



---

# **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

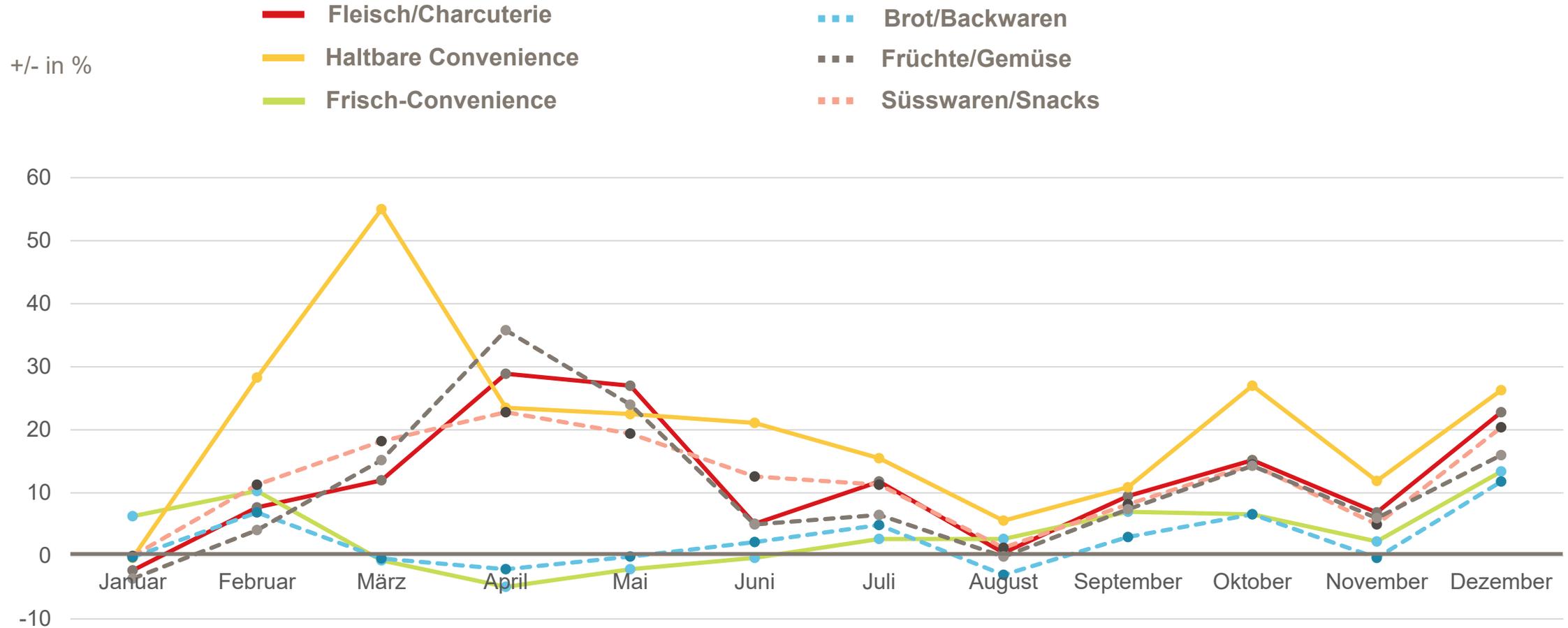
- Dank dem breit abgestützten und nachhaltigen Geschäftsmodells sowie der hohen Leistungsfähigkeit wurden gute operative Fortschritte erzielt
- Erfreuliches Wachstum im Absatzmarkt Retail konnte negative Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Absatzmarkt Food Service sowie auf die zuvor wachstumsstarken 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 Ergebnisrückgang konnten nicht verhindert werden

Operativer Fortschritt  
auf Stufe EBIT

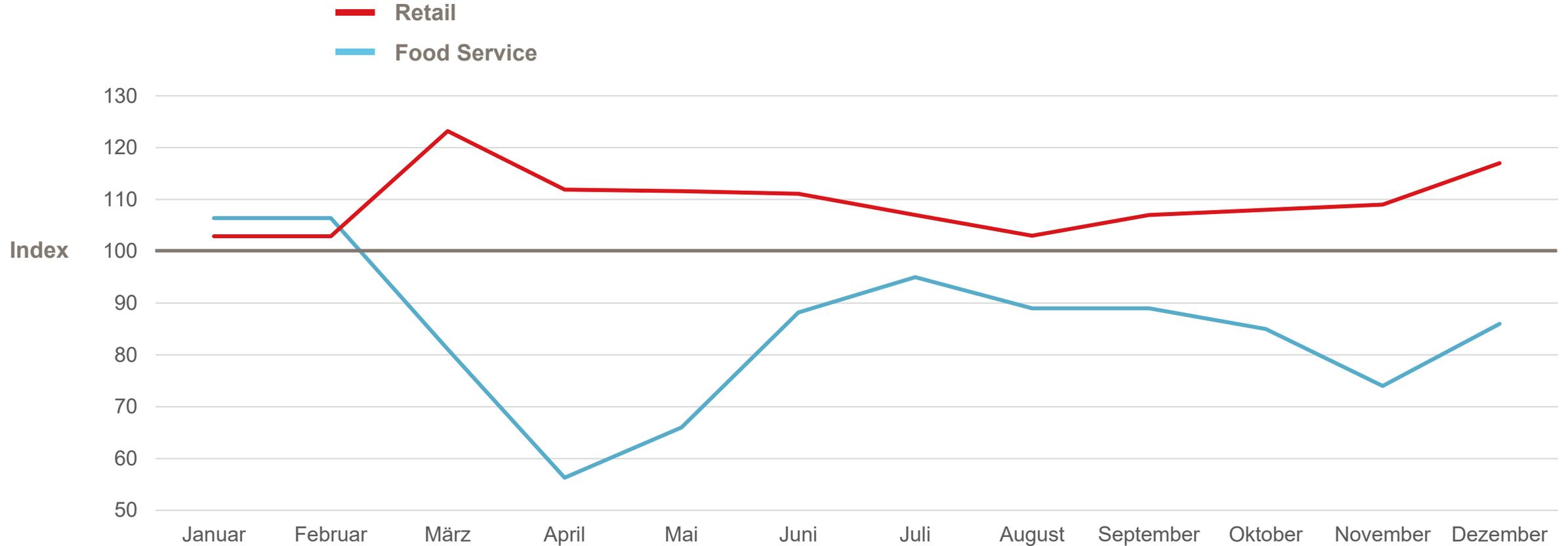
**+7.6 %**



Entwicklung zu Vorjahr: Warengruppen im Retail in der Schweiz



Entwicklung zu Vorjahr: Absatzmärkte Retail und Food Service



# Erläuterungen zum Geschäftsjahr 2020.

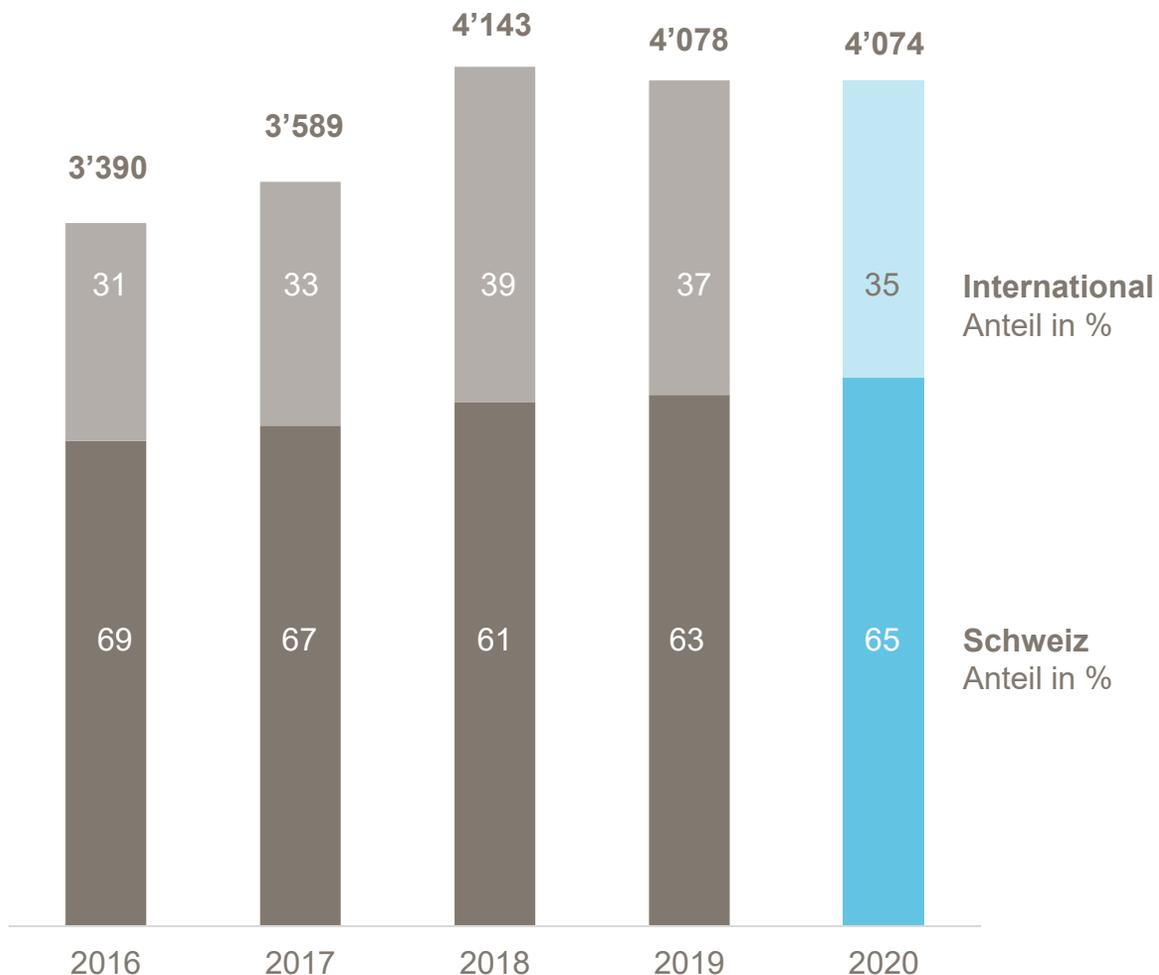
**«Die Bell Food Group verfügt über sehr viel Substanz und ist solide finanziert: Wir sind gut gerüstet für die kommenden Herausforderungen.»**



## Entwicklung Warenumsatz

### Warenumsatz

in Mio. CHF



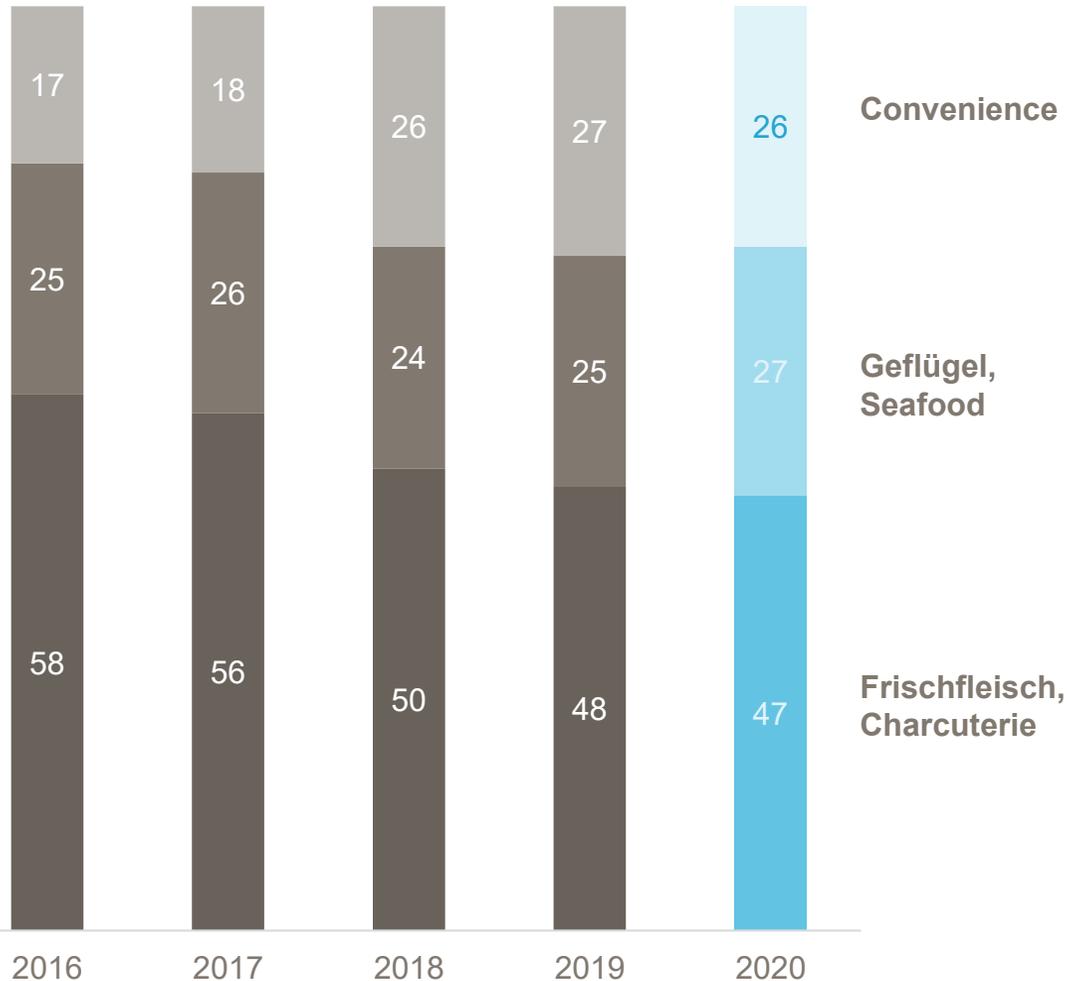
	2019	2020
<b>Warenumsatz</b>	4'078.2	<b>4'074.3</b>
Währungseinfluss		- 61.8
Anorganisch		- 54.2
<b>Organisches Wachstum</b>		<b>112.1 + 2.7 %</b>

- 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

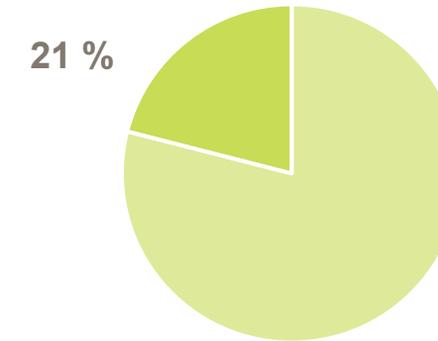
### Umsatzaufteilung nach Produktgruppen

in %



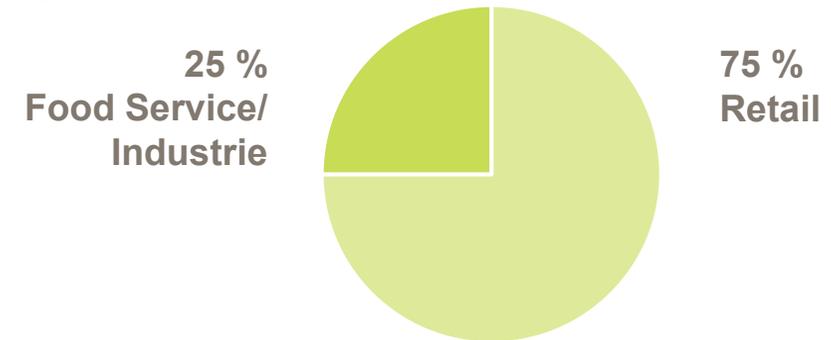
### Umsatzanteil vegetarische Produkte

in %



### Umsatzanteile Retail und Food Service/Industrie

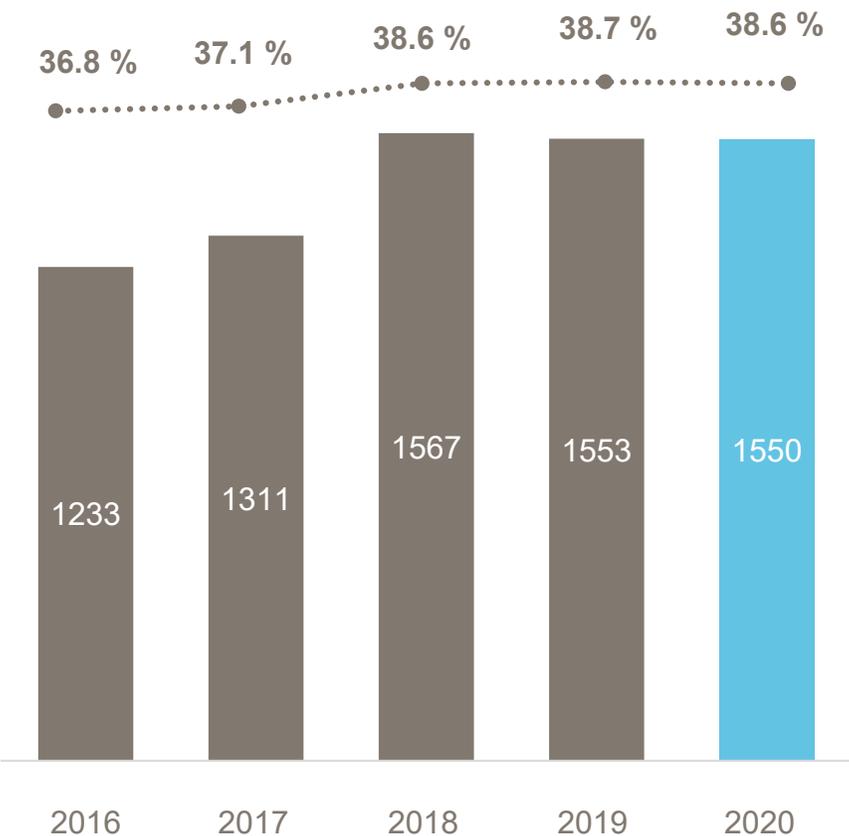
in %



## Entwicklung Bruttoerfolg und EBIT

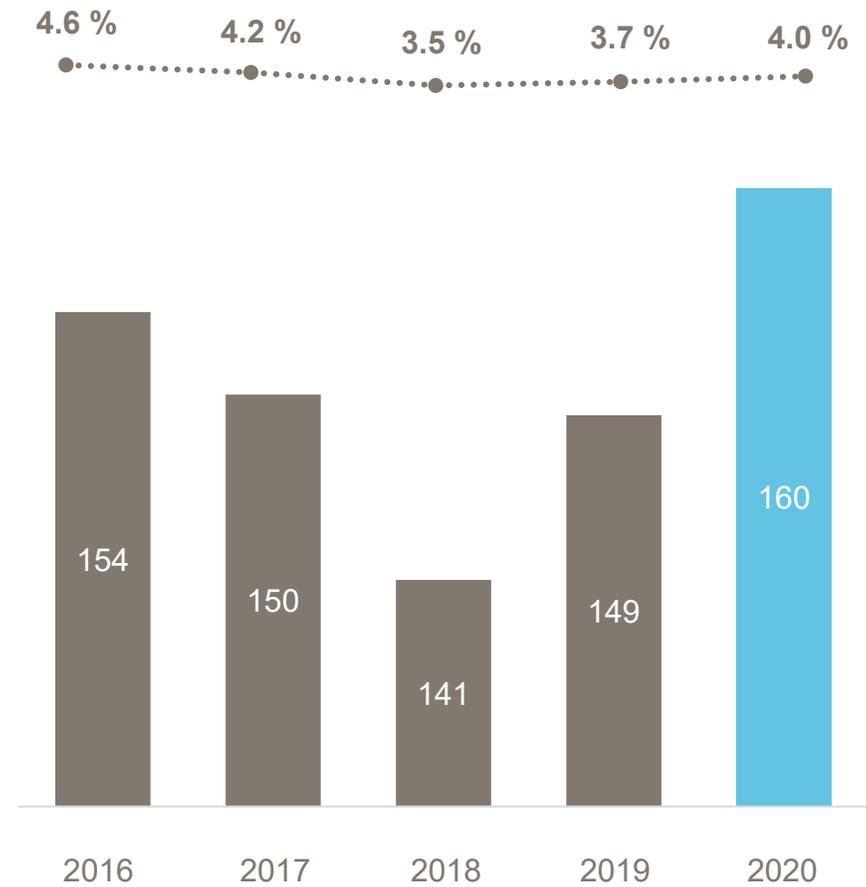
### Bruttoerfolg aus Betriebstätigkeit

in Mio. CHF und in % vom Nettoerlös



### EBIT\*

in Mio. CHF und in % vom Nettoerlös



## Überleitung zum Jahresergebnis

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

- 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\*

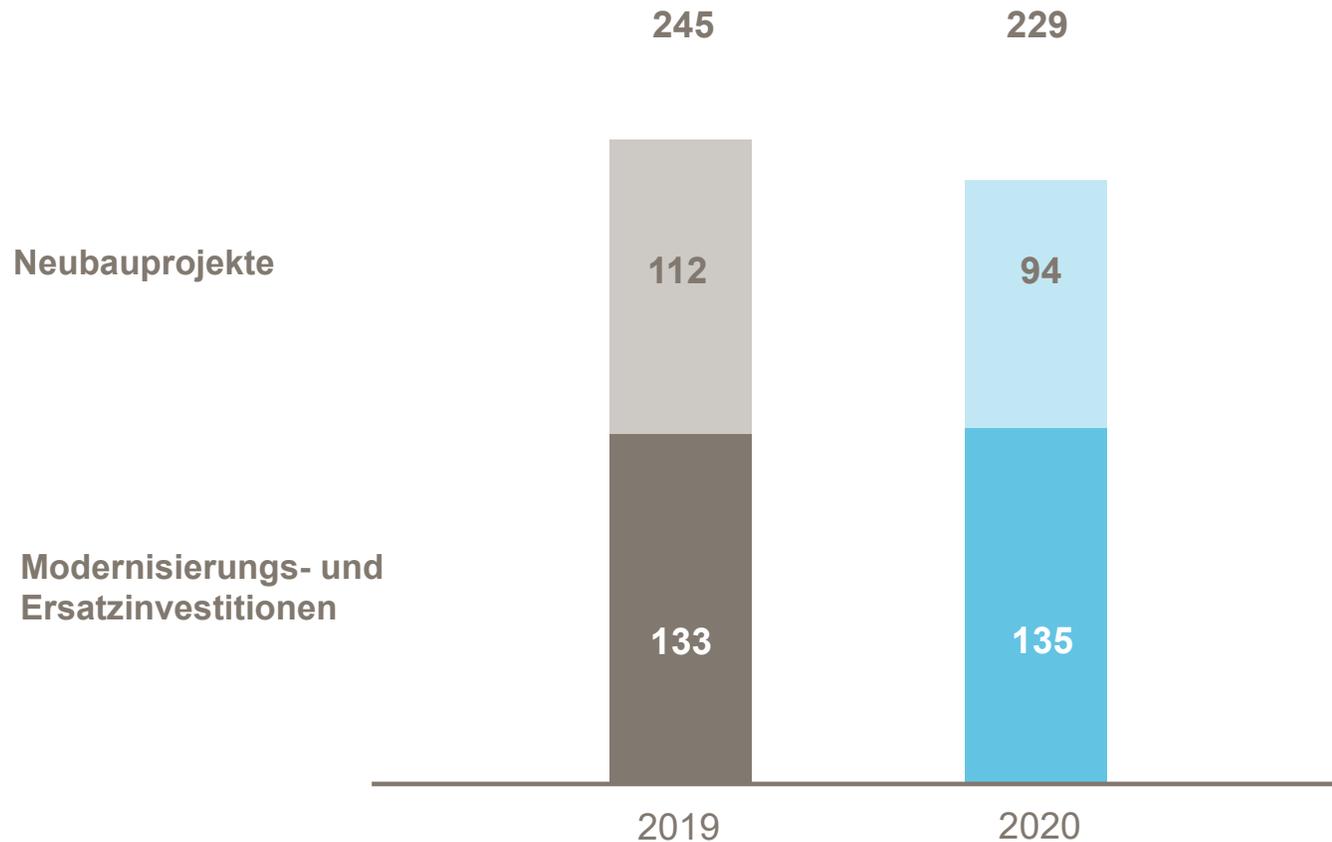
+ CHF 1.00

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

### Bell International

Standorte

**23**

Mitarbeitende

**3'469**

Sortiment

**Geflügel, Charcuterie**

**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

- 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





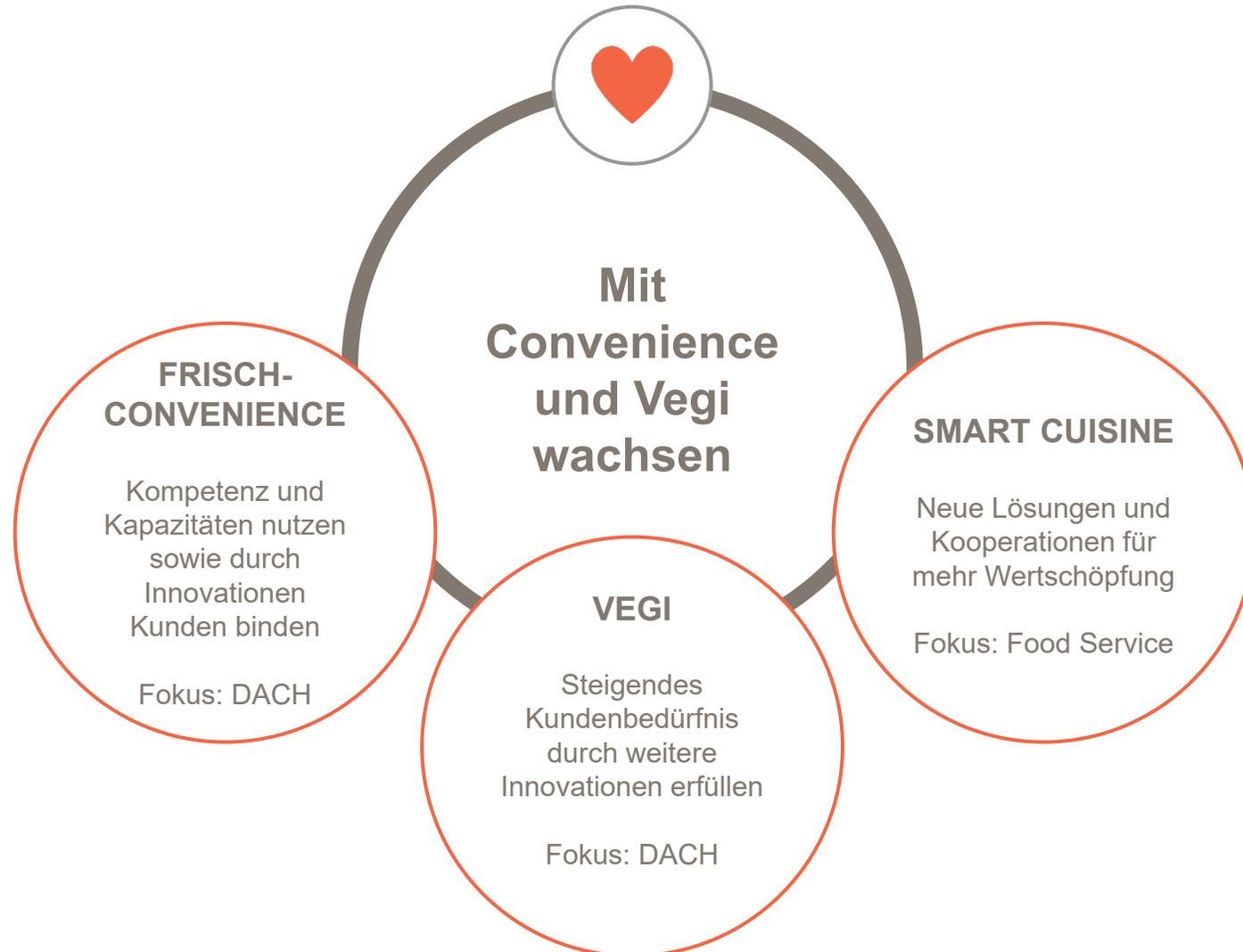
Unser  
Kern-  
geschäft  
stärken

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

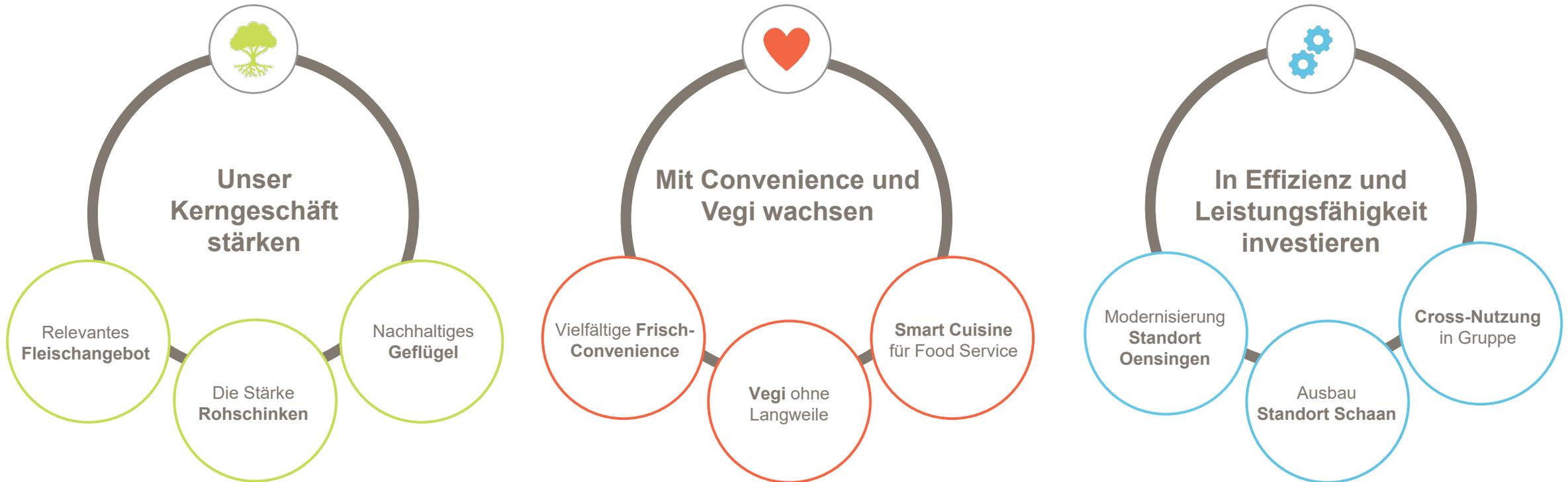
## Verantwortungsbewusstsein

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.

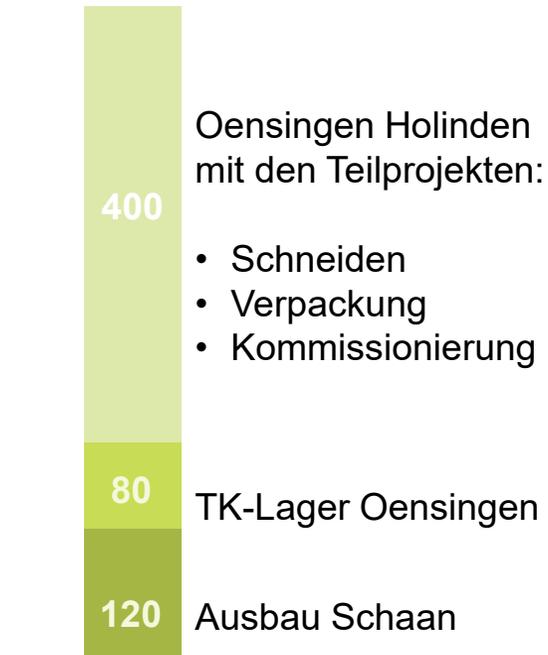
## Investitionen 2021-2025 und Auswirkungen auf die Erfolgsrechnung

Investitionen  $\Sigma$  2021-2025: CHF 1'400 Mio.

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

2025: 230 Mio. CHF

### Grossinvestitionen CHF 600 Mio.



Oensingen Holinden  
mit den Teilprojekten:

- Schneiden
- Verpackung
- Kommissionierung

TK-Lager Oensingen

Ausbau Schaan

### Begründung

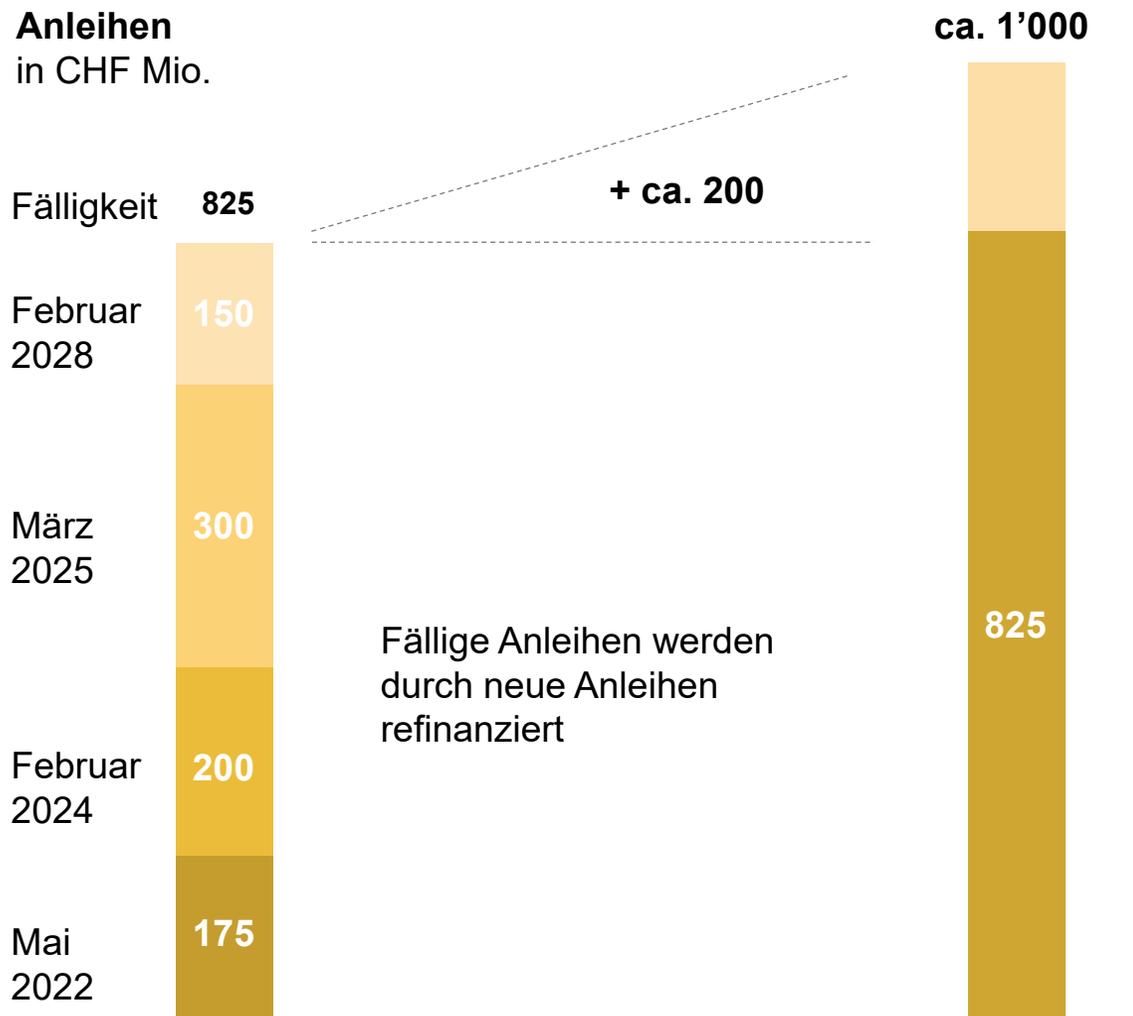
Investitionen notwendig zur Erhaltung beziehungsweise für den Ausbau der mittel- und langfristigen Konkurrenzfähigkeit

### 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 unbekanntem 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.