



1. Halbjahr 2024

Bell Food Group mit erfreulichem organischem Wachstum

Finanzanalystenpräsentation

13.08.2024 | Bell Food Group 1. Halbjahr 2024



Agenda

Präsentation 1. Halbjahr 2024

Basel, 13. August 2024

Agenda

Marco Tschanz, CEO

- Überblick 1. Halbjahr 2024
- Innovationen und Marktleistungen

Xavier Buro, CFO

- Erläuterungen zum 1. Halbjahr 2024

Marco Tschanz, CEO

- Strategie 2021 – 2025
- Ausblick

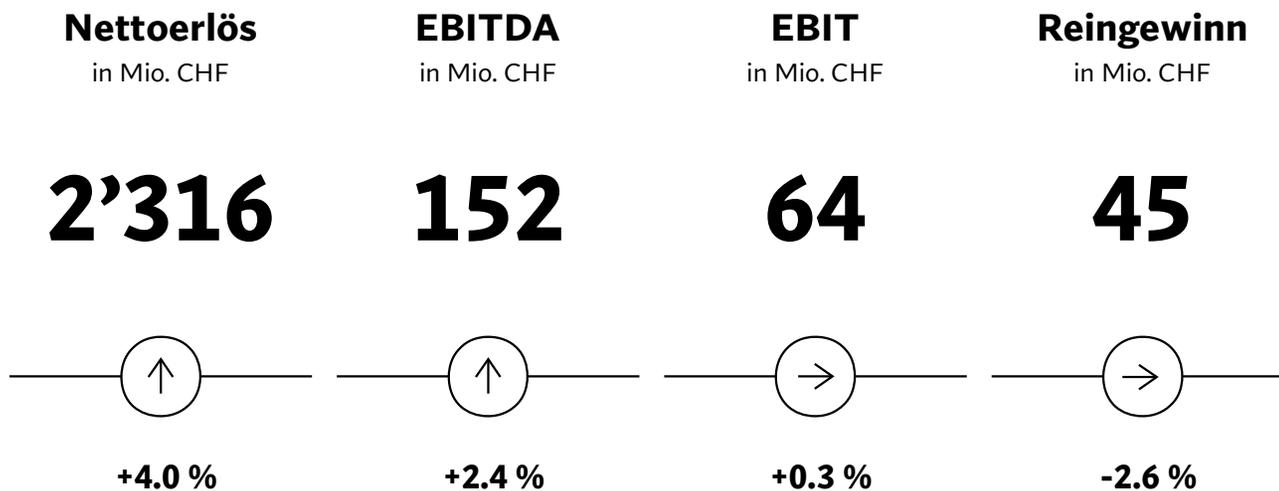
Fragerunde



Überblick 1. Halbjahr 2024

Erfreuliches organisches Wachstum von 5 Prozent

Überblick 1. Halbjahr 2024



+5.1 %

Organisches Wachstum
Nettoerlös

Wesentliche Einflüsse auf das 1. Halbjahr 2024

Überblick 1. Halbjahr 2024



Alle Geschäftsbereiche konnten ihren Absatz steigern

Wachstum in allen Produktgruppen

Überblick 1. Halbjahr 2024

Aufteilung Nettoerlös
nach Produktgruppen
in %



42 %

Fleisch & Charcuterie

Vorjahr 41 %



29 %

Geflügel & Seafood

Vorjahr 30 %



29 %

Convenience

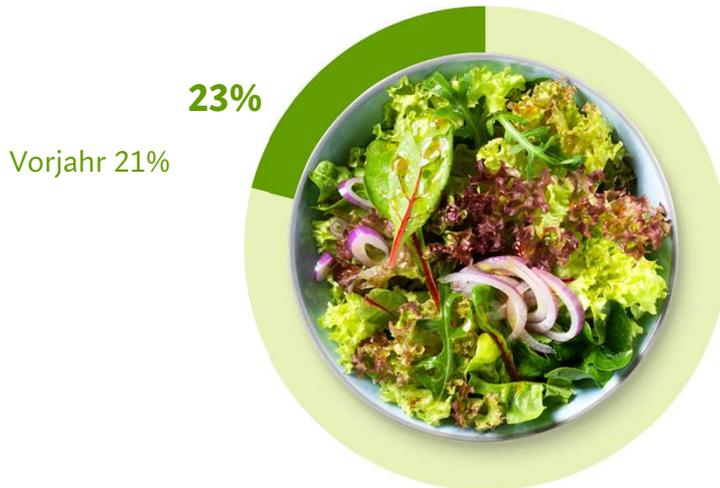
Vorjahr 29 %

Detail Nettoerlös

Überblick 1. Halbjahr 2024

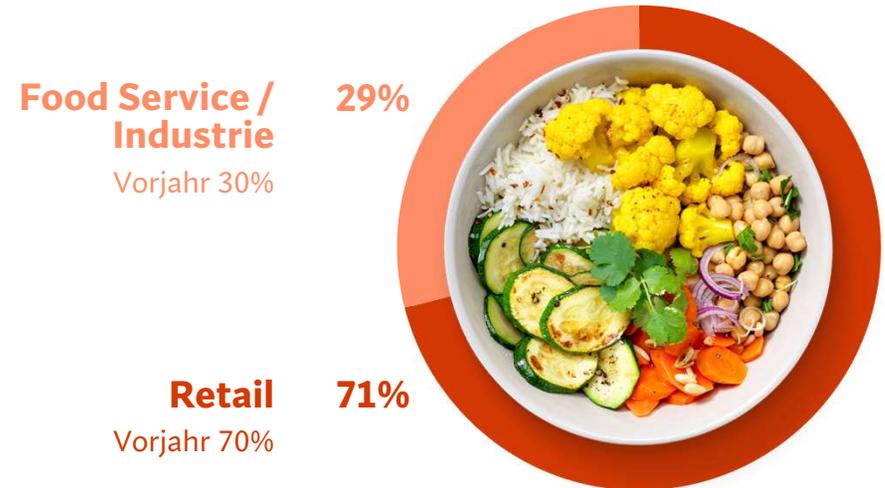
Anteil vegetarische Produkte am Nettoerlös

in %



Anteile Absatzkanäle am Nettoerlös

in %



Erfolge in allen Geschäftsbereichen

Überblick 1. Halbjahr 2024

	Nettoerlös in Mio. CHF	Veränderung organisch in %	Wachstumstreiber
Bell Schweiz	1'119	+4.0 %	Schweizer Geflügel, Seafood und Frischfleisch sind die Treiber für das erfreuliche Ergebnis
Bell International	250	+11.7 %	Kapazitäten bei geschnittener Charcuterie gesteigert und Wertschöpfungstiefe ausgebaut
Hubers/Sütag	328	+5.0 %	Führende Rolle bei Sortimenten mit höherem Tierwohlstandard ausgebaut
Eisberg	185	+8.3 %	Marktanteilsgewinne in Osteuropa und in Österreich; Aufbau neuer Kunden und Sortimente
Hilcona	273	+2.2 %	Gutes Ergebnis im Kernmarkt Schweiz; Marktanteile gewonnen
Hügli	207	+3.4 %	Margensituation trotz höherer Beschaffungskosten verbessert

Innovationen und Marktleistungen

Starkes Wachstumsfeld Geflügel

Innovationen und Marktleistungen



Geflügel

- Anhaltend steigende Nachfrage nach Geflügelprodukten im In- und Ausland
- Aufgrund der Relevanz für die gesamte Bell Food Group und den Wachstumsperspektiven ist Hubers/Sütag neu ein eigenständiger Geschäftsbereich
 - Pionier in der nachhaltigen Bio-Geflügelproduktion in Europa
 - Starke Marktposition in Bezug auf Nachhaltigkeit und Haltungsstandards
 - Marktführer Maishähnchen
 - Einziger Vollsortimentsanbieter in Österreich und Süddeutschland für Pute und Hähnchen
 - Führender Rolle bei langsam wachsenden Rassen

Gute Marktposition bei Rohschinken

Innovationen und Marktleistungen



Rohschinken

- Trotz Marktkonsolidierung Marktanteilsgewinne in Spanien und Deutschland
- Marke Abraham ist Top-Marke 2024 in Deutschland
- Vergrößerte Kapazitäten aufgrund zusätzlicher Slicing-Linien in Spanien im Wachstumssegment geschnittener Charcuterie
- Ausbau Wertschöpfungstiefe



Marktanteilsgewinne bei Vegi

Innovationen und Marktleistungen



Vegi

- Markt für vegetarische und vegane Sortimente stabil
- The Green Mountain mit erneutem Wachstum und weiteren Marktanteilsgewinnen
- Starkes Wachstum beim Tofu-Absatz in der Schweiz



Lancierung neuer Produkte im Trendsortiment Früchte

Innovationen und Marktleistungen



Früchte

- Neu lanciertes Sortiment im Segment frisch geschnittener Früchte
- Erweiterung des Kundenkreises



Erläuterungen zum 1. Halbjahr 2024

Erfolgsrechnung (1/2)

Erläuterungen zum 1. Halbjahr 2024

in Mio. CHF

	HY2024	HY2023	+/-	%
Nettoerlös	2'316	2'227	+89	+4.0 %
Währungseinfluss			-16	
Anorganisch			-8	
Organisch			+113	+5.1 %
Bruttogewinn	921	866	+56	+6.4 %
in % des Nettoerlöses	39.8 %	38.9 %		
EBITDA	152	148	+4	+2.4 %
in % des Nettoerlöses	6.5 %	6.6 %		

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)

Erläuterungen zum 1. Halbjahr 2024

in Mio. CHF

	HY2024	HY2023	+/-	%
EBIT	64	64	+0	+0.3 %
in % des Nettoerlöses	2.8 %	2.9 %		
Finanzergebnis	-6	-4		
Ergebnis aus assoziierten Gesellschaften	0	+1		
Steuern	-12	-14		
Ergebnis nach Steuern	45	47	-1	-2.6 %
in % des Nettoerlöses	2.0 %	2.1 %		

EBIT auf Vorjahresniveau

Erwartete höhere Abschreibungen führen zu einem EBIT auf Niveau des Vorjahres

Tieferes Finanzergebnis

Anstieg der Zinskosten für Anleihen und um CHF 1 Mio. tiefere Währungsgewinne als im Jahr 2023

Halbjahresergebnis leicht unter 2023

Kennzahlen Bilanz

Erläuterungen zum 1. Halbjahr 2024

Eigenkapitalquote

49.0%

Vorjahr: 48.9 %

- Refinanzierung einer Anleihe über CHF 200 Mio. im Februar 2024
- Sehr solide Bilanz; Eigenkapitalquote deutlich über dem eigenen Zielwert von >40 %
- Goodwill wird aktiviert und abgeschrieben; bei Verrechnung mit Eigenkapital wäre die Eigenkapitalquote bei 47 %

Investitionen

CHF 141 Mio.

Vorjahr: CHF 134 Mio.

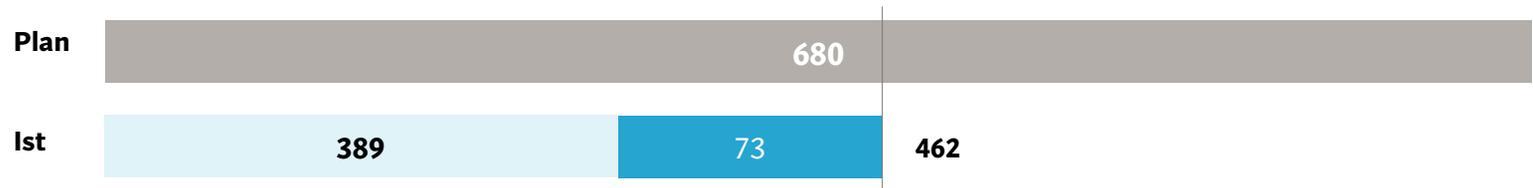
- Planmässige Fortschritte beim Investitionsprogramm Schweiz
- Rohbauphasen in Oensingen abgeschlossen und Innenausbau gestartet
- Zweite Ausbauphase in Schaan verläuft nach Plan; Inbetriebnahme für Anfang 2025 vorgesehen

Investitionsprogramm 2021 – 2025

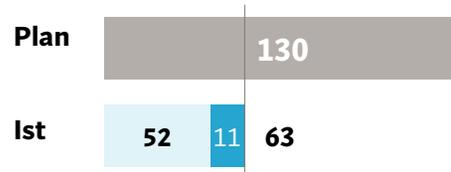
Erläuterungen zum 1. Halbjahr 2024

in Mio. CHF

Modernisierung Oensingen (CH)



Ausbau Schaan (LI)

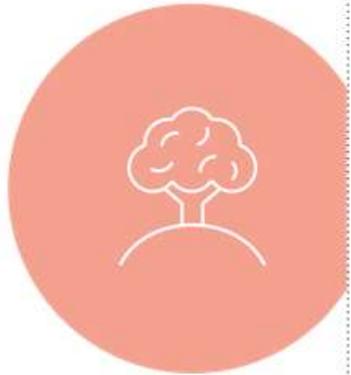


Strategie 2021 – 2025

Leading in Food

Die strategischen Stossrichtungen auf einen Blick

Strategie 2021 - 2025



**Unser Kerngeschäft
stärken**



**Mit Convenience und
vegetarischen Produkten
wachsen**



**In Effizienz und Leistungsfähigkeit
investieren**

Organisation gestärkt

Strategie 2021 - 2025



Marco Tschanz
CEO



Marco Tschanz
**Bell Schweiz und
Hubers/Sütag**



Martin Schygulla
Bell International



Mike Häfeli
Eisberg



Martin Henck
Hilcona



Thomas Bodenmann
Hügli



Xavier Buro
Finanzen/Services

Sicherung Ertragskraft Kerngeschäft Schweiz

Strategie 2021 - 2025



Bauprojekt Oensingen

- Planmässiges Voranschreiten des Investitionsprogramms von Bell Schweiz in Oensingen
- Rohbauphasen bei Slicer Center, Logistik-Center und Rinderschlachthof abgeschlossen
- Innenausbau in vollem Gang
- Start der Inbetriebnahme der neuen Infrastruktur im letzten Quartal 2025
- Hochfahren bis Mitte 2027

Ausbau und Modernisierung Conveniencegeschäft

Strategie 2021 - 2025



Werkentwicklung Hilcona

- Neues Warenausgangsgebäude und neues automatisches Hochregallager bis 2025 in Schaan (LI)
- Montage des Stahlregals beim Bau des Hochregallagers gestartet
- Reibungsloser Verlauf der zweiten Phase des Werkentwicklungsplans

Effiziente und leistungsfähige Produktion

Strategie 2021 - 2025



Ausbau Steinach

- Neue Produktionshalle für Abfüllung von Tisch- und Salatsaucen in Betrieb genommen
- Höhere Effizienz und Produktivität in den Trendsortimenten flüssiger Saucen durch neue Infrastruktur
- Volllast ab Ende Sommer 2024
- Mietstandort St. Gallen aufgehoben

Ausblick

Für das 2. Halbjahr 2024 bestens aufgestellt

Ausblick



Rasches und agiles Reagieren auf sich schnell ändernde Marktbedingungen möglich aufgrund vom breiten Sortimentsmix

Entwicklung von Teuerung, Konsumstimmung und Wettbewerbsintensität bleiben wesentliche Einflussfaktoren

Erwartete Anlaufkosten und Abschreibungen aufgrund der Inbetriebnahme der neuen Werke

**Zuversichtlich für das
2. Halbjahr**

Fragerunde

Wichtige Daten

Agenda 2025





1. Halbjahr 2024

Bell Food Group mit erfreulichem organischem Wachstum

Finanzanalystenpräsentation

13.08.2024 | Bell Food Group 1. Halbjahr 2024

