10 weitere geplant
- Eigenproduktion von Strom in einem Jahr von 715 auf 6'500 Megawattstunden gesteigert

- 73 % der beschafften Früchte und Gemüse verfügen über einen Mindeststandard für nachhaltige Landwirtschaft oder höher.
- 100 % unseres Palmöls stammen aus entwaldungs- und umwandlungsfreien Quellen



Ausblick

Ausblick 2. Halbjahr 2023 – die Teuerung weiter abfedern

Die Teuerung wird weiterhin einen wesentlichen Einfluss auf den Geschäftsgang aller Geschäftsbereiche im zweiten Halbjahr 2023 haben.

Die Entwicklung der Inflation und deren Einfluss auf die Kaufkraft der Bevölkerung wird sich auf das Konsumverhalten und die Nachfrage der Sortimente auswirken.

Der Trend zu einer Verschiebung der Konsumentennachfrage in Richtung preisgünstigere Sortimente wird die Wertschöpfung beeinflussen.

Für die Bell Food Group wird ein entscheidender Faktor sein, wie rasch Preisbewegungen im Markt umgesetzt werden können.

Insgesamt sind die Aussichten für einen guten weiteren Verlauf des Jahres intakt.



2. Halbjahr 2023

Resultate 2023

Analystenpräsentation, Basel

7. Februar 2024

Generalversammlung 2024

Basel

16. April 2024

Resultate 1. Halbjahr 2024

Analystenpräsentation, Basel

13. August 2024