
Bell Food Group Geschäftsjahr 2020

Gutes Geschäftsjahr für die Bell Food Group

Finanzanalystenpräsentation

12.02.2021 | Bell Food Group Geschäftsjahr 2020

Überblick Geschäftsjahr 2020.

«Dank unserem breit abgestützten Geschäftsmodell und unserer hohen Leistungsfähigkeit haben wir trotz Corona-Auswirkungen ein gutes Ergebnis erzielt.»



4'074

+ 2.7 %

Warenumsatz*

in Millionen CHF

160.4

+ 7.6 %

EBIT*

in Millionen CHF

117.7

+ 12.1 %

Jahresgewinn*

in Millionen CHF

6.50**

+ CHF 1.00

Dividende

in CHF pro Aktie / **2020 Antrag

63

- 2

Standorte

12'043

- 1,2 %

Personalbestand

FTE am 31.12.

-352

Reduktion Plastik
bei Verpackungen

in Tonnen

>2'000

Innovation

Produktneuheiten pro Jahr

*bereinigte Kennzahlen gemäss Publikation «Alternative Performancekennzahlen»

Erfolgreiches Geschäftsjahr 2020 für die Bell Food Group

- Dank dem breit abgestützten und nachhaltigen Geschäftsmodells sowie der hohen Leistungsfähigkeit wurden gute operative Fortschritte erzielt
- Erfreuliches Wachstum im Absatzmarkt Retail konnte negative Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Absatzmarkt Food Service sowie auf die zuvor wachstumsstarken To-go- und Frisch-Convenience-Sortimenten mehr als kompensieren
- Im Geschäftsbereich Bell Schweiz verzeichnete das Kerngeschäft in allen Warengruppen ein deutliches Wachstum gegenüber dem Vorjahr; Veränderungen im Sortiments-/Kanalmix haben sich positiv ausgewirkt
- Sehr erfreuliche Performance von Bell International: Fokussierung im internationalen Geschäft auf Rohschinken und Geflügel hat sich positiv auf die Ertragslage ausgewirkt
- Die Entwicklung im Geschäftsbereich Convenience wurde durch die Corona-Pandemie gebremst; Umsatz- und Ergebnismrückgang konnten nicht verhindert werden

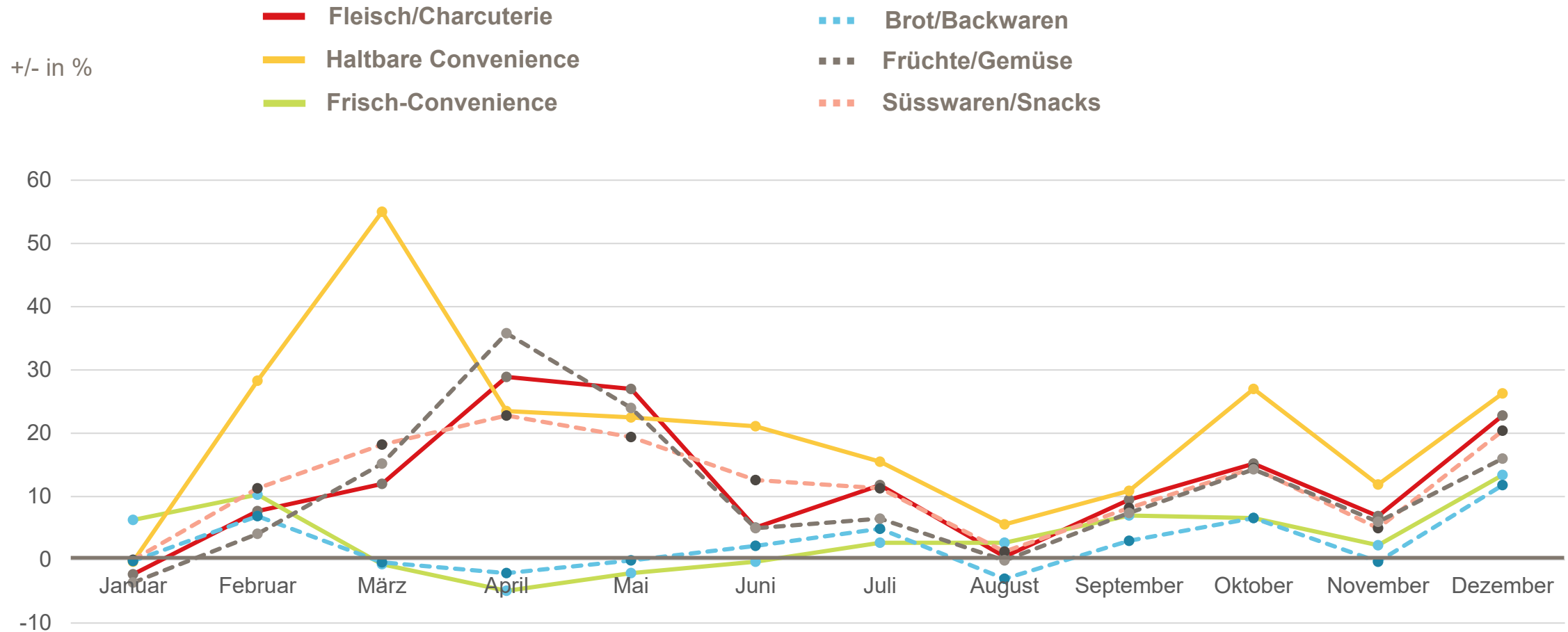
Operativer Fortschritt
auf Stufe EBIT

+7.6 %

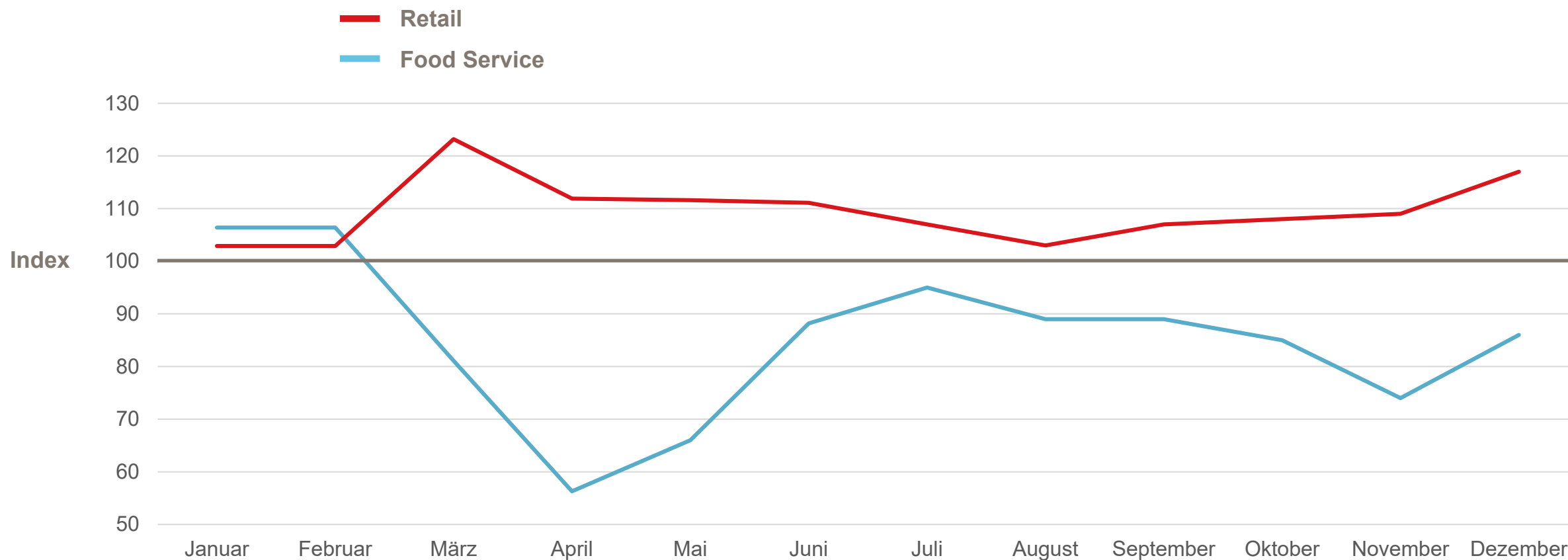


Corona-Pandemie – Signifikante Veränderungen der Nachfrage je nach Warengruppe

Entwicklung zu Vorjahr: Warengruppen im Retail in der Schweiz



Entwicklung zu Vorjahr: Absatzmärkte Retail und Food Service



Erläuterungen zum Geschäftsjahr 2020.

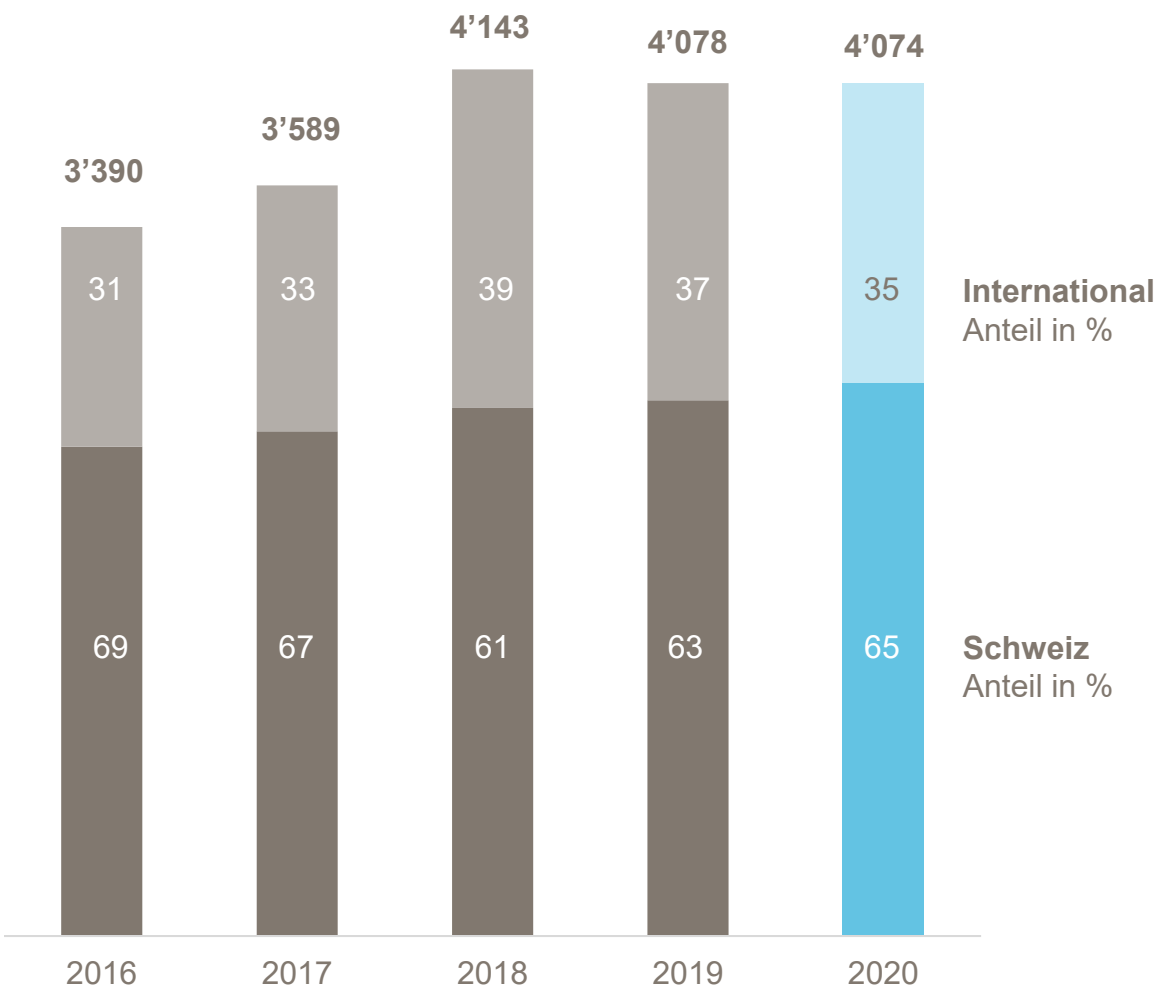
«Die Bell Food Group verfügt über sehr viel Substanz und ist solide finanziert: Wir sind gut gerüstet für die kommenden Herausforderungen.»



Entwicklung Warenumsatz

Warenumsatz

in Mio. CHF



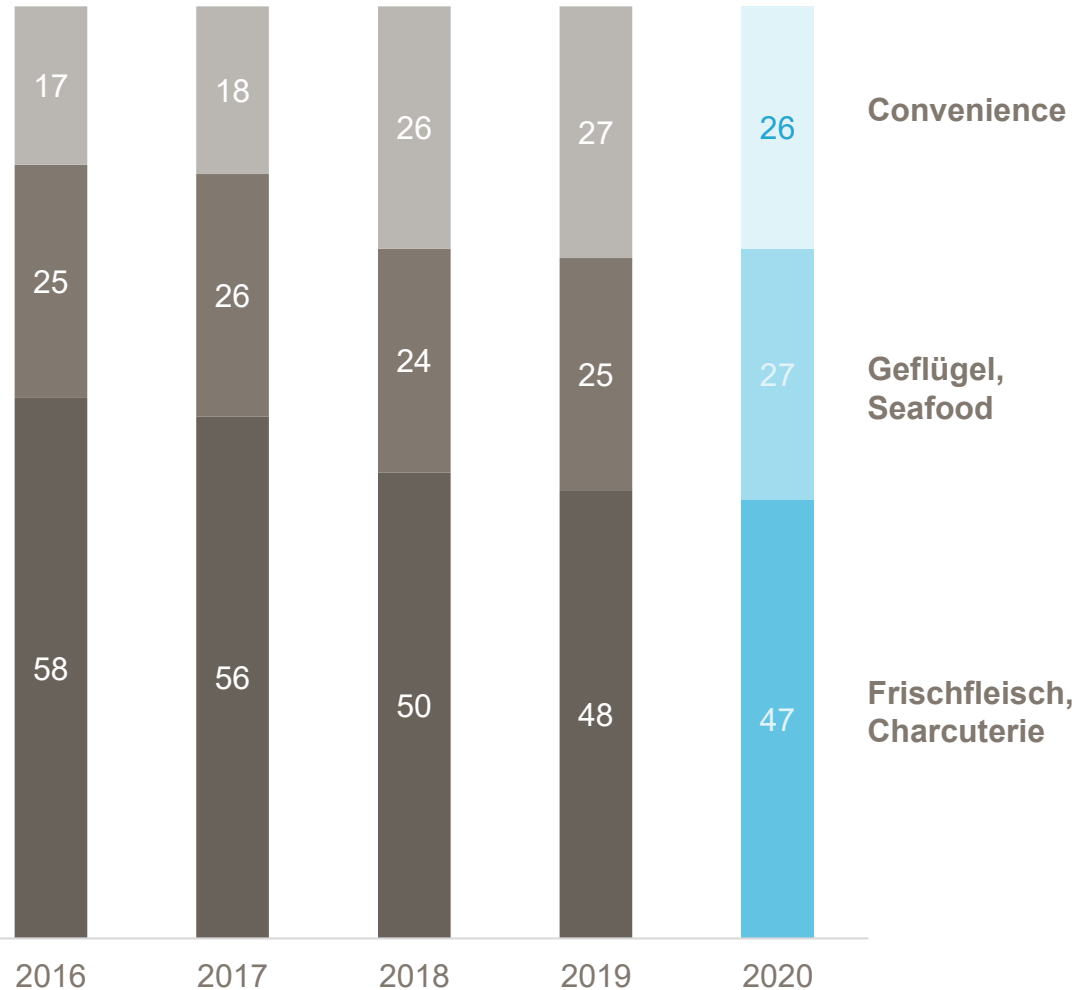
	2019	2020
Warenumsatz	4'078.2	4'074.3
Währungseinfluss		- 61.8
Anorganisch		- 54.2
Organisches Wachstum		112.1 + 2.7 %

- Zuwächse im Absatzmarkt Retail machen pandemiebedingten Rückgang bei Frisch-Convenience to go und Food Service grösstenteils wieder wett
- Internationaler Umsatzanteil gesunken durch Verkauf von Produktionsbetrieben sowie pandemiebedingten Rückgängen im Food Service

Entwicklung Warenumsatz

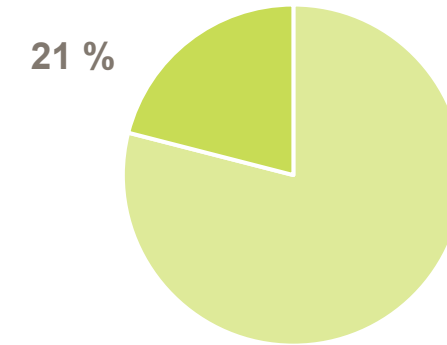
Umsatzaufteilung nach Produktgruppen

in %



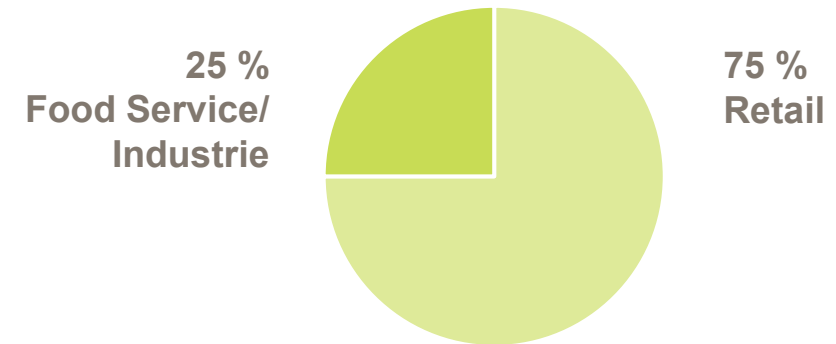
Umsatzanteil vegetarische Produkte

in %



Umsatzanteile Retail und Food Service/Industrie

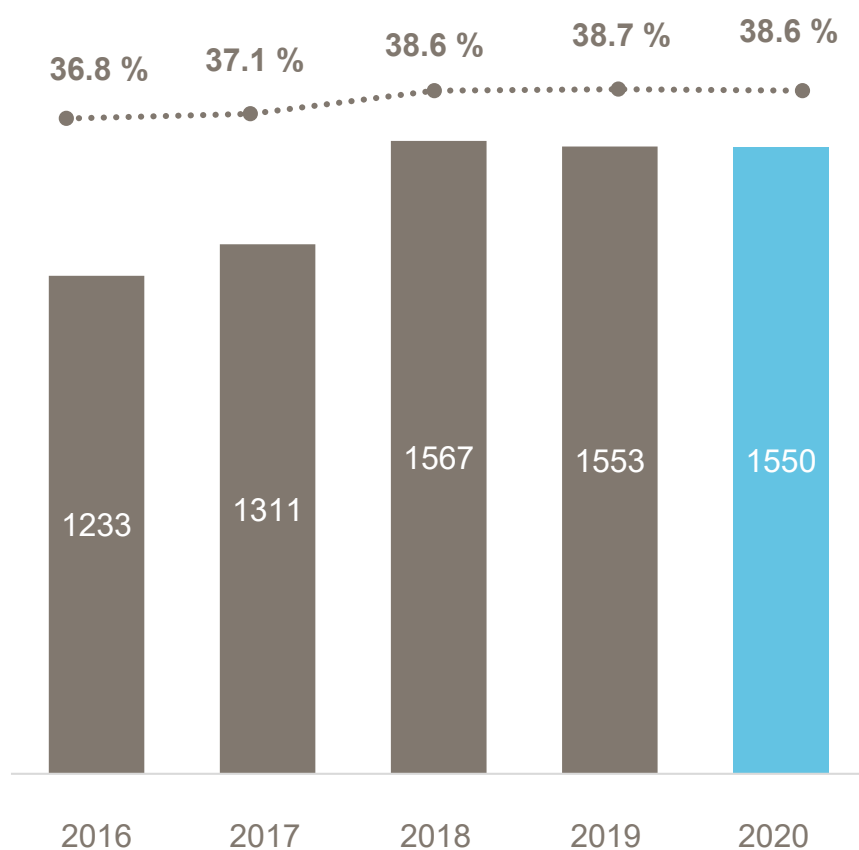
in %



Entwicklung Bruttoerfolg und EBIT

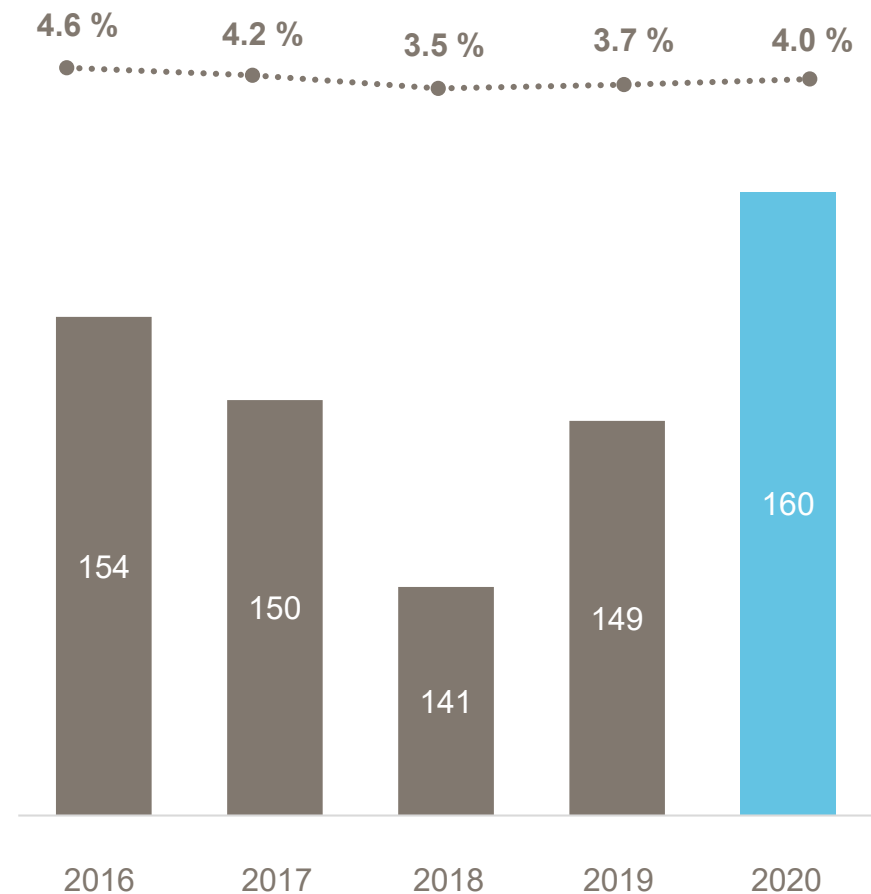
Bruttoerfolg aus Betriebstätigkeit

in Mio. CHF und in % vom Nettoerlös



EBIT*

in Mio. CHF und in % vom Nettoerlös



Überleitung zum Jahresergebnis

	2019			2020		
EBITDA ausgewiesen	281.8			315.7		
Reorganisation Bell Deutschland		+11.5			-	
Rohmaterialpreise		+9.0			-	
Anlaufkosten		+6.0			-	
Sonderkosten Rechtsfälle		-			+3.0	
Einfluss EBITDA		+26.5			+3.0	
EBITDA bereinigt			308.3			318.7
EBIT ausgewiesen	95.3			155.6		
Reorganisation Bell Deutschland		+27.4			-	
Wertberichtigung Sachanlagen		-			+1.8	
Einfluss EBIT		+53.9			+4.8	
EBIT bereinigt			149.1			160.4
Jahresgewinn ausgewiesen	49.6			118.6		
Steuerreform Schweiz		+1.5			-	
Auflösung latente Steuern		-			-5.8	
Einfluss Jahresergebnis		+55.4			-1.0	
Jahresgewinn bereinigt			105.0			117.7

- Profitabilität auf allen Stufen verbessert;
EBITDA +3.4 %
EBIT +7.6 %
Jahresgewinn +12.1 %

179

Anteil am
Gesamtvermögen 6.6 %

Flüssige Mittel
in Millionen CHF

688

Net Debt Ratio 2.2 x

Nettofinanz-
verbindlichkeiten
in Millionen CHF

1'365

Anteil am
Gesamtvermögen 49.7 %

Eigenkapital
in Millionen CHF

- Liquidität aller Konzerngesellschaften jederzeit gesichert
- Mit 49.7 % sehr beständige Eigenkapitalquote bei leicht erhöhten Nettofinanzverbindlichkeiten
- Bell Food Group sehr solide finanziert und gut für die Zukunft gerüstet

274

+ 23.2

Operativer
Geldfluss**
in Millionen CHF

229

- 6.5 %

Investitionen
Sachanlagen/
Software
in Millionen CHF

6.50*

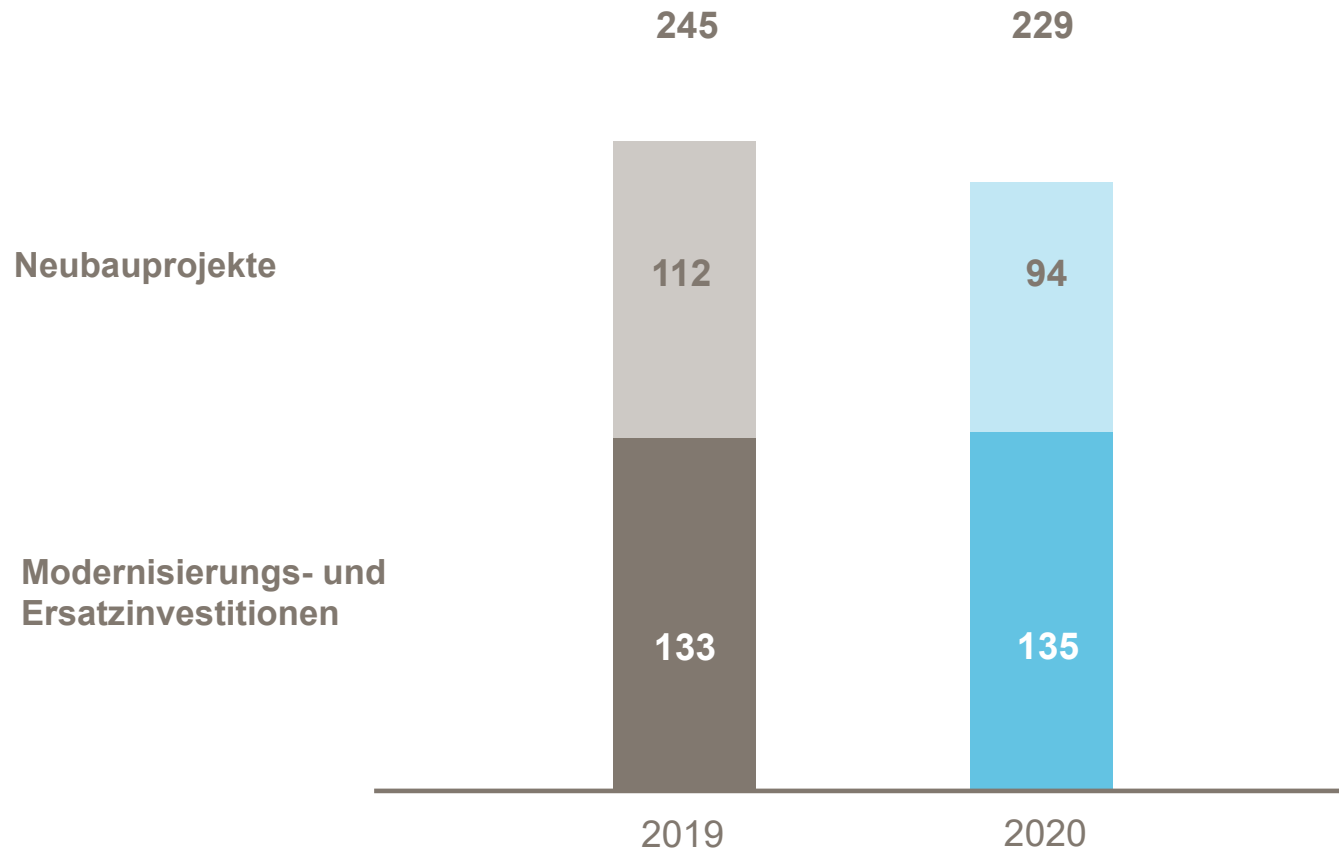
+ CHF 1.00

Dividende
in CHF pro Aktie / *2020
Antrag

Investitionen

Investitionen in Sachanlagen/Software

in Mio. CHF



- Investitionen für 2020 in der angekündigten Bandbreite von rund CHF 200-250 Mio.
- Erwartetes Investitionsvolumen 2021 bis zu CHF 290 Mio.

Entwicklung Geschäftsbereiche.

- Signifikant höhere Umsätze im Absatzkanal Retail haben Umsatzausfall im Food Service überkompensiert
- Zum Wachstum haben vor allem die Warengruppen Geflügel, Charcuterie und Seafood beigetragen
- Erfolgreiche Saisongeschäfte, vor allem Grillsaison und Festtage am Jahresende
- Hohe Leistungsfähigkeit trotz kurzfristiger Veränderung von Sortiments- und Kanalmix
- Sehr solides Kerngeschäft und operatives Ergebnis über Vorjahr

2'080

+ 4.0 %

Warenumsatz
in Millionen CHF

127

+ 2.0 %

Absatzvolumen
in Millionen kg

78

+ 22.8 %

Investitionen in
Sachanlagen/Software
in Millionen CHF

Bell Schweiz

Standorte

13

Mitarbeitende

3'504

Sortiment

Fleisch, Geflügel,
Charcuterie, Seafood



- Alle drei Divisionen des Geschäftsbereiches haben operative Fortschritte erzielt und zu einer Ergebnisverbesserung beigetragen
- Starkes organisches Wachstum im Rohschinken- und im Geflügelgeschäft getrieben durch Absatzmarkt Retail
- Rohmaterialpreise für die relevanten Teilstücke weniger stark gesunken als Gesamttierpreise; Auswirkungen dank optimiertem Beschaffungs- und Preismanagement eingedämmt; Verkauf deutsches Wurstwarengeschäft hat Exposition zu den Rohmaterialpreisen reduziert
- Die letztes Jahr eingeleiteten Effizienzverbesserungsmassnahmen im Geflügelgeschäft haben ihre Wirkung entfaltet
- Standortportfolio optimiert mit den Verkäufen von drei Produktionswerken und einem Logistikbetrieb

978

+ 5.6 % bereinigt*

Warenumsatz
in Millionen CHF

207

+ 2.0 % bereinigt*

Absatzvolumen
in Millionen kg

39

- 24.9 %

Investitionen in
Sachanlagen/Software
in Millionen CHF

*bereinigt um Währungs- und Akquisitionseinflüsse

Bell International

Standorte

23

Mitarbeitende

3'469

Sortiment

Geflügel, Charcuterie



- Bisherige Wachstumstreiber Food Service und im Retail die Warengruppe to go litten besonders unter den Auswirkungen der Corona-Pandemie; gute Entwicklung bei Frisch-Convenience, Vegi und haltbarer Convenience im Absatzmarkt Retail im Kernmarkt Schweiz
- Die Ausfälle im Food Service konnten nicht in gleichem Mass kompensiert werden
- Die neuen Produktionsbetriebe in Marchtrenk und Bad Wünnenberg litten unter diesen Auswirkungen und haben die geplanten Volumen noch nicht erreicht
- Sortimentsprogramm und Kostenniveau umgehend auf die neuen Absatzverhältnisse ausgerichtet, Ergebnismrückgang konnte jedoch nicht verhindert werden
- Sehr erfolgreich waren die vegetarischen Sortimente inklusive den Fleischalternativen

1'062

- 2,1 % bereinigt*

Warenumsatz
in Millionen CHF

198

- 1.0 % bereinigt*

Absatzvolumen
in Millionen kg

113

- 13.4 %

Investitionen in
Sachanlagen/Software
in Millionen CHF

*bereinigt um Währungs- und Akquisitionseinflüsse

Convenience

Standorte

27

Mitarbeitende

5'070

Sortiment

Ultrafrische, frische und haltbare
Convenience-Produkte



Strategie 2021–2025

Leading in Food – Führungsposition strategisch weiter ausbauen.

«Unser Ziel ist es, mit Freude, Kompetenz und Verantwortungsbewusstsein eines der führenden Food-Unternehmen Europas zu sein.»



Bell Food Group Leading in Food



Wir lieben Genuss.



Wir gestalten Zukunft.



Wir leben Verantwortung.

Die strategischen Stossrichtungen, um unsere Führungsposition auszubauen



**Unser
Kerngeschäft
stärken**



Mehr Wertschöpfung



**Mit Convenience
und Vegi wachsen**



Mehr Wachstum und
Wertschöpfung



**In Effizienz und
Leistungsfähigkeit
investieren**



Mehr Leistungsfähigkeit
und Produktivität

Die drei Schwerpunkte in der Stossrichtung «Unser Kerngeschäft stärken»



Relevantes Fleischangebot

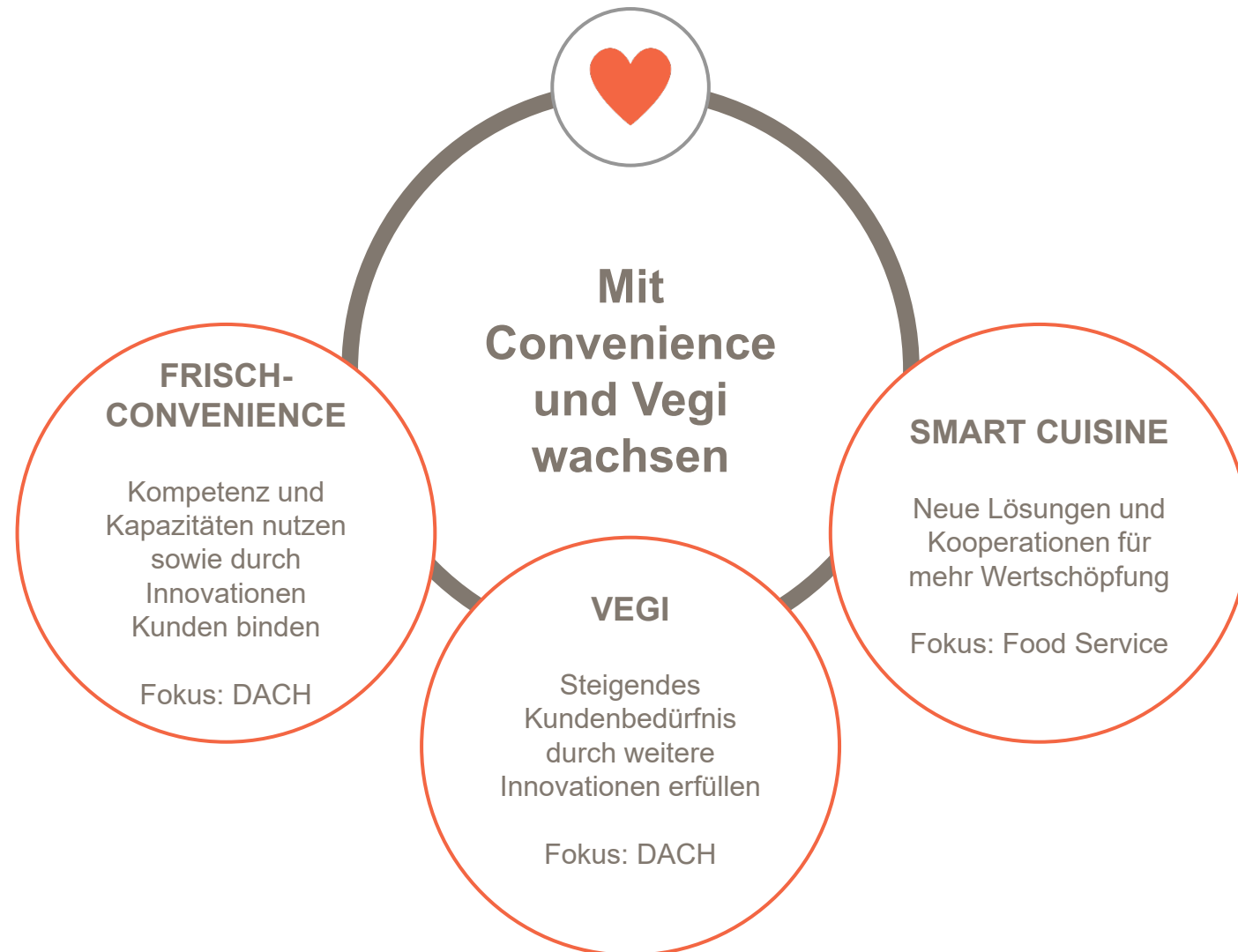
Unser
Kern-
geschäft
stärken

Die
Stärke
Rohschinken

- Stärkung der Marktstellung und der Profitabilität im europäischen Rohschinkenmarkt
- Mit unserem neuen Betrieb in Fuensalida (ES) im wachsenden Segment der spanischen Charcuteriespezialitäten Marktposition stärken
- Strategisch hervorragende Position mit intakten Perspektiven dank einem regionalen Produktportfolio mit eigenen Produktionswerken in Spanien, Frankreich und Deutschland
- Durch Investitionen in den bestehenden Produktionsbetrieben Erhöhung der Produktivität, Wertschöpfung und Effizienz
- Operative Verbesserung in der Rohmaterialbeschaffung



Die drei Schwerpunkte in der Stossrichtung «Mit Convenience und Vegi wachsen»



Mit
Conve-
nience
und Vegi
wachsen

Vegi
ohne
Langweile

- Chancen nutzen im wachstums- und wertschöpfungsreichen Markt für Frisch-Convenience und vegetarische Produkte
- Organisches Wachstum insbesondere durch Auslastung der neuen Betriebe Marchtrenk und Bad Wünnenberg
- Ausbau vegetarische Sortimente und Fleischalternativen
- Differenzierung der Sortimentsleistung mit der Entwicklung neuer Produktlösungen, der Erhöhung des Convenience-Grades und Einführung zusätzlicher Angebotsformen
- Nutzen des bestehenden, grossen Know-hows in Kulinarik und Produktentwicklung im vegetarischen Bereich





In Effizienz
und
Leistungs-
fähigkeit
investieren

Modernisierung
Oensingen



Modernisierung Standort Oensingen

In Effizienz
und
Leistungs-
fähigkeit
investieren

Modernisierung
Oensingen

- Modernisierung und Erweiterung Infrastruktur am Standort Oensingen
- Neue Betriebe für das Schneiden, Verpacken und Kommissionieren der Produkte
- Hoch automatisiertes Tiefkühlager mit 50 % weniger Energiebedarf
- Facility Services wie Zentrale Technik und Parkhaus
- Nachhaltige Sicherung der Leistungsfähigkeit im Kerngeschäft mit Fleischwaren im Hauptmarkt Schweiz
- Wettbewerbsvorteile gegenüber nationalen und internationalen Mitbewerbern:
 - > Verstärkte Automatisierung der Prozesse für mehr Effizienz
 - > Einzigartige interne und externe Logistikleistungen
 - > Erhöhung Nachhaltigkeit in Bezug auf den Ressourcenverbrauch



Kompetenz

Höchste Qualität mit System
und stetiger Verbesserung

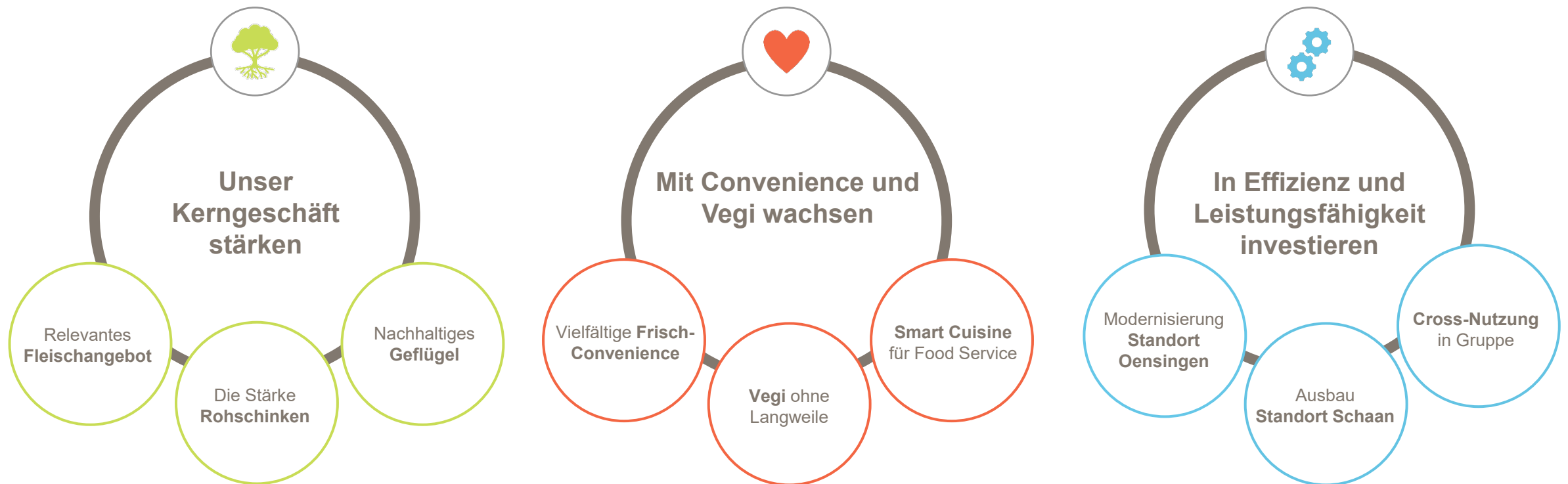
Verantwortungsbewusstsein

Verantwortung übernehmen für Umwelt
und Gesellschaft

Freude

Engagierter Arbeitgeber und
zufriedene Mitarbeitende

- 98 % aller tierischen und 92 % aller pflanzlichen Rohstoffe **stammen aus Europa**
- In der Schweiz stammt rund die Hälfte der Schlachttiere aus Programmen mit **erhöhtem Tierwohlstand**
- 352 Tonnen Plastik **reduziert** dank innovativen Verpackungslösungen
- 56 % des Energiebezugs aus **erneuerbaren** Quellen
- 73 % aller Angestellten sind durch einen Tarifvertrag abgedeckt; in der Schweiz die erste **Sozialpartnerschaft** im Convenience-Sektor
- 21 verschiedene **Grundausbildungen** bietet die Bell Food Group an



> Langfristig Ertragskraft und Leistungsfähigkeit sichern

Strategie 2021–2025

Auswirkungen auf die Finanzplanung.

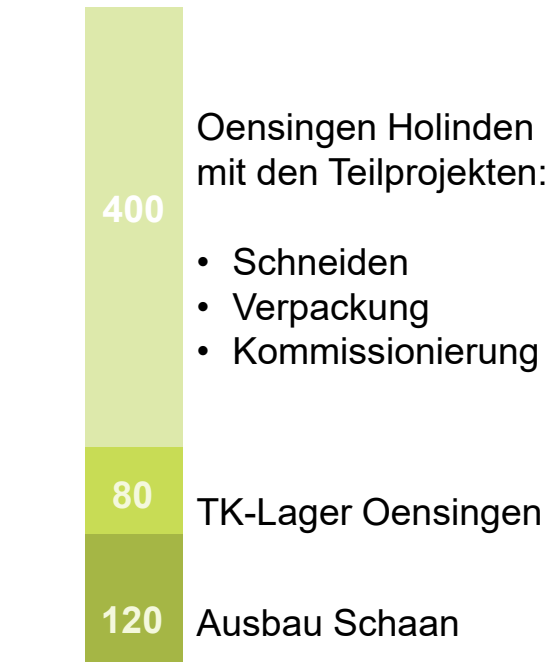
Investitionen 2021-2025 und Auswirkungen auf die Erfolgsrechnung

Investitionen Σ 2021-2025: CHF 1'400 Mio.

2021-2024: 290 Mio. CHF p.a.

2025: 230 Mio. CHF

Grossinvestitionen CHF 600 Mio.



Begründung

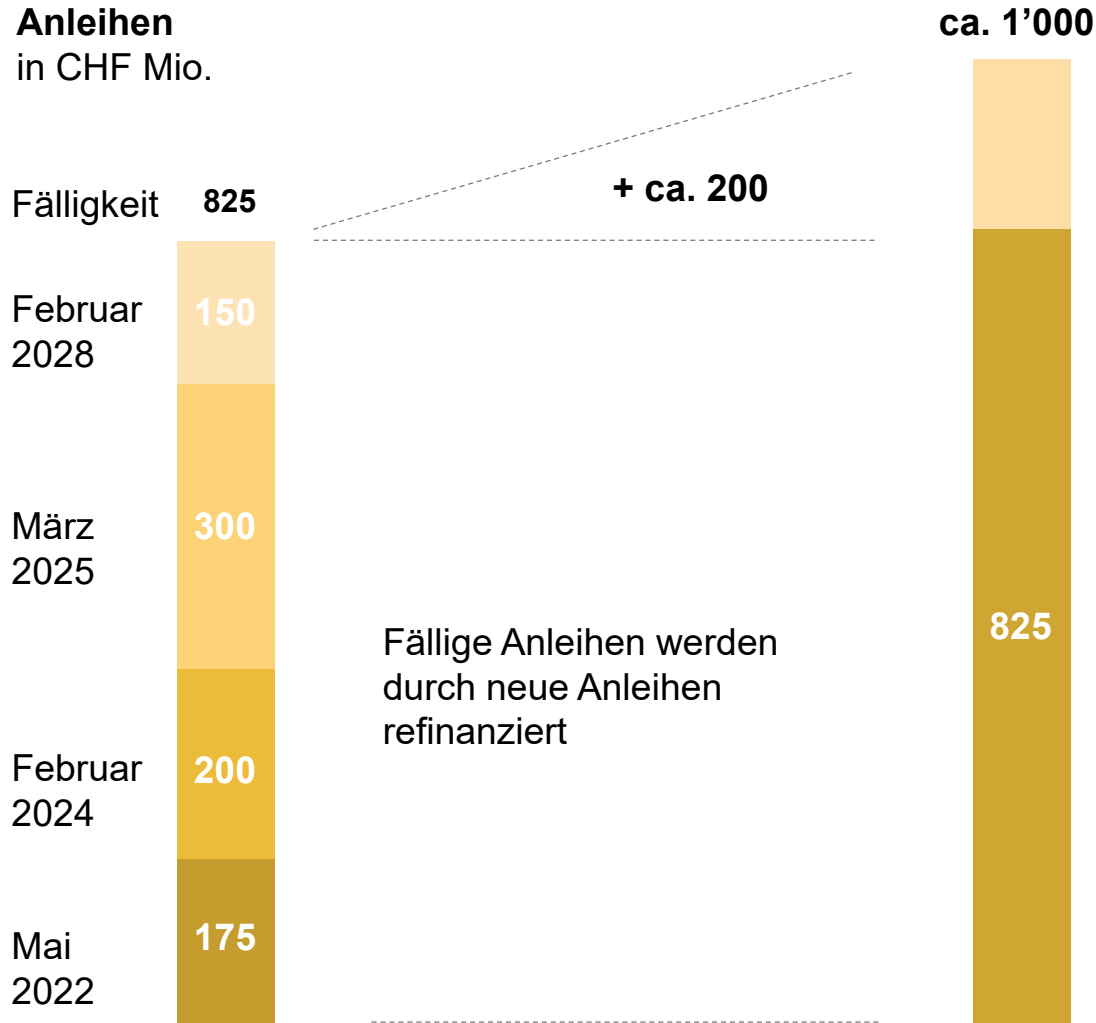
Investitionen notwendig zur Erhaltung beziehungsweise für den Ausbau der mittel- und langfristigen Konkurrenzfähigkeit

Auswirkungen auf die Erfolgsrechnung

- Grundsätzlich höheres Abschreibungsniveau, da vor allem Erneuerungsbauten und Ersatzinvestitionen
- Einmalig anfallende Anlaufkosten erwartet
- Mehraufwand wird aufgefangen durch mittelfristige Wachstumspotenziale innerhalb der gesamten Bell Food Group sowie Effizienzsteigerungen (Automatisierung und Zentralisierung)

Finanzierung und Ausschüttung an die Aktionäre

Anleihen
in CHF Mio.



Finanzierung

- Finanzierungsbedarf durch Erhöhung der Anleihen auf rund CHF 1 Milliarden abgedeckt
- Tragbarkeit gegeben aufgrund der stabilen Cashflow-Aussichten und einer sehr soliden Eigenkapitalbasis
- Die erwartete EK-Quote ist bis 2025 konstant > 45 %
- Net-Deb-Ratio-Ziel maximal bis 2.5 x
- Ziel: langfristige Fremdfinanzierung mit einem diversifizierten Fälligkeitsprofil

Ausschüttung an die Aktionäre

- Bisherige Dividendenpolitik wird beibehalten
- Ausschüttungsquote von rund 30 %
- Ausschüttung soweit möglich und zulässig aus den Reserven aus Kapitaleinlagen

Ausblick.

Bell Food Group

- Die Corona-Pandemie wird auch im laufenden Jahr 2021 Auswirkungen auf den Geschäftsgang haben; weiterhin aufmerksames Krisenmanagement im Einsatz, um die Auswirkungen in Grenzen zu halten
- Weitere operative Fortschritte in allen Geschäftsbereichen erzielen
- Die langfristigen strategischen Ziele weiterverfolgen trotz schwierig vorauszusehenden Rahmenbedingungen

Geschäftsbereich Bell Schweiz

- Sicherstellung Ertragslage dank Reaktions- und Leistungsfähigkeit
- Striktes und zielführendes Management der grossen Investitionsprojekte

Geschäftsbereich Bell International

- Weitere operative Fortschritte und Ergebnisverbesserung erzielen
- Fokus weiterhin auf Rohschinken und Geflügel sowie auf den erfolgreichen Initiativen zur Effizienz- und Leistungsverbesserungen

Geschäftsbereich Convenience

- Dank seiner strategischen Ausrichtung und der hohen Innovationskraft Nutzen ziehen aus der erwarteten Erholung des Food-Service-Marktes und der To-go-Verpflegung im Verlauf des Jahres
- Mit innovativen Sortimenten und Food Solutions den Kunden weitere Mehrwerte bieten



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.