

BELL HOLDING AG

# GESCHÄFTSBERICHT 2010



---

Wir verstehen unser Handwerk –  
und wir lieben es.



# MENSCHEN BEI BELL

Unverwechselbares Kennzeichen von Bell ist das Qualitätsversprechen für nachhaltigen Genuss. Im Rahmen des aktuellen Geschäftsberichts zeigen wir einige der Menschen, die dieses Versprechen einlösen, jeden Tag und mit voller Überzeugung. In der Welt von Bell spielen sie die Hauptrolle - ob als beratender Seafood-Experte, am Steuer eines LKWs oder beim Kunden am Point of Sale. Die Welt von Bell hat viele Facetten. Sie ist ebenso grenzenlos wie der Genuss selbst. Und sie wird mit jedem Jahr grösser, internationaler und bunter - ohne je ihre Wurzeln zu vergessen.

## INHALT

03\_ Bell im Überblick

04\_ Editorial

### **BELL SCHWEIZ**

20\_ Erneut sehr gutes Jahr für Bell Schweiz

22\_ Frischfleisch

23\_ Charcuterie

23\_ Geflügel

24\_ Convenience

25\_ Seafood

25\_ Ausblick 2011

### **BELL INTERNATIONAL**

26\_ Deutschland

29\_ Osteuropa

29\_ Frankreich

30\_ Weitere Märkte

30\_ Ausblick 2011

### **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

32\_ Nachhaltigkeit für Genuss

34\_ QM und Lebensmittelsicherheit

35\_ Umwelt, Energie und Sicherheit

37\_ Human Resources

39\_ Kommunikation

### **FINANZIELLE BERICHTERSTATTUNG**

#### **BELL-GRUPPE**

42\_ Finanzbericht

44\_ Konsolidierte Bilanz

45\_ Konsolidierte Erfolgsrechnung

46\_ Geldflussrechnung

47\_ Eigenkapitalnachweis

48\_ Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze

50\_ Anhang zur konsolidierten Bilanz

57\_ Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

62\_ Ergänzende Angaben

63\_ Bericht der Revisionsstelle

64\_ Mehrjahresübersicht

65\_ Aktieninformationen

66\_ Wesentliche Beteiligungen

#### **CORPORATE GOVERNANCE**

67\_ Corporate Governance

77\_ Wichtige Termine

78\_ Management

#### **BELL HOLDING**

80\_ Bilanz

81\_ Erfolgsrechnung

82\_ Verwendung Bilanzgewinn/Anhang

83\_ Bericht der Revisionsstelle

84\_ Kontakte

85\_ Impressum

# Bell in Kürze

## Finanzkennzahlen

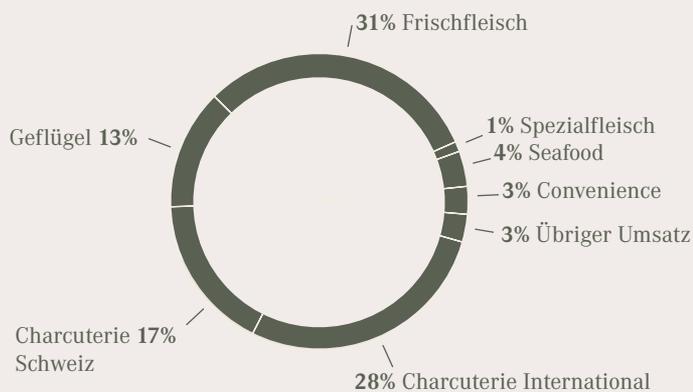
in Tausend CHF	2010	Veränderung	2009
<b>Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen</b>	<b>2 584 277</b>	1.4%	2 547 877
<b>Cashflow</b>	<b>180 193</b>	18.8%	151 628
in % vom Nettoerlös	7.0%		6.0%
<b>EBIT</b>	<b>101 236</b>	6.5%	95 047
in % vom Nettoerlös	3.9%		3.7%
<b>Jahresgewinn</b>	<b>64 519</b>	16.1%	55 563
in % vom Nettoerlös	2.5%		2.2%
<b>Netto Investitionen in Betriebsanlagen</b>	<b>68 176</b>	17.2%	58 175
in % vom Cashflow	37.8%		38.4%
<b>Eigenkapital</b>	<b>590 456</b>	-0.7%	594 779
in % vom Gesamtvermögen	50.6%		45.5%
<b>Rentabilität des Eigenkapitals (ROE)</b>	<b>11.1%</b>		10.7%

### Aktienkennzahlen

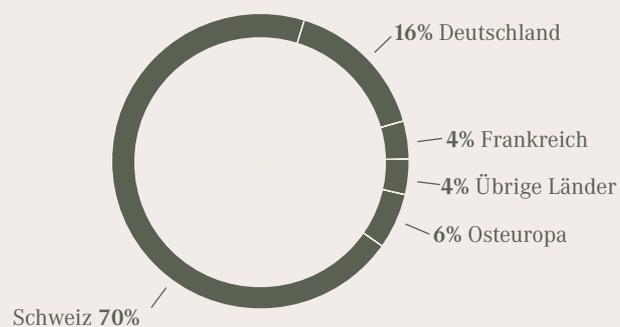
in CHF

<b>Aktienkurs am 31.12.</b>	<b>1 766</b>	13.9%	1 551
<b>Cashflow je Aktie</b>	<b>457</b>	18.4%	386
<b>EBIT je Aktie</b>	<b>257</b>	6.1%	242
<b>Reingewinn je Aktie</b>	<b>163</b>	15.6%	141
<b>Ausschüttung je Aktie</b>	<b>50</b>	25.0%	40

### Erlöse aus Warenverkäufen nach Produktgruppen



### Nettoerlös nach Ländern



# Leistungskennzahlen

<b>Fleischgewinnung (Schweiz)</b> in Tonnen	Eigen- schlachtungen	Zukäufe/ Importe	Anteil Importe	2010	2009
Schweine	58 453	968	0.4%	59 420	59 296
Grossvieh	33 511	4 283	9.8%	37 794	34 761
Kälber	6 718	288	1.7%	7 006	6 738
Lämmer	720	1 415	62.3%	2 135	2 104
Wild und übriges Fleisch	29	1 202	97.6%	1 231	1 270
<b>Total</b>	99 431	8 155	6.1%	107 586	104 169
Geflügel	23 512	8 597	25.0%	32 109	30 877
<b>Labelanteil bei Schlachttieren (Schweiz)</b>					
Anteil Fleisch aus artgerechter Haltung und Fütterung				49%	49%
<b>Marktkennzahlen (Schweiz)</b>					
<b>Schlachttiere</b>					
Schlachtungen Bell-Gruppe (in Tonnen)				99 431	96 662
Marktanteil Bell *				25%	25%
<b>Geflügel (Schweiz)</b>					
Schlachtungen Bell-Gruppe (in Tonnen)				23 512	21 746
Marktanteil Bell *				35%	34%
<b>Mitarbeiter</b>					
Durchschnittlicher Personalbestand auf Vollzeitbeschäftigte umgerechnet				6 179	6 497
Personalbestand am 31.12. in Anzahl Personen				6 488	6 561
Personalbestand am 31.12. in Anzahl Personen nach Ländern					
Schweiz				3 497	3 417
Deutschland				1 461	1 523
Frankreich				399	403
Tschechien				618	776
Ungarn				200	226
Übrige Länder				313	216
<b>Umweltkennzahlen</b>					
Gesamter CO <sub>2</sub> -Ausstoss (in Tonnen; nur Bell Schweiz)				7 144	7 303
Gesamtenergieverbrauch (in GWh)				262	251
Gesamtwasserverbrauch (in 1 000 m <sup>3</sup> )				1 874	1 932
Gesamtabfallmenge (in 1 000 Tonnen)				23	22

\* Schätzung Bell

# BELL IM ÜBERBLICK

## **BELL** MIT KÖNNEN UND LEIDENSCHAFT ZUM ERFOLG

Ein umfangreiches Sortiment an Fleisch, Charcuterie, Geflügel, Convenience-Gerichten und Seafood gelangt täglich frisch von Bell zu den Konsumenten. Dafür sorgen die mehr als 6'450 Mitarbeiter in der Schweiz und in Europa mit ihrem Fachwissen und Engagement. Als die Nummer 1 der Schweizer Fleischbranche beliefert Bell den Detail- und Grosshandel, die Gastronomie und die Lebensmittelindustrie. In Europa gehören die französische Groupe Polette sowie die deutschen Unternehmen ZIMBO und Abraham zur Bell-Gruppe.

## **2010** ERFOLGREICHES JAHR FÜR DIE BELL-GRUPPE

Bell hat sich 2010 einem intensiven Wettbewerb erfolgreich gestellt und ist sowohl in der Schweiz als auch international weiter gewachsen. Der Nettoerlös erreichte mit CHF 2,58 Milliarden einen neuen Höchstwert. Dies entspricht einem Plus von 1,43 Prozent, währungsbereinigt sogar einem Plus von 4,4 Prozent. Das operative Ergebnis auf Stufe EBITDA erhöhte sich auf CHF 212,7 Millionen (+12,3%). Deutlich über dem Vorjahreswert fiel das Unternehmensergebnis mit CHF 64,5 Millionen (+16,1%) aus.

Positive Rahmenbedingungen führten 2010 dazu, dass alle Geschäftsbereiche von Bell Schweiz ihr Absatzvolumen steigern konnten. Namentlich waren dies eine allgemeine Zunahme des Fleischkonsums, die Gewinnung von Marktanteilen durch unsere Hauptkunden sowie ein stabiles Preisniveau. Besonders erfolgreich waren 2010 die Bereiche Frischfleisch und Geflügel – insbesondere frisches Schweizer Geflügel erfreute sich grosser Beliebtheit. Während sich die Produktgruppen Seafood und Convenience ebenfalls erfolgreich entwickelten, war der Bereich Charcuterie absatzmässig stärker gefordert.

International werden die Konjunkturerholung und deren positive Auswirkungen auf den Konsum langsam spürbar. Der Preis- und Wettbewerbsdruck war allerdings nach wie vor hoch – speziell der deutsche Markt wurde durch Preissenkungen im Lebensmitteleinzelhandel geprägt. Dank innovativer Produkte und erfolgreicher Verkaufsaktivitäten konnten wir unsere Marktposition in Bezug auf Umsatz und Volumen sogar leicht ausbauen.

## **VISION** GENUSS FÜR LEBENSQUALITÄT

Fleisch, Charcuterie, Geflügel, Seafood und Convenience von Bell stehen für hochwertige Ernährung und Genuss – und damit für mehr Lebensqualität. Sie sind der Höhepunkt jeder Mahlzeit. Als Voll-Service-Lieferant für die Kunden ist Bell führend in ihren Märkten: nicht nur mengenmässig, sondern auch gemessen an der Wertsteigerung und an der Rendite. Dies erreichen wir durch unsere grosse Kompetenz und unsere täglich hohe Leistung.

## **AUSBLICK** STRATEGIE FÜR MEHR WACHSTUM

2010 wurden für sämtliche Geschäftsfelder die strategischen Eckwerte für die mittelfristige Zukunft definiert. Zusammenfassend streben wir weiteres Wachstum an im Bereich Frische und in den Sortimentskategorien mit hoher Wertschöpfung.

Nach dem starken Absatzzuwachs im Jahr 2010 erwarten wir für 2011 ein moderates Marktwachstum über alle Produktgruppen gesehen. Wir wollen jedoch stärker als unsere relevanten Märkte wachsen. Dies wollen wir mit der Umsetzung unserer Geschäftsfieldstrategien erreichen. Insgesamt konzentrieren wir uns auf die ertragsreicheren Sortimente und verzichten auf Umsätze mit geringer Wertschöpfung. Innovationen spielen weiterhin eine wichtige Rolle; aber auch die Konsolidierung und Optimierung bestehender Sortimente.

Durch die Kooperation\* mit Hilcona und der damit erworbenen strategischen Beteiligung am Convenience-Spezialisten etablieren wir uns noch stärker im schnell wachsenden Bereich Frisch-Convenience. Bis zur Übernahme der Mehrheit an Hilcona im 2015 wird der bisherige Umsatz von Bell Convenience dekonsolidiert.

\*vorbehältlich Zustimmung WEKO

EDITORIAL

# ERFOLGREICHES GESCHÄFTSJAHR 2010 – STRATEGISCHE WEICHEN FÜR ZUKUNFT GESTELLT

Bericht des Präsidenten des Verwaltungsrates  
und des Vorsitzenden der Gruppenleitung a.i.

## SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN, SEHR GEEHRTE AKTIONÄRE

Die Mitarbeitenden sind es, die den Erfolg eines Unternehmens ausmachen. Wenn wir Ihnen für das Geschäftsjahr 2010 das beste Ergebnis unserer traditionsreichen Geschichte präsentieren können, so ist dies dank dem grossen Engagement jedes einzelnen Mitarbeiters. Stellvertretend für alle 6'488 Mitarbeiter stellen wir Ihnen in unserem diesjährigen Geschäftsbericht acht Fachkräfte vor. Sie symbolisieren die Vielfalt an Persönlichkeiten, die für unsere Kunden jeden Tag von neuem ihr Bestes geben.

Die Rahmenbedingungen waren in unseren Märkten teils sehr unterschiedlich. Allen gemeinsam war jedoch die weiter zunehmende Wettbewerbsintensität. Einem Wettbewerb, dem wir uns erfolgreich gestellt haben. Sowohl in der Schweiz als auch international ist Bell im Berichtsjahr weiter gewachsen. Der Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen wuchs um 1,43 Prozent auf CHF 2,584 Milliarden (CHF +36,4 Mio.). Währungsbereinigt fällt das Wachstum beim Nettoerlös mit einem Plus von 4,4 Prozent noch höher aus.

Das operative Ergebnis auf Stufe EBITDA erhöhte sich um 23,2 auf CHF 212,7 Millionen (+12,3%).

Das Unternehmensergebnis lag mit CHF 64,5 Millionen (+16,1 % oder CHF 8,9 Mio.) deutlich über dem Vorjahreswert. Der Cashflow stieg um 28 auf CHF 180 Millionen (+18,8%). Das Absatzvolumen wuchs um 5,1 Prozent auf 224 Millionen Kilogramm. Insgesamt beschäftigte die Bell-Gruppe per 31. Dezember 2010 6'488 Personen in 11 Ländern.

---

## BELL SCHWEIZ

### ERNEUT MIT SEHR GUTEM JAHR

In der Schweiz boten mehrere positive Rahmenfaktoren gute Chancen, die von Bell optimal genutzt wurden. Der Fleischkonsum nahm insgesamt zu, unsere Hauptkunden konnten Marktanteile gewinnen und das Preisniveau blieb stabil. In diesem Umfeld haben 2010 alle Geschäftsbereiche von Bell Schweiz ihren Absatz gesteigert. Das Absatzvolumen wuchs um 3 auf 125,3 Millionen Kilogramm (+2,5%). Der Nettoerlös erhöhte sich mit einem Zuwachs von 33 auf CHF 1'808 Millionen weniger stark. Die rege Nachfrage nach Fleischprodukten konnten wir mit unseren kundengerechten Angeboten erfolgreich abdecken. Vor allem die Sortimente für die Selbstbedienung verkauften sich sehr gut. Tendenziell fiel das Wachstum beim Frischfleisch stärker aus als bei verarbeiteten Produkten wie Wurst und Charcuterie.

---

# +5,1%

Absatzvolumen auf  
223,6 Millionen Kilogramm  
gestiegen

---



.....  
**Hansueli Loosli**  
 Präsident des Verwaltungsrates



.....  
**Martin Gysin**  
 Vorsitzender der Gruppenleitung a.i.

---

Das Unternehmens-  
 ergebnis lag mit  
 CHF 64,5 Millionen  
 (+16,1 %) deutlich  
 über dem Vorjahres-  
 wert.

---

Daher waren 2010 die Bereiche Frischfleisch und Geflügel besonders erfolgreich, während die Charcuterie absatzmässig stärker gefordert war. Die Fleischgewinnung bei Schlachttieren und Geflügel wuchs um 4'535 auf 122'943 Tonnen (+3,8%). Gerade beim Geflügel erfreute sich unser frisches Schweizer Geflügel grosser Beliebtheit. Weiterhin erfolgreich arbeiteten auch die Produktgruppen Seafood und Convenience. Die gute Absatzentwicklung kombiniert mit den gut eingespielten Abläufen und den effizienten Produktionsstandorten führte auch beim Ergebnis zu einem guten Resultat.

---

#### ANSPRUCHSVOLLES UMFELD FÜR BELL INTERNATIONAL

In den meisten unserer europäischen Zielmärkten ist seit Mitte 2010 eine Konjunkturerholung spürbar. Die positiven Auswirkungen auf den Konsum machen sich zeitversetzt langsam bemerkbar. Allerdings hat dies den hohen Preis- und Wettbewerbsdruck nicht entschärft. Die Endverbraucherpreise sind in fast allen Märkten zurückgegangen, speziell der Markt in Deutschland wurde durch Preissenkungen geprägt.

In diesem schwierigen Umfeld galt es, unsere Marktposition in Bezug auf Umsatz und Volumen

zu halten oder sogar leicht auszubauen. Bedingt durch den hohen Preis- und Margendruck konnten die Ergebniserwartungen nicht erfüllt werden. Der Nettoerlös in Schweizer Franken von Bell International blieb aufgrund des im Durchschnitt deutlich tieferen Euro-Wechselkurses mit CHF 776 Millionen auf Vorjahreshöhe (+0,4 %, CHF +3,4 Mio.). Bereinigt um den Wechselkurseffekt resultiert ein Wachstum von rund 10,7 Prozent. Das Produktionsvolumen hat um über 8,4 Prozent zugenommen und betrug insgesamt 98'245 Tonnen. Zur positiven Absatz- und Umsatzentwicklung beigetragen haben sowohl innovative neue Produkte als auch erfolgreiche Verkaufsaktivitäten.

---

#### STRATEGISCHE WEICHEN GESTELLT

2010 wurden für sämtliche Geschäftsbereiche die strategischen Eckwerte für die mittelfristige Zukunft definiert. Je nach Geschäftsbereich sind die Strategien unterschiedlich gelegt. Zusammenfassend streben wir weiteres Wachstum an im Bereich Frische und in den Sortimentskategorien mit hoher Wertschöpfung.

In der Schweiz haben wir in Bezug auf die Standortpolitik wichtige Schritte unternommen. In Niederbipp im Kanton Bern haben wir uns ein 15 Hektar grosses Landstück gesichert.

---

## Bell strebt weiteres Wachstum im Bereich Frische und Sortimentskategorien mit hoher Wertschöpfung an.

---

Vorbehältlich der Umzonung des Landes von Landwirtschafts- in Arbeitsplazzone werden wir dort unser neues Werk für die Schweinefleischveredelung bauen. Dieses wird den Betrieb in Basel ablösen, der sich gegen das Ende der Nutzungsdauer hin bewegt. In Basel haben wir vom Kanton Basel-Stadt das Schlachthofareal im Baurecht übernommen. In Verbindung mit unserem bestehenden Landbesitz verfügen wir auf diesem Areal nun über eine zusammenhängende Fläche von gut 7,7 Hektar. Dies erlaubt eine Masterplanung mit dem Zeithorizont 2015, und dem Ziel, alle Aktivitäten am Standort Basel auf diesem Gelände zu konzentrieren.

Im Geschäftsfeld Convenience ist Bell mit der liechtensteinischen Hilcona eine zukunftsweisende Kooperation\* eingegangen. Bell und Hilcona haben per 1. Januar 2011 ihre komplementären Aktivitäten in der Frisch-Convenience neu unter dem Dach der Hilcona AG vereint. Im Rahmen des Zusammenschlusses bringt Bell die Geschäftseinheit Convenience in die Hilcona-Gruppe ein und beteiligt sich im Gegenzug mit 49 Prozent an Hilcona. Bell wird in 4 Jahren weitere 2 Prozent des Kapitals erwerben. Mit dieser strategischen Beteiligung etablieren wir uns noch stärker im schnell wachsenden Bereich Frisch-Convenience.

Weiter setzen wir vermehrt den Fokus auf Synergiepotenziale innerhalb der Bell-Gruppe. Erste Erfolge haben wir bereits erzielt. So konnten beispielsweise dank dem Gruppen-Netzwerk neue Absatzmärkte für einzelne regionale Spezialitäten erschlossen werden. In verschiedenen Märkten ergänzten die regional etablierten Vertriebsorganisationen ihr Produktportfolio durch Sortimente anderer Gruppenbetriebe. Auf diese Erfolge wollen wir aufbauen und die sich bietenden Möglichkeiten konsequenter ausschöpfen.

---

### NEUER VORSITZENDER DER BELL GRUPPENLEITUNG

Adolphe R. Fritschi hat Ende November 2010 aus persönlichen Gründen um vorzeitige Pensionierung ersucht, verbunden mit seinem sofortigen Rücktritt. Der Verwaltungsrat hat dem Antrag zugestimmt und dankt ihm für seine ausserordentliche Leistung und seinen erfolgreichen Einsatz für das Unternehmen. Als Nachfolger hat der Verwaltungsrat Lorenz Wyss (51) gewählt. Lorenz Wyss war bei

Coop seit 1995 in diversen Funktionen tätig, zuletzt als Leiter Category Management Frischprodukte/Gastronomie und Mitglied der Direktion Marketing und Beschaffung. Er ist in Branchenkreisen bestens verankert und übernimmt die Verantwortung bei Bell ab 1. April 2011. Der Verwaltungsrat ist überzeugt, mit ihm den richtigen Mann für die Zukunft gefunden und die Kontinuität in der Geschäftsführung sichergestellt zu haben.

---

### NACHHALTIGES HANDELN

Bell hat sich schon seit langem mit den Auswirkungen ihrer Aktivitäten auf den Menschen und die Umwelt beschäftigt. So waren wir beispielsweise Pionier in der Entwicklung von Programmen für Fleisch aus artgerechter Haltung und Fütterung. Die Herausforderungen, mit denen wir uns in der heutigen Zeit in Bezug auf die Umwelt und den Menschen konfrontiert sehen, sind gewaltig. Millionen von Menschen geniessen unsere Produkte tagtäglich. Dies ist eine grosse Verantwortung, deren wir uns jederzeit bewusst sind. Bell verfolgt die Nachhaltigkeit in einem umfassenden Ansatz, der die vier Aspekte Ökonomie, Ökologie, soziale Verantwortung und Sicherheit mit einbezieht. In allen vier Bereichen will Bell innerhalb der Branche zu den besten Unternehmen gehören.

Die Erzeugung tierischer Produkte und der Fleischkonsum an sich wird in letzter Zeit häufiger aus ökologischen oder gesundheitlichen Gründen kritisch hinterfragt. In der teilweise widersprüchlichen Meinungsvielfalt um Ökologie und Nachhaltigkeit werden Themen wie Umweltbelastung durch Fleischkonsum oder Aspekte einer ausgewogenen Ernährung diskutiert. In den nächsten Monaten erarbeiten wir neue Grundlagen, welche uns bei der Beurteilung der Auswirkungen unserer Aktivitäten auf unsere Anspruchsgruppen und Umwelt weiter unterstützen.

---

### DIVIDENDENERHÖHUNG AUF CHF 50 PRO AKTIE

Der Kurs der Bell-Aktie hat sich deutlich besser entwickelt als der relevante Vergleichsmarkt. Nach einem zuerst relativ stabilen Verlauf hat der Kurs vor allem im letzten Quartal Auftrieb erfahren. Der Kurs der Bell-Aktie lag per 31. Dezember 2010 mit CHF 1'766 um 13,9% über dem Jahresendkurs 2009 (+ CHF 215). Der Verwaltungsrat ist bestrebt,

---

## Für 2011 erwarten wir ein moderates Marktwachstum über alle Pro- duktegruppen.

---

aufgrund der guten Geschäftsentwicklung und der intakten Aussichten die Ausschüttung an die Aktionäre zu erhöhen. Der Verwaltungsrat beantragt daher zuhanden der Generalversammlung, die Dividende auf CHF 50 pro Aktie anzuheben.

---

### AUSBLICK 2011

Wir gehen davon aus, dass die Konjunktur in Europa sich weiter erholt und vermehrt für Impulse bei Konsum und Nachfrage sorgt. Die Wettbewerbsintensität wird deswegen aber nicht geringer werden. Der Preiskampf wird sich sowohl in der Schweiz, als auch international weiter verschärfen und Druck auf unsere Erträge ausüben.

Nach dem starken Absatzzuwachs 2010 erwarten wir für 2011 ein moderates Marktwachstum über alle Produktegruppen gesehen. Wir wollen jedoch stärker als unsere relevanten Märkte wachsen. Dies wollen wir mit der Umsetzung unserer Geschäftsfeldstrategien erreichen. Insgesamt konzentrieren wir uns auf die ertragsreicheren Sortimente und verzichten auf Umsätze mit geringer Wertschöpfung. Innovationen spielen weiterhin eine wichtige Rolle; aber auch die Konsolidierung und Optimierung bestehender Sortimente.

Wir sind überzeugt, dass die Bell-Gruppe für die künftigen Herausforderungen gerüstet ist. Unser Dank gilt allen Mitarbeitern für ihr grosses Engagement und für ihre Bereitschaft, die anstehenden Herausforderungen mit voller Kraft anzugehen und die hochgesteckten Zielsetzungen zu erreichen. Wir danken ebenfalls unseren Aktionären, Kunden und Lieferanten für die Loyalität und das Vertrauen, das sie in das Unternehmen Bell setzen.



Hansueli Loosli  
Präsident des Verwaltungsrates



Martin Gysin  
Vorsitzender der Gruppenleitung a.i.



Qualitätsmanagement

# MENSCHEN BEI BELL – SO VIELFÄLTIG WIE DAS UNTERNEHMEN

Engagiert. Einsatzbereit. Menschen, für die Verantwortung auch persönliche Herausforderung bedeutet – und die mit ihren Aufgaben wachsen.



Technik

Produktion





Aussendienst

In der Welt von Bell spielen die Mitarbeiter die Hauptrolle. Unsere Ziele wollen wir mit motivierten und qualifizierten Mitarbeitern erreichen, die sich an ihrem Arbeitsplatz wohlfühlen, sich in ihren Teams engagieren und sich mit den Zielen des Unternehmens identifizieren können. Nur so sind sie Tag für Tag bereit, Höchstleistungen zu erbringen.



Reinigung



Logistik



Fachberatung



Kulinarik

# IN EUROPA ZUHAUSE

Über 6'450 Mitarbeiter arbeiten bei Bell, dem grössten Schweizer Fleischverarbeiter. Zur *Bell-Gruppe* gehören die französische *Groupe Polette* sowie die deutschen Unternehmen *ZIMBO* und *Abraham*, die jeweils in verschiedenen europäischen Ländern aktiv sind.

Unverwechselbares Kennzeichen von Bell ist das Qualitätsversprechen für nachhaltigen Genuss. Hier zeigen wir einige der Menschen, die dieses Versprechen einlösen, jeden Tag und mit voller Überzeugung.

Die Welt von Bell hat viele Facetten. Sie ist ebenso grenzenlos wie der Genuss selbst. Und sie wird mit jedem Jahr grösser, internationaler und bunter – ohne je ihre Wurzeln zu vergessen.



## Benelux

Mitarbeiter:	65
Produktionsbetrieb:	1
Handelsgesellschaft:	1
Produktionsvolumen:	9'400 t

## Schweiz

Mitarbeiter:	3'500
Produktionsbetriebe:	10
Produktionsvolumen:	125'000 t

## Deutschland

Mitarbeiter:	1'500
Produktionsbetriebe:	6
Produktionsvolumen:	60'000 t

## Dänemark

Mitarbeiter:	5
Verkaufsniederlassung:	1

## Tschechien

Mitarbeiter:	600
Shop-in-Shop-Filialen:	57

## Polen

Mitarbeiter:	180
Produktionsbetrieb:	1
Produktionsvolumen:	8'500 t

## Frankreich

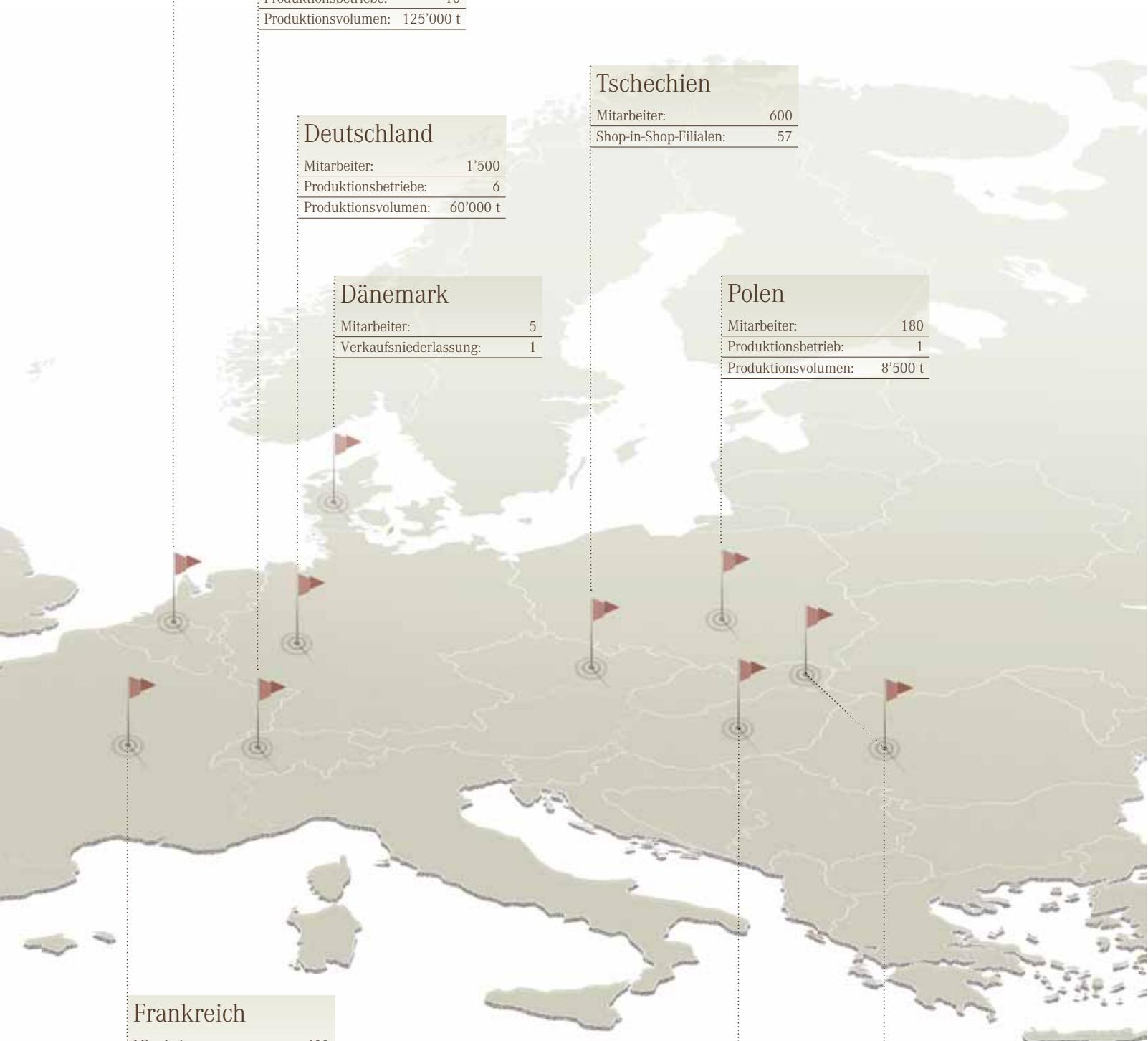
Mitarbeiter:	400
Produktionsbetriebe:	6
Produktionsvolumen:	12'000 t

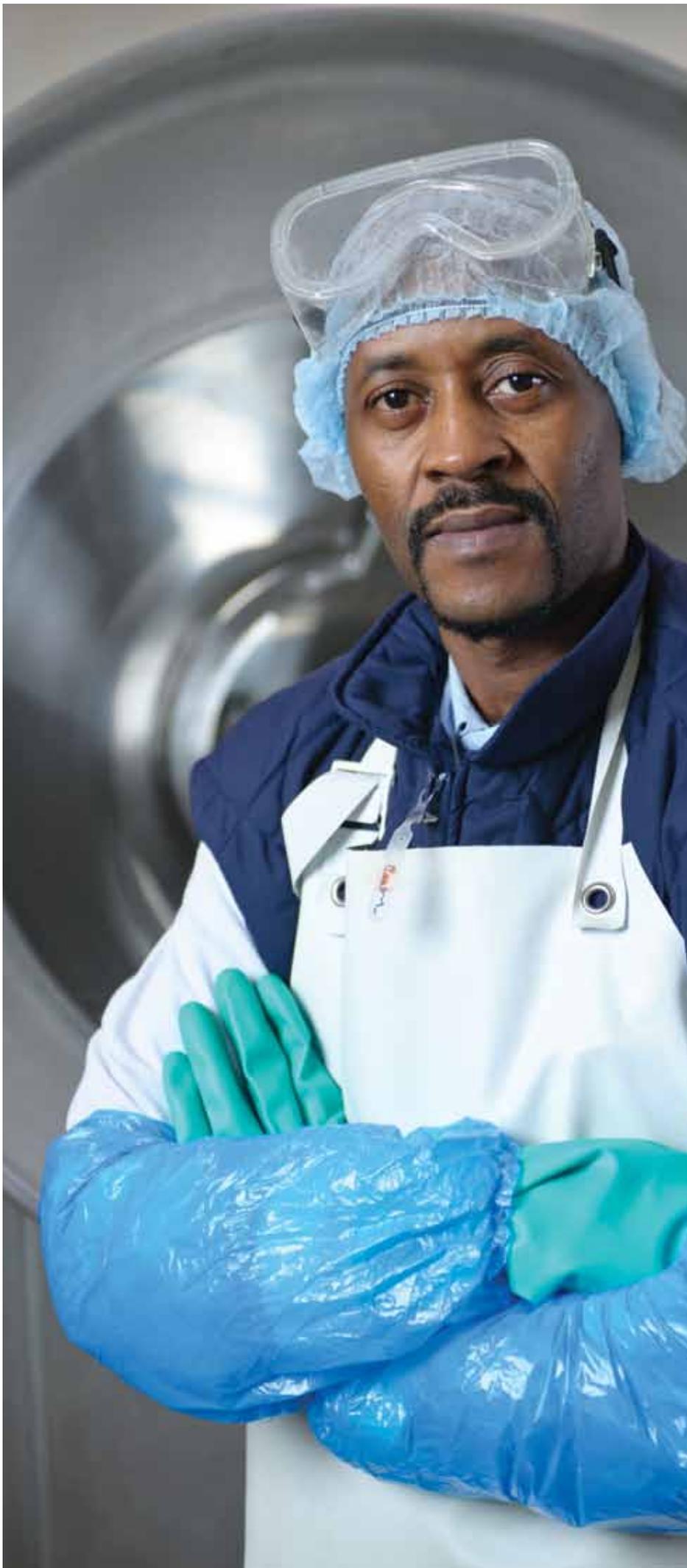
## Ungarn

Mitarbeiter:	200
Produktionsbetrieb:	1
Produktionsvolumen:	6'000 t

## Slowakei/Rumänien

Mitarbeiter:	15
Shop-in-Shop-Filialen:	14
Verkaufsniederlassung:	1





---

«In meinem  
Reinigungsteam ist  
*Organisation* Trumpf:  
In wenigen Stunden  
muss alles fertig sein,  
jeder Griff muss  
sitzen.»

**Jean-Luc Lepomby** (45) ist als Leiter eines vierköpfigen Teams verantwortlich für die Reinigung der Produktionsanlagen in Saint-André-sur-Vieux-Jonc. Dem Unternehmen gehört er seit 2003 an.



**Salaisons St-André / Groupe Polette**  
Am Standort St-André produzieren etwa 100  
Mitarbeiter feinste Charcuterie-Waren.



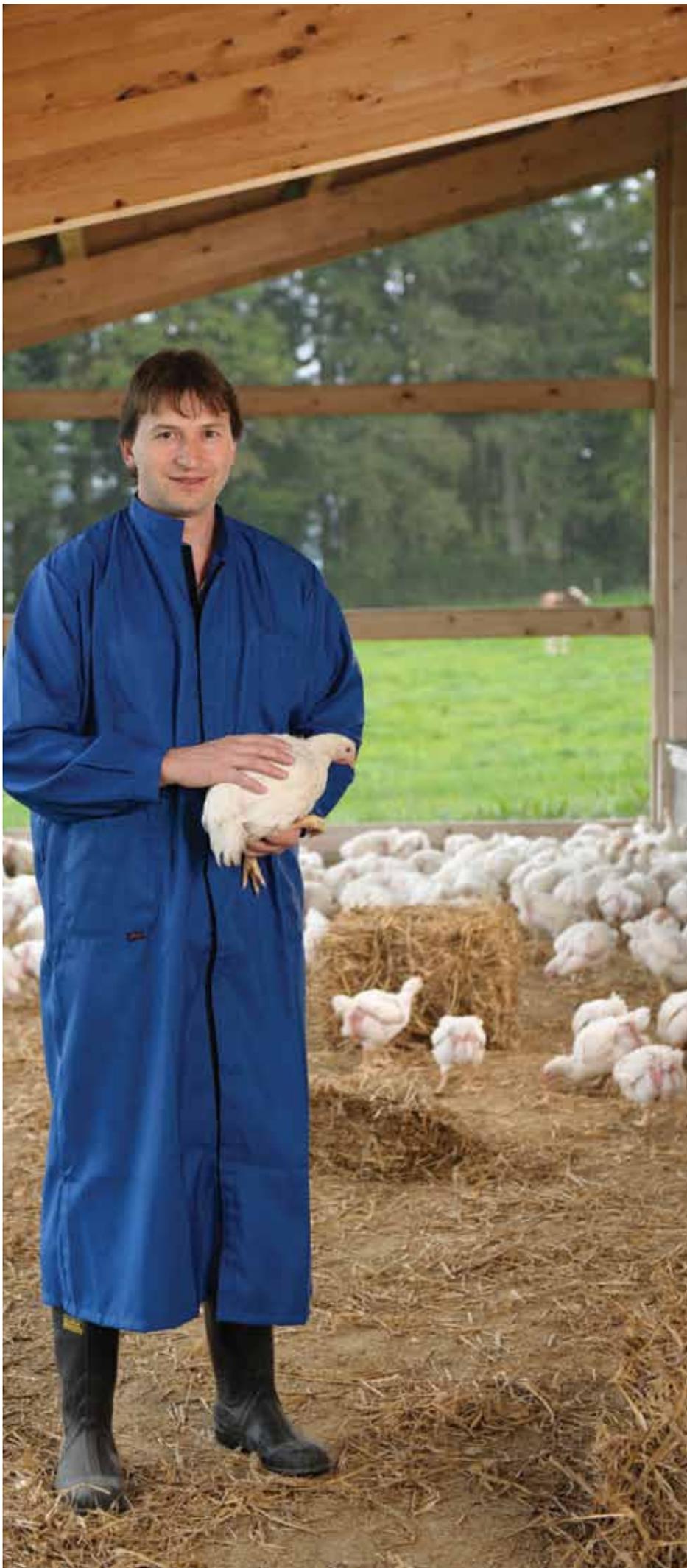
#### **Bell Charcuterie**

Brüh- und Rohwürste, Kochpökelwaren und Geflügel-Charcuterie sind nur einige Beispiele für das breite Sortiment an Charcuterie-Spezialitäten.

---

«Ich bin gerne in Bewegung - immer auf Achse. Dadurch Sorge ich dafür, dass es bei Bell *möglichst kurze Wege* gibt.»

**Farid Moussa** (28) trägt seit 2009 als Fahrer bei Bell zu einer effizienten landesweiten Warenverteilung bei.



### **Bell Geflügel**

Bei Bell Geflügel ist das Wohl der Tiere die Voraussetzung für frische, erstklassige Produkte in grosser Vielfalt.

---

«Beim Kontakt mit unseren Mästern entstehen über die Jahre oft *freundschaftliche Beziehungen* – man weiss, dass man sich vertrauen kann.»

**Beat Lustenberger** (40) ist Leiter des Beratungsdienstes Integrierte Tierproduktion bei Bell Geflügel in Zell. Der angehende Führungsfachmann ist seit 1991 bei Bell.



«Bei der Qualität darf es *keine Kompromisse* geben – für mich eine Selbstverständlichkeit.»

**Gisela Schneider** (29) ist Qualitätsmanagementbeauftragte bei Abraham und trägt damit Verantwortung für die ausgelieferte Ware. Gisela Schneider gehört seit 2009 zum Unternehmen.



#### **Abraham**

Zum breiten Sortiment des Schinken-spezialisten Abraham mit Produktionsbetrieben in Deutschland, Spanien und Belgien gehören etwa Schwarzwälder Schinken oder Serrano Schinken.



«Bei der Ausbildung werden *Akzeptanz und Respekt* gross geschrieben – und auch *Eigenverantwortung*.»

Dino Poljak (17) ist seit 2009 Automatiker in Ausbildung am Standort Oensingen. Hier qualifiziert er sich für eine vielseitige Tätigkeit in einer zukunftssicheren Branche.



#### **Bell Frischfleisch**

Hoher technologischer Standard, strengste Kontrollen und motivierte Mitarbeiter sind die Basis für ein Qualitätsversprechen in einem breiten und differenzierten Frischfleischsortiment.



#### ZIMBO

In Produktionsstätten in Deutschland, Ungarn und Polen stellt ZIMBO jährlich über 50'000 Tonnen hochwertige Fleisch- und Wurstwaren her.

---

«Ob Reaktion auf Kundenwünsche oder aktive Sortimentsberatung: Mir kommt es vor allem auf *zufriedene Gesichter* an.»

**Michaela Elias** (39) ist Bezirksverkaufsleiterin. In dieser Funktion besucht sie regelmässig die verschiedenen Verkaufsstellen. Michaela Elias ist seit 1999 bei ZIMBO beschäftigt.



---

«Besonders mag ich die Endkontrolle: Das Ergebnis des gesamten Produktionsprozesses ist immer auch ein *Erfolgs-erlebnis* für mich.»

**Justyna Siemieniuch** (27) ist zuständig für die Kontrolle der verschiedenen Arbeitsprozesse bis hin zur Endkontrolle der Produkte. Sie arbeitet seit 2007 für ZIMBO.



#### ZIMBO Polen

Im polnischen Niepolomice nahe Krakau stellt ZIMBO Polen ein Sortiment ausgesuchter Wurstspezialitäten wie Krakauer und Cabanossi her.



#### **Bell Seafood**

Ob für die Bedientheke oder für die Selbstbedienungsregale: Delikatessen von Seafood in Basel stehen für Top-Qualität.

---

«Ich unterstütze die Mitarbeiter in den Verkaufsstellen mit neuen Ideen – dafür braucht man vor allem *Liebe zum Produkt.*»

**Pascal Bieth** (49) ist Fachberater für Seafood in Basel und sorgt dafür, dass den Kunden immer und überall das Beste geboten wird. Pascal Bieth ist seit 2007 bei Bell.

# BELL SCHWEIZ

Ein stabiles Wachstum, aber auch zahlreiche Optimierungsinitiativen bei Effizienz, Innovation und Nachhaltigkeit kennzeichneten das Jahr 2010. Damit hat Bell Schweiz die Weichen gestellt und den Erfolg von morgen gesichert.

## Frischfleisch

Bell Frischfleisch gewinnt und veredelt Fleisch von Rindern, Schweinen und Lämmern in spezialisierten Betrieben.

## Charcuterie

Brüh- und Rohwürste, Kochpökelwaren und Geflügel-Charcuterie bilden die breite Spezialitäten-Palette von Bell Charcuterie.



## Seafood

Bell Seafood ist einer der bedeutendsten Spezialisten für frischen Fisch und Meeresfrüchte.

## Geflügel

Bell Geflügel bietet frisches Geflügel aus Schweizer Produktion sowie ausgesuchte Wild- und Geflügelspezialitäten aus dem In- und Ausland an.

## Convenience

Ob Salate, Sandwiches oder Menükomponenten - mit genussfertigen beziehungsweise schnell zubereiteten Produkten von hochwertiger Qualität beliefert Bell Convenience die Schweiz.

## INHALT

- Erneut sehr gutes Jahr für Bell Schweiz  
 Marktumfeld  
 Agrarpolitische Rahmenbedingungen  
 Strategische Leitplanken gesetzt  
 Aussergewöhnliche Ereignisse
- Bell Frischfleisch – Wachstum bei  
 Produkten mit hoher Wertschöpfung
- Bell Charcuterie – insgesamt rückläufiger Markt
- Bell Geflügel – starkes Geschäft mit frischem Inlandgeflügel
- Bell Convenience – positiver Trend ungebrochen
- Bell Seafood – erfolgreich mit nachhaltiger Beschaffung
- Ausblick 2011 – weiter nachhaltig wachsen

### ERNEUT SEHR GUTES JAHR FÜR BELL SCHWEIZ –

Das Geschäftsjahr 2010 war für Bell ausgesprochen positiv. Dazu hat unter anderem das Zusammenspiel mehrerer Faktoren beigetragen, die wir optimal nutzen konnten.

In der Schweiz wuchs das Absatzvolumen um 2,5% auf 125,3 Millionen Kilogramm, während der Nettoerlös um 1,9% auf CHF 1,81 Milliarden weniger stark zugenommen hat. Vor allem Frischfleisch und Geflügel aus der Schweiz und Produkte mit hoher Wertschöpfung haben stark zugelegt.

Insgesamt erzielten wir im Berichtszeitraum ein sehr gutes Ergebnis. Dafür gibt es mehrere Gründe: zum einen die Konsumententwicklung mit einer lebhaften Nachfrage seitens der Verbraucher, zum anderen aber auch durchdachte und auf die Nachfrage abgestimmte Sortimente. Vor allem Sortimente mit höherer Wertschöpfung erwiesen sich als erfolgreich. Weitere massgebliche Faktoren sind stabile Preise für Rohmaterialien sowie effizientere Prozesse in den Schweizer Produktionsstätten von Bell.

#### Marktumfeld

Der Appetit der Schweizer Wohnbevölkerung auf Fleischprodukte hat im Berichtsjahr zugenommen – der Konsum wuchs um rund 3 Prozent. Profitiert haben nahezu alle Fleischsorten, vor allem aber Schwein und Geflügel. Bemerkenswert ist das im Vergleich höhere Wachstum im Bereich unverarbeitetes Fleisch gegenüber Produkten wie Wurst und Charcuterie.

Die Fleischproduktion in der Schweiz ist insgesamt um 3,5 Prozent gewachsen. Die Zuwächse betrafen vor allem Schweinefleisch – die Folge war unter anderem ein deutlicher Preisrückgang.

Beim Rindfleisch hingegen ist die Inlandproduktion stabil. Die Rohmaterialpreise stagnierten bzw. sanken geringfügig gegenüber dem Vorjahr. Etwas abweichend die Tendenz bei importiertem Fleisch: Hier gab es einen nachfragebedingten Anstieg sowohl bei Geflügel als auch beim Rindfleisch. Der Konsum von Geflügelfleisch hat mittlerweile das Niveau von Rindfleisch erreicht.

Bei der Fleischgewinnung hat Bell den Markt bezüglich Wachstum übertroffen. In Zahlen: Bei Geflügel betrug der Zuwachs 4,5 Prozent, bei Schlachtierfleisch 4,2 Prozent, wobei Rindfleisch deutlicher zulegte als Schweinefleisch.

Der günstige Euro/Franken-Wechselkurs hat zudem den Einkaufstourismus im grenznahen Ausland deutlich ansteigen lassen – vorsichtigen Schätzungen zufolge um bis zu 15 Prozent. Schweizer Shopping-Touristen greifen im Ausland erfahrungsgemäss gern zu Fleisch-, Milch- und anderen Frischprodukten. Diese Tatsache zeigt einmal mehr die zunehmende Durchlässigkeit des schweizerischen Grenzschutzes bei landwirtschaftlichen Produkten. Die Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips verstärkt die Entwicklung. Hiernach gilt die Zulassung von Produkten in einem einzigen EU-Land automatisch für alle anderen Mitgliedsländer. Eingeschlossen – wenn auch beschränkt durch Ausnahmen und Bewilligungsverfahren – ist hier ebenfalls die Schweiz.

#### Agrarpolitische Rahmenbedingungen

In Bezug auf ein Freihandelsabkommen für landwirtschaftliche Produkte mit der EU führt der Bundesrat weiterhin Verhandlungen mit den europäischen Behörden. Der Ausgang der Gespräche sowie der folgende innenpolitische Prozess sind aus heutiger Sicht vollkommen offen.

**+2,5%**

Zuwachs Absatzvolumen  
 Bell Schweiz

Ohne klare Rahmenbedingungen und Entwicklungsperspektiven werden die Akteure ihre Investitionsentscheidungen so weit wie möglich in die Zukunft verlagern.

Bell ist sich der vielfältigen Implikationen einer weitergehenden Öffnung bewusst. Ungeachtet dessen bietet sie dem Schweizer Ernährungssektor aber die Chance, mittel- und langfristig am globalen Wachstumsmarkt der Nahrungsmittelproduktion zu partizipieren. Ein Markt mit relevanten Perspektiven: Eine globale Lebensmittelverknappung ist alles andere als unrealistisch.

#### **Strategische Leitplanken gesetzt**

2010 hat Bell die strategischen Leitplanken für die einzelnen Geschäftsbereiche definiert. Sie geben die Richtung für die nächsten fünf Jahre vor. Vor allem im Frischebereich stehen alle Zeichen auf Wachstum. Hier sollen bestehende Möglichkeiten und Potenziale noch konsequenter erschlossen werden. Dabei gibt es je nach Geschäftsfeld unterschiedliche Schwerpunkte. Für alle ist jedoch übergreifend die Stärkung von Geschäftsbeziehungen, weitere Erhöhung des Innovationsgrades und der Ausbau der Leaderfunktion beabsichtigt.

Für die Standortentwicklung in der Schweiz haben wir 2010 wichtige Entscheide getroffen, die unsere heimischen Standorte nachhaltig sichern: In Niederbipp konnte ein Landstück von rund 15 Hektar erworben werden. Definitiv wirksam wird der Kaufrechtsvertrag mit der Umzonung der Fläche von einer Landwirtschafts- in eine Gewerbezone. Das entsprechende Umzonungsverfahren sieht unter anderem auch ein öffentliches Mitwirkungsverfahren für die Einwohner von Niederbipp vor. Ein endgültiger Entscheid wird im Verlauf von 2011 erwartet. Bei erfolgter Umzonung werden wir die Schweinefleischveredelung bis zum Jahr 2016 von Basel nach Niederbipp in einen neuen Betrieb verlagern.

In Basel hat Bell vom Kanton Basel-Stadt das Schlachthofareal mit einer Fläche von rund 6,7 Hektar im Baurecht übernommen. Mit dem Eintreten ins Baurecht gehen Gebäude und Infrastruktur des Schlachthofs in das Eigentum von Bell über. Der Baurechtsvertrag gilt per 1. Januar 2011 und läuft mit verschiedenen Optionen über maximal 100 Jahre. Gleichzeitig übernimmt die Bell AG per 1. Juli 2011 vom Kanton Basel-Stadt dessen

Anteile an der Betriebsgesellschaft des Schlachthofes SBA Schlachtbetrieb Basel AG. Der Schlachthof Basel wird organisatorisch in Bell Schweiz integriert und für die nächsten Jahre weiter betrieben.

Im Rahmen einer Kooperation\* zwischen Bell und dem Unternehmen Hilcona sind die Frisch-Convenience-Aktivitäten von Bell zu Hilcona übergegangen. Im Gegenzug übernimmt Bell bis 2015 51 Prozent des Kapitals des liechtensteinischen Convenience-Spezialisten. Bell Convenience hat durch die positive Entwicklung der letzten Jahre die Kapazitätsgrenzen erreicht. Es war deshalb eine strategische Weichenstellung notwendig, um auch künftig im Bereich Frisch-Convenience weiterwachsen zu können. Die Kooperation mit Hilcona bietet dafür ideale Voraussetzungen. Der bisherige Bell-Standort für Frisch-Convenience Schafisheim bleibt auch unter dem Dach der Hilcona bestehen und wird weiter ausgebaut.

#### **Aussergewöhnliche Ereignisse**

Am 27. März 2010 brach in einem Kühlhaus des Bell-Betriebes Frigo St. Johann AG in Basel ein Brand aus, bei dem glücklicherweise niemand verletzt wurde. Brandursache waren Schweissarbeiten einer Fremdfirma im Innern des Gebäudes. Wegen starker Rauchentwicklung und akuter Einsturzgefahr konnte der Brand erst nach mehr als zwei Wochen endgültig gelöscht werden. Insgesamt wurden rund 4'300 Tonnen Tiefkühlprodukte zerstört, der Schaden für Bell wird jedoch vollständig von der Versicherung gedeckt. Die Gebäude müssen abgerissen werden und sollen in dieser Form nicht wieder aufgebaut werden. Welcher Nutzung die Fläche künftig zugeführt wird, wird im Rahmen der Areal-Masterplanung ermittelt.

#### **BELL FRISCHFLEISCH – WACHSTUM BEI PRODUKTEN MIT HOHER WERTSCHÖPFUNG**

Im Bereich Frischfleisch stieg der Umsatz um 4,4 Prozent beziehungsweise um CHF 34,1 Millionen auf insgesamt CHF 809,5 Millionen. Das Volumen der Fleischgewinnung lag bei 99'431 Tonnen. Das bedeutet einen Zuwachs von 2,9 Prozent bzw. 2'769 Tonnen. Das Absatzvolumen erhöhte sich um 4,3 Prozent bzw. 2'226 Tonnen auf nunmehr 54'037 Tonnen.

Die ausgesprochen erfreuliche Ertragsentwicklung resultiert zum einen aus höheren Verkaufsvolumen,

---

## Der Standort Schweiz soll nachhaltig ge- sichert werden.

---

zum anderen aus Optimierungen der Verarbeitungsprozesse. Dabei war vor allem eine Steigerung beim preislich höherwertigen Rindfleisch wie auch bei Sortimenten mit hoher Wertschöpfung wie zum Beispiel Selbstbedienungs- und Convenienceartikel zu beobachten. So haben Selbstbedienungsprodukte um etwa 300 Tonnen zugelegt. Bis zu 180'000 Packungen pro Tag verliessen die Produktionsbänder. Generell zog der Verbraucher frische Produkte Tiefkühlprodukten vor.

Die Entwicklung der Absatzkanäle Einzelhandel, Grosshandel und Gastronomie zeigte sich insgesamt positiv. Im Industriebereich gingen jedoch beim Schweinefleisch Volumen verloren. Ausschlaggebend hierfür war die Tatsache, dass der Fleischgrosshandel ein Überangebot an Schweinefleisch mit einer aggressiven Preispolitik absetzte.

Die Produktionskapazitäten von Bell wurden im Berichtszeitraum bis an ihre Grenzen – und auch darüber hinaus – ausgelastet. Entsprechende Massnahmen sorgten für Abhilfe: Das Gebäude in Oensingen erhielt einen Aufbau. Dank der zusätzlichen Etage haben wir die Kapazität der Produktion im Selbstbedienungsbereich deutlich erhöhen können. Das Investitionsvolumen betrug CHF 18 Millionen. Zwischen Baubeginn und Inbetriebnahme lagen dabei gerade einmal 40 Wochen.

Auf der Produkteebene hat Bell sein Festtagssortiment um mehrere hoch attraktive Angebote erweitert. Dazu gehören frische extra dick geschnittene Chinoiseartikel aus qualitativ hochstehenden Edelteilen sowie verschiedene Tischgrillartikel. Zudem bereichern neue pfannenfertige Artikel das Bell Sortiment. Der gesamte Bereich wird 2011 weiter ausgebaut und kontinuierlich um zusätzliche Artikel erweitert. Die vor Jahresfrist vorgestellten frischen Burger und Meatballs haben sich – unterstützt von gezielten Marketingmassnahmen – erfolgreich im Markt etablieren können.

Das Produktionsvolumen der Geschäftseinheit Romandie blieb weitgehend stabil. Sinkende Preise beim Rohmaterial und ein leicht veränderter Sortimentsmix liessen den Umsatz gegenüber dem Vorjahr leicht fallen. Bell plant einen neuen Charcuteriebetrieb in Cheseaux-sur-Lausanne als Ersatz für den Betrieb in der Stadt Lausanne. Die entsprechenden Arbeiten wurden im Berichtszeitraum weiter vorangebracht.

## **BELL CHARCUTERIE – INSGESAMT RÜCKLÄUFIGER MARKT**

Im Bereich Charcuterie fiel der Umsatz um 1,9 Prozent beziehungsweise CHF 8,7 Millionen auf CHF 445 Millionen. Das Absatzvolumen erhöhte sich leicht um 0,4 Prozent bzw. 132 Tonnen auf 32'345 Tonnen.

Verschiebungen zu günstigeren Sortimenten sorgten für einen Umsatzrückgang in diesem Bereich. Dabei zeigte sich die Entwicklung beim Volumen im zweiten Halbjahr 2010 aufgrund verschiedener Verkaufsförderungsmassnahmen etwas freundlicher. Die Ertragslage kann dank sinkender Kosten als zufriedenstellend bezeichnet werden.

Der Absatz von Kochpökelwaren lag deutlich über dem Vorjahr. Ausschlaggebend hierfür waren vor allem Initiativen zur optimierten Edelteilverwertung. Die intensiven Aktivitäten zur Absatzsteigerung im Bereich Frischfleisch hatten konsequenterweise einen negativen Einfluss auf den Volks- und Brühwurstabsatz. Verhalten negativ wirkte sich indes das eher nasse und kalte Wetter des Jahres 2010 auf den Absatz der Grillprodukte aus. Im Export konnte Bell die Zusammenarbeit mit ZIMBO im Bereich Rohwurst noch einmal verstärken.

Im Oktober 2010 sind die Pflichtenhefte der GGA (Geschützte Geografische Angabe) für die Herstellung der St. Galler Kalbsbratwurst, der St. Galler Bratwurst und der Olma Bratwurst in Kraft getreten. Der Standort Gossau (SG) war der erste Grossbetrieb, der die Pflichtenhefte erfüllte und das GGA-Zertifikat für seine Produkte erreichen konnte.

Für das kommende Jahr fokussiert die aktuelle Geschäftsfeldstrategie vor allem auf Brühwurst und Schinken und erschliesst damit Potenziale für eine zusätzliche Wertschöpfung.

## **BELL GEFLÜGEL – STARKES GESCHÄFT MIT FRISCHEM INLANDGEFLÜGEL**

Im Bereich Geflügel lag der Umsatz im Berichtsjahr bei CHF 354 Millionen – das bedeutet ein Plus von 1,4 Prozent beziehungsweise CHF 4,7 Millionen (Vorjahr bereinigt). Bei der Fleischgewinnung erreichte Bell ein Volumen von 23'512 Tonnen und damit einen Zuwachs von 8,2 Prozent beziehungsweise 1'766 Tonnen. Das Absatzvolumen

---

# +3,8%

Zuwachs Fleischgewinnung  
 gesamthaft bei Schlachttieren  
 und Geflügel.

---

---

## 2011 wird der Geflügelschlachthof modernisiert.

---

stieg um 2,1 Prozent beziehungsweise 554 Tonnen auf insgesamt 26'898 Tonnen.

In der Schweiz ist der allgemeine Konsum von Geflügelfleisch weiter gewachsen. Mehr noch als der Gesamtmarkt konnte Bell Geflügel von dieser Entwicklung profitieren. Der Bereich wuchs insbesondere beim Kerngeschäft mit frischem Geflügel aus der Schweiz. Dies wirkte sich ebenso positiv auf die Ertragslage aus wie der starke Kurs des Schweizer Franken, welcher bei den Importen zu günstigeren Beschaffungspreisen führte.

Bei den Produkten sind vor allem Neuheiten innerhalb der saisongebundenen Sortimente «Grill» und «Herbst» sowie im Convenience-Bereich zu erwähnen. Sie hatten entscheidenden Anteil daran, dass der intern anvisierte Anteil neuer Produkte am Gesamtumsatz übertroffen werden konnte.

Der Brand in den Frigo-Kühlhäusern vernichtete erhebliche Lagervorräte an tiefgekühlten Produkten. Dadurch litt in erster Linie die Warenverfügbarkeit für Kunden aus Gastronomie und Industrie. Dank der schnellen und wirksamen Reaktion unserer Mitarbeiter auf allen Ebenen konnten jedoch innert nützlicher Frist Alternativen bereitgestellt werden.

In der Warengruppe Spezialfleisch erzielte Bell ein beträchtliches Wachstum, vor allem Wild, Strauss und Kaninchen entwickelten sich positiv. Letztere bezieht Bell aus der Schweiz und aus dem neuen ungarischen Importprogramm «Relax Rabbit», das die strengen Schweizer Tierschutznormen erfüllt.

Investitionen zur Modernisierung verschiedener Anlagen sowie zur Optimierung der internen Logistik trugen zur Steigerung von Produktivität und Wertschöpfung bei. Das Rohstoff- und Kommissionierlager, das an seine Kapazitätsgrenzen gelangt war, wurde ausgebaut und modernisiert. Ferner sorgte die weiter verbesserte Sammlung und Verwertung von Schlachtnebenprodukten für eine Reduzierung der Entsorgungskosten.

2010 wurde entschieden, im Geflügelschlachthof einen Systemwechsel bei der Betäubung vorzunehmen. Ab April 2011 wird Bell als erstes Unternehmen in der Schweiz von der herkömmlichen Betäubung im Elektro-Wasserbad auf die Betäu-

bung in kontrollierter Atmosphäre umstellen. Dieses Verfahren ist schonender und wirkt sich positiv auf die Qualität des Fleisches aus.

Gerade bei Geflügelfleisch muss im kommenden Geschäftsjahr mit einem noch schärferen Preiskampf und einem weiter zunehmenden Verdrängungswettbewerb im Einzelhandel gerechnet werden. Mit der Frischestrategie bei Schweizer Geflügel verfügt Bell über eine optimale Ausgangsposition, um sich im Wettbewerb zu behaupten und den Erfolg zu sichern.

---

### **BELL CONVENIENCE - POSITIVER TREND UNGEBROCHEN**

Der Umsatz im Bereich Convenience beläuft sich für das Geschäftsjahr 2010 auf CHF 84 Millionen. Das bedeutet eine Zunahme gegenüber 2009 um 3,2 Prozent beziehungsweise CHF 2,6 Millionen. Das Absatzvolumen lag stabil bei 7'269 Tonnen.

Der Hauptgrund für die Stagnation des Absatzvolumens auf Vorjahresniveau ist die Beendigung der Sandwich-Belieferung an Swiss. Da es sich aber um einen Auftrag mit eher geringer Wertschöpfung handelte, sind die Auswirkungen auf die Ertragslage gering. Abgesehen davon hat sich die Produktgruppe Sandwiches ausgesprochen positiv entwickelt. Das gilt insbesondere für die neuen Sortimente im Ultra-Frischbereich. Nach wie vor gut, im direkten Vergleich jedoch etwas verhaltener zeigt sich die Entwicklung bei Salaten und Menükomponenten.

Obwohl das Wachstum des Convenience-marktes etwas an Dynamik verloren hat, bewegt es sich immer noch deutlich oberhalb der meisten Bereiche der Nahrungsmittelproduktion. Einige Convenience-Shops haben ihre Marktaktivitäten im Berichtsjahr intensiviert, neue Anbieter wollen sich im Markt etablieren. Insgesamt erhöht sich dadurch der Druck auf die Hersteller von Convenienceprodukten.

Die Zukunft hält jedoch noch einige zusätzliche Herausforderungen bereit: Ernährungsgewohnheiten und Konsumverhalten werden immer differenzierter. Auch anspruchsvolle Verbraucher nutzen die Woche hindurch oft die Vorteile von Convenience-Food. Der Trend geht daher auch in dieser Sparte immer stärker in Richtung Frische, Gesundheit und niveauvoller Genuss.

## **BELL SEAFOOD – ERFOLGREICH MIT NACHHALTIGER BESCHAFFUNG**

Im Geschäftsfeld Seafood konnte Bell den Umsatz um 19,9 Prozent beziehungsweise um CHF 17,3 Millionen auf insgesamt CHF 104 Millionen steigern. Das Absatzvolumen wuchs um 14,5 Prozent beziehungsweise 528 Tonnen auf 4'176 Tonnen.

Die Ertragslage bewegte sich weitgehend im Rahmen der Prognosen, obwohl sich Nettoerlös und Erträge nicht analog zum Absatzvolumen entwickelten. Am kräftigsten zulegen konnte Seafood aus Aquakulturen und aus MSC-zertifizierten (Marine Stewardship Council) Bezugsquellen. Die Anteile im Einzelhandel wuchsen deutlich stärker als bei Gastronomie und Lebensmittelindustrie.

Insgesamt ist die Ausgangslage günstig: Die Nachfrage nach Fisch und Meeresfrüchten ist stark und zeigt keine Anzeichen einer Abschwächung. Allein in den letzten drei Jahren stieg der Konsum um mehr als ein Viertel auf über 70'000 Tonnen. In der Schweiz werden 95 Prozent der angebotenen maritimen Lebensmittel importiert, bei einem Drittel der Gesamtmenge handelt es sich um Zuchtprodukte. Auch in dieser Hinsicht liegt Bell im Trend und kann seine Stärken – Leistungsfähigkeit und attraktive Sortimente – im Wettbewerb voll zur Geltung bringen.

Nachhaltige Beschaffung hat für Bell Seafood als Mitglied der WWF Seafood Group einen sehr hohen Stellenwert. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, unser Angebot schrittweise auf Fisch aus nachhaltig bewirtschafteten Beständen und umweltverträglicher Zucht umzustellen. Auf der anderen Seite führen wir keine vom Aussterben bedrohten Arten wie beispielsweise Hai oder Blauflossenthun im Portfolio. Für Fische aus stark überfischten Beständen werden wir innerhalb eines Jahres alternative Beschaffungslösungen erarbeiten. Dabei ist klar: Wenn wir keine Möglichkeiten aus ökologisch intakten Beständen finden, werden wir solche Fischarten nicht mehr anbieten.

Bell Seafood arbeitet mit dem MSC zusammen. Die Organisation und das entsprechende Label garantieren die Rückverfolgbarkeit des Fisches und stehen dafür, dass der Fisch aus nachhaltigem Fang stammt. Derzeit bieten wir Zander, Wildlachs, Bacalao, Miesmuschel, Seelachs und Goldbutt unter

dem MSC-Label an, das Sortiment wird kontinuierlich weiter ausgebaut.

Neben verschiedenen anderen Produktentwicklungen konnte 2010 eine echte Innovation für den Schweizer Markt lanciert werden: Fischfilet mit Saucentopping auf einem Holzblatt, das in nur vier Minuten Backzeit bereits genussbereit ist. Durch das Garen auf dem Holz nimmt der Fisch dessen Aroma auf, was für ein ganz besonders intensives Geschmackserlebnis sorgt.

Bell rechnet damit, dass die Wettbewerbsintensität in den kommenden 12 Monaten zunimmt. Dennoch will Bell Seafood weiter über dem Marktdurchschnitt wachsen. Der Start stimmt optimistisch: Für 2011 konnte in der Westschweiz ein bedeutender Neukunde gewonnen werden. Darüber hinaus planen wir, dem Verbraucher durch gezielte Investitionen in Verpackungstechnologien neue, besonders attraktive Darreichungsformen anzubieten.

---

## **AUSBLICK 2011 – WEITER NACHHALTIG WACHSEN**

Für 2011 erwartet Bell Schweiz ein moderates Marktwachstum in allen Produktgruppen. Der Preiskampf wird sich indes verschärfen bei gleichzeitigem Anstieg der Betriebskosten. Dies wird Druck auf die Erträge ausüben. Wir sind darauf vorbereitet und wollen wiederum stärker als die relevanten Märkte wachsen.

Ein anderer Schwerpunkt ist das Thema Nachhaltigkeit. Bell wird den eingeschlagenen Weg konsequent weiterverfolgen und zudem neue Richtlinien erarbeiten, die eine noch vertiefte Beurteilung der Unternehmensaktivitäten auf Stakeholder und Umwelt ermöglichen.

---

## **Als Mitglied der WWF Seafood Group setzt Bell auf Fisch aus nachhaltig be- wirtschafteten Beständen.**

---

Bell Seafood ist Mitglied der  
WWF Seafood Group



# BELL INTERNATIONAL

Ein starker Preis- und Wettbewerbsdruck prägte das Jahr 2010. Dennoch konnte sich Bell International an den Märkten behaupten und die eigene Position sogar leicht ausbauen.

## Frankreich

Der Spezialist für Rohwurst und Rohschinken Groupe Polette verfügt über insgesamt sechs Betriebe in Frankreich. Das Unternehmen legt viel Wert auf die Tradition und die regionale Herkunft seiner Produkte.

## Deutschland

ZIMBO und Abraham sind im deutschen Markt aktiv. Während Abraham den Fokus auf ein breites Rohschinken-sortiment legt, bietet ZIMBO eine Palette hochwertiger Fleisch- und Wurstwaren an.



## Benelux

Neben einem Abraham-Produktionsbetrieb für Ardenner Schinken in Belgien sorgt das ZIMBO Handelsunternehmen Marco Polo für eine starke Vertriebsorganisation in den Benelux-Ländern.

## Spanien

Der Schinken-Spezialist Abraham stellt in Spanien hochwertigen Serrano- und Iberico-Schinken her, der neben dem einheimischen Absatz auch erfolgreich exportiert wird.

## Osteuropa

In Ungarn und Polen produziert ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren für den in- und ausländischen Markt. In Tschechien, Rumänien und der Slowakei betreibt ZIMBO zudem über 70 Metzgerei-Filialen.

## INHALT

- Bell International baut Marktposition aus
- Hart umkämpfter deutscher Markt
- Gut verankert in Osteuropa
- Wettbewerbsvorteile durch regionale Spezialitäten in Frankreich
- Verstärkte Präsenz in West- und Nordeuropa
- Ausblick 2011 – Wertschöpfung weiter steigern

### BELL INTERNATIONAL BAUT MARKTPPOSITION AUS

Seit Mitte 2010 erholen sich die meisten unserer europäischen Märkte. Vorerst unverändert ist allerdings der hohe Preis- und Wettbewerbsdruck. Der Markt ist von einem starken Verdrängungswettbewerb geprägt. Die Preise haben sich weitgehend von der Rohstoffkostenentwicklung abgekoppelt. Der Druck auf die Margen hält unvermindert an. Die Endverbraucher-Preise sind in fast allen Märkten gesunken. Das gilt insbesondere für Deutschland.

Bell ist es gelungen, seine Marktposition beim Absatzvolumen in diesem schwierigen Umfeld auszubauen. Dennoch erfüllten sich die Ergebniserwartungen nicht, was in erster Linie auf den hohen Preis- und Margendruck zurückzuführen ist.

Der Nettoerlös von Bell International in Schweizer Franken blieb aufgrund des durchschnittlich tieferen Euro-Wechselkurses und der Veränderungen im Konsolidierungskreis mit CHF 776 Millionen auf Vorjahreshöhe (+0,4 %, CHF 3,4 Mio.). Bereinigt um den Wechselkurseffekt zeigt sich ein Wachstum von rund 10,7 Prozent. Das Produktionsvolumen hat um über 8,6 Prozent zugenommen und betrug insgesamt 98'361 Tonnen.

Die ermutigende Ab- und Umsatzentwicklung ist sowohl Ergebnis der Markteinführung innovativer neuer Produkte als auch erfolgreich intensiver Verkaufstätigkeiten.

Uneingeschränkt positiv ist die Realisierung erster Synergieeffekte zu bewerten. Das Gruppennetzwerk erlaubte die Erschliessung neuer Absatzmärkte für bestimmte regionale Spezialitäten. Zudem konnten die regional etablierten Vertriebsorganisationen ihr Produktportfolio in verschiedenen Märkten durch die Sortimente anderer Gruppenbetriebe ergänzen. Als auffälligste Neuerung im rückwärtigen Bereich ist die Harmonisierung der Unternehmens-Betriebssoftware aufzuführen. Nicht zuletzt hat sich der Know-how-Transfer zwischen den einzelnen Betrieben und Fachleuten als sehr wertvoll erwiesen. Synergieeffekte gab es auch für die Schweiz durch die Bündelung von Beschaffungsaufträgen u.a. bei den Verpackungsmaterialien.

### HART UMKÄMPFTER DEUTSCHER MARKT

Etwa seit Mitte des Berichtsjahres kann der deutsche Lebensmitteleinzelhandel wieder ein leichtes Wachstum aufweisen. Dabei haben sich die Vollsortimenter positiv entwickelt, während das Bild bei den in Deutschland traditionell starken Discountern sehr unterschiedlich ausfällt.

Der Markt für Rohschinken zeigt sich in Deutschland gegenüber dem Vorjahr stabil mit einer nahezu unveränderten Tonnage. Eine vorsichtige Aufwärtsbewegung ist im Bereich Wurst und Charcuterie zu beobachten. Bedingt durch die verschiedenen Preisrunden sind die Durchschnittspreise bei den Discountern gesunken, während sie im traditionellen Lebensmitteleinzelhandel annähernd stabil

---

**+8,6%**

Produktionsvolumen von  
Bell International

---

---

## Bell Deutschland ist für kommende Herausforderungen im grössten europäischen Markt gut aufgestellt.

---

geblieben sind. Im Ergebnis wächst der Preisabstand zwischen beiden Anbieterformen.

Die allgemeinen Umsatz- und Mengenziele konnten 2010 übertroffen werden, wobei das Mengenwachstum deutlich über dem Umsatzwachstum lag. Im Wurst- und Convenience-Geschäft lagen beide Bereiche leicht über den Erwartungen, speziell bei Convenience gestaltete sich das Wachstum durch allgemeine Aufwärtstendenzen, aber auch durch Innovationen überproportional. Der Abgabepreis pro Kilogramm war rückläufig. Die Gründe liegen in Preisabschlägen an den Handel sowie im Trend zum Niedrigpreissegment.

Unser Schinkenspezialist Abraham profitierte von innovativen neuen Produkt- und Packungsentwicklungen wie auch von verstärkten Marketingaktivitäten bei mediterranen Schinkenspezialitäten, sodass Absatz und Umsatz in Lokalwährung gleichermaßen zunahm. Eines der Erfolgskonzepte war Serrano-Schinken aus unserer Produktionsstätte in Spanien. Besonders das Konzept der Serrano-Tapitas: kleine feine fettarme Tapas-Scheiben, die genau im Trend zu Snacks und Zwischenmahlzeiten liegen. Ungebrochen ist der Trend zu kleineren Packungsgrößen. Abraham hat die Chance genutzt und das Faltpackungs-Frischekonzept erfolgreich im Markt platziert. Nach gutem Start im Jahr 2009 konnten die Absätze 2010 nochmals deutlich gesteigert werden.

Auf der anderen Seite haben wir die Kosten optimiert, indem wir kontinuierlich bestimmte Massnahmen wie z. B. Investitionen in verbesserte Warenwirtschaftsabläufe umgesetzt haben. Zudem wurde die Spezialisierung der einzelnen Schinken-Produktionsstätten konsequent vorangetrieben.

ZIMBO, der Charcuteriespezialist, hat im Berichtsjahr sein Sortiment plangemäss um mehr als

400 Artikel reduziert und überdies einige Innovationen erfolgreich im Markt lanciert. Dazu gehören beispielsweise «Zacherl's Spezialitäten Premium Produkte», entwickelt in Zusammenarbeit mit dem bekannten Fernsehkoch: kreative, zeitgemässe Produkte ohne Farbstoffe, künstliche Aromen oder Geschmacksverstärker. Die Mini-Snack Linie wurde durch die Produktneuheit gefüllte Mini-Bällchen in vier innovativen Geschmacksrichtungen erweitert. Ein klarer Erfolgsfaktor ist auch die von ZIMBO vorgestellte moderne Kleinpackung mit hoher Kauffrequenz. Das Hauptgewicht liegt dabei sowohl auf dem Lebensmitteleinzelhandel als auch - ergänzend - auf den verschiedenen Conveniencekanälen. Nicht zuletzt trugen zahlreiche Erweiterungen bestehender Sortimentslinien sowie immer modernere Verpackungskonzepte zum Absatzerfolg bei.

Im Berichtsjahr hat Bell Deutschland durch eine Lizenzvereinbarung mit Unilever eine weitere Top-Marke aus dem Fleisch- und Wurstwarenbereich in die Gruppe aufgenommen. Die Übernahme erfolgte zum 1. Juli 2010 und die Integration verläuft planmässig über mehrere Stufen. Die Aktivitäten der Marke «Du darfst» werden innerhalb von Bell Deutschland mit einem Lizenzvertrag in einer separaten Einheit (FreshCo) geführt. «Du darfst» ist Marktführer im Segment leichte Wurstwaren und verspricht vollen Genuss bei weniger Kalorien. Die Übernahme der Markenaktivitäten durch FreshCo sorgte für weitere Mengen- und Umsatzsteigerungen und damit zu einer kontinuierlichen Optimierung der Betriebsauslastungen.

Bell Deutschland ist für die kommenden Herausforderungen im grössten europäischen Markt gut aufgestellt. Die vorgelagerte Stufe der Rohstofflieferanten und die nachgelagerte Stufe des Lebensmitteleinzelhandels weisen einen hohen Konzentrationsgrad auf, die Stufe Verarbeitung ist

---

## Bell hat in Polen insbesondere durch eine kontinuierliche Leistungsausweitung eine erfreuliche Um- und Absatzentwicklung erreicht.

---

jedoch noch sehr stark fragmentiert. Hier ist, nicht zuletzt aufgrund des intensiven Wettbewerbs, von einer kommenden Konsolidierung auszugehen.

Unsere Stärke im anspruchsvollen deutschen Markt basiert auf mehreren Faktoren. Hierzu gehören eine vollständige Angebotspalette, effiziente und spezialisierte Produktionsbetriebe sowie eine leistungsfähige Verkaufs- und Vertriebsorganisation. Darüber hinaus sorgen überzeugende Markenprogramme, die wirtschaftliche Produktion von Handelsmarken auf hohem qualitativen Niveau, kontinuierliche Innovationen und kompetitive Kostenstrukturen für eine gute Ausgangsposition im Wettbewerb.

---

### GUT VERANKERT IN OSTEUROPA

Die Verbraucher in Osteuropa waren teilweise besonders stark von den Auswirkungen der weltweiten Wirtschaftskrise betroffen, worunter das Konsumverhalten litt. Auch wenn Erholung in Sicht ist, geht der Trend derzeit noch klar in Richtung Niedrigpreisartikel und Discount.

Eine Ausnahme ist Polen: Das Land hat die globale Krise weitgehend ohne gravierenden Nachfrageeinbruch bewältigt. Im Jahr 2010 ist die polnische Wirtschaft um etwa drei Prozent gewachsen. Doch auch hier haben sich die Discounter an die Spitze der Entwicklung gesetzt – und bedrängen damit den etablierten Einzelhandel. Bell hat in Polen insbesondere durch eine kontinuierliche Leistungsausweitung eine erfreuliche Um- und Absatzentwicklung erreicht. Zusätzlich zu den bereits vorhandenen Produktionsvolumina stellen wir Produkte selber her, die früher zugekauft wurden. Der Erwerb der Produktionsstätte 2009 hat sich somit als richtiger Schritt erwiesen.

Anders in Ungarn: Nach dem starken Einbruch 2009 stabilisiert sich die Wirtschaftleistung zwar, der Einzelhandelsumsatz beginnt jedoch gerade erst eine zögerliche Erholung auf niedrigem Niveau. In Ungarn konnten die Um- und Absatzziele von Bell nicht erreicht werden, sowohl der insgesamt rückläufige Umsatz des Einzelhandels als auch die Preissensibilität der Kunden waren deutlich spürbar.

In der tschechischen Republik setzte sich die erfreuliche Geschäftsentwicklung unserer Metzgerei-Filialen im Berichtsjahr fort: Trotz anhaltend schwächerer Nachfrage konnten die Margen gehalten und die Ertragsziele deutlich übertroffen werden. Insgesamt betreibt ZIMBO per Ende 2010 71 Metzgerei-Fachgeschäfte.

In Russland hat ZIMBO seine Verkaufsniederlassung aufgehoben. Dies wirkte sich mit einer einmaligen Belastung entsprechend negativ auf das Ergebnis im zweiten Halbjahr 2010 aus.

Insgesamt bleiben die osteuropäischen Märkte für Bell International sehr wichtig. Wir wollen diese Märkte weiterhin auf breiter Front erschliessen, sowohl als Anbieter von Premium-Marken mit internationalen Spezialitäten als auch durch eine leistungsfähige Vor-Ort-Produktion in den jeweiligen Regionen, verstärkt durch eine lokale Kundenbetreuung sowie eine effiziente lokale Logistik.

---

### WETTBEWERBSVORTEILE DURCH REGIONALE SPEZIALITÄTEN IN FRANKREICH

Das erste Halbjahr 2010 in Frankreich war schwierig. Dafür sorgten unter anderem die allgemein schwache Konjunktur mit geringerer Kundenfrequenz in den Supermärkten sowie die ungünstige Witterung. Sie wirkte sich belastend auf den Absatz von Produkten aus, die oft unterwegs im Freien konsumiert werden. Die aggressive

---

## In Frankreich realisierte Bell einige interessante Produktinnovationen.

---

Preispolitik im Wettbewerb erhöhte den Druck. Das zweite Halbjahr zeigte indes eine Aufwärtstendenz mit einem ermutigenden Volumenwachstum.

Die Groupe Polette konnte den Rückstand aus dem ersten Semester fast vollständig aufholen. Die Volumen einschliesslich derer des 2009 übernommenen Betriebes St-André lagen insgesamt über Vorjahresniveau. Tiefere Verkaufspreise hielten den Umsatz in Lokalwährung konstant. Bemerkenswert war das überdurchschnittliche Wachstum im Bereich Savoyer Rohwurstspezialitäten.

In Frankreich realisierte Bell einige interessante Produktinnovationen. Dazu gehören ein Sortiment aus biologisch hergestelltem Fleisch sowie Rohwürste mit Rohmaterial aus dem Massif Central mit entsprechender Kennzeichnung. Die Einführung von Produkten der neuen Marke «Polette» im französischen Lebensmitteleinzelhandel sowie für den Export wurde mit dem Gebrauch der Produktherkunftsbezeichnung Frankreich verstärkt.

In strategischer Hinsicht konzentriert sich die Groupe Polette auf die Produktgruppen Rohwurst und Schinken sowie auf die Belieferung von Einzel- und Grosshandel, Gastronomie und Export. Im Fokus stehen dabei einerseits das Handwerk sowie andererseits die regionalen Herkunftsbezüge Auvergne, Lyon, Savoie und Bresse. Die Kombination eigener Marken mit der Produktion von Handelsmarken sichert eine hohe Wertschöpfung und die optimale Auslastung der Betriebe.

---

### VERSTÄRKTE PRÄSENZ IN WEST- UND NORDEUROPA

In den Benelux-Ländern wird für das Gesamtjahr 2010 ein leichtes Marktwachstum erwartet. Die allgemeinen privaten Konsumausgaben entwickeln sich positiv. Entsprechend zeigt sich der Handel

bereit, neue Produkte aufzunehmen und mit Nischenartikeln neue Absatzmärkte zu erschliessen. Speziell durch italienische Anbieter herrscht aber ein enormer Wettbewerbsdruck. Das zum 1. Januar 2010 von Bell übernommene belgische Handelsunternehmen Marco Polo konnte problemlos in die ZIMBO-Gruppe integriert werden, die bestehenden Erwartungen erfüllen sowie zur Stabilisierung der Ertragslage beigetragen.

Anders ist die Lage in Spanien: Hier leidet der Markt für Serrano- und vor allem für Iberico-Schinken sowohl unter einem Absatzrückgang als auch unter wertmässigen Negativentwicklungen. Erfreulich – und damit klar gegen den Markttrend – gestaltete sich der Absatz von Sanchez Alcaraz. Der Hauptgrund liegt in der gestiegenen Nachfrage nach Serrano-Schinken in Deutschland.

Die Bell-Gruppe verteidigt und baut ihre Marktpräsenz in den west- und nordeuropäischen Ländern vor allem durch regional spezialisierte Produktionsbetriebe aus. Ein weiteres Standbein ist das Renommee als etablierter Spezialist für internationale Charcuterie und Convenience. Unser Angebot gekoppelt mit Kundennähe und optimalen Serviceleistungen, einem starken Netzwerk und effizienten Kostenstrukturen machen uns zum kompetenten und unabhängigen Servicepartner für internationale Frischespezialitäten.

---

### AUSBLICK 2011 – WERTSCHÖPFUNG WEITER STEIGERN

Die Aussichten sind intakt, aber nicht ohne Herausforderungen: Grundsätzlich erwartet Bell eine weiter voranschreitende Konjunkturerholung, allerdings bei gleichbleibend harten Wettbewerbsbedingungen. Nach einem gegenüber dem Vorjahr bemerkenswerten Absatzwachstum 2010 gehen wir von einer eher moderaten Umsatz- und Mengenentwicklung im Jahr 2011 aus.

## Für 2011 gehen wir von einer eher moderaten Umsatz- und Mengenentwicklung aus.

Dabei wollen wir uns auf die ertragsreicheren Sortimente konzentrieren und Bereiche mit geringer Wertschöpfung stufenweise abbauen. Unsere Wachstumsstrategie setzt auf das Angebot von innovativen Produkten sowie der Konsolidierung und Optimierung bestehender Sortimente. Ferner versprechen wir uns von der Integration der Sortimentslinie «Du darfst» eine optimalere Auslastung einzelner Produktionsbetriebe.

Ein weiterer wichtiger Schwerpunkt ist die konsequentere Erschliessung von Synergien im Rahmen von Bell International. Diese liegen in technischen Bereichen, beim Vertrieb, aber auch bei Beschaffung und Logistik.

<b>Umsatz und Produktionsvolumen Bell International</b>	Umsatz [in CHF Millionen]	Absatzvolumen [in Tonnen]
Abraham-Gruppe	254	25'359
ZIMBO-Gruppe	455	61'080
Groupe Polette	100	11'806
<b>Total Bell International</b>	<b>810</b>	<b>98'245</b>

# BELL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Bell übernimmt für seine Produkte Verantwortung: Qualität steht für uns immer an oberster Stelle. Wir wollen in allen Bereichen, in denen wir tätig sind, als verantwortungsbewusster Teil der Gesellschaft wahrgenommen werden und definieren die Qualität des Endproduktes auch auf dem Weg dorthin.



## HR

Unsere Mitarbeiter sind uns wichtig – eine faire Sozialpartnerschaft, Gleichbehandlung und gezielte Aus- und Weiterbildung sind der Weg zum Erfolg.

## Kommunikation

Der Dialog mit unseren Anspruchsgruppen hilft, unsere Leistungen zu beurteilen sowie Chancen und Gefahren rechtzeitig zu erkennen.

## QM und Lebensmittelsicherheit

Unser umfassendes Qualitätsmanagement gewährleistet die Produktqualität sowie die Einhaltung aller lebensmittelrechtlichen Vorgaben.

## Umwelt, Energie und Sicherheit

Ökonomie, Ökologie, soziale Verantwortung und Sicherheit – in allen vier Bereichen wollen wir zu den Besten der Branche gehören.

## INHALT

- **Nachhaltigkeit für Genuss**
- **Qualitätsmanagement und Lebensmittelsicherheit**  
Einkauf und Lieferanten
- **Umwelt, Energie und Sicherheit**  
Ökologie und Tierwohl  
Energie und Wasser  
Arbeitssicherheit
- **Human Resources**  
Mitarbeiterzufriedenheit  
Aus- und Weiterbildung  
Talentmanagement  
Sozialpartnerschaft und Gleichbehandlung  
Dialog mit den Mitarbeitern
- **Kommunikation**  
Dialog mit den Anspruchsgruppen  
Markenführung

### NACHHALTIGKEIT FÜR GENUSS

Für Bell sind die Auswirkungen der Unternehmensaktivitäten auf Mensch und Umwelt seit langem ein wichtiges Thema – und das bereits seit einer Zeit, als nur wenige andere diese Aspekte überhaupt beachtet haben. So waren wir beispielsweise Pionier bei der Entwicklung von Angeboten aus artgerechter Haltung.

Ökonomie, Ökologie, soziale Verantwortung und Sicherheit sind die tragenden Säulen eines umfassenden Ansatzes. Bell hat sich zum Ziel gesetzt, in allen vier Bereichen branchenweit an führender Stelle zu stehen. Auch das ist für uns Bestandteil der Unternehmensverantwortung.

Zur Wahrnehmung dieser Verantwortung gehört darüber hinaus ein kontinuierlicher und transparenter Dialog mit unseren Anspruchsgruppen, also Verbrauchern, Geschäftspartnern und Kapitaleignern – und natürlich unseren Mitarbeitern. Auch die Tiere haben berechtigten Anspruch auf ein Unternehmen, das verantwortungsvoll handelt und ihre Bedürfnisse ernst nimmt und berücksichtigt.

Die Verbraucher legen Wert auf eine gesunde Ernährung und authentischen Genuss. Genau das ist unsere Aufgabe: Abseits ideologischer Ernährungsweisen wollen wir Lebensqualität bieten, die bewusste Ernährung und Freude am Essen vereint. Dazu gehört auch Fleisch, ein in letzter Zeit vermehrt kritisch hinterfragtes Lebensmittel.

Grundsätzlich braucht der Mensch eine abwechslungsreiche Ernährung. Dazu gehört zweifelsohne

auch Fleisch – eine Komponente, die nur sehr schwer zu ersetzen ist. Bei einem Verzicht auf Fleisch bedarf es eines erheblichen Aufwands, mögliche Mängel auf dem Speiseplan auszugleichen.

Fleisch bereichert die Ernährung. Wie steht es mit der Umwelt? Tatsache ist, dass mehr als zwei Drittel der landwirtschaftlich nutzbaren Flächen in der Schweiz aus ökologischen Gründen als Grasland genutzt werden. Weiden Tiere darauf, veredeln sie das pflanzliche Material. Weltweit nutzen Kühe, Ziegen, Schafe, Kamele, Yaks und Büffel solches Raufutter und liefern ihrerseits Milch und Fleisch, aber auch Wolle und Leder. Somit ist die Nutzung von Grünlandflächen durch Raufutterverzehrer eine in mehrerer Hinsicht sinnvolle Sache.

Damit soll keineswegs ein mass- und bedingungsloser Fleischverbrauch propagiert werden. Entscheidend ist, wie so oft, eher das (Wie) als das (Was). Aus ernährungswissenschaftlicher Sicht ist der Verzehr tierischer Produkte vernünftig – und Vernunft hat immer auch etwas mit Masshalten zu tun. Wenn wir auf Klasse statt Masse achten, wenn die Qualität des Fleisches wichtiger ist als die Häufigkeit des Konsums, darf man guten Gewissens geniessen.

Die Zeiten wandeln sich. Das zeigt sich nicht nur in ernährungspolitischen Fragen, sondern auch im Hinblick auf die soziale Verantwortung eines Unternehmens. Ein verantwortlicher Umgang mit Kunden, Mitarbeitern und Ressourcen, also das Befolgen der Nachhaltigkeitsprinzipien,

---

**Wir bieten  
 Lebensqualität,  
 die bewusste  
 Ernährung und  
 Freude am Essen  
 vereint.**

---

---

## Alle Standorte wurden auf den «IFS Food 5» - Standard geprüft und bestätigt.

---

wird zunehmend zum Erfolgsfaktor, der sich in messbaren Geschäftsergebnissen spiegelt. Ein in dieser Hinsicht positives Unternehmensimage ist weit mehr als angenehmer Luxus. Nachhaltiges Wirtschaften rechnet sich auch betriebswirtschaftlich und sichert ein dauerhaftes Wachstum des Unternehmens.

Ein Wachstum, das nicht nur auf spektakulären neuen Produkten basiert, sondern auf der fortlaufenden Optimierung von Portfolio und Prozessen, von sozialem Miteinander und Effizienz, aber eben auch von Ressourcenverbrauch und -planung, ist ein wirklich nachhaltiges Wachstum.

Sicher ist in Zeiten des Wandels und ständiger neuer Herausforderungen eigentlich nur eines: Wir wollen immer mehr über die gesamten Auswirkungen unseres Handelns lernen und uns damit eine immer bessere Ausgangsposition für das smarte Management dieser Herausforderungen erarbeiten. Dabei beschränken wir uns nicht auf das innerbetriebliche Umweltmanagement, sondern beziehen die gesamte Prozesskette mit ein - von den Lieferanten bis hin zu den Verbrauchern. Dazu gehört das verstärkte Sammeln aller verfügbaren Informationen, ihre Verarbeitung zu konkreten Aussagen, zum Beispiel im Rahmen von Studien. Eine aktive und transparente Kommunikation nach innen und nach aussen gehört dazu. Das steht 2011 auf unserer Agenda und trägt dazu bei, dieses Jahr ebenfalls zu einem Erfolgswort zu werden zu lassen: für unser Geschäft, aber auch für Mensch und Umwelt insgesamt.

---

### QUALITÄTSMANAGEMENT UND LEBENSMITTELSICHERHEIT

Die Bell-Gruppe verfügt über ein umfassendes Qualitätsmanagement. Es gewährleistet, dass alle relevanten Bestimmungen für Lebensmittelsicherheit und Hygiene strikt eingehalten werden - auf gesetzlicher Ebene ebenso wie im Hinblick auf die verschiedenen Standards und Labels.

Basis für die verschiedenen Qualitätsmanagementsysteme ist das HACCP-Konzept (Hazard Analysis and Critical Control Points). Bell lebt dieses Prinzip: Geschäftsführung, Produktionsleitung, Qualitätsmanagement und die unterschiedlichen Bereiche stimmen sich regelmässig über Schulungen sowie weiterführende Aspekte zu Hygiene, Lebensmittelsicherheit und Aktualisierung des HACCP-Konzepts ab.

Gezielte und regelmässige Schulungen der Mitarbeiter tragen entscheidend zu einem immer weiter optimierten Hygiene- und Prozessverständnis bei. Zusätzliche interne Prüfungen an allen Standorten sorgen für eine lückenlose Identifikation möglicher Abweichungen. Die auf dieser Grundlage initiierten Korrektur- und Präventionsmassnahmen unterstehen unmittelbar der Aufsicht der Geschäftsleitung.

Im Berichtszeitraum wurden die Unternehmensleitung und alle Standorte auf den «IFS Food 5» - Standard geprüft. Zusätzlich erfolgte in definierten Produktionsbetrieben ein erfolgreiches «Global Standard for Food Safety Issue 5» (GFSI)-Audit des British Retail Consortium (BRC). In allen Bereichen konnten die bestehenden Zertifikate bestätigt werden.

Gleiches gilt für die verschiedenen Bio-Labels wie Bio, Bio Knospe oder Öko und andere Qualitätslabels wie QS, Suisse Garantie, Marine Stewardship Council sowie Berg und Alp. Auch sie wurden an allen betroffenen Standorten durch externe Audits bestätigt. Neu im aktuellen Berichtszeitraum sind Zertifikate für Geschützte Geografische Angaben (GGA) für Ostschweizer Wurstspezialitäten.

Auch die Behörden führten im Berichtszeitraum mindestens einmal Audits zur Bestätigung der Betriebsbewilligungen an den einzelnen Standorten durch. Im Ergebnis sind zwei Betriebe unverändert für den Export von Fleischwaren in die USA zugelassen, neu ist die Zulassung von insgesamt vier Betrieben für eine Exporttätigkeit nach Japan.

Eine Reihe von Kundenaudits in einzelnen Werken komplettiert das Spektrum erfolgreicher Prüfungen und Zertifizierungen.

#### Einkauf und Lieferanten

Bell hat klare Rahmenbedingungen für den Einkauf von Schlachttieren sowie von Fleisch definiert und in entsprechenden Richtlinien festgehalten. Die Richtlinien orientieren sich an länderspezifischen Gesetzen wie auch an unternehmens- und kundenspezifischen Anforderungen.

Die Partner im Ausland, von denen Bell Fleisch importiert, werden nach ausgesprochen strengen Kriterien ausgesucht, immer wieder im Rahmen von Audits überprüft und zur Dokumentation aller Massnahmen zur Einhaltung der von Bell definierten Vorgaben verpflichtet. Bei Abweichungen wird

der Sachverhalt abgeklärt und je nach Problemstellung entsprechende Massnahmen ergriffen.

Der weltweit für Aufsehen sorgende Vulkanausbruch in Island im Frühjahr 2010, dessen Staub- und Aschewolke den Flugverkehr in Europa teilweise vollständig lahmlegte, blieb auch für Bell nicht ohne Folgen. Lieferungen in die Schweiz von verschiedenen Frischfisch-Sorten aus Übersee blieben in Flughäfen blockiert. Dadurch entstanden Lieferengpässe, die von unserer Einkaufsorganisation jedoch rasch überbrückt werden konnten.

Bei der schweizerischen Geflügelmast arbeitet Bell exklusiv mit ausgesuchten Vertragspartnern zusammen. Hier gelten Bestimmungen, die das Unternehmen regelmässig gemeinsam mit der Interessenvertretung der Pouletmäster MOSEG festlegt.

Für andere Handelswaren und Non-Food-Artikel gilt: Der Einkauf erfolgt nicht nur nach artikel-spezifischen Kaufbedingungen, sondern auch nach sozialetischen und ökologischen Kriterien. Eine wichtige Rolle spielt der Umgang mit Ressourcen.

Für Primärverpackungsmaterialien bestehen Konformitätsbescheinigungen. Zudem verlangen wir von allen Primärverpackungs- und Nahrungsmittel-lieferanten eine Zertifizierung nach IFS, BRC oder HACCP oder aber ein gleichwertiges Zertifikat.

Wenn wir mit einem neuen Lieferpartner zusammenarbeiten, unterziehen wir ihn zunächst einem speziellen Evaluationsverfahren. Erst dann wird er in die Liste der freigegebenen Lieferanten aufgenommen.

#### UMWELT, ENERGIE UND SICHERHEIT

Bell verfolgt in der Nachhaltigkeit einen umfassenden Ansatz, der besonderes Gewicht auf die Aspekte Ökonomie, Ökologie, soziale Verantwortung und Sicherheit legt. Unser Anspruch ist, in allen vier Bereichen zu den Besten unserer Branche zu gehören. Selbstverständlich müssen vor dem Hintergrund der internationalen Expansion auch die unterschiedlichen gesetzlichen Rahmenbedingungen in anderen Ländern berücksichtigt werden.

#### Ökologie und Tierwohl

Unser Kerngeschäft sind sichere und hochwertige Fleischprodukte. Das Unternehmen bekennt sich zur Produktion aus artgerechter Haltung und

Fütterung. Der Weg des Fleisches ist jederzeit und lückenlos nachvollziehbar, Kunden und Konsumenten werden durch ausführliche und transparente Angaben im Rahmen der Gesetzgebung über die Herkunft des Produkts informiert.

Anders als im Ausland, wo Rohmaterial ausnahmslos verarbeitungsfertig zugekauft wird, betreibt Bell in der Schweiz eigene Schlachthöfe und Zerlegebetriebe. Bei der Fleischgewinnung legen wir sehr viel Wert auf einen schonenden Umgang mit den Tieren. Wir arbeiten mit den verschiedenen Interessensvertretern eng zusammen, wie beispielsweise dem Schweizer Tierschutz (STS). Bei Um- und Neubauten setzen wir auf modernste Technologien. So stellen wir in unserem Schweizer Geflügelschlachthof in Zell das Betäubungssystem um: ab April 2011 wird Bell als erstes Unternehmen in der Schweiz von der herkömmlichen Betäubung im Elektro-Wasserbad auf die Betäubung mit Gas (Controlled Atmosphere Stunning CAS) umstellen. Dieses Verfahren ist schonender und hat positiven Einfluss auf die Qualität des Fleisches.

Die bei der Fleischgewinnung anfallenden Nebenprodukte sammeln wir sicher und hygienisch in einem getrennten Warenstrom. Verwertet werden die Nebenprodukte von Centravo, einem auf die Entsorgung von tierischen Nebenprodukten spezialisierten Unternehmen. Gemeinsam mit anderen Schweizer Fleischverarbeitern hält Bell einen Anteil an Centravo: Erst die Bündelung der Nebenprodukte von mehreren Fleischverarbeitern ermöglicht eine ökologisch sinnvolle Verwertung.

Ein anspruchsvoller Schritt ist die Verpackung des Fleisches - Hygieneanforderungen und Konsumentenerwartungen legen die Messlatte hoch. Bell gibt sich mit aktuellen Lösungen nicht zufrieden, selbst wenn sie den besten derzeit möglichen Kompromiss darstellen. Ziel ist und bleibt die Entwicklung der ökologisch sinnvollsten Verpackung, die Verbraucheransprüchen und Anforderungen der Distributoren gleichermaßen entspricht.

Bell verfügt im Rahmen seines Umweltmanagements über ein differenziertes Reststoff-Verwertungskonzept. Dabei gilt folgendes Prinzip: Reststoffe sollen möglichst vermieden, unvermeidbare Reststoffe minimiert und umweltverträglich einer stofflichen, biologischen oder thermischen Verwertung zugeführt werden.

## Bell bekennt sich zur Produktion aus artgerechter Haltung und Fütterung.

---

## Ziel ist die signifikante Verringerung des CO<sub>2</sub>-Ausstosses der gesamten Gruppe.

---

### Energie und Wasser

Ein weiteres wichtiges Ziel ist die signifikante Verringerung des CO<sub>2</sub>-Ausstosses der gesamten Gruppe. Die von Land zu Land unterschiedlichen Rahmenbedingungen sind hier jeweils massgeblich für die konkreten Schritte.

In der Schweiz hat Bell sich auf ein Reduktionsziel im Rahmen der CO<sub>2</sub>-Gesetzgebung verpflichtet. Dazu haben wir eine Vereinbarung mit der Energie Agentur der Wirtschaft (EnAW) geschlossen, einer Dienstleistungsplattform für Unternehmen, die sich für eine partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen Staat und Wirtschaft zum Erreichen der energie- und klimapolitischen Ziele engagiert. Mit Erfolg: Der CO<sub>2</sub>-Ausstoss konnte in der Berichtsperiode reduziert werden. Wir haben das Ziel, den CO<sub>2</sub>-Ausstoss in der Schweiz gegenüber dem Stand von 1990 um zehn Prozent zu senken, sogar übertroffen. Für unsere nächste Zielsetzung orientieren wir uns an den übergeordneten Zielsetzungen der internationalen Gemeinschaft, die im Verlauf von 2011 konkretisiert werden sollten. In der Zwischenzeit arbeiten wir weiter an der Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstosses.

Reduziert werden konnten auch Transportdistanzen und Entsorgungskosten bei Reststoffen. Dazu dienten verschiedene Massnahmen, wie die Auswahl der Entsorgungsunternehmen und der Gebindegrösse sowie die Reststoff-Komprimierung direkt vor Ort. Namentlich bei unserer Geflügelverarbeitung in Zell in der Schweiz wurden durch gezielte Investitionen die Sammlung und Verwertung von Schlachtnebenprodukten optimiert.

Eine umweltbewusste Politik durch Einsparung von Energie gehört traditionell zu den Schwerpunkten von Bell. In den letzten Jahren haben wir unsere Anstrengungen weiter verstärkt. So können wir heute durch ein aktives Energie-Controlling, das Menge und Kosten sämtlicher Energien, des Wasserverbrauchs, der Reststoffe und der tierischen Nebenprodukte monatlich zentral erfasst, unmittelbar auf Abweichungen reagieren. Dieses aktive Controlling und die daraus resultierenden Verbesserungen haben den Energieverbrauch bereits spürbar verringert.

Die Energie für die Bell-Standorte stammt von verschiedenen Versorgern. Dabei legen wir Wert auf nachhaltige Energieträger und beziehen zum Beispiel in grossem Mass Fernwärme. Überdies

verwenden wir auch alternative Energiequellen, wie etwa die Abwärme aus der Kälteproduktion.

Ähnlich verhält es sich beim Wasser: Auch hier konnte der Verbrauch mithilfe gezielter Massnahmen reduziert werden. Trotz dieses Engagements sind einige Arbeitsprozesse nach wie vor sehr wasserintensiv. Wir werden deshalb zusätzliche Anstrengungen unternehmen. Bell überprüft laufend die Arbeitsprozesse und achtet bei der Beschaffung von Anlagen konsequent auf einen niedrigen Wasserverbrauch.

### Arbeitssicherheit

Neben umwelt- und ressourcenbewusstem Handeln gehören Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter zu den zentralen Anliegen von Bell. Sicherheitskonzepte und Sicherheitsbeauftragte in jedem Betrieb sowie Arbeitsausschüsse für Sicherheit an den grösseren Standorten sorgen dafür, dass diesem Anliegen immer und überall konsequent entsprochen wird.

So haben wir auf Basis der im Vorjahr durchgeführten Sicherheitsaudits vielfältige Verbesserungsinitiativen realisiert. Im gesamten Unternehmen gab es gegenüber dem Vorjahr weniger Arbeitsausfallzeiten durch Betriebsunfälle. Dadurch konnten auch die Betriebsunfall-Prämienkosten gesenkt werden.

Kamen neue Anlagen zu den bestehenden hinzu, hat Bell deren Sicherheitsstandard durch gezielte Gefahrenermittlung entscheidend optimiert. Der «Faktor Mensch» wurde ebenfalls berücksichtigt - durch fortgesetzte Ausbildung der Mitarbeiter sowie Präventionsmassnahmen auch mit Blick auf Unfälle ausserhalb des Betriebes beziehungsweise der Arbeitszeit. Ein früherer Anstieg solcher Unfälle konnte im Berichtsjahr wirksam gestoppt werden. Zur Optimierung des Sicherheits- und Umweltstandards werden an allen Standorten jährlich interne Audits durchgeführt.

Im Geflügelbetrieb in Zell trat im Juli aus einem Leck in einer Leitung der Kälteanlage Ammoniak aus. Der automatische Alarm wurde ausgelöst. Personen kamen nicht zu Schaden, jedoch mussten Anwohner sicherheitshalber aus dem betroffenen Gebiet evakuiert werden. Bei diesem Störfall sowie beim Brand der Frigo-Kühlhäuser in Basel (siehe Kapitel Bell Schweiz), haben sich die Sicherheitskonzepte voll und ganz bewährt. Die Einrichtung der Krisenstäbe und die Zusammenarbeit mit den

## Bell betrachtet das Thema Aus- und Weiterbildung als einen wichtigen und förderungswürdigen Aspekt der sozialen Verantwortung.

lokalen Einsatzkräften funktionierten rasch und zielgerichtet und erlaubten eine schnelle Behebung der Störfälle.

### HUMAN RESOURCES

Im Vorjahr hatte Bell seine Personalstrategie in vielen Punkten überarbeitet – diesen neuen Ansatz konnten wir im Berichtsjahr in die Praxis umsetzen. Unsere Strategie definiert sowohl übergeordnete personalstrategische Zielsetzungen als auch die wichtigsten Verhaltensgrundsätze für Management und Mitarbeiter.

Die grundlegende Haltung der Bell-Gruppe gegenüber ihren Mitarbeitern ist in allen Ländern, in denen die Gruppe vertreten ist, gleich. Wenn es Unterschiede gibt, sind sie allenfalls in der Grösse der einzelnen Standorte begründet. Das gilt zum Beispiel für die Einrichtung von Mitarbeitervertretungen. Bei den Anstellungsbedingungen betrachten wir die Arbeitsgesetze des jeweiligen Landes als Minimalanforderung.

### Mitarbeiterzufriedenheit

Es interessiert uns, wie zufrieden unsere Mitarbeiter sind. Deshalb haben wir die Mitarbeiterzufriedenheit an allen Standorten systematisch ermittelt. Das soll künftig zur Regel werden – mit möglichst einheitlichen Kriterien und Erhebungsstandards.

Laut Untersuchungsergebnis war die Mitarbeiterzufriedenheit im Berichtszeitraum gemessen an den bereichs- und standortspezifischen Gegebenheiten unterschiedlich hoch. Gab es Anlass zur Kritik seitens der Befragten, haben wir die entsprechenden Punkte intensiv analysiert und Verbesserungen auf den Weg gebracht. Auch Selbsterkenntnis schafft Zufriedenheit: Im Rahmen spezieller Schulungen können Mitarbeiter im Team ihr persönliches Potenzial erkennen und lernen, es optimal zu nutzen. Kommunikative Angebote, wie Informationsveranstaltungen oder Ideenwettbewerbe, wurden ebenfalls bereitwillig und zahlreich angenommen.

### Aus- und Weiterbildung

Bell betrachtet das Thema Aus- und Weiterbildung als einen wichtigen und vor allem förderungswürdigen Aspekt der sozialen Verantwortung. In der Schweiz wie auch in Deutschland bieten wir eine berufliche Grundausbildung für über 15 Berufsbilder an. Das Spektrum reicht von Fleischfachleuten über Kaufleute bis hin zu Informatikern und

Mechatronikern. Darüber hinaus prüft Bell kontinuierlich die Einführung weiterer Ausbildungsberufe sowie ein erweitertes Angebot etablierter Ausbildungsberufe.

In der Schweiz haben die ersten Mitarbeiter die Eidgenössische Prüfung zum Führungsfachmann erfolgreich absolviert. Ein zweiter Lehrgang zum Führungsfachmann hat begonnen. Auch an der «Basis» hat Bell sein Angebot weiter ausgebaut. So haben wir im Bereich Grundbildungen am Standort Oensingen (Schweiz) Fleischfachleute in Kooperation mit dem regionalen Metzgermeisterverband ausgebildet. Lehrlinge von Bell können sich in gewerblichen Metzgereien spezifisch weiterbilden. Und das ist keine Einbahnstrasse: Bell will künftig Seminare für Lehrlinge aus gewerblichen Betrieben anbieten. Eine derartige Form der Zusammenarbeit ist bislang beispiellos und sichert die Ausbildung von Fachkräften für die Branche nachhaltig.

### Talentmanagement

Talentmanagement bedeutet für uns: interne Mitarbeiterpotenziale erkennen und diese bedarfsgerecht fördern. Bei Bell haben Mitarbeiter die Möglichkeit, sich in sämtlichen Bereichen weiterzuentwickeln. Durch die zunehmende Internationalisierung der Bell-Gruppe bestehen hier interessante Karrierechancen für Talente. Bis heute wurden bereits erfolgreich grenzüberschreitende Praktika absolviert. Auch in diesem Bereich wollen wir in Zukunft gruppenweit einheitlich vorgehen. Ausserdem verbessern wir laufend die entsprechenden Prozesse, zum Beispiel durch eine regelmässige Abstimmung zwischen Linien- und Personalverantwortlichen.

### Sozialpartnerschaft und Gleichbehandlung

Wir wissen, dass der Unternehmenserfolg im Wesentlichen nicht nur auf der individuellen Leistung unserer Mitarbeiter basiert, sondern auch auf einer fairen Sozialpartnerschaft. Diese Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern nehmen wir umfassend wahr.

Für Bell Schweiz gilt eine Sozialpolitik, die selbstverständliche Rechte wie die freie Meinungsäusserung oder die Gleichbehandlung unabhängig von Geschlecht, Religion und Herkunft bedingungslos respektiert, aber auch eine leistungsorientierte Entlohnung sowie eine transparente, zeit- und stufengerechte Informationspraxis berücksichtigt.

## Mitarbeiter- potentiale sollen erkannt und bedarfsgerecht gefördert werden.

Elementarer Bestandteil der Sozialpartnerschaft ist der regelmässige Dialog zwischen verantwortlichen Unternehmensleitern und den Mitarbeitervertretungen. In der Schweiz wurde der interne Sozialpartner gestärkt, indem die Bell-Mitarbeitervertretung jetzt offizielles Kollektivmitglied des Metzgereipersonal-Verbands ist. So bekommen die Anliegen der Mitarbeiter noch breiteren Rückhalt.

### Dialog mit den Mitarbeitern

An allen Standorten der Bell-Gruppe finden jährliche Mitarbeitergespräche zur Zieldefinition und -erreichung statt. In diesem Bereich wollen wir gleichfalls Rahmen und Prozesse vereinheitlichen. Den Mitarbeitern stehen verschiedene interne und externe Anlaufstellen zur Verfügung. So haben alle Mitarbeiter neben den direkten Vorgesetzten einen Ansprechpartner in der Personalabteilung. Dazu bieten interne Kommunikationsinstrumente, wie Intranet und Mitarbeiterzeitungen, erweiterte Dialogmöglichkeiten.

Mitarbeiterzahlen Bell-Gruppe	2010	2009
<b>Mitarbeiterbestand</b>		
Durchschnittlicher Personalbestand auf Vollzeitbeschäftigte umgerechnet	6'179	6'497
Personalbestand am 31.12. in Anzahl Personen	6'488	6'561
<b>Personalbestand nach Ländern</b>		
Schweiz	3'497	3'417
Deutschland	1'461	1'523
Frankreich	399	403
Tschechien	618	776
Ungarn	200	226
Andere	313	216
<b>Anteil Vollzeit</b>		
Anteil Vollzeit	75 %	77 %
Anteil Teilzeit	25 %	23 %
<b>Anteil Männer</b>		
Anteil Männer	59 %	57 %
<b>Anteil Frauen</b>		
Anteil Frauen	41 %	43 %
Frauenanteil im Kader	20 %	15 %
<b>Anzahl Nationalitäten</b>		
Anzahl Nationalitäten	77	80
<b>Altersstruktur</b>		
bis 19 Jahre	3 %	3 %
20 - 29 Jahre	20 %	19 %
30 - 39 Jahre	27 %	26 %
40 - 49 Jahre	29 %	30 %
50 - 59 Jahre	19 %	19 %
über 60 Jahre	2 %	3 %
<b>Aus- und Weiterbildung</b>		
Auszubildende	76	80
Anzahl Mitarbeiter, die eine Aus- oder Weiterbildung absolviert haben	2'315	2'280

---

## Unsere Hauptmarken verfügen in ihren Heimatmärkten und in ihren Marktsegmenten über ein ausgesprochen positives Renommee bei den Verbrauchern.

---

### KOMMUNIKATION

#### Dialog mit den Anspruchsgruppen

Der Dialog mit allen massgeblichen Anspruchsgruppen ist für unser Unternehmen wichtig. Er gibt uns die Möglichkeit, unsere Leistungen auch aus der Aussenperspektive zu beurteilen sowie Chancen und Gefahren rechtzeitig zu erkennen. Wichtigste Informationsträger für externe Anspruchsgruppen sind die Website, der Geschäfts- und der Halbjahresbericht sowie die Medienmitteilungen. Die zentrale Medienstelle von Bell bearbeitet im Durchschnitt pro Woche rund 20 Anfragen. Über die Haupt-Website [www.bell.ch](http://www.bell.ch) wurden 2010 insgesamt über 3'000 Anfragen registriert und bearbeitet.

In der internen Kommunikation setzt Bell vor allem auf das persönliche Gespräch, das Intranet sowie auf Mitarbeiterzeitungen beziehungsweise interne Newsletter. Für den kontinuierlichen Kontakt mit Behörden, Verbänden und verschiedenen Interessenvertretungen sorgen regelmässige Treffen sowie - im Fall einiger Verbände - auch das aktive Engagement.

#### Markenführung

Die Bell-Gruppe führt eine Reihe von Marken im Portfolio. Zudem produziert sie für verschiedene Kunden Handels- und Eigenmarken. Die Markenführung ist dezentral organisiert. Das bedeutet: Jedes Gruppenunternehmen führt seine Marken

in Eigenregie. Die wichtigsten Marken sind Bell, ZIMBO, Abraham und Polette. Diese Hauptmarken verfügen in ihren Heimatmärkten und in ihren Marktsegmenten über ein ausgesprochen positives Renommee bei den Verbrauchern.

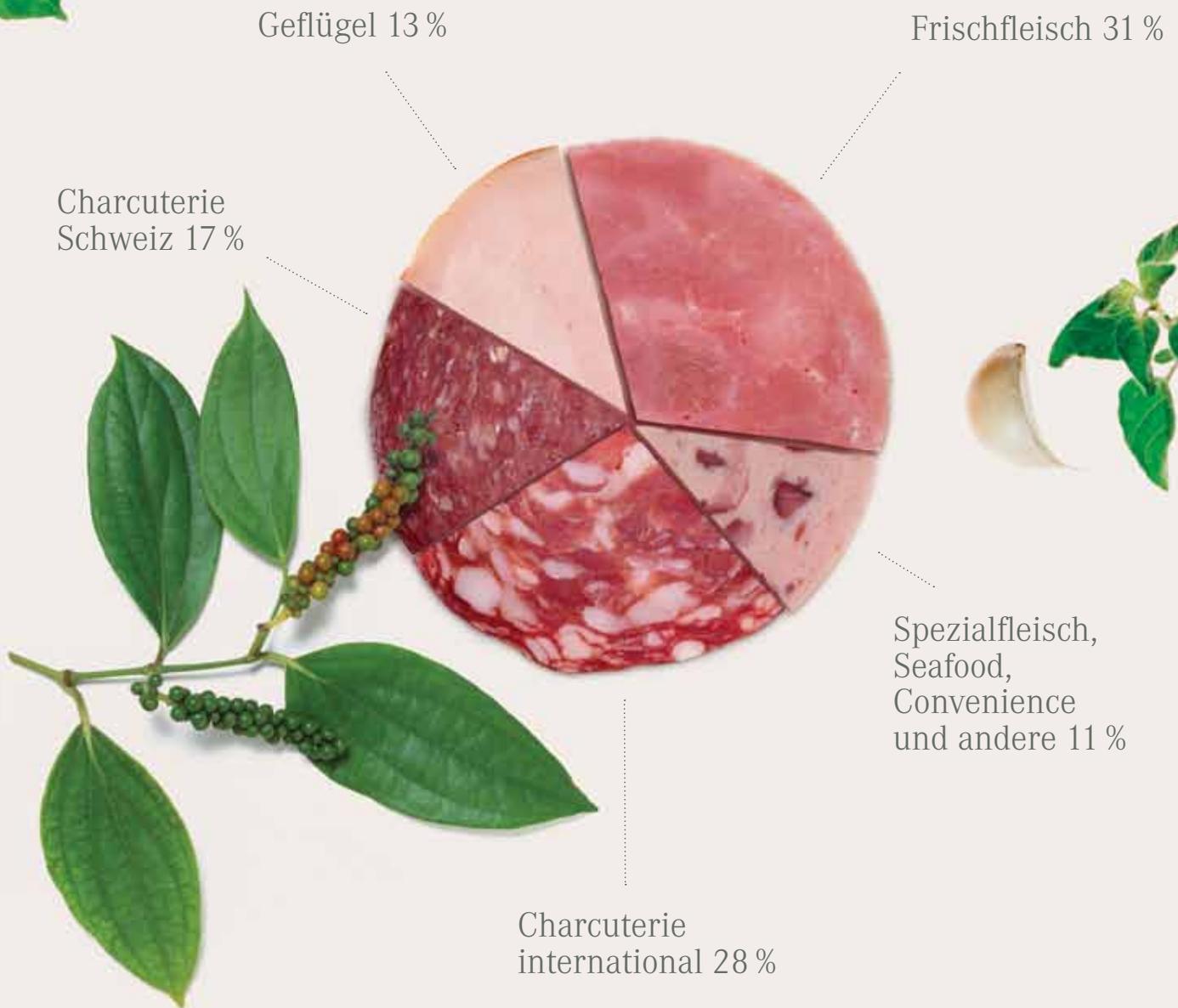
Die Marken sind strategisch klar positioniert. Bei grossen Sortimentsbreiten werden unterhalb der Marken separate Sortimentslinien geführt. Zur Stärkung der Hauptmarken und zur Bewerbung der Sortimentslinien dienen zahlreiche Marketingmassnahmen, unter anderem Fernsehwerbung, Inserate, Plakate, Promotionen, Degustationen, Messeauftritte, Internetplattformen, Social Media, Sponsoring, Merchandisingprodukte und einige weitere mehr.

Besondere Massnahmen wurden im Bereich der elektronischen Medien umgesetzt. So haben die Unternehmen und Marken der Bell-Gruppe ihre Internetauftritte überarbeitet und elektronische Newsletter versandt, vor allem aber auch Aktivitäten auf Social Networks initiiert und Anwendungen für Smartphones kreiert.

---

### VERWEIS

Weitere wichtige Informationen zur Corporate Social Responsibility sind auf [www.bell.ch](http://www.bell.ch) in der Rubrik «Über Bell» abrufbar, insbesondere auch Angaben zur Vision, zum Leitbild sowie zu den Stakeholdern und der Beziehung zu ihnen.



**GRAFIK:**

Erlöse aus Warenverkäufen  
nach Produktgruppen

## Finanzielle Berichterstattung und Corporate Governance

# BELL IN ZAHLEN

<b>Bell Gruppe</b>	42_ Finanzbericht
	44_ Konsolidierte Bilanz
	45_ Konsolidierte Erfolgsrechnung
	46_ Geldflussrechnung
	47_ Eigenkapitalnachweis
	48_ Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze
	50_ Anhang zur konsolidierten Bilanz
	57_ Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung
	62_ Ergänzende Angaben
	63_ Bericht der Revisionsstelle
	64_ Mehrjahresübersicht
	65_ Aktieninformationen
	66_ Wesentliche Beteiligungen
<b>Corporate Governance</b>	67_ Corporate Governance
	77_ Wichtige Termine
	78_ Management
<b>Bell Holding</b>	80_ Bilanz
	81_ Erfolgsrechnung
	82_ Verwendung Bilanzgewinn/Anhang
	83_ Bericht der Revisionsstelle
	84_ Kontakte
	85_ Impressum

Alle Werte einzeln gerundet

## Finanzielle Berichterstattung

# SOLIDE GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Martin Gysin,  
Leiter Finanzen/Services

Die Bell-Gruppe weist für 2010 eine Steigerung der Warenverkäufe von 0,8 Prozent und eine Erhöhung des Nettoerlöses von 1,4 Prozent aus. In der Schweiz steht einem Mengenwachstum von 2,5 Prozent ein Preisrückgang der durchschnittlichen Verkaufspreise von 0,4 Prozent gegenüber. Im Ausland neutralisierte der Zerfall des Euros das Umsatzwachstum, das durch die Erstkonsolidierung von Marco Polo zum Vorschein gekommen wäre. Das Volumenwachstum von 8,4 Prozent setzt sich zusammen aus akquisitionsbedingtem Wachstum von 5,8 Prozent und organischem Wachstum von 3,0 Prozent. Demgegenüber steht ein Rückgang der durchschnittlichen Verkaufspreise im Euro-Raum von rund 3,5 Prozent. Während das Geschäftsjahr im angestammten Schweizer Geschäft sehr erfolgreich verlief, trugen die ausländischen Tochterunternehmen unterproportional zum Ergebnis bei. Insbesondere die erste Jahreshälfte verlief unbefriedigend. Ab Sommer zeigte sich eine leichte Erholung, die sich 2011 fortsetzen dürfte.

Der Bruttogewinn steigt auf rund CHF 864 Millionen. Die Bruttogewinnmarge liegt mit 33,4 Prozent leicht unter Vorjahr. Dazu ist anzufügen, dass im Bruttogewinn die Nettoauswirkung der Versicherungsleistungen für Warenverluste aus dem Brandfall Frigo von CHF 6,6 Millionen enthalten ist. Ohne diesen Sondereinfluss läge die Bruttogewinnmarge bei rund 33,2 Prozent und damit um 0,1 Prozent unter Vorjahr.

Die Personalkosten liegen mit CHF 406 Millionen um 1,6 Prozent unter Vorjahr. Die übrigen Betriebskosten gehen von CHF 257 auf CHF 246 Millionen zurück. Während der Rückgang der Personalkosten hauptsächlich durch Veränderungen im Konsolidierungskreis begründet ist, kommen im Betriebsaufwand echte Einsparungen von rund CHF 10 Millionen zum Tragen. Die gesamten Betriebskosten gehen von 26,3 Prozent auf 25,2 Prozent zurück. In diesen Kosten enthalten sind Sonderaufwendungen für die Stilllegung unserer Russlandaktivitäten in Höhe von CHF 0,8 Millionen sowie eine Auflösung von nicht mehr benötigten Rückstellungen im Charcuteriewerk Basel von CHF 1,5 Millionen sowie die anteilige Versicherungsleistung für den Anteil der Sachabschreibungen bei Frigo von CHF 1,2 Millionen. Dem Sonderertrag aus dem Kauf der Minderheitsanteile der Sanchez

Alcaraz (Abraham-Gruppe) von CHF 1,6 Millionen haben wir die Erhöhung der Rückstellungen für Pensionsverpflichtungen in Deutschland von rund CHF 1 Million sowie die Elimination eines Restgoodwills von CHF 0,4 Millionen gegenübergestellt und so neutralisiert. Der Betriebsgewinn vor Abschreibungen und Zinsen (EBITDA) liegt mit CHF 213 Millionen um 23 Millionen über Vorjahr. Die EBITDA-Marge erreicht mit 8,2 Prozent einen Höchststand.

Der EBIT steigt trotz Sonderabschreibungen auf Goodwill von CHF 17 Millionen von 3,7 auf rund 3,9 Prozent. Bereinigt um die Sondereinflüsse liegt der EBIT bei CHF 110 Millionen oder 4,25 Prozent des Nettoerlöses.

Die Sonderabschreibung auf dem Goodwill wurde nötig, weil der Rückgang der Bruttogewinn-Marge bei Abraham und damit auch vom Nettoergebnis vom Management als nachhaltig eingeschätzt wird. Damit einher geht auch eine Minderung bzw. Anpassung der Restkaufpreisverpflichtung für die noch ausstehenden Anteile. Ferner haben wir einen Restgoodwill in Belgien von CHF 0,4 Millionen eliminiert. Die Überprüfung der Werthaltigkeit der übrigen Goodwillpositionen ergab keinen zusätzlichen Wertberichtigungsbedarf.

Die Finanzrechnung beinhaltet realisierte Kursgewinne auf Euro-Darlehen von rund CHF 6,6 Millionen. Diese Darlehen wurden 2010 weitgehend zurückgeführt. Die Finanzschulden konnten im Berichtsjahr um fast CHF 150 Millionen deutlich reduziert werden. Die Nettoverschuldung per Ende 2010 lag bei rund CHF 190 Millionen und damit um über 100 Millionen unter Vorjahr.

Der massive Zerfall des Euros von gut 16 Prozent im Berichtsjahr führte zu einer Kürzung der Bilanzsumme von über CHF 100 Millionen und des Eigenkapitals von CHF 50 Millionen.

Der Brandfall bei Frigo ist noch nicht vollständig aufgearbeitet. So steht in der wichtigen Schuldfrage der abschliessende Entscheid der Staatsanwaltschaft Basel-Stadt zum Zeitpunkt der Drucklegung noch immer aus. Die Gebäudeversicherung hat eine Gesamtleistung



**Martin Gysin**  
Leiter Finanzen/Services

---

von CHF 9,2 Millionen gesprochen. Von dieser Leistung haben wir bisher lediglich den Restwert der Sachanlagen von CHF 1,2 Millionen in die Rechnung einfließen lassen. Der übrige Betrag ist passiviert und dient der Deckung der Abbruchkosten sowie allfälliger Ersatzinvestitionen.

Auf laufenden Ergebnissen wurden keine latenten Steuern aktiviert. Der Einfluss auf den Steueraufwand schätzen wir auf rund CHF 4,4 Millionen.

Per 1. Januar 2010 wurde die im Dezember 2009 erworbene Marco Polo-Gruppe in die Bell-Rechnung konsolidiert. Die Beteiligung war im Jahresbericht 2009 als Finanzbeteiligung enthalten; die entsprechende Zuweisung an die einzelnen Vermögenspositionen erfolgte im Rahmen der Erstkonsolidierung. Im Laufe des Jahres konnten die Minderheitsanteile bei Sanchez Alcaraz erworben werden. Bell konsolidiert Sanchez nun zu 100 Prozent, rückwirkend per 1. Januar 2010. Für die Abwicklung des Warengeschäftes für «Du darfst» haben wir die FreshCo. Wurstwarenvertriebs GmbH gegründet. Weitere Anpassungen im Konsolidierungskreis sind 2010 keine erfolgt.

Am 20. Januar 2011 konnten wir eine Kooperation\* mit der Hilcona AG in Schaan (Fürstentum Liechtenstein) bekannt geben. Ziel dieser Zusammenarbeit ist die Zusammenlegung der Frischconvenience-Aktivitäten unter dem Dach der Hilcona zur Beschleunigung der Erschliessung dieser Wachstumsmärkte. Dies wird dazu führen, dass unsere Geschäftseinheit Convenience ab 1. Januar 2011 in die Bell Convenience AG überführt und dekonsolidiert wird. Hilcona hingegen werden wir bis zum Erwerb der Mehrheit 2015 als Minderheitsbeteiligung führen und lediglich «at equity» konsolidieren.

\* vorbehältlich Zustimmung WEKO

## Konsolidierte Bilanz

in Tausend CHF	Anhang	31.12.2010		31.12.2009	
Flüssige Mittel	1	33 674		81 395	
Wertschriften	2	4 513		7 050	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3	146 526		142 197	
Forderungen Nahestehende	4	93 121		95 885	
Sonstige kurzfristige Forderungen		47 366		33 468	
Vorräte	5	152 401		166 794	
Rechnungsabgrenzung		17 834		10 943	
<b>Umlaufvermögen</b>		<b>495 436</b>	<b>42.4%</b>	537 731	41.1%
Finanzanlagen	12	39 152		57 101	
Immaterielle Anlagen	13	76 303		114 518	
Grundstücke und Gebäude	14	325 610		355 866	
Technische Anlagen und Einrichtungen	15	230 885		242 072	
<b>Anlagevermögen</b>		<b>671 950</b>	<b>57.6%</b>	769 557	58.9%
<b>Aktiven</b>		<b>1 167 386</b>	<b>100.0%</b>	1 307 288	100.0%
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	9	107 329		110 246	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		145 667		127 572	
Verbindlichkeiten Nahestehende	6	14 822		11 012	
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	7	49 403		41 714	
Kurzfristige Rückstellungen	11	10 356		9 562	
Rechnungsabgrenzung	8	58 409		70 837	
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>		<b>385 986</b>	<b>33.1%</b>	370 943	28.5%
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	9	121 134		273 549	
Langfristige Rückstellungen	11	69 811		68 018	
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>		<b>190 945</b>	<b>16.4%</b>	341 566	26.1%
<b>Fremdkapital</b>		<b>576 931</b>	<b>49.4%</b>	712 509	54.5%
Aktienkapital		2 000		2 000	
Gewinnreserven		584 299		544 175	
Währungsdifferenzen		-67 352		-16 545	
Abzüglich eigene Aktien		-6 992		-9 019	
Jahresgewinn		64 519		55 563	
<b>Eigenkapital vor Minderheiten</b>		<b>576 474</b>	<b>49.4%</b>	576 175	44.1%
Anteil Dritter		13 982		18 604	
<b>Gesamtes Eigenkapital</b>		<b>590 456</b>	<b>50.6%</b>	594 779	45.5%
<b>Passiven</b>		<b>1 167 386</b>	<b>100.0%</b>	1 307 288	100.0%

## Konsolidierte Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	Anhang	2010		2009	
Erlöse aus Warenverkäufen	16	2 617 574		2 597 712	
Andere betriebliche Erträge	16	51 355		32 325	
<b>Bruttoerlös aus Lieferungen und Leistungen</b>		<b>2 668 929</b>		<b>2 630 036</b>	
Erlösminderungen	16	-84 652		-82 159	
<b>Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen</b>		<b>2 584 277</b>	<b>100.0%</b>	2 547 877	100.0%
Waren- und Materialaufwand	24	1 720 353	66.6%	1 689 363	66.3%
<b>Bruttoerfolg aus Betriebstätigkeit</b>		<b>863 923</b>	<b>33.4%</b>	858 515	33.7%
Personalaufwand	17	405 671	15.7%	412 215	16.2%
Mieten	18	24 607		25 985	
Energie, Betriebs- und Hilfsmaterial	19	49 275		50 416	
Reparaturen und Unterhalt		47 731		47 728	
Fremdtransporte		66 021		68 373	
Werbung		22 821		28 964	
Sonstiger Betriebsaufwand	20/24	35 101		35 385	
<b>Betriebsaufwand</b>	21	<b>651 228</b>	<b>25.2%</b>	669 065	26.3%
<b>Betriebserfolg vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)</b>		<b>212 695</b>	<b>8.2%</b>	189 449	7.4%
Abschreibungen auf Sachanlagen	14/15/24	74 220	2.9%	79 903	3.1%
Abschreibungen auf immateriellen Anlagen	13	4 790		5 113	
Abschreibungen auf Goodwill *	13/24	32 449		9 386	
<b>Betriebserfolg vor Zinsen und Steuern (EBIT)</b>		<b>101 236</b>	<b>3.9%</b>	95 047	3.7%
Finanzertrag	22	11 058		9 974	
Finanzaufwand	22/24	13 144		20 995	
<b>Unternehmensgewinn vor Steuern (EBT)</b>		<b>99 150</b>	<b>3.8%</b>	84 026	3.3%
Steuern	23/24	33 083		27 833	
<b>Unternehmensgewinn nach Steuern</b>		<b>66 067</b>	<b>2.6%</b>	56 192	2.2%
Anteile Dritter am Gewinn		-1 548		-629	
<b>Jahresgewinn</b>		<b>64 519</b>	<b>2.5%</b>	55 563	2.2%

\* 2009 netto nach Verrechnung Gewinne aus Zugang von Beteiligungen. 2010 beinhaltet eine ausserplanmässige Abschreibung auf Goodwill von TCHF 17 166.

# Geldflussrechnung

in Tausend CHF	2010		2009	
Unternehmensgewinn nach Steuern		66 067		56 192
Abschreibungen Sachanlagen	73 038		75 486	
Ausserplanmässige Abschreibungen Sachanlagen	1 183		4 417	
Abschreibungen immaterielle Anlagen	20 072		19 886	
Ausserplanmässige Abschreibungen immaterielle Anlagen	17 166	111 459	-	99 789
Gewinne (-) Verluste (+) aus Veräusserung von Anlagen		-530		-161
Gewinne (-) Verluste (+) aus Zugang von Beteiligungen		-1 584		-5 387
Verlust aus Veräusserung von Beteiligungen		-		4 028
Gewinne aus Bewertung von nicht konsolidierten Beteiligungen		-576		-2 019
Gewinne (-) Verluste (+) auf Aktiven der Vorsorge		-89		-687
Zunahme (-) Abnahme (+) der aktiven latenten Steuern		568		811
Veränderung der Rückstellungen		4 878		-938
<b>Cashflow</b>		<b>180 193</b>		<b>151 628</b>
Zunahmen (-) Abnahmen (+) der Vorräte	1 087		11 516	
Zunahmen (-) Abnahmen (+) der Forderungen	-16 908		-12 915	
Zunahmen (-) Abnahmen (+) der aktiven Abgrenzungen	-10 078		-6 814	
Zunahmen (+) Abnahmen (-) der Verbindlichkeiten	31 709		-35 330	
Zunahmen (+) Abnahmen (-) der passiven Abgrenzungen	-6 414	-604	9 908	-33 636
<b>Geldfluss aus Unternehmenstätigkeit</b>		<b>179 589</b>		<b>117 992</b>
Investitionen in technische Anlagen und Einrichtungen	-50 756		-50 824	
Devestitionen von technischen Anlagen und Einrichtungen	498	-50 258	1 625	-49 199
Investitionen in Grundstücke und Gebäude	-11 129		-6 969	
Devestitionen von Grundstücken und Gebäuden	639	-10 490	1 206	-5 763
Investitionen in Beteiligungen und Finanzanlagen	-49		-13 675	
Devestitionen von Beteiligungen und Finanzanlagen	2 771		1 004	
Investitionen (-) / Devestitionen (+) von Wertschriften	2 536	5 258	2 690	-9 982
Investitionen in immaterielle Anlagen	-7 481		-3 284	
Devestitionen von immateriellen Anlagen	53	-7 428	70	-3 214
<b>Geldfluss aus Investitionstätigkeit</b>		<b>-62 918</b>		<b>-68 157</b>
Veränderung Finanzverbindlichkeiten		-146 800		18 995
Investitionen (-) / Devestition (+) in eigene Aktien		2 365		1 825
Dividenden		-16 546		-15 688
<b>Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>		<b>-160 981</b>		<b>5 132</b>
<b>Saldo Geldfluss</b>		<b>-44 310</b>		<b>54 967</b>
Flüssige Mittel am 01.01.		81 395		26 492
Einfluss der Währungsumrechnungen auf die flüssigen Mittel		-3 411		-64
Veränderung flüssige Mittel		-44 310		54 967
Flüssige Mittel am 31.12.		33 674		81 395

## Eigenkapitalnachweis

in Tausend CHF	Aktien- kapital	Gewinn- reserven	Währungs- differenzen	Eigene Aktien	Ergebnis	Eigen- kapital	Anteil Dritte	Gesamtes Eigenkapital
<b>Bestand per 01.01.2010</b>	<b>2 000</b>	<b>544 175</b>	<b>-16 545</b>	<b>-9 019</b>	<b>55 563</b>	<b>576 175</b>	<b>18 604</b>	<b>594 779</b>
Änderung im								
Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-	-	-	-
Übernahme Minderheiten	-	-	-	-	-	-	-2 954	-2 954
Gewinnverwendung	-	55 563	-	-	-55 563	-	-	-
Dividende	-	-15 778	-	-	-	-15 778	-768	-16 546
Kauf/Verkauf eigene Aktien	-	338	-	2 027	-	2 365	-	2 365
Jahresgewinn	-	-	-	-	64 519	64 519	1 548	66 067
Umrechnungsdifferenzen	-	-	-50 807	-	-	-50 807	-2 448	-53 255
<b>Bestand per 31.12.2010</b>	<b>2 000</b>	<b>584 299</b>	<b>-67 352</b>	<b>-6 992</b>	<b>64 519</b>	<b>576 474</b>	<b>13 982</b>	<b>590 456</b>
Bestand per 01.01.2009	2 000	500 795	-15 600	-10 836	59 061	535 420	3 289	538 709
Änderung im								
Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-	-	14 745	14 745
Gewinnverwendung	-	59 061	-	-	-59 061	-	-	-
Dividende	-	-15 688	-	-	-	-15 688	-	-15 688
Kauf/Verkauf eigene Aktien	-	8	-	1 817	-	1 825	-	1 825
Jahresgewinn	-	-	-	-	55 563	55 563	629	56 192
Umrechnungsdifferenzen	-	-	-945	-	-	-945	-59	-1 004
Bestand per 31.12.2009	2 000	544 175	-16 545	-9 019	55 563	576 175	18 604	594 779

Titel	Anzahl Aktien am 01.01.	Zugang eigene Aktien	Abgang eigene Aktien	Zugang eigene Aktien Mitarbeiter- beteiligung	Abgang eigene Aktien Mitarbeiter- beteiligung	Anzahl Aktien am 31.12.
<b>Aktien ausgegeben</b>		<b>400 000</b>	-	-	-	<b>400 000</b>
Titel im Eigenbesitz	-6 938	-325	1 323	-8	632	-5 316
<b>Titel im Umlauf 2010</b>	<b>393 062</b>	<b>-325</b>	<b>1 323</b>	<b>-8</b>	<b>632</b>	<b>394 684</b>
Aktien ausgegeben		400 000	-	-	-	400 000
Titel im Eigenbesitz	-8 335	-	686	-6	717	-6 938
Titel im Umlauf 2009	391 665	-	686	-6	717	393 062

## Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze

**Grundsätze** Die Grundsätze zur Konsolidierung, Bewertung, Gliederung und Darstellung richten sich nach den Fachempfehlungen zur Rechnungslegung (Swiss GAAP FER). Sie kommen für alle Gesellschaften des Konsolidierungskreises zur Anwendung.

**Konsolidierungskreis** In der vorliegenden Bilanz und Erfolgsrechnung sind sämtliche Beteiligungen der Bell Holding AG voll mit einbezogen, an denen Bell direkt oder indirekt mehr als 50 Prozent der Stimmen hält oder durch vertragliche Vereinbarung die Leitung ausübt. Anteile an Gesellschaften von über 20 Prozent, aber unter 50 Prozent der Stimmen wurden zum tatsächlichen Eigenkapitalanteil bewertet und bilanziert. Beteiligungen mit einem Anteil von weniger als 20 Prozent wurden zum Kurswert vom 31. Dezember bilanziert. War ein solcher nicht verfügbar, erfolgte die Bewertung zum Anschaffungswert abzüglich einer Wertberichtigung bei entsprechender Wertminderung. Die Beteiligungsübersicht und die Behandlung derselben im vorliegenden Konzernabschluss geht aus Seite 66 des Geschäftsberichtes hervor.

**Fremdwährungsumrechnung** Die Bilanzen der Gesellschaften in fremden Währungen wurden zum Jahresendkurs per 31. Dezember, die Erfolgsrechnungen dieser Gesellschaften zum Jahresdurchschnittskurs umgerechnet. Differenzen aus Umrechnung der Eingangs- und Schlussbilanz sowie Differenzen aus der Anwendung unterschiedlicher Umrechnungskurse in Bilanz und Erfolgsrechnung wurden erfolgsneutral ausgeglichen.

### Umrechnungskurse

		2010	2009
Bilanz	EUR 1	= CHF 1,2500	= CHF 1,4850
	CZK 1	= CHF 0,0500	= CHF 0,0560
	HUF 100	= CHF 0,4500	= CHF 0,5500
	PLN 1	= CHF 0,3150	= CHF 0,3610
	USD 1	= CHF 0,9350	= CHF 1,0350
ER	EUR 1	= CHF 1,3700	= CHF 1,5094
	CZK 1	= CHF 0,0543	= CHF 0,0569
	HUF 100	= CHF 0,4967	= CHF 0,5358
	PLN 1	= CHF 0,3428	= CHF 0,3496

**Konsolidierung der Guthaben und Verbindlichkeiten, Innenumsätze und Zwischengewinne** Sämtliche konzerninternen Guthaben und Verbindlichkeiten wurden im Rahmen der Konsolidierung gegenseitig verrechnet und eliminiert. Differenzen aus Anwendung unterschiedlicher Umrechnungskurse auf der Nettoinvestition in ausländische Unternehmen werden erfolgsneutral über das Eigenkapital verrechnet. Sämtliche konzerninternen Lieferungen und Leistungen wurden im Rahmen der Konsolidierung gegeneinander aufgerechnet und eliminiert.

Auf eine Elimination von Zwischengewinnen konnte verzichtet werden, da die Gesellschaften untereinander zu marktüblichen Bedingungen liefern und die Auswirkungen auf die Gruppenerfolgsrechnung unbedeutend sind.

**Kapitalkonsolidierung** Die Kapitalkonsolidierung erfolgte nach der Purchase-Methode. Das heisst, das Kapital einer Gesellschaft wird zum Zeitpunkt des Erwerbs mit dem Kaufpreis verrechnet, wobei die Erwerbskosten dem Kaufpreis zugeschlagen werden. Kaufpreisanpassungen in Abhängigkeit künftiger Ergebnisse werden geschätzt. Ein in Erscheinung tretender Goodwill wird aktiviert und über eine Laufzeit von fünf bis acht Jahren über die Erfolgsrechnung abgeschrieben. Ein allfälliger negativer Goodwill wird bei Erstkonsolidierung erfolgswirksam verbucht. Falls der definitive Kaufpreis von der Schätzung abweicht, wird der Goodwill entsprechend angepasst.

**Bewertung** Im Grundsatz wurden historische Wertansätze gewählt. Dabei wird das Umlaufvermögen zum Anschaffungswert oder zum tieferen Marktwert bewertet. Das Sachanlagevermögen wurde zu Anschaffungswerten abzüglich der betriebswirtschaftlich notwendigen Abschreibungen bilanziert. Die Bewertung erfolgte für alle Konzerngesellschaften nach denselben Grundsätzen. Auf den Grundstücken und Gebäuden der erstmals konsolidierten Gesellschaften wurde anlässlich der Übernahme eine Neubewertung vorgenommen und in der Konzernrechnung erfasst. Bei den übrigen Sachanlagen wurden nach den Bell-Abschreibungskriterien auf Basis historischer Anschaffungswerte die Restwerte neu berechnet und entsprechend in der Konzernrechnung angepasst.

**Flüssige Mittel** enthalten Festgelder und Geldmarktforderungen mit einer Laufzeit unter 90 Tagen.

**Wertschriften** Die Wertschriften umfassen marktgängige Titel; diese werden zum Kurswert vom 31. Dezember bilanziert.

**Forderungen** Erkennbare und eingetretene Verluste werden im Jahr ihres Eintretens der Erfolgsrechnung belastet. Die Wertberichtigung für die nicht erkennbaren Risiken beträgt 1 Prozent des Forderungsbestandes. Die Gesamtsumme der Wertberichtigung ist im Anhang ausgewiesen.

**Vorräte** Die Bewertung der Vorräte erfolgt nach der Fifo-Methode zu Herstellkosten. Bei Vorräten mit sehr langer Reifedauer erfolgt die Bewertung zu gleitenden Durchschnittswerten der Beschaffung. Den Wertminderungen gegenüber dem Einstandswert wurde Rechnung getragen. Risiken aus der Lagerhaltung sind, soweit erkennbar, berücksichtigt.

**Aktive latente Steuern** resultieren aus Verlustvorträgen bei Erstkonsolidierung. Wir stufen diese als werthaltig ein.

**Sonstige Finanzanlagen** Die sonstigen Finanzanlagen enthalten nicht kotierte Wertschriften. Diese werden zum Anschaffungswert oder zum tieferen Verkehrswert bilanziert.

**Anlagevermögen** Die 2010 nicht konsolidierten Beteiligungen gehen aus der Beteiligungsübersicht auf Seite 66 hervor.

Die Bewertung der Sachanlagen erfolgte zu Anschaffungswerten abzüglich der betriebswirtschaftlich notwendigen Abschreibungen und dauerhaften Wertminderungen. Die Abschreibungen wurden linear entsprechend der Nutzungsdauer vorgenommen. Die Bewertungskorrekturen entstehen aus der Fremdwährungsumrechnung. Anlagen im Leasing wurden im Rahmen der Konsolidierung aktiviert und über die reguläre Nutzungsdauer abgeschrieben. Die entsprechenden Passiven sind in der Rubrik Finanzverbindlichkeiten aufgeführt.

**Nutzungsdauer Anlagevermögen:**

Produktions- und Verwaltungsgebäude	30-40 Jahre
Maschinen und Anlagen	8-10 Jahre
Installationen	10-15 Jahre
Fahrzeuge	5-7 Jahre
Mobiliar	5-10 Jahre
Informatik Hardware	4 Jahre
Software	4 Jahre
Markenrechte	8 Jahre
Goodwill	5-8 Jahre

Das immaterielle Anlagevermögen enthält nebst Software erworbene Markenrechte sowie Goodwill. 2010 trat im Rahmen der Minderheitsanteile bei Sanchez Alcaraz negativer Goodwill von CHF 1,5 Millionen auf. Diesen haben wir im übrigen Betriebsaufwand andere Einmalkosten gegenübergestellt. Aus der Erstkonsolidierung von Marco Polo trat ein Goodwill von insgesamt CHF 12,7 Millionen in Erscheinung. Die Werthaltigkeitsüberprüfungen ergaben auf dem Goodwill bei Abraham eine zusätzliche Abschreibung von CHF 17,2 Millionen und eine Anpassung infolge Restkaufpreisminderung von CHF 5,5 Millionen. Die Sonderabschreibung auf Goodwill wurde nötig, weil der Zerfall der Bruttogewinn-Marge bei Abraham, und damit das Nettoergebnis, vom Management als nachhaltig eingeschätzt wird. Weiteren Berichtigungsbedarf hatte die Überprüfung keinen ergeben.

**Rückstellungen/Vorsorgeverpflichtungen** Abgrenzungen und Rückstellungen wurden nach objektiven sowie betriebswirtschaftlichen Grundsätzen gebildet und bewertet; den Risiken wurde ausreichend Rechnung getragen. Die latenten Steuern sind nach der «Liability Methode» auf sämtlichen Differenzen zwischen den FER-Werten und den steuerlich massgebenden Buchwerten zum durchschnittlichen für unsere Unternehmensgruppe massgebenden

Steuersatz von 23,5 Prozent für die Schweiz, 27 Prozent für Deutschland und Frankreich und 25 Prozent für die übrigen Länder zurückgestellt.

Die Mitarbeiter von Bell Schweiz sind der CPV/CAP Pensionskasse Coop angeschlossen. Die CPV/CAP weist per Ende 2010 einen Deckungsgrad nach Art. 44 BVV2 von 100,1 Prozent aus. Weitere Verpflichtungen für das Personal sind nur soweit bilanziert, als diese nicht über die CPV/CAP getragen werden.

Die Personalvorsorgestiftung der Bell AG befindet sich in Liquidation. Das freie Stiftungskapital ist in den Finanzanlagen erfasst.

**Eigenkapital** Die Kapitalveränderungen aus Umrechnung werden seit 2008 als separate Unterposition des Eigenkapitales ausgewiesen. Transaktionsergebnisse und Dividenden auf eigene Aktien wurden direkt den Gewinnreserven zugeordnet.

**Mitarbeiterbeteiligung** Sämtliche Mitarbeiter der Bell-Gruppe können ab dem dritten Dienstjahr pro Kalenderjahr fünf (Verwaltungsrat, Geschäftsleitung und Mitglieder des Kaders zehn) Aktien der Bell Holding AG zum Preis von 80 Prozent des dem Bezug vorangegangenen Kalendermonats beziehen. Dazu kann für die Geschäftsleitung und die Mitglieder des Oberen Kaders die Erfolgsbeteiligung zur Hälfte in Titeln der Bell Holding AG ausgerichtet werden. Die innerhalb dieses Mitarbeiterbeteiligungsprogramms abgegebenen Titel unterliegen einem vierjährigen Veräusserungsverbot. Im Rahmen dieses Programms wurden im Jahr 2010 insgesamt 632 Aktien an Mitarbeiter abgegeben (Vorjahr 717) und 8 zurückgenommen (Vorjahr 6).

**Rabatte, Rückvergütungen und Skonti** werden der entsprechenden Anlageklasse direkt in Abzug gebracht und der Einstandswert entsprechend reduziert.

**Anzahlungen** an Lieferanten werden der entsprechenden Anlageklasse zugeordnet.

**Ereignisse nach dem Bilanzstichtag** Am 20. Januar 2011 konnten wir die Zusammenarbeit im Bereich Frisch-Convenience mit der Hilcona AG bekannt geben. Bell wird den Geschäftsbereich Convenience in die Hilcona AG einbringen und im Gegenzug vorerst 49 Prozent und in 4 Jahren weitere 2 Prozent des Kapitals der Hilcona AG übernehmen. Bell Convenience wird ab 1. Januar 2011 in die Bell Convenience AG überführt und dekonsolidiert. Bis zur Mehrheitsübernahme 2015 an Hilcona wird die Beteiligung an diesem Unternehmen «at equity» konsolidiert werden. Bei Redaktionsschluss steht das Geschäft unter Vorbehalt der zuständigen Behörden.

## Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF	2010	Anteil	2009
<b>1. Flüssige Mittel</b>			
Kassen	1 047	3.1%	1 221
Postguthaben	587	1.7%	202
Bankguthaben auf Sicht	31 306	93.0%	25 546
Festgelder und Geldmarktforderungen	734	2.2%	54 426
<b>Flüssige Mittel</b>	<b>33 674</b>	<b>100.0%</b>	<b>81 395</b>
<b>Flüssige Mittel nach Währungen</b>			
CHF	7 705	22.9%	62 108
EUR	19 888	59.1%	11 358
Übrige Währungen	6 080	18.1%	7 929
<b>Flüssige Mittel</b>	<b>33 674</b>	<b>100.0%</b>	<b>81 395</b>
<b>2. Wertschriften</b>			
Aktien und ähnliche Anlagen	4 513	100.0%	2 536
Obligationen und ähnliche Anlagen	-	-	4 514
<b>Wertschriften</b>	<b>4 513</b>	<b>100.0%</b>	<b>7 050</b>
<b>3. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen</b>			
In den Forderungen saldierte Wertberichtigungen	-1 758		-1 633
<b>4. Forderungen Nahestehende</b>			
Gesellschaften der Coop-Gruppe	73 692	79.1%	77 985
Übrige Nahestehende	19 429	20.9%	17 900
<b>Forderungen Nahestehende</b>	<b>93 121</b>	<b>100.0%</b>	<b>95 885</b>
<b>5. Vorräte</b>			
Rohmaterialien und Fabrikate	145 676	95.6%	160 487
Hilfsmaterialien und Handelsware	15 652	10.3%	12 479
Wertberichtigungen aufgrund Wertbeeinträchtigungen	-8 927	-5.9%	-6 172
<b>Vorräte</b>	<b>152 401</b>	<b>100.0%</b>	<b>166 794</b>
<b>6. Verbindlichkeiten Nahestehende</b>			
Verbindlichkeiten Coop	13 701	92.4%	9 203
Verbindlichkeiten übrige Nahestehende	1 121	7.6%	1 810
<b>Verbindlichkeiten Nahestehende</b>	<b>14 822</b>	<b>100.0%</b>	<b>11 012</b>

## Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF	2010	Anteil	2009
<b>7. Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten</b>			
Aktionäre	10	0.0%	10
Mehrwertsteuer	6 904	14.0%	1 551
Kapital- und Ertragssteuern	21 837	44.2%	25 875
Andere Steuern	1 428	2.9%	1 732
Diverse Dritte	19 225	38.9%	12 545
<b>Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>49 403</b>	<b>100.0%</b>	<b>41 714</b>
<b>8. Rechnungsabgrenzung</b>			
Diverse transitorische Passiven	40 572	69.5%	52 320
Abgrenzungen Personal und Sozialwerke	17 837	30.5%	18 517
<b>Rechnungsabgrenzung</b>	<b>58 409</b>	<b>100.0%</b>	<b>70 837</b>
<b>9. Finanzverbindlichkeiten</b>			
Kurzfristige Bankdarlehen und Kredite	107 052	46.9%	105 045
Kurzfristige Darlehen von Nahestehenden	277	0.1%	-
Kontokorrente mit Dritten	-	-	5 202
<b>Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>107 329</b>	<b>47.0%</b>	<b>110 246</b>
Langfristige Bankdarlehen und Kredite	109 134	47.8%	273 549
Langfristige Darlehen von Nahestehenden	12 000	5.3%	-
<b>Langfristige Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>121 134</b>	<b>53.0%</b>	<b>273 549</b>
<b>Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>228 462</b>	<b>100.0%</b>	<b>383 795</b>
<b>Fälligkeitsstruktur Finanzverbindlichkeiten</b>			
Fällig innert 360 Tagen	107 329	47.0%	110 246
Fällig innert zwei Jahren	33 733	14.8%	39 346
Fällig innert drei und mehr Jahren	87 400	38.3%	234 203
<b>Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>228 462</b>	<b>100.0%</b>	<b>383 795</b>
<b>Finanzverbindlichkeiten nach Währungen</b>			
CHF	121 258	53.1%	234 229
EUR	107 054	46.9%	149 364
Übrige Währungen	150	0.1%	202
<b>Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>228 462</b>	<b>100.0%</b>	<b>383 795</b>

### 10. Erwerb von Gesellschaften

	Marco Polo N.V. 01.01.2010
Liquide Mittel	2 391
Forderungen	16 022
Vorräte	1 898
Sachanlagen	4 340
Verbindlichkeiten	13 722
Finanzverbindlichkeiten	8 846

## Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF	Vorzeitige Alters- pensionierung	Dienstalters- geschenke	Ferien- und Überzeit- guthaben	Latente Steuern	Sonstige	Restruk- turierung	Gesamt
<b>11. Rückstellungen</b>							
<b>Rückstellungen am 01.01.2010</b>	<b>21 147</b>	<b>3 195</b>	<b>5 222</b>	<b>39 442</b>	<b>8 274</b>	<b>300</b>	<b>77 580</b>
Änderung im Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-	-	-
Umgliederung in passive Abgrenzungen	-	-	-	-	-	-	-
Umgliederung	397	-397	-134	-	134	-	-
Bildung	2 227	1 398	3 708	9 344	77	1 364	18 118
Auflösung	-1 104	-1 169	-4 012	-4 137	-2 518	-300	-13 240
Währungseinflüsse	-741	-	-76	-576	-898	-	-2 291
<b>Rückstellungen am 31.12.2010</b>	<b>21 926</b>	<b>3 027</b>	<b>4 708</b>	<b>44 073</b>	<b>5 069</b>	<b>1 364</b>	<b>80 167</b>
Langfristig 2010	19 522	1 958	-	44 073	4 259	-	69 811
Kurzfristig 2010	2 404	1 070	4 708	-	810	1 364	10 356
Rückstellungen am 01.01.2009	15 462	2 911	9 061	36 865	29 026	1 010	94 335
Änderung im Konsolidierungskreis	3 950	-	507	2 287	-739	-	6 005
Umgliederung in passive Abgrenzungen	-	-	-	-	-21 676	-	-21 676
Umgliederung	-	-	-834	-	834	-	-
Bildung	2 097	1 042	1 112	835	1 911	-	6 997
Auflösung	-348	-758	-4 595	-531	-993	-710	-7 935
Währungseinflüsse	-14	-	-29	-14	-89	-	-146
Rückstellungen am 31.12.2009	21 147	3 195	5 222	39 442	8 274	300	77 580
Langfristig 2009	19 702	2 073	-	39 442	6 801	-	68 018
Kurzfristig 2009	1 445	1 122	5 222	-	1 473	300	9 562

## Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF	Nicht konsolidierte Beteiligungen	Darlehen an Nahestende *	Darlehen an Dritte	Freies Stiftungsvermögen	Aktive latente Steuern	Sonstige Finanzanlagen	Gesamt
<b>12. Finanzanlagen</b>							
<b>Nettobuchwert am 01.01.2010</b>	<b>40 851</b>	<b>2 628</b>	<b>667</b>	<b>6 037</b>	<b>6 690</b>	<b>228</b>	<b>57 101</b>
Anschaffungswert bis 01.01.2010	40 851	2 628	667	6 037	6 690	228	57 101
Änderung im Konsolidierungskreis	-13 707	-	-	-	-	-	-13 707
Investitionen	-	-	-	-	-	-	-
Devestitionen	-53	-1 495	-218	-1 006	-	-	-2 771
Neubewertungen	576	-	-	89	-568	-	97
Umgruppierungen	537	-537	-	-	-	-	-
Währungseinflüsse	-566	14	-	-	-1 015	-	-1 567
<b>Nettobuchwert am 31.12.2010</b>	<b>27 639</b>	<b>610</b>	<b>449</b>	<b>5 119</b>	<b>5 106</b>	<b>228</b>	<b>39 152</b>
Nettobuchwert am 01.01.2009	114 961	3 300	1 417	5 725	2 347	728	128 478
Anschaffungswert bis 01.01.2009	114 961	3 300	1 417	5 725	2 347	728	128 478
Änderung im Konsolidierungskreis	-89 826	-	-579	-	5 238	-55	-85 222
Investitionen	14 000	428	-	-	-	129	14 558
Devestitionen	-	-1 100	-158	-375	-	-584	-2 217
Neubewertungen	2 019	-	-	687	-811	-	1 895
Währungseinflüsse	-303	-	-13	-	-84	9	-391
Nettobuchwert am 31.12.2009	40 851	2 628	667	6 037	6 690	227	57 101

\* Es bestehen keine Darlehen für die Organe der Gesellschaft.

## Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF	Software	Marken- rechte	Andere Rechte	Goodwill	Gesamt
<b>13. Immaterielle Anlagen</b>					
<b>Nettobuchwert am 01.01.2010</b>	<b>6 148</b>	<b>10 266</b>	<b>973</b>	<b>97 130</b>	<b>114 518</b>
Anschaffungswert bis 01.01.2010	26 776	12 228	1 492	143 000	<b>183 497</b>
Änderung im Konsolidierungskreis	-10	-	-1	12 465	<b>12 454</b>
Investitionen	7 215	-	33	233	<b>7 481</b>
Devestitionen	-2 740	-	-	-	<b>-2 740</b>
Anpassung Verkaufspreis	-	-	-	-5 480	<b>-5 480</b>
Umgruppierung	883	-	42	-	<b>925</b>
Währungseinflüsse	-959	-1 935	-242	-19 931	<b>-23 067</b>
Anschaffungswert am 31.12.2010	31 166	10 293	1 324	130 287	<b>173 071</b>
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2010	20 628	1 962	519	45 870	<b>68 979</b>
Änderung im Konsolidierungskreis	-17	-	-1	255	<b>237</b>
Planmässige Abschreibungen	3 389	1 370	30	15 283	<b>20 072</b>
Ausserplanmässige Abschreibungen	-	-	-	17 166	<b>17 166</b>
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	-2 687	-	-	-	<b>-2 687</b>
Umgruppierung	-42	-	42	-	<b>-</b>
Währungseinflüsse	-552	-430	-87	-5 931	<b>-7 000</b>
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2010	20 719	2 902	502	72 644	<b>96 767</b>
<b>Nettobuchwert am 31.12.2010</b>	<b>10 447</b>	<b>7 391</b>	<b>822</b>	<b>57 644</b>	<b>76 303</b>
Nettobuchwert am 01.01.2009	5 541	11 790	878	68 361	86 570
Anschaffungswert bis 01.01.2009	21 846	11 920	1 322	98 180	133 268
Änderung im Konsolidierungskreis	2 359	348	96	45 061	47 864
Investitionen	3 195	-	89	-	3 284
Devestitionen	-1 182	-	-9	-	-1 191
Umgruppierung	569	-	-	-	569
Währungseinflüsse	-11	-40	-5	-240	-297
Anschaffungswert am 31.12.2009	26 776	12 228	1 492	143 000	183 497
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2009	16 305	130	444	29 819	46 698
Änderung im Konsolidierungskreis	1 885	348	52	1 527	3 813
Planmässige Abschreibungen *	3 572	1 509	32	14 773	19 886
Ausserplanmässige Abschreibungen	-	-	-	-	-
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	-1 114	-	-7	-	-1 121
Umgruppierung	-	-	-	-	-
Währungseinflüsse	-20	-25	-3	-250	-297
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2009	20 628	1 962	519	45 870	68 979
Nettobuchwert am 31.12.2009	6 148	10 266	973	97 130	114 518

\* In der Erfolgsrechnung ist die Abschreibung Goodwill mit dem Sonderertrag aus negativem Goodwill verrechnet ausgewiesen.

## Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF

	Bebaute Grundstücke	Betriebliche Gebäude	Bauten in Fremdliegenschaften	Gebäude im Bau	Gesamt
<b>14. Grundstücke und Gebäude</b>					
<b>Nettobuchwert am 01.01.2010</b>	<b>50 333</b>	<b>300 227</b>	<b>930</b>	<b>4 376</b>	<b>355 866</b>
Anschaffungswert bis 01.01.2010	50 428	587 159	2 468	4 376	<b>644 431</b>
Änderung im Konsolidierungskreis	780	3 595	37	-	<b>4 412</b>
Investitionen	-	9 037	-	2 092	<b>11 129</b>
Devestitionen	-215	-14 901	-	-22	<b>-15 139</b>
Umgruppierung	-	1 363	-	-2 198	<b>-835</b>
Währungseinflüsse	-2 644	-32 213	-49	-308	<b>-35 214</b>
Anschaffungswert am 31.12.2010	48 348	554 039	2 456	3 940	<b>608 784</b>
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2010	95	286 932	1 538	-	<b>288 564</b>
Änderung im Konsolidierungskreis	-	247	3	-	<b>251</b>
Planmässige Abschreibungen	-	21 350	175	-	<b>21 525</b>
Ausserplanmässige Abschreibungen	-	1 010	-	-	<b>1 010</b>
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	-	-15 030	-	-	<b>-15 030</b>
Umgruppierung	-	-844	-	-	<b>-844</b>
Währungseinflüsse	-15	-12 248	-40	-	<b>-12 303</b>
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2010	80	281 418	1 676	-	<b>283 173</b>
<b>Nettobuchwert am 31.12.2010</b>	<b>48 268</b>	<b>272 621</b>	<b>781</b>	<b>3 940</b>	<b>325 610</b>
<b>Nettobuchwert am 01.01.2009</b>	<b>40 048</b>	<b>282 540</b>	<b>1 223</b>	<b>10 512</b>	<b>334 323</b>
Anschaffungswert bis 01.01.2009	40 199	527 346	2 821	10 512	580 878
Änderung im Konsolidierungskreis	10 942	52 470	2	21	63 436
Investitionen	23	3 213	26	3 708	6 969
Devestitionen	-70	-752	-374	-127	-1 322
Umgruppierung	-639	5 646	-	-9 710	-4 703
Währungseinflüsse	-26	-765	-6	-29	-826
Anschaffungswert am 31.12.2009	50 428	587 159	2 468	4 376	644 431
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2009	150	244 806	1 598	-	246 554
Änderung im Konsolidierungskreis	-	17 856	-	-	17 856
Planmässige Abschreibungen	-55	21 410	276	-	21 631
Ausserplanmässige Abschreibungen	-	3 489	-	-	3 489
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	-	143	-259	-	-116
Umgruppierung	-	-	-	-	-
Währungseinflüsse	-	-772	-77	-	-849
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2009	95	286 932	1 538	-	288 564
<b>Nettobuchwert am 31.12.2009</b>	<b>50 333</b>	<b>300 227</b>	<b>930</b>	<b>4 376</b>	<b>355 866</b>

In «Grundstücke und Gebäude» sind aktivierte Leasings im Buchwert von TCHF 6 741 (Vorjahr TCHF 7 172) enthalten.

## Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF	Maschinen und masch. Anlagen	Installa- tionen	Informatik Hardware	Mobiliar und Fahrzeuge	Anzah- lungen	Gesamt
<b>15. Technische Anlagen und Einrichtungen</b>						
<b>Nettobuchwert am 01.01.2010</b>	<b>127 565</b>	<b>76 627</b>	<b>6 904</b>	<b>26 376</b>	<b>4 600</b>	<b>242 072</b>
Anschaffungswert bis 01.01.2010	388 453	175 484	30 495	96 373	4 600	695 405
Änderung im Konsolidierungskreis	-374	-	38	120	-	-217
Investitionen	20 614	10 331	3 039	5 426	11 346	50 756
Devestitionen	-8 411	-1 973	-2 644	-6 844	-	-19 873
Umgruppierung	1 933	1 260	273	837	-4 393	-90
Währungseinflüsse	-25 947	-1 419	-202	-6 736	-718	-35 023
Anschaffungswert am 31.12.2010	376 268	183 682	30 999	89 175	10 835	690 959
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2010	260 888	98 857	23 592	69 997	-	453 333
Änderung im Konsolidierungskreis	-438	-	15	34	-	-390
Planmässige Abschreibungen	26 677	13 075	3 232	8 529	-	51 513
Ausserplanmässige Abschreibungen	-	172	-	-	-	172
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	-8 197	-1 972	-2 644	-6 561	-	-19 374
Umgruppierung	-	844	25	-24	-	844
Währungseinflüsse	-19 768	-798	-122	-5 334	-	-26 023
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2010	259 160	110 178	24 097	66 639	-	460 075
<b>Nettobuchwert am 31.12.2010</b>	<b>117 108</b>	<b>73 504</b>	<b>6 902</b>	<b>22 536</b>	<b>10 835</b>	<b>230 885</b>
Nettobuchwert am 01.01.2009	107 950	84 797	6 112	22 967	3 628	225 454
Anschaffungswert bis 01.01.2009	314 576	179 652	33 798	74 778	3 628	606 433
Änderung im Konsolidierungskreis	68 445	-8 843	87	12 183	419	72 290
Investitionen	26 086	9 503	3 443	7 135	4 657	50 824
Devestitionen	-15 598	-6 286	-7 047	-7 341	-1 021	-37 294
Umgruppierung	-4 346	1 513	217	9 837	-3 070	4 150
Währungseinflüsse	-710	-55	-2	-219	-12	-998
Anschaffungswert am 31.12.2009	388 453	175 484	30 495	96 373	4 600	695 405
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2009	206 626	94 856	27 686	51 812	-	380 980
Änderung im Konsolidierungskreis	50 368	-3 954	-18	7 876	-	54 272
Planmässige Abschreibungen	27 413	13 568	2 972	9 903	-	53 856
Ausserplanmässige Abschreibungen	-	928	-	-	-	928
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	-15 397	-6 285	-7 044	-7 104	-	-35 830
Umgruppierung	-7 488	-214	-1	7 702	-	-
Währungseinflüsse	-634	-42	-5	-192	-	-873
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2009	260 888	98 857	23 592	69 997	-	453 333
Nettobuchwert am 31.12.2009	127 565	76 627	6 904	26 376	4 600	242 072

In «Technische Anlagen und Einrichtungen» sind aktivierte Leasings im Buchwert von TCHF 2 599 (Vorjahr TCHF 3 540) enthalten.

## Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	2010	Veränderung	2009
<b>16. Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen</b>			
<b>Nach Produktgruppen</b>			
Frischfleisch	809 552	4.4%	775 373
Charcuterie Eigenproduktion	364 284	-3.4%	377 083
Charcuterie Handelswaren	80 791	5.3%	76 732
Geflügel	334 583	-1.5%	339 617
Spezialfleisch (Wild, Kaninchen u.a.)	19 588	10.2%	17 771
Seafood	103 809	19.9%	86 551
Convenience	84 085	3.2%	81 478
Übriger Umsatz	11 081	-54.9%	24 565
<b>Produktgruppen Schweiz</b>	<b>1 807 773</b>	1.6%	1 779 170
Charcuterie	742 012	3.0%	720 696
Übriger Umsatz	67 789	-30.7%	97 846
<b>Produktgruppen International</b>	<b>809 801</b>	-1.1%	818 542
<b>Erlöse aus Warenverkäufen nach Produktgruppen</b>	<b>2 617 574</b>	0.8%	2 597 712
<b>Nach Absatzkanälen</b>			
Umsatz mit Coop	1 182 242	3.1%	1 146 965
Umsatz mit übrigen nahestehenden Unternehmen	181 536	-2.4%	185 916
Umsatz mit sonstigen Grossabnehmern	434 960	0.9%	430 897
Umsatz mit Endverbrauchern	9 035	-41.3%	15 392
<b>Absatzkanäle Schweiz</b>	<b>1 807 773</b>	1.6%	1 779 170
Umsatz mit sonstigen Grossabnehmern	742 012	3.0%	720 696
Umsatz mit Endverbrauchern	67 789	-30.7%	97 846
<b>Absatzkanäle International</b>	<b>809 801</b>	-1.1%	818 542
<b>Erlöse aus Warenverkäufen nach Absatzkanälen</b>	<b>2 617 574</b>	0.8%	2 597 712
<b>Geographische Umsatzverteilung *</b>			
Schweiz	1 807 773		1 779 170
Deutschland	449 771		489 458
Frankreich	100 209		130 131
Übriges Westeuropa	110 903		20 272
Osteuropa	148 917		178 681
<b>Erlöse aus Warenverkäufen nach Ländern</b>	<b>2 617 574</b>	0.8%	2 597 712
* Umsatzstruktur nach Herstellungsort			
Sonstiger Erlös mit Coop	1 712	-11.9%	1 943
Sonstiger Erlös mit übrigen nahestehenden Unternehmen	124	-3.2%	128
Sonstiger Erlös mit Dritten	38 672	44.4%	26 780
<b>Andere betriebliche Erträge Schweiz</b>	<b>40 508</b>	40.4%	28 851
<b>Andere betriebliche Erträge International</b>	<b>10 847</b>		3 474
<b>Andere betriebliche Erträge</b>	<b>51 355</b>	58.9%	32 325
Erlösminderungen mit Coop	31 101	25.0%	24 888
Sonstige Erlösminderungen	9 079	12.9%	8 043
<b>Erlösminderungen Schweiz</b>	<b>40 180</b>	22.0%	32 931
<b>Erlösminderungen International</b>	<b>44 472</b>		49 228
<b>Erlösminderungen</b>	<b>84 652</b>	3.0%	82 159

Mit Coop besteht seit 1. Januar 2001 ein Liefer- und Abnahmevertrag mit einer Laufzeit von zehn Jahren. Dieser wurde 2010 um weitere fünf Jahre verlängert. Die Belieferung von Coop erfolgt zu marktüblichen Bedingungen unter Berücksichtigung der Abnahmeverolumen. Die Erlösminderungen beinhalten Mengen- und Umsatzboni, welche auf Jahresbasis mit einem Businessplan im Voraus vereinbart werden.

## Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	2010	Veränderung	2009
<b>17. Personalaufwand</b>			
Löhne und Gehälter	270 963	-5.2%	285 959
Sozialleistungen	64 219	17.6%	54 609
Übrige Personalkosten	15 470	-8.0%	16 815
Fremdlöhne	55 019	0.3%	54 831
<b>Personalaufwand</b>	<b>405 671</b>	<b>-1.6%</b>	<b>412 215</b>

In den Sozialleistungen sind Leistungen an die CPV/CAP Pensionskasse Coop und anderen Vorsorgeeinrichtungen von TCHF 19 333 (Vorjahr TCHF 21 120) enthalten.

Entschädigungen an Verwaltungsrat und Mitglieder der Gruppenleitung	Aktienbesitz per 31.12. Stück		Bar-Entschädigung fix	Aktienbezug Stück TCHF		Gesamt TCHF
	2010	2009		2010	2009	
<b>Verwaltungsrat</b>						
Hansueli Loosli, VR-Präsident *	2010	17	90	4	7	97
	2009	3	62	3	5	67
Hans Peter Schwarz, Vizepräsident *	2010	104	70	4	7	77
	2009	90	71	4	6	77
Jörg Ackermann, Mitglied *	2010	55	60	4	7	67
	2009	44	62	4	6	68
Irene Kaufmann-Brändli, Mitglied *	2010	17	60	4	7	67
	2009	3	42	3	5	47
Werner Marti, Mitglied	2010	8	60	4	7	67
	2009	4	42	4	6	48
Joachim Zentes, Mitglied	2010	92	60	4	7	67
	2009	88	66	1	1	67
2 ausgetretene Mitglieder per 04/2009	2009	-	27	2	3	30
<b>Verwaltungsrat gesamt</b>	<b>2010</b>	<b>293</b>	<b>400</b>	<b>24</b>	<b>41</b>	<b>441</b>
	2009	232	372	21	32	404

\* Bar-Entschädigung wird an Mandatsgeber Coop weitergeleitet.

Gruppenleitung *	Bar-Entschädigung fix variabel		Aktienbezug Stück TCHF		Sachleistungen und Beiträge für berufliche Vorsorge	Gesamt TCHF
	2010	2009	2010	2009	2010	2009
Adolphe R. Fritschi, Vorsitzender der Gruppenleitung; Rücktritt 30.11.2010 **	2010	584	49	32	46	1 106
	2009	521	52	36	46	795
Martin Gysin, Stv. Vorsitzender der Gruppenleitung; Leiter Finanzen/Services	2010	393	46	31	46	533
	2009	391	39	30	40	579
Thorid Klantschitsch, Leiterin Bell Schweiz	2010	354	37	27	41	512
	2009	81	7	4	5	100
Übrige Geschäftsleitung gesamt	2009	1 134	115	75	94	1 644

\* Oberste Leitungsebene ab 2010 Gruppenleitung (vorher Geschäftsleitung) \*\* inklusive Austrittsleistungen

Aktienbesitz am 31.12. (Stück)	2010	2009
Adolphe R. Fritschi	202	154
Martin Gysin	133	93
Thorid Klantschitsch	9	4
Übrige Mitarbeiter	2 126	2 456

## Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in Tausend CHF

### Personalvorsorge

		Über-/ Unterdeckung	Wirtschaftlicher Nutzen/ Verpflichtung	Veränderung zum Vorjahr	Arbeitgeber- beiträge	Vorsorge- aufwand
<b>Wirtschaftliche Auswirkungen</b>						
Patronale Fürsorgestiftung	2010	5 120	5 120	-917	-	-917
	2009	6 037	6 037	312	-	312
CPV/CAP Pensionskasse Coop *	2010	-	-	-	19 333	19 333
	2009	-	-	-	21 120	21 120
<b>Gesamt</b>	<b>2010</b>	<b>5 120</b>	<b>5 120</b>	<b>-917</b>	<b>19 333</b>	<b>18 416</b>
	2009	6 037	6 037	312	21 120	21 432

\* Der Deckungsgrad beträgt per 31. Dezember 2010 100,1 Prozent.

	2010	Veränderung	2009
<b>18. Mieten</b>			
Gebäudemieten	11 484	16.1%	9 895
Maschinen- und Mobiliarmieten	8 753	-14.9%	10 280
Fremdeinlagerung	4 370	-24.8%	5 810
<b>Mieten</b>	<b>24 607</b>	<b>-5.3%</b>	<b>25 985</b>

### 19. Energie, Betriebs- und Hilfsmaterial

Strom	23 298	-6.8%	24 998
Wasser	5 331	-4.8%	5 601
Treibstoffe/Betriebsmittel	1 805	-8.8%	1 979
Sonstige Energie	6 099	1.0%	6 037
Betriebs- und Hilfsmaterial	12 742	8.0%	11 802
<b>Energie, Betriebs- und Hilfsmaterial</b>	<b>49 275</b>	<b>-2.3%</b>	<b>50 416</b>

### 20. Sonstiger Betriebsaufwand

Verwaltungsaufwand	17 396	5.7%	16 461
Sachversicherungen und Abgaben	8 642	27.7%	6 769
Kapitalsteuern und sonstige betriebliche Steuern	1 976	-33.0%	2 948
Übriger Aufwand	7 087	-23.0%	9 207
<b>Sonstiger Betriebsaufwand</b>	<b>35 101</b>	<b>-0.8%</b>	<b>35 385</b>

In den Betriebsaufwendungen enthalten:

### 21. Aufwendungen mit Nahestehenden

Gebäudemieten	4 497	-1.1%	4 549
Maschinen- und Mobiliarmieten	5 354	-13.4%	6 182
Reparaturen und Unterhalt	861	59.4%	540
Energie- und Betriebsmaterial	2 319	3.3%	2 246
Werbung	4 272	26.1%	3 388
Sonstiger Betriebsaufwand	767	-28.5%	1 072
<b>Aufwendungen mit Nahestehenden</b>	<b>18 070</b>	<b>0.5%</b>	<b>17 977</b>

## Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	2010	2009
<b>22. Finanzrechnung</b>		
Festgeld- und übrige Zinsen	634	954
Zinsen von nahestehenden Unternehmen	341	443
Gewinne aus Fremdwährungstransaktionen	7 964	4 071
Realisierte und nicht realisierte Gewinne auf Wertschriften	1 207	2 293
Beteiligungserfolg	912	2 213
<b>Finanzertrag</b>	<b>11 058</b>	9 974
Zinsen an nahestehende Unternehmen	314	300
Übrige Kapitalzinsen	10 186	11 417
Bankspesen und Kommissionen	915	860
Verluste aus Abschreibung Beteiligungen	-	4 028
Verluste aus Fremdwährungstransaktionen	1 602	3 345
Realisierte und nicht realisierte Verluste auf Wertschriften	127	1 045
<b>Finanzaufwand</b>	<b>13 144</b>	20 995
<b>Finanzrechnung</b>	<b>-2 086</b>	-11 021
Durchschnittliche Kosten des verzinsbaren Fremdkapitals	3.73%	3.68%

Die Zinssätze der Bankkredite variieren zwischen 1,32 Prozent und 1,43 Prozent in CHF und zwischen 1,82 Prozent und 4,94 Prozent in Fremdwährungen (EUR).

## Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	2010	Veränderung	2009
<b>23. Steuern</b>			
Bezahlte Steuern und Veränderung der geschuldeten Steuern	27 876		27 529
Erfolgswirksame Veränderung der latenten Steuern	5 207		304
<b>Steuern</b>	<b>33 083</b>	18.9%	27 833
Gruppenergebnis	66 067		56 192
Steuerlich nicht absetzbarer Aufwand	29 706		16 282
darin enthaltener Steueraufwand	33 083		27 833
Ergebnis vor Steuern	128 856		100 308
Zum durchschnittlich massgebenden Steuersatz entfallende Ertragssteuern auf das Ergebnis vor Steuern	29 638		24 575
Einfluss unterschiedlicher Steuersätze und Steuerhoheiten	-901		2 367
Einfluss nicht Aktivierung latenter Steuer	4 437		-
Periodenfremde und sonstige Steuern	-92		891
<b>Steuern (wie ausgewiesen)</b>	<b>33 083</b>		27 833

### 24. Einmal- und periodenfremde Aufwendungen (+) und Erträge (-)

In den Positionen der ordentlichen Rechnung enthaltene einmalige oder periodenfremde Aufwendungen oder Erträge:

Warenkosten	Versicherungsleistung für Warenschäden aus Brandfall Frigo	-6 648	
Sonstige Kosten	Auflösung Rückstellung für Bodensanierung	-1 500	
	Anteil Versicherungsleistung für Sachanlagen aus Brandfall Frigo	-1 182	
	Sonderertrag aus Minderheitenübernahme	-1 584	
	Anpassung Pensionsverpflichtungen Bell Deutschland	994	
	Schlussungskosten Russland	822	
Abschreibungen Sachanlagen	Sonderabschreibungen Vorjahr		4 417
	Sonderabschreibung Brandfall Frigo	1 182	
Immaterielle Anlagen	Sonderertrag aus negativem Goodwill		-5 387
	Elimination Restgoodwill Belgien	421	
	Sonderabschreibung Goodwill Abraham	17 166	
Finanzaufwand	Aufwand aus Abgang Beteiligung		4 028
Finanzertrag	Währungsgewinn auf Eurodarlehen	-6 643	
Steuern	Anpassung aktive latente Steuern		891
	Anteil Steuer aus Versicherungsleistung für Warenschäden aus Brandfall Frigo	1 529	

## Ergänzende Angaben

in Tausend CHF	2010	2009
Gesamtbetrag der Bürgschaften, Garantien, Pfandbestellungen zu Gunsten Dritter	18 614	19 889
Gesamtbetrag der verpfändeten Aktiven zu handelsrechtlichen Buchwerten	22 750	26 371
Nichtbilanzierte Leasingverpflichtungen	2 966	8 854
davon fällig im laufenden Geschäftsjahr	1 079	4 134
Derivative Finanzinstrumente Devisen		
Kontraktwert	-	-
Wiederbeschaffungswert positiv	-	-
Derivative Finanzinstrumente Zinsen		
Kontraktwert	140 628	181 230
Wiederbeschaffungswert negativ	4 357	1 385
Übrige derivative Finanzinstrumente (Beteiligungstitel)	1 875	8 168
Brandversicherungswert der Gebäude	711 521	771 386
Brandversicherungswert der Einrichtungen	605 212	663 660
Aufwendungen für Vorsorgeverpflichtungen	19 333	22 667
Verpflichtungen aus Verträgen gegenüber Dritten	25 025	31 151
davon fällig im laufenden Geschäftsjahr	1 867	7 641
davon fällig im Folgejahr	3 946	6 473
davon später fällig	19 212	17 037
Verpflichtungen aus Verträgen gegenüber Nahestehenden	6 742	11 240
davon fällig im laufenden Geschäftsjahr	1 349	4 497
davon fällig im Folgejahr	1 349	1 349
davon später fällig	4 044	5 394
Gesamtbetrag der bedingten Aktienkapitalerhöhung	1 000	1 000
Gesamtbetrag der genehmigten Aktienkapitalerhöhung	500	-

### Wesentliche Aktionäre

Coop Genossenschaft, Basel; 66,29 Prozent  
 Sarasin Investmentfonds AG, Basel; 4,09 Prozent  
 Keine weiteren Aktionäre mit über 3 Prozent der Aktien

### Dividendenberechtigte Aktien

Alle

### Stimmrechtsbestimmungen

Alle eingetragenen Aktionäre besitzen volles Stimmrecht.  
 Jede Aktie berechtigt zu einer Stimme.

### Angaben zur Risikobeurteilung

Die Bell-Gruppe verfügt über ein standardisiertes Risikomanagement. Im Dreijahresrhythmus wird die Risikosituation neu beurteilt. Infolge der neuen Konzernstruktur führten wir 2009 erneut eine grundlegende Neubeurteilung durch. Dabei wurden die Top-Risiken identifiziert, analysiert, bewertet und Massnahmen definiert.

Jährlich befasst sich die Geschäftsleitung mit dem Stand der Umsetzung der Massnahmen und einer Aktualisierung der Risikobeurteilung. Der Verwaltungsrat wurde anlässlich seiner Sitzung vom 25. Oktober 2010 darüber informiert. Weitere Angaben zum Risikomanagement sind im Kapitel Corporate Governance aufgeführt (Seite 71).

Im Rahmen der institutionalisierten jährlichen Bewertung der Qualität des internen Kontrollsystems auf Ebene Geschäftsprozesse erfolgt eine Beurteilung der operationellen Risiken sowie der Risiken im Zusammenhang mit der finanziellen Berichterstattung und der Einhaltung von Vorschriften. Die neuerworbenen Tochtergesellschaften von Bell verfügen über ein eigenes internes Kontrollsystem, welches weiter harmonisiert wird.

# Bericht der Revisionsstelle zur Konzernrechnung

## Bericht der Revisionsstelle an die Generalversammlung der Bell Holding AG, Basel

Als Revisionsstelle haben wir die Konzernrechnung der Bell Holding AG, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung, Eigenkapitalnachweis, Geldflussrechnung und Anhang (Seiten 44 bis 62), für das am 31. Dezember 2010 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

### Verantwortung des Verwaltungsrates

Der Verwaltungsrat ist für die Aufstellung der Konzernrechnung in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und den gesetzlichen Vorschriften verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Konzernrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Verwaltungsrat für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

### Verantwortung der Revisionsstelle

Unsere Verantwortung ist es, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die Konzernrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die Konzernrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der Konzernrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstigen Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der Konzernrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der Konzernrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prüfungshandlungen festzulegen, nicht aber um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der Konzernrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

### Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung vermittelt die Konzernrechnung für das am 31. Dezember 2010 abgeschlossene Geschäftsjahr ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und entspricht dem schweizerischen Gesetz.

### Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften

Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen an die Zulassung gemäss Revisionsaufsichtsgesetz (RAG) und die Unabhängigkeit (Art. 728 OR und Art. 11 RAG) erfüllen und keine mit unserer Unabhängigkeit nicht vereinbare Sachverhalte vorliegen.

In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und dem Schweizer Prüfungsstandard 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Verwaltungsrates ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Konzernrechnung existiert.

Wir empfehlen, die vorliegende Konzernrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG

Dr. Rodolfo Gerber  
Revisionsexperte  
Leitender Revisor

Ralph Maiocchi  
Revisionsexperte

Basel, 15. Februar 2011

## Mehrjahresübersicht

in Tausend CHF	2010	2009	2008	2007	2006
Nahestehende Unternehmen	1 363 778	1 332 881	1 292 236	1 162 587	1 074 083
Sonstige Grossabnehmer	1 176 972	1 151 593	586 867	439 462	384 940
Endverbraucher	76 824	113 238	53 696	27 869	24 266
<b>Erlöse aus Warenverkäufen</b>	<b>2 617 574</b>	2 597 712	1 932 799	1 629 918	1 483 289
<b>Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen</b>	<b>2 584 277</b>	2 547 877	1 939 635	1 636 472	1 496 290
<b>Finanzdaten</b>					
Bruttoerfolg aus Betriebstätigkeit	<b>863 923</b>	858 515	610 241	528 089	485 442
Personalaufwand	<b>405 671</b>	412 215	307 445	259 653	245 811
Abschreibungen Sachanlagen	<b>74 220</b>	79 903	55 689	57 395	54 767
Betriebserfolg vor Zinsen und Steuern (EBIT)	<b>101 236</b>	95 047	78 932	72 954	58 364
Jahresgewinn (vor Drittanteilen)	<b>66 067</b>	56 192	58 198	56 669	44 185
<b>Cashflow</b>	<b>180 193</b>	151 628	120 821	116 692	106 684
Finanzergebnis	<b>-2 086</b>	-11 021	-2 867	1 363	-1 841
Umlaufvermögen	495 436	537 731	363 010	308 478	237 585
Anlagevermögen	671 950	769 557	774 824	480 186	505 537
Gesamtvermögen	<b>1 167 386</b>	1 307 288	1 137 834	788 664	743 122
Verzinsbares Fremdkapital	<b>228 462</b>	383 795	299 073	69 523	108 622
Eigenkapital	<b>590 456</b>	594 779	538 709	522 981	478 703
<b>Margen</b>					
Bruttoerfolg in % vom Nettoerlös	<b>33.4%</b>	33.7%	31.5%	32.3%	32.4%
Cashflow in % vom Nettoerlös	<b>7.0%</b>	6.0%	6.2%	7.1%	7.1%
EBIT in % vom Nettoerlös	<b>3.9%</b>	3.7%	4.1%	4.5%	3.9%
Unternehmensgewinn in % vom Nettoerlös	<b>2.6%</b>	2.2%	3.0%	3.5%	3.0%
Finanzergebnis in % der verzinsbaren Schulden	<b>0.9%</b>	2.9%	1.0%	-2.0%	1.7%
<b>Eigenkapital in % des Vermögens</b>	<b>50.6%</b>	45.5%	47.3%	66.3%	64.4%
<b>Rendite des EK (ROE) *</b>	<b>11.1%</b>	10.7%	11.1%	11.8%	9.9%
<b>Personalbestand am 31.12.</b>					
Anzahl Personen	<b>6 488</b>	6 561	6 810	3 341	3 234
<b>Durchschnittlicher Personalbestand</b>					
auf Vollzeitbeschäftigte umgerechnet	<b>6 179</b>	6 497	3 794	3 249	3 088

\* Gewinn/Eigenkapital am Anfang des Jahres

## Aktieninformationen

		2010	2009	2008	2007	2006
<b>Titelkennzahlen</b>						
Kurs der Aktie am 31.12.	CHF	1 766	1 551	1 300	1 925	1 410
Jahreshöchst	CHF	1 875	1 750	1 950	2 250	1 450
Jahrestiefst	CHF	1 480	1 267	1 101	1 410	975
Ø Handelsvolumen	Stück	75	65	117	129	173
<b>Börsenkapitalisierung</b>						
Jahresende	Mio. CHF	706	620	520	770	564
Jahreshöchst	Mio. CHF	750	700	780	900	580
Jahrestiefst	Mio. CHF	592	507	440	564	390
Eigenkapitalanteil je Aktie	CHF	1 461	1 466	1 357	1 302	1 193
Reingewinn je Aktie	CHF	163	141	151	142	110
Cashflow je Aktie	CHF	457	386	308	293	268
EBIT je Aktie	CHF	257	242	202	183	147
Rentabilität der Aktie *		9.3%	9.1%	11.6%	7.4%	7.8%
Ausschüttung	CHF	50	40	40	40	33
Ausschüttungsquote		30.6%	28.3%	26.5%	28.2%	29.9%
Dividendenrendite **		2.8%	2.6%	3.1%	2.1%	2.3%

\* Reingewinn je Aktie/Jahresschlusskurs

\*\* Ausschüttung je Aktie/Jahresschlusskurs

### Kapitalstruktur am 31.12.

Aktienkapital	TCHF	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
eingeteilt in Anzahl Namenaktien	Stück	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000
Nominalwert je Namenaktie	CHF	5	5	5	5	5

### Kapitalveränderungen

Titel im Eigenbesitz	Stück	7 998	6 938	8 335	1 812	2 370
Eingetragene Aktien	Stück	369 794	366 309	365 558	364 294	363 329
Eingetragene Aktionäre	Anzahl	3 659	3 606	3 197	3 153	2 989

Valoren-Nr. 441 041  
 ISIN CH0004410418  
 Symbole Telekurs: BELN  
 Reuters: BELZn  
 Handel SIX Swiss Exchange  
 Aktuelle Kurse [www.bell.ch](http://www.bell.ch)

## Wesentliche Beteiligungen

Gesellschaft	Sitz	Tätigkeitsfelder	Konsolidierungsmethode		Grundkapital	Kapitalanteil der Gruppe
Bell AG	Basel	Frischfleisch, Charcuterie, Geflügel, Convenience, Seafood	■	CHF	20 000 000	100.0%
Frigo St. Johann AG	Basel	Logistik, Kühlhausbetrieb	■	CHF	2 000 000	100.0%
SBA Schlachtbetrieb Basel AG	Basel	Schlachthof	*	CHF	250 000	48.0%
Centravo AG *	Zürich	Verarbeitung Nebenprodukte	*	CHF	2 400 000	29.8%
GVFI International AG	Basel	Fleischhandel	●	CHF	3 000 000	17.7%
Pensionsstiftung der Bell AG (in Liquidation)	Basel	Stiftung	▲		-	-
Bell France SAS	Teilhède / FR	Subholding	■	EUR	20 000 000	100.0%
Salaison Polette & Cie SAS	Teilhède / FR	Rohwurst	■	EUR	2 600 000	100.0%
Saloir de Mirabel SARL	Riom / FR	Rohschinken	■	EUR	152 000	100.0%
Val de Lyon SAS	St-Symphorien-sur-Coise / FR	Rohwurst	■	EUR	825 000	100.0%
Saloir de Virieu SAS	Virieu-Le-Grand / FR	Rohschinken	■	EUR	1 200 000	100.0%
Maison de Savoie SAS	Aime / FR	Rohwurst	■	EUR	1 560 000	100.0%
St-André SAS	St-André-sur-Vieux-Jonc / FR	Rohwurst	■	EUR	1 096 000	100.0%
Bell Deutschland GmbH	Bochum / DE	Subholding	■	EUR	25 000	100.0%
FreshCo. Wurstwarenvertriebs GmbH	Bochum / DE	Handel mit Fleischwaren	□	EUR	38 400	100.0%
ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG	Bochum / DE	Fleisch und Wurstwaren	■	EUR	28 097 970	100.0%
Feine Kost Böttcher GmbH & Co. KG	Bochum / DE	Management	■	EUR	2 862 603	100.0%
ZIMBO International GmbH	Bochum / DE	Handel mit Fleischwaren	■	EUR	1 840 700	100.0%
ZIMBO Polska Sp. z o.o.	Niepolomice / PL	Handel mit Fleischwaren	■	PLN	500 000	100.0%
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	Perbál / HU	Fleisch und Wurstwaren	■	HUF	375 000 000	99.5%
Marco Polo N.V.	Zellik / BE	Subholding	■	EUR	4 258 000	99.9%
The Fresh Connection N.V.	Zellik / BE	Handel mit Fleischwaren	■	EUR	620 000	99.9%
Coldlog N.V.	Zellik / BE	Lagerbetrieb	■	EUR	62 000	99.9%
The Fresh Connection Nederland B.V.	Dr Houten / NL	Handel mit Fleischwaren	■	EUR	18 000	76.0%
Interfresh Food Retail Easteuropa GmbH	Bochum / DE	Handel mit Fleischwaren	■	EUR	100 000	100.0%
ZIMBO Czechia s.r.o.	Prag-Holesovice / CZ	Einzelhandel	■	CZK	10 000 000	70.0%
Abraham GmbH	Seevetal / DE	Subholding	■	EUR	103 900	75.0%
Abraham Schinken GmbH & Co. KG	Seevetal / DE	Management	■	EUR	400 000	100.0%
Gebr. Abraham GmbH & Co. KG	Seevetal / DE	Rohschinken	■	EUR	1 750 000	100.0%
Abraham Benelux SA	Libramont-Chevigny / BE	Rohschinken	■	EUR	250 000	100.0%
Abraham Polska Sp. z o.o.	Warschau / PL	Grosshandel	■	PLN	100 000	100.0%
Sanchez Alcaraz S.L.	Casarrubios del Monte / ES	Rohschinken	■	EUR	648 587	100.0%
Abraham France SARL	Bussy Saint-Georges / FR	Grosshandel	■	EUR	40'000	100.0%

■ Voller Einbezug in die Konsolidierung (einheitliche Leitung)

□ Voller Einbezug in die Konsolidierung Mitte 2010

\* Einbezug mit dem tatsächlich anteiligen Kapital und Gewinn

● Anschaffungswert

▲ Einbezug nach Swiss GAAP FER 16

\* Der Kapitalanteil bezieht sich auf den Anteil, der sich im Umlauf befindenden Aktien.

## Corporate Governance

# VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Die Bell Holding AG orientiert sich an den generellen Richtlinien des «Swiss Code of Best Practice» der *economiesuisse* und hält sich an die Richtlinie der SIX Swiss Exchange betreffend Informationen zur Corporate Governance (RLCG). Die Disziplinen und Regeln der Bell Holding AG zur Corporate Governance sind in Gesetz, Statuten der Gesellschaft sowie im Organisations- und Geschäftsreglement festgelegt. Statuten, Organisations- und Geschäftsreglement werden regelmässig durch den Verwaltungsrat überprüft und den Erfordernissen angepasst.

Die Statuten der Bell Holding AG sind auf der Bell-Website ersichtlich unter [www.bell.ch/statuten](http://www.bell.ch/statuten). Ein Auszug aus dem Organisations- und Geschäftsreglement ist unter [www.bell.ch/organisation-de](http://www.bell.ch/organisation-de) zu finden.

---

### Konzernstruktur

---

Die Bell-Gruppe ist weder an kotierten Unternehmen beteiligt noch bestehen Kreuzbeteiligungen. Die Beteiligungsübersicht ist auf Seite 66 aufgeführt.

---

### Kapitalstruktur und Rechte der Aktionäre

---

**Bedeutende Aktionäre** Siehe Seite 62.

**Kapitalstruktur** Die Gesellschaft hat keine Wandelanleihen, Optionen oder Genussscheine ausstehend. Das Aktienkapital der Gesellschaft ist voll liberiert und beträgt CHF 2 000 000. Es bestehen 400 000 auf den Namen lautende Aktien zu CHF 5 Nennwert. Die Namenaktien können durch Statutenänderung in Inhaberaktien umgewandelt werden.

#### Genehmigte Kapitalerhöhung (Statuten Art. 3a)

Der Verwaltungsrat ist ermächtigt, bis zum 14. April 2012 das Aktienkapital in einem oder mehreren Schritten durch Ausgabe von höchstens 100 000 voll zu liberierenden Namenaktien im Nennwert von je CHF 5 um bis zu CHF 500 000 zu erhöhen. Der jeweilige Ausgabebetrag, der Zeitpunkt der Dividendenberechtigung und die Art der Einlagen werden vom Verwaltungsrat bestimmt.

Die neuen Namenaktien unterliegen nach dem Erwerb den Übertragungsbeschränkungen nach Artikel 5 der Statuten.

Grundsätzlich erfolgt die Kapitalerhöhung unter Wahrung der Bezugsrechte der Aktionäre im Zeitpunkt der Beschlussfassung, wobei der Verwaltungsrat berechtigt ist, die Kapitalerhöhung auch mittels

Festübernahme durch eine Bank oder ein Bankenkonsortium abzuwickeln und dabei die Bezugsrechte der Aktionäre indirekt zu wahren. Nicht ausgeübte Bezugsrechte stehen der Gesellschaft zu, welche sie zu Marktkonditionen im Publikum platziert. Für den Fall einer Verwendung von Aktien für die Übernahme von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen ist der Verwaltungsrat ermächtigt, das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschliessen.

**Bedingte Kapitalerhöhung (Statuten Art. 3b)** Das Aktienkapital der Gesellschaft wird im Maximalbetrag von CHF 1 000 000 erhöht durch Ausgabe von voll zu liberierenden Namenaktien im Nennwert (gemäss Artikel 3 der Statuten), davon

- bis zu einem Betrag von CHF 750 000 durch Ausübung von Options- und Wandelrechten, welche die Gesellschaft mit künftigen Anleihe- oder ähnlichen Obligationen verbindet;
- bis zu einem Betrag von CHF 100 000 durch Ausübung von Optionsrechten, die den Aktionären eingeräumt werden;
- bis zu einem Betrag von CHF 150 000 durch Ausübung von Optionsrechten von Mitarbeitern der Gesellschaft oder ihrer Konzerngesellschaften, welche gemäss einem vom Verwaltungsrat zu beschliessenden Plan Anrecht auf neue Aktien zu einem vom Verwaltungsrat festzusetzenden Bezugspreis haben.

Das Bezugsrecht der Aktionäre ist ausgeschlossen. Der Erwerb der Namenaktien durch die Ausübung von Options- oder Wandelrechten und die weitere Übertragung der Namenaktien unterliegen den Übertragungsbeschränkungen gemäss Art. 5 der Statuten.

Das Vorwegzeichnungsrecht der Aktionäre kann bei Options- und Wandelanleihen durch Beschluss des Verwaltungsrates zur

weiter auf Seite 70

# Corporate Governance

## Mitglieder des Verwaltungsrates



**Hansueli Loosli**, 1955, Schweizer Eidg. dipl. Experte für Rechnungslegung und Controlling  
Vorsitzender der Geschäftsleitung Coop Genossenschaft; seit 2001

### Verwaltungsratsmandate

- transGourmet Holding S.E., Köln (Deutschland); Präsident
- Coopernic SCRL, Brüssel (Belgien); Präsident
- Coop-ITS-Travel AG, Wollerau; Präsident
- Coop Mineraloel AG, Allschwil; Präsident
- Palink UAB, Wilna (Litauen)
- Palink SIA, Riga (Lettland)
- Swisscom (Schweiz) AG, Bern
- Weitere Verwaltungsratsmandate in Tochtergesellschaften von Coop

### Beruflicher Werdegang

- Coop Genossenschaft, Basel; Vorsitzender der Geschäftsleitung Coop und Leiter der Direktion Retail; 2001 - 2009
- Coop Schweiz, Basel; Vorsitzender der Geschäftsleitung und der Coop-Gruppenleitung; 1997 - 2000
- Coop Zürich, Zürich; Geschäftsführender Direktor; 1992 - 1997
- Coop Schweiz, Wangen; Direktor Warenbeschaffung Non-Food; 1992 - 1996
- Waro AG, Volketswil; zuletzt als Geschäftsführender Direktor; 1985 - 1992
- Mövenpick Produktions AG, Adliswil; Controller, stv. Direktor; 1982 - 1985
- BBC AG, Baden; Leiter Treuhandabteilung; 1979 - 1982
- Intertest AG, Baden; Revisionsassistent; 1978 - 1979
- Huba-Control AG; Würenlos; Hauptbuchhalter; 1974 - 1978



**Hans Peter Schwarz**, 1950, Schweizer Eidg. dipl. Experte für Rechnungslegung und Controlling  
Mitglied der Geschäftsleitung Coop Genossenschaft und Leiter Direktion Finanzen/Services (CFO); seit 2001

### Verwaltungsratsmandate

- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Bank Coop AG, Basel
- transGourmet Holding S.E., Köln (Deutschland) und in deren Tochtergesellschaften
- CPV/CAP Pensionskasse Coop, Basel
- Coop Vitality AG, Bern
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- Service 7000 AG, Netstal
- Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen
- Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen
- The Body Shop Switzerland AG, Uster
- Raiffeisenbank Ettingen, Ettingen
- Weitere Verwaltungsratsmandate in Tochtergesellschaften von Coop

### Beruflicher Werdegang

- Coop Schweiz, Basel, Leiter Finanzen/Dienstleistungen, Mitglied der Geschäftsleitung; 1998 - 2001
- Coop Schweiz, Basel, Bereichsleiter Zentrales Finanz- und Rechnungswesen, Mitglied der Direktion; 1991 - 1997
- Aluminium AG, Münchenstein, kfm. Leiter; 1982 - 1990
- Coop Basel ACV, Basel, kfm. Leiter Grossmetzgerei; 1978 - 1982
- Coop Basel ACV, Basel, Controller, 1975 - 1978
- Mercedes-Benz AG, Schlieren/Bern, Buchhalter/Verkaufsmitarbeiter; 1970 - 1974
- Fa. Saner-Hüssy, Olten, Sachbearbeiter; 1969 - 1970



**Jörg Ackermann**, 1958, Schweizer Betriebsökonom HWV  
Mandate VGL Coop Genossenschaft; seit 2008

### Verwaltungsratsmandate

- transGourmet Holding S.E., Köln (Deutschland)
- HiCoPain AG, Dagmersellen
- Coop-ITS-Travel AG, Wollerau
- Coop Patenschaft für Berggebiete, Basel
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- GS1 Schweiz, Bern

### Beruflicher Werdegang

- Stv. Vorsitzender der Geschäftsleitung Coop, Leiter Direktion Logistik/Informatik/Produktion, Basel; 2004 - 2008
- Mitglied der Geschäftsleitung Coop, Leiter Direktion Informatik/Produktion, Basel; 2001 - 2003
- Mitglied der Geschäftsleitung Coop Schweiz, Leiter Direktion Informatik/Produktion, Basel; 1998 - 2001
- Leiter Unternehmensentwicklung Coop Schweiz, Basel; 1997
- Leitende Funktionen bei Coop Winterthur, Winterthur:
  - Stellvertreter des Direktors; 1995 - 1996
  - Bereichsleiter Marketing, Mitglied der Geschäftsleitung; 1992 - 1994
  - Bereichsleiter Produktmarketing und Logistik, Mitglied der Geschäftsleitung; 1989 - 1991
  - Assistent des Bereichsleiters Kundenmarketing; 1984 - 1988



**Irene Kaufmann-Brändli**, 1955, Schweizerin  
Dr. oec. publ.  
Präsidentin des Verwaltungsrates Coop  
Genossenschaft; seit 2009

#### Verwaltungsratsmandate

- Coop Immobilien AG, Bern; Präsidentin
- Bank Coop AG, Basel
- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- transGourmet Holding S.E., Köln (Deutschland)
- Mitglied Stiftungsrat ETH Zürich Foundation, Zürich
- Mitglied Stiftungsrat Juventus-Schulen Zürich, Zürich

#### Beruflicher Werdegang

- Vizepräsidentin des Verwaltungsrates Coop; 2000 - 2009
- Revisionsmandate und Beratungsaufträge für privatwirtschaftliche Unternehmungen im Auftrag der Dr. Nabholz Treuhand AG, Zürich; 1980 - 2002
- Projektleitungen in der Beratung von öffentlichen Verwaltungen und Betrieben, mit Schwergewicht in den Bereichen Finanzen und Organisation; seit 1985
- Nabholz Beratung, Zürich; seit 1980; seit 1985 in leitender Position



**Werner Marti**, 1957, Schweizer  
Rechtsanwalt  
Anwaltskanzlei; seit 1988

#### Verwaltungsratsmandate

- Alp Transit Gotthard AG, Luzern
- Billag AG, Fribourg; Präsident
- Service 7000 AG, Netstal
- Weitere Verwaltungsratsmandate in verschiedenen KMU

#### Beruflicher Werdegang

- Preisüberwacher; 1996 - 2004
- Nationalrat des Kantons Glarus; 1991 - 2008  
In dieser Funktion Mitglied der Finanzkommission (Präsident 2004/2005), der Kommission für Kommunikation, Verkehr und Fernmeldewesen sowie diverser Ad-hoc-Kommissionen
- Regierungsrat des Kantons Glarus, Vorsteher der Direktion des Innern (Volkswirtschaftsdirektion); 1990 - 1998
- Gemeinderat in Sool und Landrat des Kantons Glarus; 1986 - 1990
- Eigene Anwaltskanzlei in Glarus; seit 1988
- Mitarbeiter/Partner in einer Anwaltskanzlei; 1983 - 1987



**Joachim Zentes**, 1947, Deutscher  
Professor für Betriebswirtschaftslehre  
Direktor Institut für Handel & Internationales Marketing (H.I.M.A.) und Direktor Europa-Institut, Sektion Wirtschaftswissenschaft, Universität des Saarlandes; seit 1991

#### Verwaltungsratsmandate

- Goodyear Dunlop Tires Germany GmbH, Hanau (Deutschland); Aufsichtsratsvorsitzender

#### Beruflicher Werdegang

- Inhaber der Professur für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing, der Universität Essen (Deutschland); 1982 - 1991
- Inhaber der Professur für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Produktion und Absatz, der Johann-Wolfgang-Goethe-Universität, Frankfurt am Main (Deutschland); 1980 - 1981
- Ruf an den Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre der Universität Basel; 1993
- Ruf an den Lehrstuhl für Marketing der Universität Fribourg; 1988
- Gastprofessor an den Universitäten Metz und E.M. Lyon (Frankreich), Regensburg (Deutschland), Fribourg und Basel (Schweiz), Warschau (Polen), Santiago (Chile)

Finanzierung des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen oder von neuen Investitionsvorhaben der Gesellschaft oder zur Emission der Options- und Wandelanleihen auf internationalen Kapitalmärkten eingeschränkt oder ausgeschlossen werden.

Soweit das Vorwegzeichnungsrecht ausgeschlossen ist, sind die Anleiheobligationen zu Marktbedingungen im Publikum zu platzieren, die Ausübungsfrist der Optionsrechte auf höchstens fünf Jahre und jene der Wandelrechte auf höchstens zehn Jahre ab dem Zeitpunkt der Anleiheemission anzusetzen und der Preis für die neuen Aktien mindestens entsprechend den Marktbedingungen im Zeitpunkt der Anleiheemission festzulegen.

Weitere Details zur Kapitalstruktur und zur Aktie sind auf Seite 62 und 65 ersichtlich.

**Übertragbarkeit** Die Übertragung von Namenaktien zu Eigentum oder Nutzniessung bedarf der Genehmigung des Verwaltungsrates, der seine Befugnisse ganz oder teilweise delegieren kann (Statuten Art. 5).

**Eintragungsbeschränkungen** Gemäss Statuten (Art. 5) ist die Verweigerung nur aus wichtigem Grund möglich und wenn ein einzelner Aktionär über 5 Prozent der Stimmen auf sich vereinigt.

## Verwaltungsrat

**Wahl und Amtszeit** Die Wahl des Verwaltungsrates erfolgt durch die Generalversammlung. Die Mitglieder des Verwaltungsrates werden einzeln gewählt. Die Nomination von Mitgliedern des Verwaltungsrates obliegt dem Präsidenten. Der Verwaltungsrat besteht aus mindestens drei Mitgliedern, die von der Generalversammlung für die Dauer von vier Jahren gewählt werden und wieder wählbar sind. Die Wahlperiode endet am Schluss der ordentlichen Generalversammlung des betreffenden Jahres.

Verwaltungsratsmitglieder, die das 65. Altersjahr vollendet haben, scheiden an der nächstfolgenden ordentlichen Generalversammlung aus.

### Zusammensetzung des Verwaltungsrates

per 31.12.2010

	Präsident des Verwaltungsrates	Mitglied des Verwaltungsrates	Ende der Amtszeit
Hansueli Loosli	seit 2009	-	2011
Hans Peter Schwarz	-	seit 2001	2011
Jörg Ackermann	2001-2009	seit 2000	2011
Irene Kaufmann-Brändli	-	seit 2009	2011
Werner Marti	-	seit 2009	2011
Joachim Zentes	-	seit 1997	2011

## Grundlage und Elemente der Entschädigung

Die Mitglieder des Verwaltungsrates erhalten für ihre Tätigkeit eine angemessene Entschädigung gemäss Artikel 23 der Statuten.

Honorar brutto pro Jahr:

Präsident	CHF 90 000
Vizepräsident	CHF 70 000
Mitglieder	CHF 60 000

Sonderfälle

Die Zahlung des Honorars erfolgt:

- bei Ausscheiden eines Mitgliedes des Verwaltungsrates: anteilig
- bei Krankheit/Unfall: 100%

Diese Entschädigung schliesst eine Spesenpauschale von 10 Prozent ein, die separat ausgewiesen wird. Von 90 Prozent der Entschädigung werden die gesetzlichen Sozialabzüge (Arbeitnehmeranteil) abgezogen.

Neben der Entschädigung erhalten die Mitglieder des Verwaltungsrates je Sitzung ein Sitzungsgeld in Höhe einer halben Aktie der Bell Holding AG. Die Vertreter von Coop im Verwaltungsrat arbeiten im Mandat. Ihr Honorar wird an den Mandatsgeber weitergeleitet. Gesamtbezüge und Aktienbesitz siehe Geschäftsbericht Seite 58.

## Interne Organisation und Kompetenzregelung

Der Verwaltungsrat der Bell Holding AG legt die strategischen Richtlinien fest, erteilt die erforderlichen Anweisungen und überwacht die Gesamtaktivitäten des Konzerns, während die Gruppenleitung für das operative Geschäft zuständig ist. Der Verwaltungsrat überprüft die grundlegenden Pläne, insbesondere Jahres-, Mehrjahres- und Investitionspläne sowie die Zielsetzungen der Unternehmung. Er stellt Chancen und Risiken fest und leitet die notwendigen Massnahmen ein. Ein detailliertes Organisations- und Geschäftsreglement legt die Kompetenzen und Verantwortlichkeiten des Verwaltungsrates und der Gruppenleitung fest. Es ist auszugsweise auf der Bell-Website einsehbar unter [www.bell.ch/organisation-de](http://www.bell.ch/organisation-de).

Neben den unübertragbaren Verantwortlichkeiten und Kompetenzen entscheidet der Verwaltungsrat insbesondere über Zusammenschlüsse, Rechtsstreitigkeiten, Verträge mit besonderer Bedeutung, bei Investitionsprojekten über CHF 3 Millionen; bei Liegenschafts- und Unternehmenskäufen und -verkäufen. Er bestimmt die Organisation des Konzerns und ernennt, entlässt und überwacht die mit der operativen Leitung betrauten Personen. Er legt die Entlohnungs-, Sozial-, Investitions- und Anlagepolitik fest und wacht über deren Einhaltung. Weiter entscheidet er über die Vertretung in Interessengemeinschaften und Verbänden, wie auch über die Darlehensvergabe ab CHF 100 000 an Dritte und Bürgschaften allgemein.

Die in den Richtlinien enthaltenen Empfehlungen bezüglich Funktion und Aufgaben einzelner Ausschüsse werden in der Bell-Gruppe durch den Gesamtverwaltungsrat wahrgenommen. Dies ist sowohl bezüglich der Überschaubarkeit als auch bezüglich der besonderen Verhältnisse von Bell als beherrschter Gesellschaft zweckmässig.

Der Gesamtverwaltungsrat tagt in der Regel siebenmal pro Jahr, die Sitzungsdauer liegt üblicherweise zwischen vier und sechs Stunden. Daneben werden jährlich ein bis zwei ausserplanmässige Tagungen für strategische Geschäfte und Geschäfte von grosser Tragweite abgehalten. Zu den Sitzungen werden die Mitglieder der Bell-Gruppenleitung eingeladen. Externe Berater werden nur in Einzelfällen beigezogen (2010 keine).

Im Jahr 2010 hielt der Verwaltungsrat acht ordentliche Sitzungen ab. Nebst den ordentlichen Geschäften befasste sich der Verwaltungsrat vertieft mit folgenden Themen und Projekten:

- Aktualisierung der Internationalisierungsstrategie mit dem Ziel, die aktuelle Marktstellung zu stärken.
- Erstellung bzw. Überarbeitung der Geschäftsfeldstrategien der Gruppe
- Masterplanung Standorte Cheseaux und Zell
- Sicherung Grundstück in Niederbipp
- Übernahme des Schlachthofareals in Basel inklusive Gebäude und Infrastruktur
- Beteiligung Hilcona
- Brandfall Frigo St. Johann
- Übernahme der Produktion «Du darfst» in Lizenz von Unilever
- Nachfolgeregelung des Vorsitzenden der Gruppenleitung

Details zu diesen Themen und Projekten siehe Berichtsteil des Geschäftsberichtes.

---

## Informations- und Kontrollinstrumente

---

Die Gruppenleitung informiert den Verwaltungsrat regelmässig über den Geschäftsgang. Der Präsident des Verwaltungsrates steht in engem Kontakt mit der Gruppenleitung und trifft sich in der Regel monatlich mit deren Mitgliedern zu einer Arbeitssitzung.

Das Reporting des Managements (MIS) wird zweimonatlich durch die Gruppenleitung erstellt und umfasst einen Bericht mit Gesamt- und Bereichserfolgsrechnung, Bilanz sowie umfangreichen Kennzahlen und Auswertungen. Die finanzielle Berichterstattung bildet einen festen Bestandteil der Sitzungen des Verwaltungsrates. Abweichungen werden besprochen und gegebenenfalls Massnahmen eingeleitet.

**Internes Kontrollsystem** Auf Basis des international anerkannten COSO-Frameworks betreibt die Bell ein umfassendes Internes Kontrollsystem (IKS) welches einen integrierten Bestandteil der Qualitätssicherung (QS) bildet. Besonderes Gewicht wird dabei auf die

finanzielle Sicherheit der Prozesse gelegt, da Themen wie Produktsicherheit, Qualitätssicherung und Rückverfolgbarkeit durch diverse Standards (ISO 9001, IFS etc.) bereits abgedeckt sind. Nebst der Sicherung des Unternehmens vor Delikten oder fahrlässiger Handlung bildet der Vermögensschutz innerhalb der Verarbeitungsprozesse ein Schwergewicht. Das IKS wurde weiter ausgebaut und wird auch im kommenden Jahr laufend erweitert und aktualisiert. Das IKS von Bell dient der fortlaufenden Verbesserung der Geschäftstätigkeiten und hat das Ziel, die nötigen Abläufe und Instrumente zur Erkennung und Steuerung von Risiken sicherzustellen.

**Interne Revision** Nebst der statutarischen Revisionsstelle überprüft die Interne Revision im Auftrag des Verwaltungsrates als unabhängige Instanz die Einhaltung von Richtlinien und Reglementen, die Zweckmässigkeit der Kontrollinstrumente und der Aufbau- und Ablauforganisation sowie die Effektivität des Internen Kontrollsystems. Sie begleitet prüfend oder beratend den Aufbau neuer oder die Veränderung bestehender Geschäftsprozesse und unterstützt die Geschäftsleitung bei der Erreichung ihrer Ziele, indem sie Vorschläge zur Verbesserung der Geschäftsprozesse aufzeigt. Die Interne Revision verfolgt dabei einen risikoorientierten Prüfungsansatz. Feststellungen werden dokumentiert und dem Verwaltungsratspräsidenten kommuniziert. Die Massnahmenumsetzung wird überwacht.

Die Interne Revision koordiniert ihre Prüfungstätigkeiten und pflegt einen engen Informationsaustausch mit der externen Revision.

**Risikomanagement** Im Rahmen des Risikomanagements setzen sich der Verwaltungsrat und die Gruppenleitung jährlich mit der Beurteilung der grossen Risiken auseinander. Die Bearbeitung der risikoeinschränkenden Massnahmen erfolgt laufend.

Als grosse Risiken sind jene definiert, die den Reinertrag um mehr als 20 Prozent beeinflussen könnten und bei denen eine hohe Eintretenswahrscheinlichkeit vorliegt. Gegen nicht oder nur bedingt beeinflussbare Risiken wurden soweit möglich Vorkehrungen und Massnahmen getroffen. Grössere Risiken sieht das Management insbesondere bei plötzlich stark steigenden Rohmaterialpreisen, bei landwirtschaftspolitischen Entscheidungen, Seuchen sowie Produkt- und Prozesssicherheit.

Als Unternehmen der Nahrungsmittelbranche kann die Risikosituation insgesamt als stabil bezeichnet werden, wobei wir international etwas stärker vom konjunkturellen Umfeld abhängig sind als in der Schweiz. Direktere Auswirkungen auf die Ertragslage verspüren wir hingegen in allen Bereichen von den Rohmaterialpreiszuklen, welche weitgehend eigenen Gesetzmässigkeiten folgen und durch uns nicht beeinflussbar sind.

# Corporate Governance

## Gruppenleitung ab 01.04.2011



**Lorenz Wyss**, 1959, Schweizer Metzger  
Dipl. Kaufmann  
Staatl. gepr. Techniker der Fleischwirtschaft  
ab 01.04.2011: Vorsitzender der Gruppenleitung (CEO)  
Leiter Bell International  
bei Bell seit 2011; Funktion seit 2011



**Martin Gysin**, 1960, Schweizer  
Eidg. dipl. Experte für Rechnungslegung und Controlling  
Stv. Vorsitzender der Gruppenleitung  
Leiter Finanzen/Services (CFO)  
bei Bell seit 1992; Funktion seit 1994



**Thorid Klantschitsch**, 1969, Schweizerin  
Dipl. Lebensmittel-Ing. ETH  
Dr. sc. techn. ETH  
Wirtschaftsingenieurin STV  
Leiterin Bell Schweiz  
bei Bell seit 2009; Funktion seit 2010

### Verwaltungsratsmandate

- Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen
- Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen
- Proviande Genossenschaft, Bern

### Beruflicher Werdegang

- Leitende Funktionen bei Coop:
  - Leiter Category Management Frischprodukte/Gastronomie; 2008 - 2011
  - Leiter Beschaffung/Disposition Food; 2004 - 2008
  - Leitung Einkaufspool Frischprodukte; 1998 - 2004
  - Marktgruppenleiter Fleisch/Traiteur und Tiefkühl-Produkte; 1995 - 1998
- Leitende Funktionen bei Gehrig AG, Klus:
  - Leiter Verkauf/Betrieb (stv. Geschäftsführer); 1992 - 1995
  - Technischer Leiter; 1987 - 1991
  - Betriebsleiter/Personalchef; 1983 - 1984
- Abteilungsleiter Jenzer AG, Arlesheim; 1978 - 1981

### Verwaltungsratsmandate

- CPV/CAP Pensionskasse Coop, Basel

### Beruflicher Werdegang

- Leiter Finanz-/Rechnungswesen Bell AG, Basel; 1992 - 1994
- Controller Valora AG, Bern; 1990 - 1991
- Kfm. Leiter R. Vix AG, Basel, 1984 - 1989

### Beruflicher Werdegang

- Managing Director, Mitglied der Geschäftsleitung HOCHDORF-Gruppe, Hochdorf; 2006 - 2009
- Leiterin Verkauf Gastronomie, Mitglied der Geschäftsleitung Le Patron AG, Böckten; 2002 - 2005
- Strategy Management Consultant Roland Berger AG, Zürich; 2000 - 2002
- Assistentin Labor für Milchwissenschaften ETH, Zürich, Promotion Milchverfahrenstechnik; 1995 - 1999
- Diverse Praktika im In- und Ausland; 1991 - 1995:
  - Nestlé Linor, Orbe
  - Kantonales Labor, Zürich
  - Nestlé R & D, New Milford (USA)

---

## Bell Schweiz

---

### Leiter Geschäftsbereiche

---

**Markus Bänziger**, 1955, Schweizer  
Eidg. dipl. Marketingleiter  
Leiter Geschäftsbereich Convenience  
bei Bell von 1975 bis 1985 und seit 1995;  
Funktion seit 2010

---

**Josef Dähler**, 1955, Schweizer  
Eidg. dipl. Metzgermeister  
Kaufmann  
Leiter Geschäftsbereich Frischfleisch  
bei Bell seit 1996; Funktion seit 2007

---

**Adolf Maassen**, 1964, Deutscher  
Metzgermeister  
Staatl. gepr. Lebensmitteltechniker  
Technischer Betriebswirt IHK  
Leiter Geschäftsbereich Charcuterie  
bei Bell seit 1990; Funktion seit 2007

---

#### Beruflicher Werdegang

- Leitende Funktionen bei Bell AG, Basel:
  - Leiter Geschäftsbereich Convenience a.i.; 2009
  - Leiter Geschäftseinheit Convenience; 2000 - 2008
  - Leiter Verkauf Engros; 1995 - 2000
- Aussendienst Fleischtrocknerei Churwalden AG; 1988 - 1995
- Leiter Spedition GNZ Schlieren; 1987
- Verkauf Gebr. Niedermann, Schlieren; 1985 - 1987
- Leiter Bestellbüro Wallisellen, Bell AG; 1983 - 1985
- Filialleiter Bell AG; 1980 - 1983
- Filialmetzger Bell AG; 1975 - 1980

---

#### Verwaltungsratsmandate

- Identitas AG, Bern
- Proviande Genossenschaft, Bern

#### Beruflicher Werdegang

- Leiter Geschäftsbereich Romandie, Bell AG; 1996 - 2006
- Leitende Funktionen bei Micarna SA, Courtepin; 1983 - 1996
- Bell Romandie: Verkauf Filialen; 1979 - 1983

---

#### Beruflicher Werdegang

- Leitende Funktionen bei Bell AG, Basel:
  - Leiter Charcuterie Basel; 2001 - 2006
  - Leiter Produktion Charcuterie; 2000 - 2001
  - Leiter Technologie/Qualitätsmanagement; 1994 - 1999
  - Leiter Entwicklung; 1991 - 1994
- Leiter Produktion «Fleischwaren Maassen», Korschenbroich (Deutschland); 1987 - 1990

---

**Christine Schlatter**, 1965, Schweizerin  
Eidg. dipl. Marketingplanerin  
Leiterin Geschäftsbereich Geflügel  
bei Bell seit 1997; Funktion seit 2008

---

#### Beruflicher Werdegang

- Leitende Funktionen in der Bell Gruppe:
  - Leiterin Verkauf/Marketing Bell Geflügel; 2003 - 2008
  - Leiterin Marketing/Verkauf SEG Poulets AG und Geschäftsführerin GWI AG; 1998 - 2003
  - Leiterin Marketing/Verkauf GWI AG; 1997 - 1998
- Leiterin Marketing der Fromageries Bel (Suisse), Cham; 1996 - 1997
- Product-Managerin der Fabio Import AG, Oberarth; 1996

# Corporate Governance

---

## Bell International

---

### Geschäftsführer

#### Abraham-Gruppe

---

**Christian Schröder**, 1971, Deutscher Kaufmann  
Sprecher der Geschäftsführung  
Geschäftsführer Vertrieb/Marketing und Verwaltung  
bei Abraham seit 2007; Funktion seit 2009

---

---

**Markus von der Pütten**, 1970, Deutscher Fachkraft für Lebensmitteltechnik  
Geschäftsführer Produktion und Technik bei Abraham seit 2010; Funktion seit 2011

---

#### Beruflicher Werdegang

- Geschäftsführende Funktionen in der Reinert-Unternehmensgruppe, Vermold:
  - Schinken-Einhaus GmbH (Friesoythe/Brunsbek/Lörrach): Geschäftsführer; 2002 - 2007
  - Orig. Holst. Katenschinken GmbH: Geschäftsführer; 2000 - 2001
- Geschäftsführender Gesellschafter H. & C. Schröder Schinkenveredelung GmbH; 1994 - 1999

#### Beruflicher Werdegang

- Schinken-Einhaus GmbH, Friesoythe; Prokurist; 2006 - 2010
- Bernard Matthews, Oldenburg; Werksleiter; 2001 - 2006
- Oldenburger Fleischwaren GmbH, Oldenburg; Werksleiter; 1995 - 2001

---

#### Groupe Polette

---

**Philippe Polette**, 1960, Franzose  
Dipl. Kaufmann  
Vorsitzender der Geschäftsleitung bei Polette seit Firmengründung 1980; Funktion seit 1980

---

---

**Ludovic Jouanneau**, 1974, Franzose  
Diplom der Höheren Handelsschule von Clermont-Ferrand  
Leiter Verwaltung und Finanzen bei Polette seit 2008; Funktion seit 2008

---

---

**Gilles Patient**, 1961, Franzose  
Lizentiat der Wirtschaftswissenschaften  
Leiter Verkauf bei Polette seit 1994, Funktion seit 1994

---

#### Verwaltungsratsmandate

- Consortium des Salaisons d'Auvergne

#### Beruflicher Werdegang

- Geschäftsführer der Vertriebsgesellschaften Nord/Nordost und Leiter Finanzen bei Batext-Rot; 2001 - 2008
- Finanzcontroller bei Bosch Systèmes de Freinage (France/Turquie/Espagne); 1997 - 2001

#### Beruflicher Werdegang

- Selbstständiger Verkaufsleiter; 1990 - 1994
- Verkaufsleiter bei Souchon d'Auvergne; 1987 - 1990
- Verkaufsleiter bei Salaison Prost; 1985 - 1987
- Bereichsleiter GMS bei Continent; 1981 - 1985

---

## Bell International

---

### ZIMBO-Gruppe

---

**Christof Queisser**, 1969, Deutscher  
Diplom-Betriebswirt  
Vorsitzender der Geschäftsführung  
Geschäftsführer Marketing und Vertrieb  
bei ZIMBO seit 2008; Funktion seit 2008

#### Beruflicher Werdegang

- VARTA Consumer Batteries GmbH & Co. KGaA, Frankfurt am Main; 2000 - 2007:
  - Geschäftsführer Headquarter Europe/ROW: Vertrieb und Marketing Europa, Mittlerer Osten, Afrika, Asien und Pazifik; Globales Innovationsmanagement, Produktentwicklung VARTA, Remington
  - Geschäftsführer der Konzerntöchter in England und Irland, London (Vereinigtes Königreich)
  - Internationaler Vertriebs- und Marketingdirektor, Global
- Tengelman OHG Unternehmensgruppe; 1995 - 2000:
  - Bereichsleiter Category Management Getränke und Genussmittel, Viersen
  - Leiter Strategie-Unit Category Management/ECR, München
  - Filial- und Sortimentskonzeptentwicklung, Wiesbaden
- Unilever Deutschland/England; 1991 - 1995:
  - Category Development Manager, London (Vereinigtes Königreich)
  - Sales und Marketing, Mannheim/Hamburg

---

**Manfred Dahmen**, 1958, Deutscher  
Diplom-Ökonom  
Stv. Vorsitzender der Geschäftsführung  
Geschäftsführer Finanzen und Controlling  
bei ZIMBO seit 2005; Funktion seit 2006

#### Beruflicher Werdegang

- Steuerberater in Schmitten (Taunus) und Projektleiter bei mittelständischen Banken und Handelsunternehmen in Mainz und Mülheim an der Ruhr; 2003 - 2004
- Geschäftsführer der Metallbank GmbH und deren Rechtsnachfolger Gontard & Metallbank AG in Frankfurt am Main; 1996 - 2003
- Generalbevollmächtigter der Metallbank GmbH in Frankfurt am Main; 1993 - 1996
- Financial Controller der Metallgesellschaft AG in Hongkong (Volksrepublik China); 1988 - 1992
- Prüfungsleiter und Steuerberater bei Arthur Andersen GmbH, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Steuerberatungsgesellschaft in Frankfurt am Main; 1984 - 1988

---

**Uwe Ginkel**, 1962, Deutscher  
Metzgermeister  
Handelsfachwirt  
Geschäftsführer Produktion und Logistik  
bei ZIMBO seit 2000; Funktion seit 2004

#### Beruflicher Werdegang

- Tengelman Warenhandelsgesellschaft Mülheim: Bereichsleiter Category Manager für Plus (Wurst, Fleisch, Convenience, Feinkost); 1998 - 2000
- Steinhaus GmbH: Verkaufsleiter (Wurst, Pasta); 1995 - 1998
- Promodes Deutschland: Zentraleinkäufer (Wurst, Fleisch, Convenience); 1992 - 1995
- Coop Frankfurt: Abteilungsleiter Plaza SB-Warenhaus; 1984 - 1992

# Corporate Governance

Die Finanzmarktrisiken beschränken sich auf das Fremdwährungs-exposure vorwiegend im Euro-Raum. Diese übersteigen jedoch die Risikoschwelle zu den Grossrisiken nicht. Aus den Verpflichtungen der CPV/CAP Pensionskasse Coop könnten bei starken Turbulenzen an den Aktienmärkten Risiken entstehen, welche den definierten Rahmen übersteigen.

Weitere Angaben zur Risikobeurteilung auf Seite 62 dieses Geschäftsberichtes.

## Grundlage und Elemente der Entschädigung

Die Entschädigungen teilen sich in ein Basissalär und eine variable Komponente auf. Das Basissalär beruht auf arbeitsvertraglicher Vereinbarung, welche jährlich überprüft und gegebenenfalls angepasst wird. Daneben wird der Gruppenleitung eine pauschale Spesenentschädigung entrichtet und ein Geschäftswagen zur Verfügung gestellt. Die variable Komponente (Erfolgsbeteiligung) steht in Abhängigkeit zur Ertragszielerreichung der Gruppe und kann bis maximal 25,4 Prozent des Basissalärs ausmachen, wobei der Verwaltungsrat Grundsatz und Höhe der Erfolgsbeteiligung jährlich festlegt. Die Erfolgsbeteiligung kann bis zur Hälfte in Aktien der Bell Holding AG bezogen werden, wobei die Aktien zum Durchschnittskurs des der Ausrichtung vorangegangenen Monats (in der Regel März) mit einem Einschlag von 20 Prozent angerechnet werden und einem vierjährigen Veräusserungsverbot unterliegen. Aufgrund der Erreichung der Ertragsziele wurde für die Gruppenleitung 2010 eine Erfolgsbeteiligung von 20,9 Prozent (Vorjahr 20 %) eingerechnet. Gesamtbezüge und Aktienbesitz siehe Anhang zum Geschäftsbericht Seite 58.

## Mitwirkungsrechte der Aktionäre

Entsprechend Art. 11 der Statuten ist jede Aktie zu einer Stimme berechtigt.

Gemäss Statuten (Art. 8) und Obligationenrecht (OR 12 und 13) kann sich jeder Aktionär an der Generalversammlung durch einen anderen Aktionär vertreten lassen. Zulässig ist auch die Vertretung durch die Depotbank und durch einen unabhängigen Stimmrechtsvertreter.

Weitere Mitwirkungsrechte sind in den Statuten der Bell Holding AG geregelt. Die Statuten sind auf der Bell Website einsehbar unter [www.bell.ch/statuten](http://www.bell.ch/statuten). Bei fehlender Regelung durch die Statuten, gilt das Schweizer Obligationenrecht.

Der Stichtag der Eintragung im Aktienbuch im Hinblick auf die Teilnahme an der Generalversammlung wird auf der Bell Website unter [www.bell.ch/agenda-de](http://www.bell.ch/agenda-de) veröffentlicht.

Der Aktionär hat keinen Anspruch auf Druck und Auslieferung von Urkunden für Namenaktien.

Einschränkungen im Zusammenhang mit Kapitalerhöhungen: siehe Kapitel Corporate Governance auf Seite 67.

## Kontrollwechselklausel

Es bestehen keine statutarischen Einschränkungen und Regelungen.

## Revisionsstelle

Revisionsstelle	PricewaterhouseCoopers; seit 1998
Leitender Revisor	Dr. Rodolfo Gerber, leitender Revisor seit 2010
Dauer des Mandats	Die Revisionsstelle wird jährlich gewählt

Die Aufsicht über die externe Revision wird durch den Verwaltungsrat wahrgenommen. Die Revisionsstelle orientiert den Verwaltungsratspräsidenten zweimal jährlich über die anlässlich ihrer Durchsicht der Bücher gemachten Feststellungen. Zusätzlich rapportiert sie einmal jährlich dem Gesamtverwaltungsrat.

Die Beurteilung der Revisionsstelle wird mittels umfassenden Beurteilungskriterien durch den Präsidenten des Verwaltungsrates, den Vorsitzenden der Gruppenleitung sowie dem Leiter Finanzen/Services vorgenommen. Dabei stellen die fachliche Befähigung, die Durchsetzungsstärke, die Unabhängigkeit sowie der Umgang der Expertenteams mit unseren internen Stellen Schwergewichte dar. Ferner fliessen auch externe Überlegungen in die Beurteilung mit ein.

Die Revisionstätigkeit der externen Revision konzentrierte sich im 2010 auf die statutarischen Pflichten inklusive der Beurteilung der Existenz des IKS.

## Revisions- und zusätzliche Honorare

in Tausend CHF	2010	2009
Revisionsdienstleistungen	1 172	1 215
Steuerberatung	-	-
Rechtsberatung	-	-
Transaktionsberatung (inkl. Due Diligence)	-	112
Total	1 172	1 327

---

## Informationspolitik

---

Bell veröffentlicht jedes Jahr einen Geschäftsbericht und einen Halbjahresbericht, die über den Geschäftsverlauf und die Ergebnisse der Bell-Gruppe informieren. Zudem informiert Bell über aktuelle Entwicklungen mittels Medienmitteilungen und über die eigene Website. Auf der Website von Bell kann auf ein Archiv zugegriffen werden, das die Geschäftsberichte, Halbjahresberichte und Ad-hoc-Medienmitteilungen enthält. [www.bell.ch](http://www.bell.ch)

## Wichtige Termine

Rechnungsabschluss	31. Dezember
Generalversammlung Bell Holding AG	7. April 2011
Veröffentlichung Ergebnis 1. Halbjahr 2011	11. August 2011
Veröffentlichung Umsatz 2011	1. Hälfte Januar 2012
Veröffentlichung Ergebnis 2011	Februar 2012

Weitere beziehungsweise aktualisierte Termine auf der Bell-Website unter [www.bell.ch/agenda-de](http://www.bell.ch/agenda-de).

Ansprechpersonen und Kontaktmöglichkeiten für weitere Informationen zur Bell-Gruppe sind auf Seite 84 dieses Geschäftsberichtes aufgeführt.

# Management

---

## Gruppenleitung

**Lorenz Wyss** Vorsitzender der Gruppenleitung (ab 01.04.2011)

**Martin Gysin** Stv. Vorsitzender der Gruppenleitung,  
Leiter Finanzen/Services

**Thorid Klantschitsch** Leiterin Bell Schweiz

## Stab Gruppenleitung

**Michael Gloor** Leiter Interne Revision

**Elisabeth Wegeleben** Leiterin Generalsekretariat/Aktienbüro,  
Sekretärin VR

---

## Finanzen/Services

**Martin Gysin** Leiter Finanzen/Services

**Rolf Anti** Leiter Organisation

**Thomas Denne** Leiter Controlling GB Charcuterie/GB Frischfleisch

**Peter Kunimünch** Leiter IT

**Johannes Meister** Leiter Personal/Ausbildung

**Marc Pittino** Leiter Controlling

**René Stampfli** Leiter Geschäftsprozessanalyse/-design

**Thomas Studer** Leiter Projekte

**Ulrich Süss** Leiter Rechnungswesen

---

## Bell Schweiz

**Thorid Klantschitsch** Leiterin Bell Schweiz

## Stab Leitung Bell Schweiz

**Davide Elia** Leiter Marketing/Kommunikation

## Geschäftsbereich Frischfleisch

**Josef Dähler** Leiter Geschäftsbereich

**Jean-Luc Aebischer** Leiter Verkauf/Marketing Romandie

**Roderich Christoph Balzer** Leiter Betrieb Oensingen

**Christian Gremion** Leiter Frischfleisch Romandie

**Marcel Joseph** Leiter Betriebe Romandie

**Franz Kupper** Key Account Manager

**Michel Lerch** Leiter Betrieb Basel

**Elvira Meyer** Leiterin Verkauf/Marketing

**José-Michel Perez** Leiter Qualitätsmanagement

**Martin Reinhard** Leiter Einkauf

**Stefan Seiler** Leiter Einkauf/Verkauf

**Josef Zuber** Leiter Verkauf Handel/Gastro Deutschschweiz

## SBA Schlachtbetrieb Basel AG

**Joachim Messner** Geschäftsführer

## Geschäftsbereich Geflügel

**Christine Schlatter** Leiterin Geschäftsbereich

**Walter Bieri** Leiter Verkauf/Einkauf

**Thomas Graf** Leiter Betrieb

**Reto Kaufmann** Leiter Verkauf Detailhandel

**Sara Patrizia Kraetli** Leiterin Verkauf/Marketing

**Christoph Schatzmann** Leiter Integrierte Tierproduktion

## Geschäftsbereich Charcuterie

**Adolf Maassen** Leiter Geschäftsbereich

**Thomas Abt** Leiter Logistik

**Frank Bechler** Leiter Marketing/Verkauf

**Daniel Fässler** Leiter Betrieb Gossau

**Jacques Grossenbacher** Leiter Rohwurst

**Hanspeter Gysin** Leiter Planung/Technik

**Ursula Kuhn** Leiterin QM/Labor

**Roland Rufener** Leiter Einkauf Non-Food/Handelswaren

**Kurt Zenger** Leiter Betrieb Basel

**Geschäftsbereich Convenience**

**Markus Bänziger** Leiter Geschäftsbereich

**Convenience**

**Markus Bänziger** Leiter Geschäftseinheit

**Andreas Nieling** Leiter Betrieb

**Peter Schneider** Leiter Marketing/Verkauf

**Seafood**

**José-Manuel Seabra** Leiter Geschäftseinheit

**Marco Märsmann** Leiter Einkauf/Verkauf

**Emilienne Sester** Key Account Managerin

**Frigo St. Johann AG**

**Bruno Flückiger** Geschäftsführer

**Bell International**

**Lorenz Wyss** Leiter Bell International (ab 01.04.2011)

**Abraham GmbH**

**Christian Schröder** Sprecher der Geschäftsführung, Geschäftsführer Vertrieb/Marketing und Verwaltung

**Markus von der Pütten** Geschäftsführer Produktion und Technik

**Jürgen Emtmann** Leiter Finanzen

**Salaison Polette & Cie SAS**

**Philippe Polette** Vorsitzender der Geschäftsleitung

**Gilles Patient** Leiter Verkauf

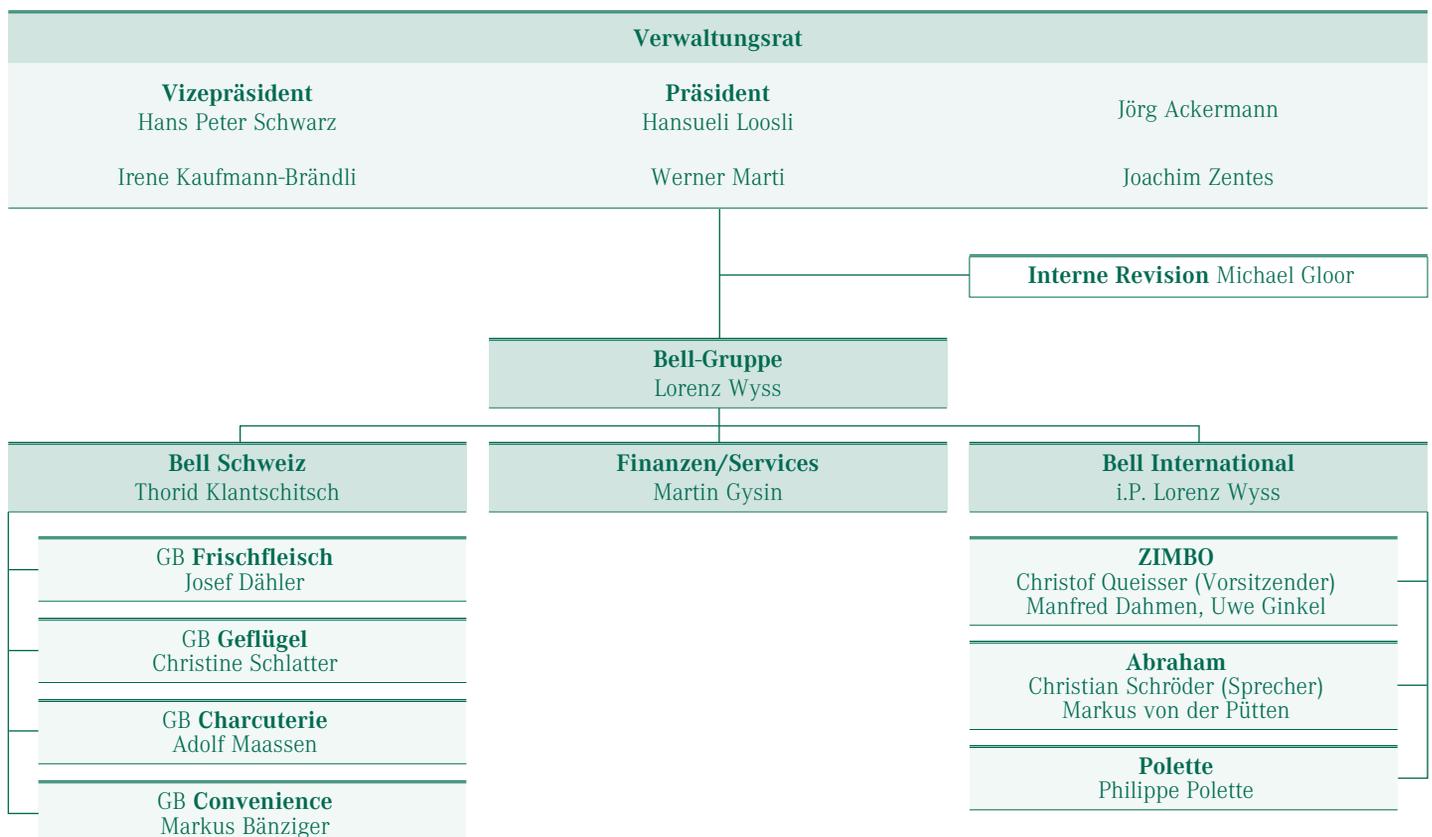
**Ludovic Jouanneau** Leiter Verwaltung und Finanzen

**ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG**

**Christof Queisser** Vorsitzender der Geschäftsführung, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb

**Manfred Dahmen** Stv. des Vorsitzenden der Geschäftsführung, Geschäftsführer Finanzen und Controlling

**Uwe Ginkel** Geschäftsführer Produktion und Logistik



# Bell Holding AG

## Bilanz

in Tausend CHF		31.12.2010		31.12.2009	
Flüssige Mittel		45		928	
Wertschriften		2 025		604	
Forderungen Konzern		22 475		-	
Sonstige Forderungen		133		279	
<b>Umlaufvermögen</b>		<b>24 678</b>	<b>7.4%</b>	1 811	0.6%
Finanzanlagen	Mehrheitsbeteiligungen	147 373		133 123	
	Minderheitsbeteiligungen	9 051		9 051	
	Darlehen Konzern/Sonstige Finanzanlagen	151 992		154 020	
Sachanlagen	Grundstücke	392		538	
	Gebäude	1 133		1 544	
<b>Anlagevermögen</b>		<b>309 941</b>	<b>92.6%</b>	298 276	99.4%
<b>Aktiven</b>		<b>334 619</b>	<b>100.0%</b>	300 087	100.0%
Sonstige Verbindlichkeiten		902		1 121	
Verbindlichkeiten Nahestehende		17		6 777	
Rechnungsabgrenzung		66		185	
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>		<b>985</b>	<b>0.3%</b>	8 083	2.7%
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>		-		-	
<b>Fremdkapital</b>		<b>985</b>	<b>0.3%</b>	8 083	2.7%
Aktienkapital		2 000		2 000	
Gesetzliche Reserven		10 000		10 000	
Reserven für eigene Aktien		6 993		9 019	
Freie Reserven		257 012		234 962	
Jahresgewinn		57 629		36 023	
<b>Eigenkapital</b>		<b>333 634</b>	<b>99.7%</b>	292 004	97.3%
<b>Passiven</b>		<b>334 619</b>	<b>100.0%</b>	300 087	100.0%

## Bell Holding AG Erfolgsrechnung

in Tausend CHF

	2010	2009
Beteiligungserträge	50 518	30 648
Sonstige Finanzerträge	6 983	7 739
Sonstige Erträge	3 089	3 064
<b>Ertrag</b>	<b>60 590</b>	<b>41 451</b>
Verwaltungsaufwand	1 582	1 825
Sonstiger Aufwand	317	224
Zinsaufwand	240	508
Sonstiger Finanzaufwand	-	2 028
Aufwand für Abschreibung Sachanlagen	411	411
<b>Aufwand</b>	<b>2 550</b>	<b>4 996</b>
<b>Ordentliches Ergebnis vor Steuern</b>	<b>58 039</b>	<b>36 455</b>
Ertrag aus Veräußerung von Anlagen	280	88
<b>Unternehmensgewinn vor Steuern</b>	<b>58 319</b>	<b>36 543</b>
Steuern	690	520
<b>Unternehmensgewinn nach Steuern</b>	<b>57 629</b>	<b>36 023</b>

# Bell Holding AG

## Verwendung Bilanzgewinn

### Anträge des Verwaltungsrates an die Generalversammlung

in Tausend CHF	2010	2009
<b>Verwendung Bilanzgewinn</b>		
Bilanzgewinn	57 629	36 023
Dividende CHF 50 (Vorjahr CHF 40)	20 000	16 000
Zuweisung an die freien Reserven	37 629	20 023
<b>Verwendung</b>	<b>57 629</b>	<b>36 023</b>

## Anhang

in Tausend CHF	2010	2009
Gesamtbetrag der Bürgschaften, Garantieverpflichtungen, Pfandbestellungen zu Gunsten Konzerngesellschaften *	331 109	330 955
Gesamtbetrag der verpfändeten Aktiven zu handelsrechtlichen Buchwerten	-	-
Brandversicherungswert der Gebäude	4 194	4 194
Wesentliche Beteiligungen	Seite 66	-
Eigene Aktien gemäss Eigenkapitalnachweis der Konzernrechnung	Seite 47	-
Wesentliche Aktionäre: Coop Genossenschaft, Basel	66.29%	66.29%
Sarasin Investmentfonds AG, Basel	4.09%	4.09%
Gesamtbetrag der bedingten Aktienkapitalerhöhung	1 000	1 000
Gesamtbetrag der genehmigten Aktienkapitalerhöhung	500	-
Angaben zur Risikobeurteilung	Seite 62/71	-

\* Die Gesellschaft haftet solidarisch und unbeschränkt für alle aus der MwSt. entstehenden Steuern inkl. Zinsen und allfälliger Bussen der MwSt.-Gruppe für die Zeit der Einführung als Gruppenmitglied in der Schweiz.

# Bell Holding AG

## Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung

### Bericht der Revisionsstelle an die Generalversammlung der Bell Holding AG, Basel

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung der Bell Holding AG, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang (Seiten 80 bis 82) für das am 31. Dezember 2010 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

#### Verantwortung des Verwaltungsrates

Der Verwaltungsrat ist für die Aufstellung der Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Jahresrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Verwaltungsrat für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

#### Verantwortung der Revisionsstelle

Unsere Verantwortung ist es, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die Jahresrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die Jahresrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der Jahresrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstigen Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der Jahresrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der Jahresrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prüfungshandlungen festzulegen, nicht aber um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der Jahresrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

#### Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung für das am 31. Dezember 2010 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

#### Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften

Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen an die Zulassung gemäss Revisionsaufsichtsgesetz (RAG) und die Unabhängigkeit (Art. 728 OR und Art. 11 RAG) erfüllen und keine mit unserer Unabhängigkeit nicht vereinbaren Sachverhalte vorliegen.

In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und dem Schweizer Prüfungsstandard 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Verwaltungsrates ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Jahresrechnung existiert.

Ferner bestätigen wir, dass der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entspricht und empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG

Dr. Rodolfo Gerber  
Revisionsexperte  
Leitender Revisor

Ralph Maiocchi  
Revisionsexperte

Basel, 15. Februar 2011

# Kontakte

Hauptsitz	<b>Bell Holding AG</b>	Elsässerstrasse 174 • 4056 Basel • Schweiz • Tel. +41 61 326 2626 • Fax +41 61 326 2170 info@bell.ch • www.bell.ch
Aktienregister	<b>Bell Holding AG</b> <b>Elisabeth Wegeleben</b>	Elsässerstrasse 174 • 4056 Basel • Schweiz Tel. +41 61 326 2208 • Fax +41 61 326 2119 • info-aktien@bell.ch
Public Relations/Investor Relations	<b>Bell AG</b> <b>Davide Elia</b>	Elsässerstrasse 174 • 4056 Basel • Schweiz Tel. +41 61 326 2212 • Fax +41 61 326 2114 • davide.elia@bell.ch
Aktuelle Informationen		www.bell.ch
<b>Bell Schweiz</b>	<b>Bell AG</b>	Elsässerstrasse 174 • 4056 Basel • Schweiz • Tel. +41 61 326 2626 • Fax +41 61 326 2170
Bell Frischfleisch	<b>Bell AG</b>	Dünnerstrasse 31 • 4702 Oensingen • Schweiz • Tel. +41 62 388 5300 • Fax +41 62 388 5398
Bell Romandie	<b>Bell SA</b>	Chemin du Châtelard 5 • 1033 Cheseaux-sur-Lausanne • Schweiz • Tel. +41 21 731 9900 • Fax +41 21 731 9903
Bell Charcuterie	<b>Bell AG</b>	Elsässerstrasse 174 • 4056 Basel • Schweiz • Tel. +41 61 326 2626 • Fax +41 61 326 2110
Bell Geflügel	<b>Bell AG</b>	Zelgmatte 1 • 6144 Zell • Schweiz • Tel. +41 41 989 8600 • Fax +41 41 989 8601
Bell Convenience	<b>Bell AG</b>	Ruppertsweilerstrasse 5 • 5503 Schafisheim • Schweiz • Tel. +41 62 885 9555 • Fax +41 62 885 9566
Bell Seafood	<b>Bell AG</b>	Neudorfstrasse 90 • 4056 Basel • Schweiz • Tel. +41 61 326 2929 • Fax +41 61 326 2145
Frigo St. Johann	<b>Frigo St. Johann AG</b>	Neudorfstrasse 90 • 4056 Basel • Schweiz • Tel. +41 61 327 1133 • Fax +41 61 327 1233 info@frigo-ag.ch • www.frigo-ag.ch
SBA	<b>SBA Schlachtbetrieb Basel AG</b>	Schlachthofstrasse 55 • 4056 Basel • Schweiz • Tel. +41 61 385 3232 • Fax +41 61 322 6663
<b>Bell International</b>		
Abraham GmbH		Brookdamm 21 • 21217 Seevetal • Deutschland • Tel. +49 40 768005 0 • Fax +49 40 768005 305 info@abraham.de • www.abraham.de
Salaison Polette & Cie SAS		Champ Saint-Pierre • 63460 Teilhède • France • Tel. +33 473 64 3131 • Fax +33 473 64 3140 • salaison@polette.fr
ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG		Wasserstrasse 223 • 44799 Bochum • Deutschland • Tel. +49 234 9553 7000 • Fax +49 234 9553 7208 info@zimbo.de • www.zimbo.de

# IMPRESSUM

---

## Allgemeine Hinweise

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde nur die männliche Sprachform verwendet.  
Alle Werte einzeln gerundet.

## Zukunftsgerichtete Aussagen

Der Geschäftsbericht enthält zukunftsweisende Aussagen. Sie basieren einerseits auf Annahmen und Einschätzungen und andererseits auf Informationen, die Bell zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses zur Verfügung standen. Dies kann zur Folge haben, dass die tatsächlichen Ergebnisse und Ereignisse wesentlich von den Erwartungen abweichen, die in den zukunftsgerichteten Aussagen enthalten oder impliziert sind.

Unser Geschäftsbericht erscheint in deutscher Sprache sowie in französischer und englischer Übersetzung. Massgebend ist in jedem Fall die gedruckte deutsche Version. Zusätzliche Druckversionen des Geschäftsberichts sind beim Hauptsitz erhältlich oder können im Internet bestellt werden. Er ist ebenfalls unter [www.bell.ch/geschaeftsbericht](http://www.bell.ch/geschaeftsbericht) abrufbar.

Weiterführende Informationen zum Geschäftsbericht sowie aktuelle Informationen zur Bell-Gruppe stellen wir im Internet unter [www.bell.ch](http://www.bell.ch) zur Verfügung.

## Herausgeber

Bell Holding AG  
Elsässerstrasse 174  
4056 Basel  
Schweiz

## Gesamtverantwortung

Davide Elia, Bell AG, Marketing/Kommunikation

## Konzept, Gestaltung

Grayling Schweiz AG; Walter Stähli

## Fotos

Photoart, Zürich  
Eugen Leu & Partner AG, Riehen  
Diverse andere Quellen

## Druck

Werner Druck AG, Basel

