

**BELL
FOOD
GROUP**



Bell Food Group

Ergebnisse erstes Halbjahr 2019

Finanzanalystenpräsentation

14. August 2019 | Bell Food Group

Das Wichtigste auf einen Blick.

Wesentliche Ereignisse im ersten Halbjahr 2019

Ergebnis erstes Halbjahr 2019

- Stark steigende Rohmaterialpreise in Europa prägen Ergebnis
- Verhaltene Absatzentwicklung der Grillsaison durch ungünstige Witterung im April und Mai
- Einmalkosten belasten Ergebnis

Weiteres Wachstum bei Geflügel und Convenience

- Weiteres organisches Wachstum bei Geflügel und im Geschäftsbereich Convenience erzielt
- Inbetriebnahme neuer Conveniencebetrieb in Marchtrenk/AT
- Inbetriebnahme neuer Rohschinkenbetrieb in Fuensalida/ES

Organisatorischer Umbau von Bell Deutschland

- Ausstieg aus dem deutschen Wurstwarenmarkt
- Künftige Fokussierung auf die starke Position im Bereich Rohschinken
- Basis für Ergebnisverbesserung damit gelegt



Umsatzverteilung nach Hauptprodukten



	1. HJ 2019 Ausgewiesene Werte	1. HJ 2019 Bereinigte Werte	1. HJ 2018 Ausgewiesene Werte
EBITDA	116,8	126,8	136,6
EBIT	11,0	46,0	55,2
Ergebnis	- 9,6	27,4	32,5
Wesentliche Einflüsse	Sondereffekte <ul style="list-style-type: none">• Rohmaterialpreise• Zusatzkosten Um-/Neubauten• Schwache Grillsaison Summe Effekte > CHF 12 Millionen	Einmalkosten <ul style="list-style-type: none">• Verkauf Wurstwarengeschäft in Deutschland• Auswirkungen Steuerreform Summe Effekte CHF 37 Millionen	

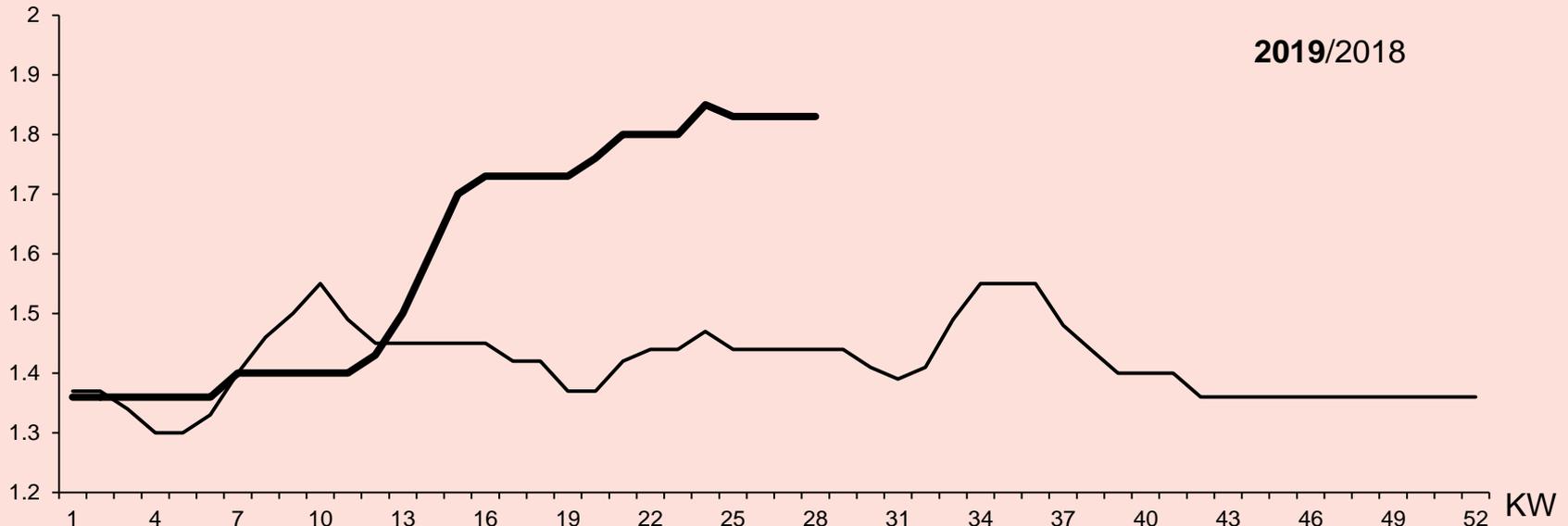
Afrikanische Schweinepest

Der Ausbruch der afrikanischen Schweinepest in China führt zu höheren Exporten aus der EU und lässt die Rohstoffpreise für Schweinefleisch in Europa um über 30 % steigen.

in EUR/kg

Entwicklung Verkaufspreise Schwein in Deutschland

2019/2018



Strategische Stossrichtungen der Bell Food Group.

Konsequente Umsetzung der Gruppenstrategie

1 Stärkung der Führungsposition im traditionellen Segment Fleisch, Geflügel und Charcuterie

2 Ausbau Marktanteil im wachstums- und margenstarken Convenience-Bereich

3 Signifikante Stärkung des Food Service-Kanals

4 Ausbau der Präsenz in Europa

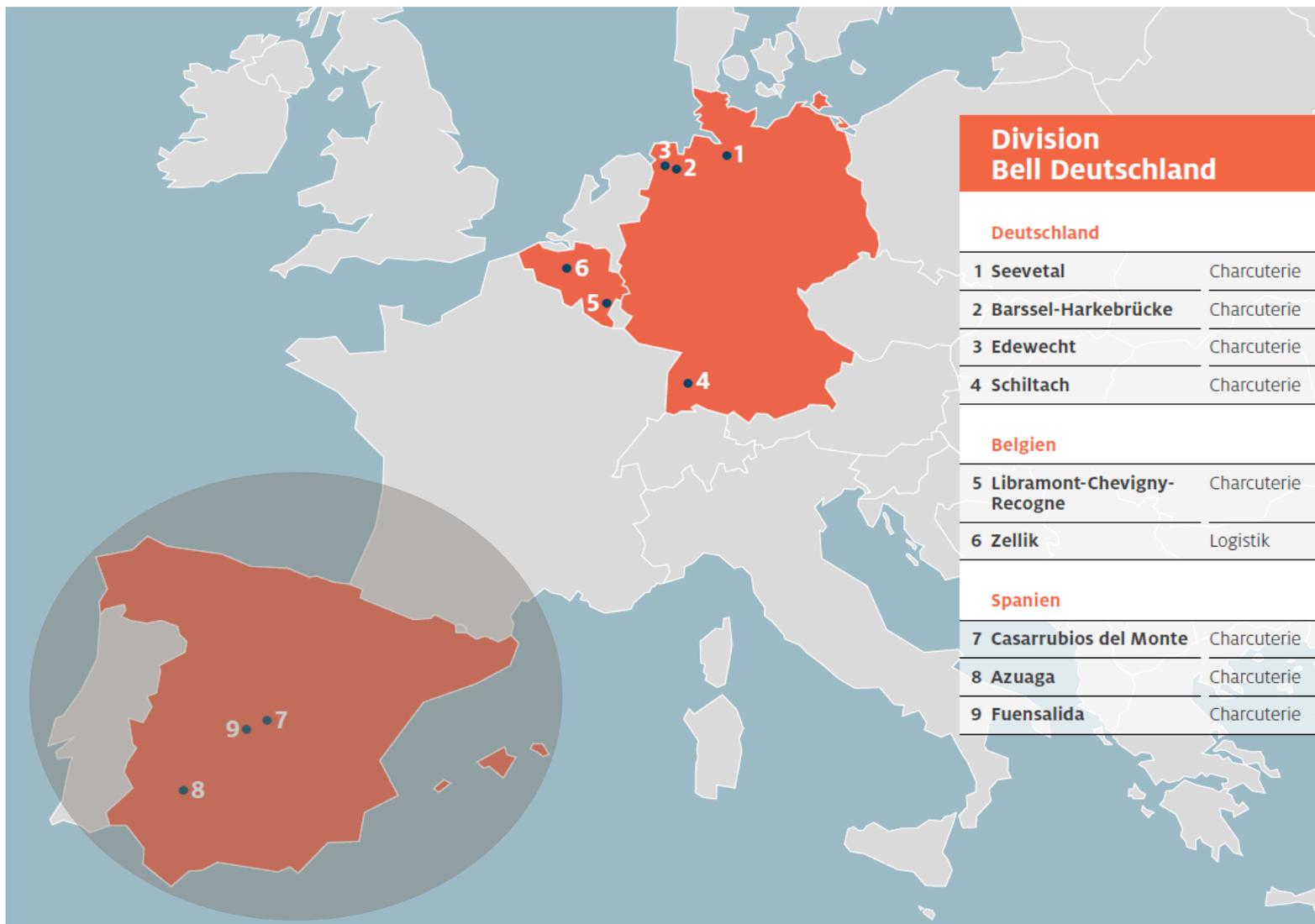


Strategischer Fokus auf Rohschinken in Deutschland

- Veräußerung Wurstwarengeschäft mit den Werken Börger und Suhl
- Ideale Käuferschaft gefunden, die die Werke inklusive den Mitarbeitenden übernimmt
- Restrukturierung Overhead Bell Deutschland
- Umnutzung des Produktionsstandortes in Bad Wünnenberg zur Herstellung von Frisch-Convenience
- Strategischer Fokus auf starke Marktposition im Bereich Rohschinken
- Positive Marktentwicklung von Rohschinken in Deutschland (+1,8 % HJ2019 gegenüber HJ2018; Quelle: IRI)



1 Führungsposition



Inbetriebnahme neuer Betrieb für Spanischer Serrano-Schinken

- Neuer Betrieb in Fuensalida planmässig in Betrieb genommen; erste Auslieferungen in Q2/2020; bis Ende 2019 soll die volle Produktionskapazität erreicht werden
- Investition rund EUR 40 Mio.; Produktionsfläche 26'000 m² mit 64 Trocknungsräumen für eine Produktionskapazität von 1 Million Schinken pro Jahr; eines der grössten Investitionsprojekte der letzten Jahre im spanischen Charcuteriemarkt
- Erhöhung der Wertschöpfung durch in-sourcing bisher extern gegebener Produktionsvolumen
- Gemeinsam mit den bestehenden Betrieben in Casarrubios del Monte (Serrano) und Azuaga (Iberico) weitere Erschliessung des in- und ausländischen Wachstumsmarktes spanische Charcuterie



Inbetriebnahme des Convenience-Betriebs in Marchtrenk

- Modernster Convenience-Betrieb seiner Art in Europa in Betrieb genommen; per Ende Juni 2019 rund die Hälfte der Produktionsfläche
- 24'000 m² Produktionsfläche im Endausbau; vier Hallen à 6'000 m² mit insgesamt 19 Produktionslinien sowie 250 neue Arbeitsplätze mit vielseitigen Qualifikationen
- Höchstmöglicher Automatisierungsgrad und Einsatz modernster Anlagen und Robotik sowie eigenem Hygienesdesign
- Im zweiten Halbjahr wird die zweite Halle für Salate und Convenience in Betrieb genommen, die dritte Halle für Geflügelconvenience in 2020; Verzicht auf margenschwache Frikadellenproduktion auf Basis Schweine-/Rindfleisch

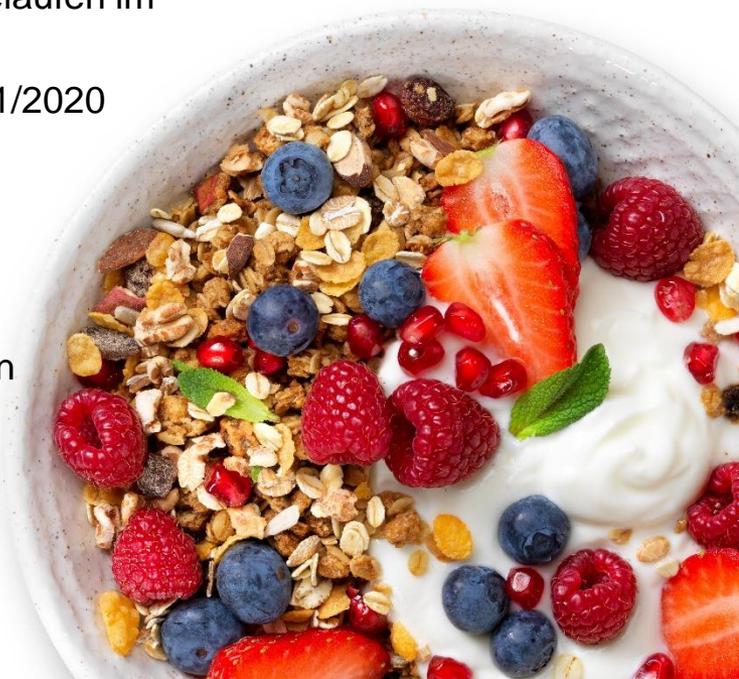


Neuausrichtung Betrieb Bad Wünnenberg

- Neuausrichtung auf Frisch-Convenience beabsichtigt; künftig Herstellung von frischen Müeslis, Menü-Salaten und Fertiggerichten
- Erschliessung von Wachstumschancen in einem attraktiven und wertschöpfungsreichen Segment
- Erste erfolgsversprechende Kundengespräche für Listungen erfolgt
- Für das gesamte Geschäftsjahr wird nebst Investitionen in Sachanlagen mit Umbaukosten von CHF 8 Millionen gerechnet; bisher aufgelaufen im ersten Halbjahr 2019 CHF 2 Millionen
- Produktionsstart und erste Auslieferungen voraussichtlich in Q1/2020 (rund 8 Wochen Bauverzögerung)

Integration Hügli

- Zusatzumsätze aus Synergieeffekten bisher leicht über eigenen Erwartungen; finanzielle Benefits ab 2020
- Umsatzentwicklung in Absatzmärkten B2B und B2C erfreulich



Fleischalternativen

- Erfolgreiche Lancierung eines pflanzenbasierten Burger der neuesten Generation für den Food Service
- Vermarktung unter der Marke «The Green Mountain»
- Erschliessung weiterer Absatzkanäle möglich



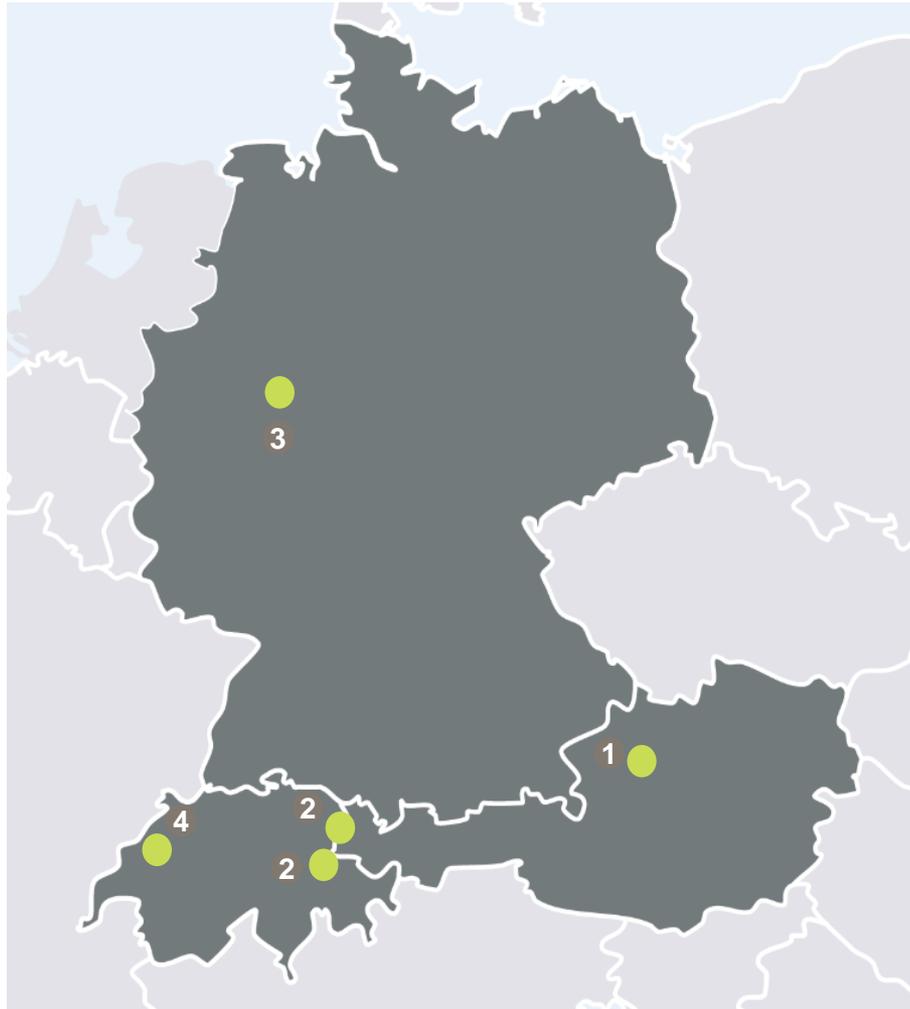
Smart Cuisine

- «**Micropast**»
Patent für Technologie erworben;
Produktionsanlage bestellt und für den Standort
Bad Wünnenberg vorgesehen
- «**Sous-vide**»
Zwei neue Anlagen für den Ausbau vom Sortiment
beschafft; zusätzliche Möglichkeiten für verschiedene
Kundensegmente



4 Ausbau Präsenz Europa

Ausbau Hilcona und Eisberg in den DACH-Länder (CH/DE/AT)



- 1 **Marchtrenk**
 - Frisch- und Ultrafrisch-Convenience
 - Geflügel-Convenience

Märkte Österreich und Süd-Deutschland
- 2 **Schaan/Landquart**
 - Frisch-Convenience
 - Fertiggerichte
 - Vegetarische und vegane Gerichte

Märkte Schweiz, Deutschland
- 3 **Bad Wünnenberg**
 - Frisch-Convenience
 - Fertiggerichte

Markt Deutschland
- 4 **Essert-sous-Champvent/Orbe**
 - Frisch- und Ultrafrisch-Convenience

Markt Schweiz

Kommentar zu den wichtigsten Ergebnissen.

Kommentar zu den wichtigsten Ergebnissen

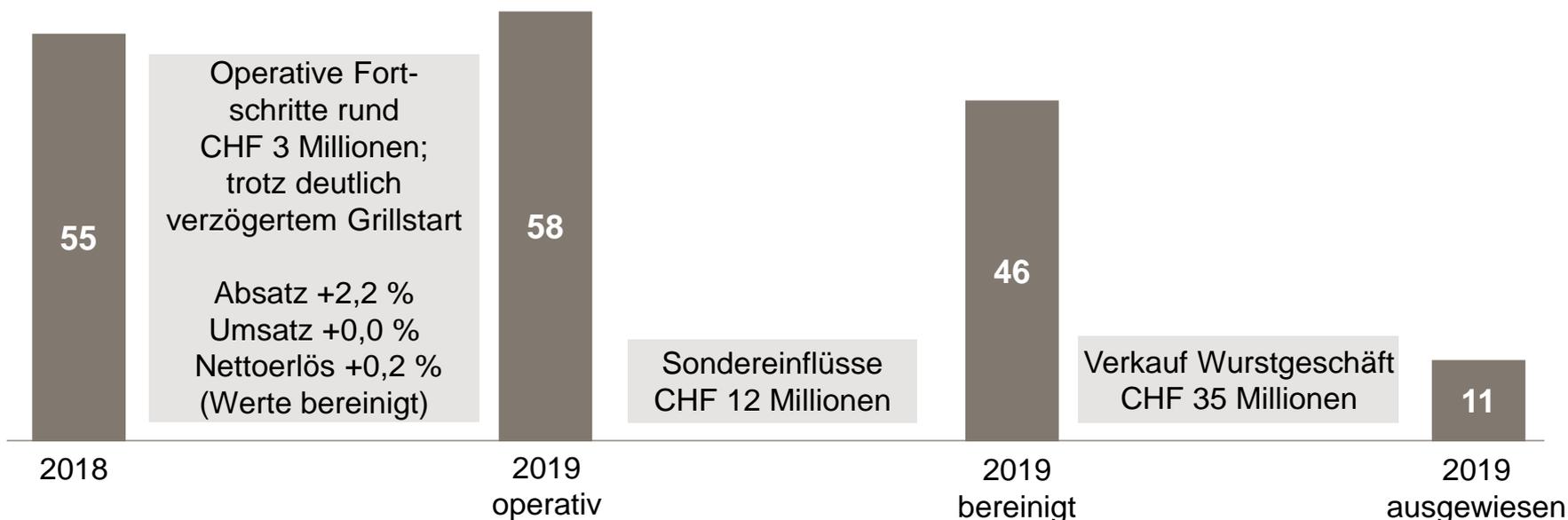
Key Figures erstes Halbjahr 2019

Umsatz in Millionen CHF	2019	2018
Warenumsatz ausgewiesen	2'023,0	2'062,1
Einfluss FX	-	-27,3
Einfluss Akquisitionen/ Restrukturierung	-	-12,4
Warenumsatz bereinigt	2'023,0	2'022,4

Absatz in Millionen kg	2019	2018
Absatz ausgewiesen	266,7	268,3
Einfluss Akquisitionen/ Restrukturierung	-	-7,2
Absatz bereinigt	266,7	261,1

EBIT

in Millionen CHF



	1. HJ 2019 Ausgewiesene Werte	1. HJ 2019 Bereinigte Werte	1. HJ 2018 Ausgewiesene Werte
EBITDA	116,8	126,8	136,6
EBIT	11,0	46,0	55,2
Ergebnis	- 9,6	27,4	32,5
Wesentliche Einflüsse	<p>Sondereffekte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rohmaterialpreise • Zusatzkosten Um-/Neubauten • Schwache Grillsaison <p>Summe Effekte > CHF 12 Millionen</p>	<p>Einmalkosten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkauf Wurstwarengeschäft in Deutschland • Auswirkungen Steuerreform <p>Summe Effekte CHF 37 Millionen</p>	

Sondereinflüsse

in Millionen CHF

	1. Halbjahr	2. Halbjahr (estimate)
Rohmaterial EU	6	abhängig von Rohmaterialpreisentwicklung und zweiter Preisrunde
Umbaukosten Bad Wünnenberg	2	6
Anlaufkosten Marchtrenk	3	-
Schlachtlinie Ampfing	1	-
EBIT	12	-
Weitere Einflüsse Ergebnis:		
Anpassung latente Steuern	2	-
Witterungsbedingte Umsatz-Ausfälle im ersten Halbjahr		

Kommentar zu den wichtigsten Ergebnissen

Erfolgsrechnung erstes Halbjahr 2019

	2019 ausgewiesen	Verkauf Wurst- werke	Sonder- einflüsse		2019 operativ	2018	Δ
Nettoerlös	1'986	-	-		1'986	2'020	- 34 ¹
Bruttogewinn	768	-	6		774	772	+ 3
%	38.7				39.0	38.2	
EBITDA	117	10	12		139	137	+ 2
%	5.9				7.0	6.8	
Abschreibung	106	25	-		81	81	
EBIT	11	35	12		58	55	+ 3
%	0.6			2.9	2.7		

¹ Umbau Bad Wünnenberg, ganzjährige Konsolidierung Sylvain&CO, FX-Einflüsse sowie operative Fortschritte

in Millionen CHF

Kommentar zu den wichtigsten Ergebnissen

Neuausrichtung Bell Deutschland

Verkauf Wurstwerke

Nettoerlös p.a. - 85 Mio. CHF
Absatz p.a. - 16 Mio. kg
Personal - 400 FTE

Umgesetzt per 1.8.2019

Reduktion Overhead aufgrund neuer Struktur

Personal Anzahl FTE
noch offen

In Umsetzung

Rohschinken

Weitere Preiserhöhungen im
Herbst 2019 den Kunden
angekündigt

In Umsetzung

Einmaliger Einfluss Halbjahr

EBITDA - 10 Mio. CHF
Wertkorrektur - 25 Mio. CHF
Anlagevermögen
EBIT - 35 Mio. CHF



Zukünftiger Impact pro Jahr

Cashflow und EBIT rund
+ 10 Mio. CHF

Flüssige Mittel
in Millionen CHF

204,5

Anteil am
Gesamtvermögen
7,6 %

Nettofinanz-
verbindlichkeiten
in Millionen CHF

696,9

Eigenkapital
in Millionen CHF

1'241,5

Anteil am
Gesamtvermögen
46,4 %

Nettoinvestitionen in
Sachanlagen
in Millionen CHF

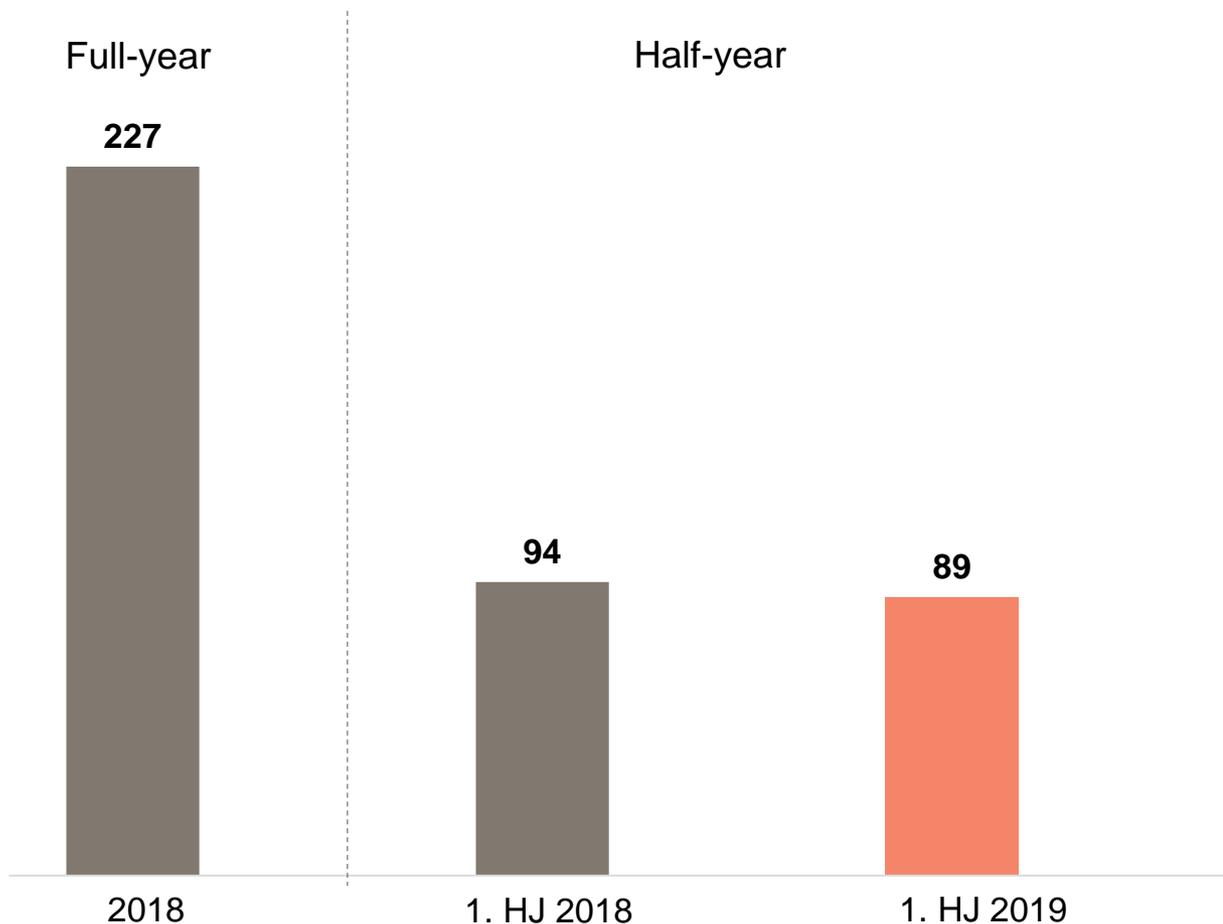
89,3

- 4,6 %

Cashflow aus
Unternehmenstätigkeit
in Millionen CHF

94,0

Netto Investitionen in Sachanlagen



- Total erwarteter CAPEX 2019 rund CHF 220 Millionen
- Erwarteter CAPEX ab 2020 rund CHF 250 aufgrund der verschiedenen Bauprojekte

in Millionen CHF

Details zu den Segmenten erstes Halbjahr 2019.

Key Facts

- Leicht rückläufiger Warenumsatz aufgrund des abnehmenden Absatzes im Retailkanal und der wetterbedingt verhaltenen Grillsaison
- Steigerung des Bruttogewinns aufgrund des weiter erhöhten Inlandanteils bei der Fleischgewinnung (v.a. Geflügel) sowie optimiertem Sortimentmix
- Die im Vorjahr eingeleiteten Massnahmen in Kombination mit einem effizienten Kostenmanagement zeigten deutliche Ergebnisverbesserungen

Absatzvolumen
in Millionen kg

61,7
- 3,3 %

Warenumsatz
in Millionen CHF

982,0
- 1,4 %

Mitarbeiter
FTE

3'468
- 3,6 %

Nettoinvestitionen
in Sachanlagen
in Millionen CHF

16,3
- 26,6 %

Key Facts

- Rückläufiger Warenumsatz aufgrund der Umnutzung des Standortes Bad Wünnenberg (HJ2018: CHF 27 Mio. und 9,7 Mio. kg) sowie bewusster Verzicht auf margenschwache Sortimente
- Insgesamt rückläufiger Retailmarkt
- Verkauf Wurstgeschäft in Deutschland mit den Werken Börger und Suhl
- Fokus auf dem Ausbau Position im Bereich hochwertiger deutscher und internationaler Rohschinken
- Stärkung der Rohschinken-Kompetenz durch neuen Betrieb in Fuensalida/ES

Warenumsatz
in Millionen CHF

197,3
- 22,1 %

Absatzvolumen
in Millionen kg

25,9
- 30,6 %

Mitarbeiter
FTE

1'379
+ 0,3 %

Nettoinvestitionen
in Sachanlagen
in Millionen CHF

16,7
- 10,2 %

Key Facts

- Erhöhter Umsatz (währungsbereinigt) und Absatz in allen Ländergesellschaften; insbesondere Polen sehr erfreulich
- Massiv höhere Beschaffungskosten aufgrund der hohen Rohstoffpreise für Schweinefleisch
- Massnahmen zur Ergebnisverbesserung für das Geflügelgeschäft von Hubers zeigten Wirkung
- Einmalige Anlaufkosten der neuen Schlachtlinie bei der Süttag (rund CHF 1 Mio.)
- Ungünstige Wettersituation führte zu einem schwachen Absatz der margenstarken Grillsortimente

Warenumsatz
in Millionen CHF

329,0
+ 0,0 %

Absatzvolumen
in Millionen kg

83,5
+ 3,3 %

Mitarbeiter
FTE

2'657
+ 6,9 %

Nettoinvestitionen
in Sachanlagen
in Millionen CHF

13,1
=

Convenience

Key Facts

- Angestiegenes Absatzvolumen aufgrund des organischen Wachstums und der ganzjährigen Konsolidierung von Sylvain & Co. (CHF 18,5 Mio.)
- Start des neuen Produktionsstandorts Eisberg in Marchtrenk/AT ist im Rahmen der Erwartungen verlaufen; zusätzliche Anlaufkosten von rund CHF 3 Mio.
- Integration von Hügli entspricht ambitionierten Erwartungen und Synergiepotenziale werden konsequent genutzt

Warenumsatz
in Millionen CHF

548,9
+ 4,9 %

Absatzvolumen
in Millionen kg

99,4
+ 8,4 %

Mitarbeiter
FTE

4'659
+ 5,4 %

Nettoinvestitionen
in Sachanlagen
in Millionen CHF

43,2
+ 8,8 %

Ausblick 2019.

Wichtigste Schwerpunkte

- Anhaltende hohe Rohmaterialpreise erwartet; weitere Anstrengungen, um höhere Beschaffungskosten in den Verkaufspreisen zu realisieren
- Reibungsloser Abschluss der Inbetriebnahme der weiteren Hallen des neuen Produktionsbetriebs in Marchtrenk/AT
- Abschluss Umbauarbeiten am Standort Bad Wünnenberg
- Vollzug Veräußerung Wurstwarengeschäft in Deutschland und Abschluss der Restrukturierung im Overhead Bell Deutschland
- Operative Fortschritte in allen Geschäftsbereichen erzielen



Fragerunde.

**BELL
FOOD
GROUP**



Bell Food Group

Ergebnisse erstes Halbjahr 2019

Finanzanalystenpräsentation

14. August 2019 | Bell Food Group