

---

# **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

Umsatz  
in Millionen CHF

**2'023,0**

+ 0,0 % (bereinigt)

Absatz  
in Millionen kg

**266,7**

+ 2,2 % (bereinigt)

Nettoerlös  
in Millionen CHF

**1'985,7**

+ 0,2 % (bereinigt)

## Umsatzverteilung nach Hauptprodukten

50 %	Frischfleisch/ Charcuterie	48 %	Frischfleisch/ Charcuterie
26 %	Convenience	27 %	Convenience
24 %	Geflügel/Seafood	25 %	Geflügel/Seafood
1. HJ 2018		1. HJ 2019	

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

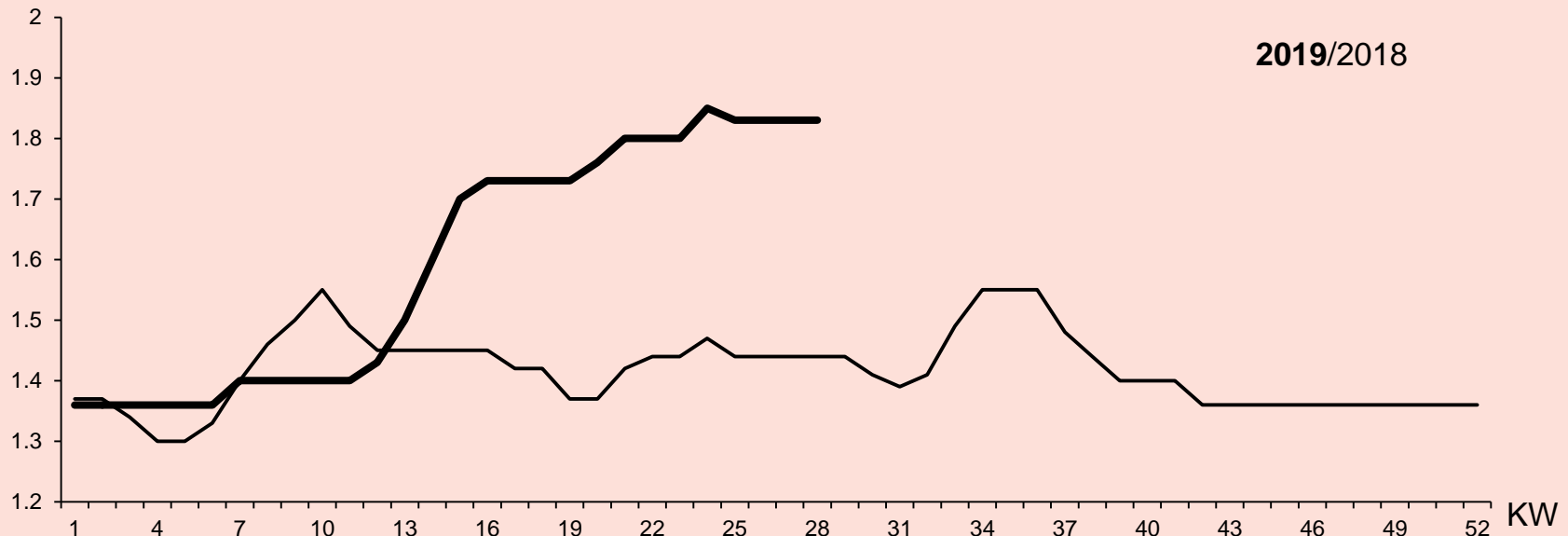
### Afrikanische Schweinepest

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



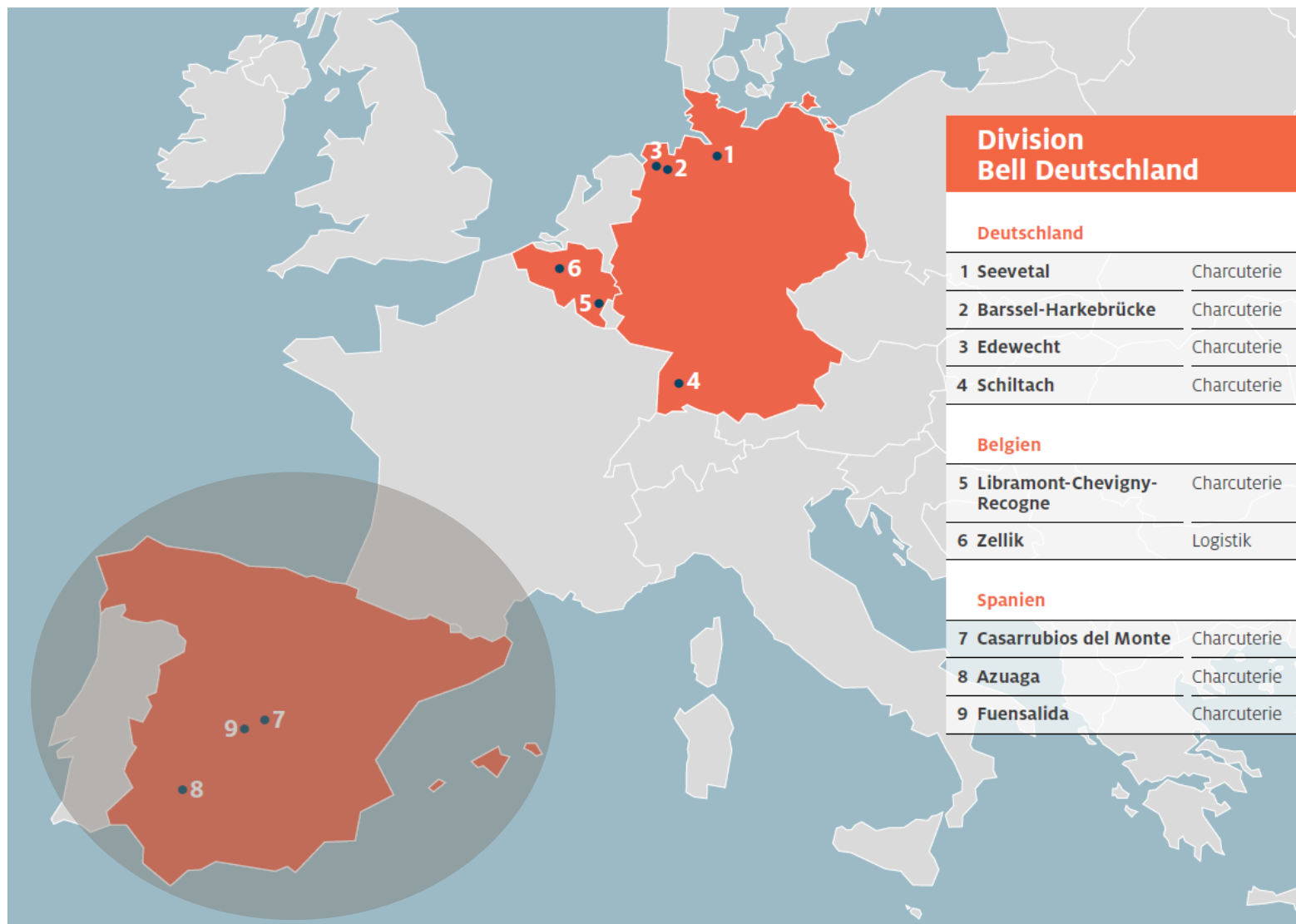


## Strategischer Fokus auf Rohschinken in Deutschland

- 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> Produktionsfläche im Endausbau; vier Hallen à 6'000 m<sup>2</sup> 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



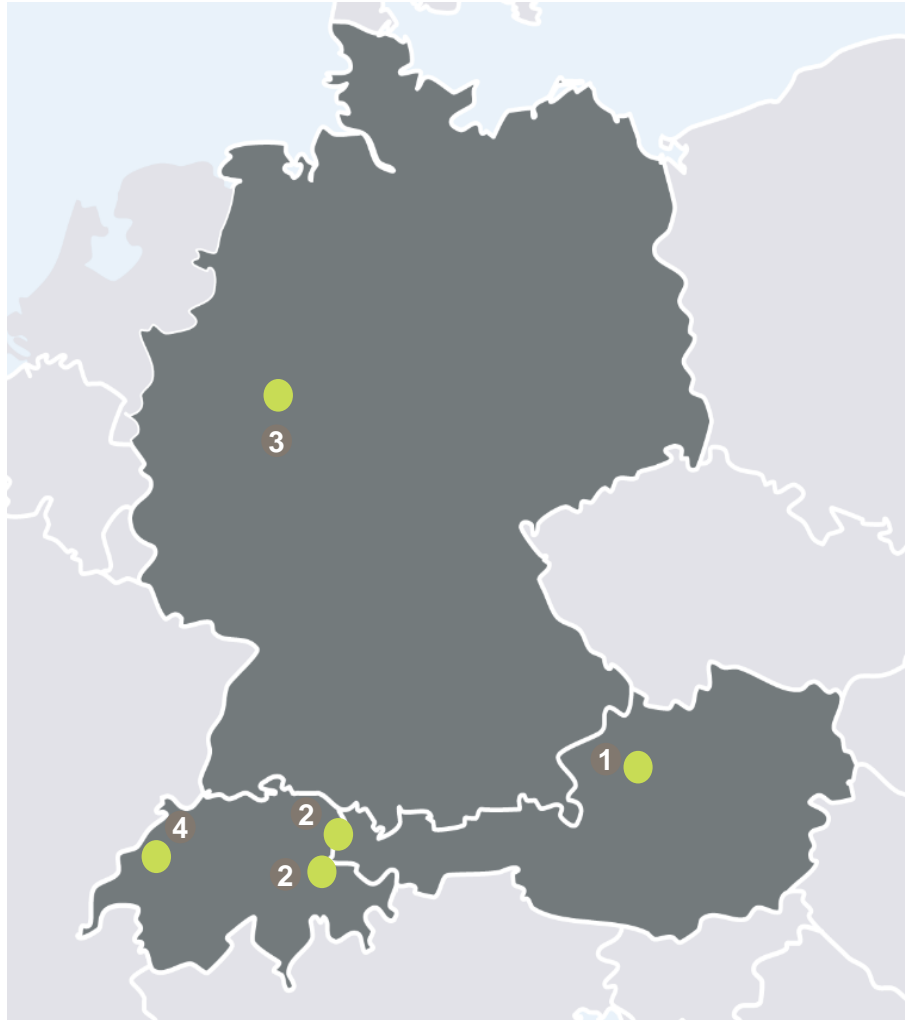
## Smart Cuisine

- **«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

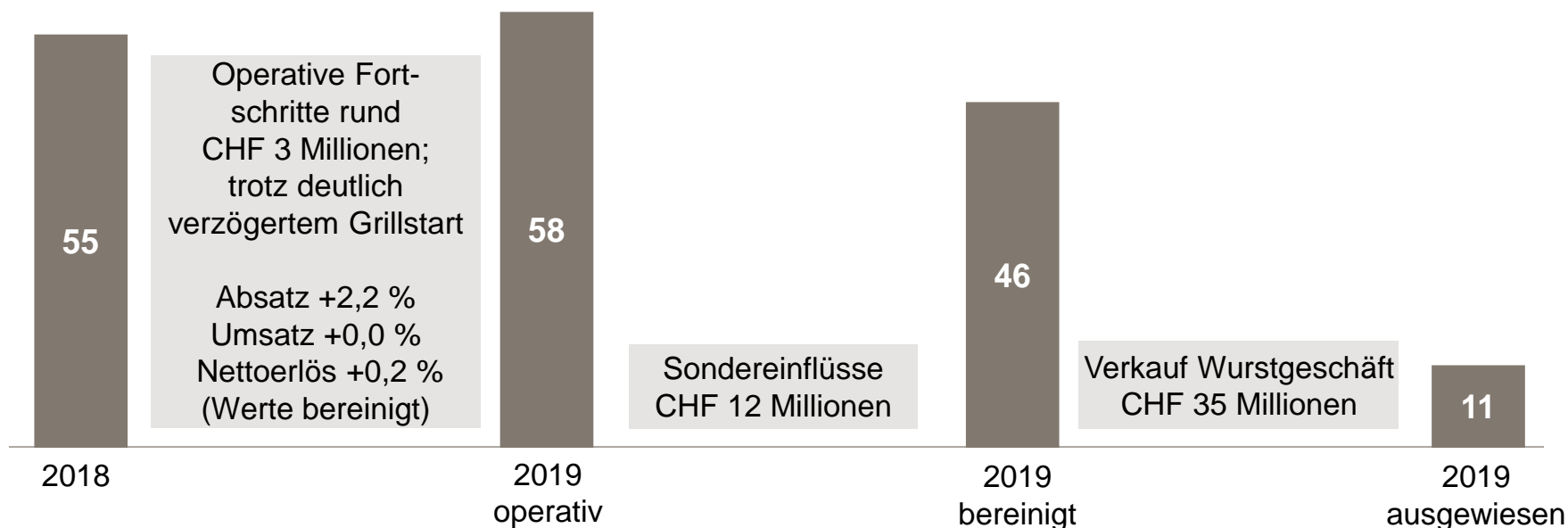
## Key Figures erstes Halbjahr 2019

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

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

### EBIT

in Millionen CHF



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

## Sondereinflüsse

in Millionen CHF

### 1. Halbjahr

### 2. Halbjahr (estimate)

Rohmaterial EU

6

abhängig von  
Rohmaterialpreis-  
entwicklung 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

## Erfolgsrechnung erstes Halbjahr 2019

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

<sup>1</sup> 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

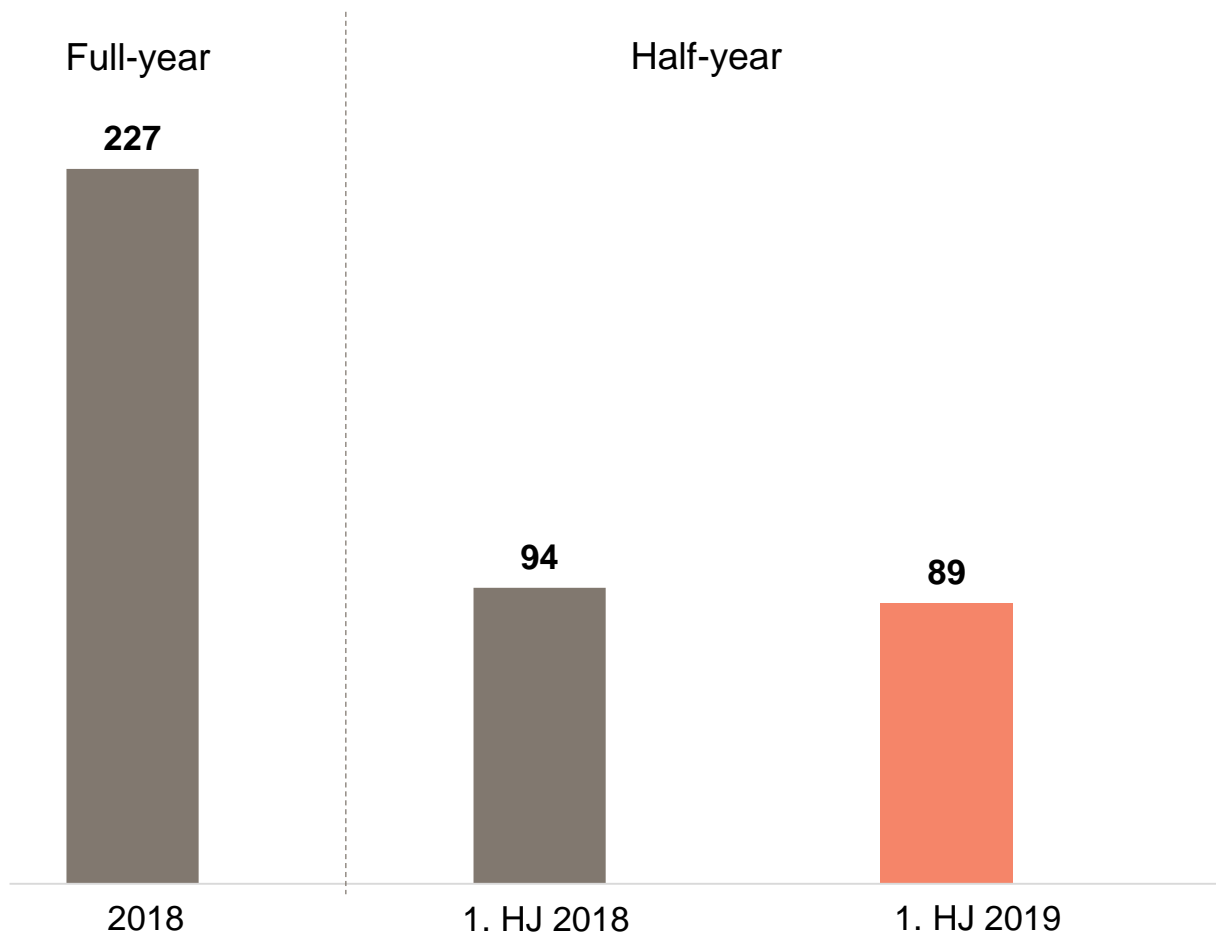
**89,3**

- 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**

## **Ergebnisse erstes Halbjahr 2019**

Finanzanalystenpräsentation

14. August 2019 | Bell Food Group