

Bell AG

Geschäftsbericht

2012

Qualität ist unsere Kernkompetenz



Bell lebt Werte. Mit Engagement und Begeisterung.

Produkte werden von Menschen geschaffen. Mit diesem Bewusstsein setzen sich die Mitarbeiter von Bell mit viel Leidenschaft und feinem Gespür für unsere traditionelle Handwerkskunst ein. Sie orientieren sich an den höchsten Qualitätsansprüchen für den perfekten Genuss unserer Produkte. Die Bewahrung der Tradition liegt uns genauso am Herzen wie die Entwicklung von Produktinnovationen. Dabei respektieren wir unsere natürlichen Ressourcen. Wir legen Wert auf Nachhaltigkeit – auch bei unseren Mitarbeitern. Sie sind die Grundlage unseres Erfolgs.



INHALT

- Bell in Kürze
- 2 — Editorial

- 14 — **Lagebericht**
- 16 — Anspruchsvolles Jahr für die Bell-Gruppe
- 16 — Bell Schweiz – stabile Entwicklung
- 19 — Bell Deutschland – im Zeichen der Konsolidierung
- 20 — Bell Osteuropa/Benelux – Fokus auf Kernkompetenzen
- 22 — Bell Frankreich – erfreuliches Mengenwachstum
- 23 — Ausblick 2013 – Strategien konsequent umsetzen

- 24 — **Corporate Social Responsibility**
- 26 — Verantwortung leben
- 26 — Die drei Pfeiler der Nachhaltigkeit
- 27 — Beschaffung und Leistung
- 29 — Ressourceneffizienz
- 30 — Soziale Verantwortung
- 33 — Kommunikation
- 34 — Markenführung

- 36 — **Corporate Governance**

- 54 — **Finanzielle Berichterstattung**
- 56 — Bell-Gruppe
- 84 — Bell AG

- 88 — Kontakte
- 89 — Impressum

Bell in Kürze

Die Bell-Gruppe gehört zu den führenden Fleischverarbeitern in Europa. Das Angebot umfasst Fleisch, Geflügel, Charcuterie, Seafood und Convenience-Produkte. Mit den Marken Bell, Abraham, ZIMBO, M^ossieur Polette und Hoppe deckt die Gruppe vielfältige Kundenbedürfnisse ab. Zu den Kunden zählen der Detail- und Grosshandel, die Gastronomie sowie die Lebensmittelindustrie.

Rund 30 % vom Umsatz und rund 45 % vom Absatzvolumen werden ausserhalb der Schweiz erzielt.

ERLÖSE AUS WARENVERKÄUFEN

in Tausend CHF

2'526'520

Vorjahr
2'516'953



NETTOERLÖS AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in Tausend CHF

2'508'378

Vorjahr
2'482'588



EBITDA

in Tausend CHF

185'138

Vorjahr
204'291

→
-9,4%

EBIT

in Tausend CHF

99'145

Vorjahr
89'849

→
+10,4%

JAHRESGEWINN

in Tausend CHF

75'849

Vorjahr
71'618

→
+5,9%

ERLÖSE AUS WARENVERKÄUFEN NACH PRODUKTGRUPPEN

in %


45%
Charcuterie


33%
Frischfleisch


14%
Geflügel


5%
Seafood

2%
Übriger Umsatz

1%
Spezialfleisch

ERLÖSE AUS WARENVERKÄUFEN NACH LÄNDERN

in %

 18%
Deutschland

 5%
Osteuropa

 4%
Frankreich

 3%
Spanien/Benelux

 70%
Schweiz

AKTIENKURS AM 31.12.
in CHF

2'005



2012 ■
2011 ■

EBITDA je Aktie in CHF	465 514		-9,5%
EBIT je Aktie in CHF	249 226		+10,2%
Reingewinn je Aktie in CHF	191 180		+6,1%
Ausschüttung je Aktie in CHF	60 60		+0,0%

ROHMATERIALGEWINNUNG (SCHWEIZ)
in Tonnen

	Eigene Schlachtungen	Importe/ Zukäufe	Import-anteil	2012	2011
Schlachttiere	100 351	4 957	5 %	105 308	106 438
Geflügel	25 144	10 235	29%	35 379	33 672
Spezialfleisch (Wild, Kaninchen etc.)	30	1 826	98%	1 856	2 167
Seafood (ohne Handelswaren)	-	5 617	98%	5 617	5 158
Total	125 525	22 635	18%	148 160	147 435
Absatzvolumen Charcuterie Schweiz				32 369	32 462
Absatzvolumen Charcuterie Europa				99 201	103 551

ANZAHL PRODUKTIONSSTANDORTE

27



- 27 Produktionsstandorte (=)
- 100 Verkaufsstandorte (+6)
- 2 Weitere Standorte (-1)

GESCHLECHTERVERTEILUNG
in %



Anteil Frauen im Management 19 %
(Vorjahr 17 %).

NATIONALITÄTEN

72

Vorjahr
74



Die Bell-Gruppe ist international ausgerichtet: sie ist in 11 Ländern präsent, verkauft ihre Produkte in rund 25 Ländern und beschäftigt Menschen aus 72 Ländern.



Weichen für die Zukunft gestellt

Bericht des Präsidenten des Verwaltungsrates
und des Vorsitzenden der Gruppenleitung



Divisionen im Zeichen der Konsolidierung
 Dividende CHF 60 pro Aktie
 Weichen für die Zukunft gestellt
 Strategische Versorgungssicherheit und Nachhaltigkeit
 Ausblick 2013

Geschätzte Aktionärinnen und Aktionäre

Das Geschäftsjahr 2012 war geprägt von anspruchsvollen Rahmenbedingungen. In den meisten unserer Märkte blieben die Rohmaterialpreise auf einem sehr hohen Niveau. Vereinzelt und mit Zeitverzögerung konnten Preisanpassungen im Markt umgesetzt werden, die Lage blieb aber angespannt. Die Bell-Gruppe weist eine stabile Umsatzentwicklung aus. Der Warenumsatz stieg um 0,4 Prozent auf CHF 2,53 Milliarden. Währungs- und strukturbereinigt beträgt das Umsatzwachstum 0,6 Prozent. Das Absatzvolumen ging über die ganze Gruppe mit rund 221'700 Tonnen (-1,2 %) leicht zurück.

Das operative Ergebnis der Bell-Gruppe auf Stufe EBITDA fällt mit CHF 185,1 Millionen rund 9,4 Prozent oder CHF 19,2 Millionen unter dem Vorjahr aus. Mehrere Gründe führten zu diesem Rückgang: Für die Schliessung des Standorts Bochum sind Sonderkosten in Höhe von rund CHF 9 Millionen angefallen, die hohen Rohstoffkosten einerseits und der Druck auf die Verkaufspreise andererseits beeinträchtigten spürbar das Margenbild in unseren internationalen Aktivitäten, die Wachstumsdynamik in unserem Kernmarkt Schweiz hat ebenfalls nachgelassen, insbesondere bei der Charcuterie, die mit einem spürbaren Marktückgang konfrontiert wurde. Der Unternehmensgewinn liegt mit CHF 75,8 Millionen um 4,2 Millionen oder 5,9 Prozent über Vorjahr.

Divisionen im Zeichen der Konsolidierung

Bell Schweiz hat das hohe Vorjahresniveau erneut erreichen können und weist eine stabile Geschäftsentwicklung auf. Aufgrund der schwächeren Marktentwicklung ist die Wachstumsdynamik etwas abgeflacht. Mit ein Grund für den Marktückgang sind die erneut sehr hohen Einkäufe von Schweizer Konsumenten im grenznahen Ausland. Dennoch konnten wir unsere Absatzvolumina steigern und folglich Marktanteile gewinnen. Beim Frischfleisch und Geflügel sind wir mit Schweizer Fleisch gewachsen. Die Charcuterie hingegen musste beim Absatz insgesamt Einbussen verzeichnen. Nach wie vor erfreulich ist die Entwicklung bei Seafood, wo wir uns mittlerweile zum Marktleader entwickelt haben.

Bell Deutschland hat den Umsatz gegenüber dem Vorjahr mit CHF 484,1 Millionen (+1,5 %) leicht steigern können. Die Rohmaterialpreise verharrten auf einem sehr hohen Niveau und nur bedingt konnten Preisanpassungen im Markt durchgesetzt werden. Zulegen konnten wir beim Rohschinken, während bei der Brüh- und Rohwurst aufgrund eigener Sortimentsrestrukturierungen die Umsätze unter dem Vorjahr lagen.

Bell Osteuropa/Benelux präsentiert ein uneinheitliches Bild. Unsere Aktivitäten in Polen weisen eine positive Entwicklung auf. In Ungarn haben wir mit verschiedenen Initiativen die Sortimente und Prozesse unseres Betriebes effizienter ausgerichtet und entsprechend der schwachen inländischen Konjunktur entgegenwirken können. Der Verlust einer Produktgruppe fiel bei unseren Handelsaktivitäten in den Benelux-Ländern ins Gewicht, was wir teilweise wieder auffangen konnten. Erfreulich entwickeln sich unsere Filialgeschäfte in Tschechien, in der Slowakei und in Rumänien, dessen Filialnetz mittlerweile auf 100 Einheiten angestiegen ist.

Bell Frankreich hat ein erfreuliches Mengenwachstum erzielt. Doch auch in Frankreich ist es weiter problematisch, die sehr hohen Rohmaterialpreise mittels Preiserhöhungen im Markt abzuwälzen. Der Preisnachteil bei Rohmaterialien kann mit weiteren Produktivitätsfortschritten jedoch nur bedingt aufgefangen werden. Dank dem Verbund der Bell-Gruppe konnten für unsere französischen Spezialitäten neue Absatzmärkte in Deutschland und in der Schweiz erschlossen werden.

Insgesamt sind wir mit dem Geschäftsjahr 2012 der Bell-Gruppe zufrieden. Die Wachstumsdynamik der letzten Jahre konnte zwar nicht fortgesetzt werden, doch in Anbetracht der schwierigen Rahmenbedingungen haben wir ein gutes Ergebnis auf hohem Niveau erzielt. Dies zeigt, dass wir als Gruppe ein starkes Fundament besitzen, auf das wir weiter aufbauen wollen.

Dividende CHF 60 pro Aktie

Der Kurs der Bell-Aktie lag per 31. Dezember 2012 mit CHF 2'005 um 13,8 Prozent beziehungsweise CHF 243 über dem Jahresendkurs 2011. Der Swiss Performance Index SPI hat im gleichen Zeitraum um 17,7 Prozent zugelegt. Im Rahmen unserer Ausschüttungspolitik sowie in Abhängigkeit der Ergebnisentwicklung und weiteren Aussichten streben wir eine Ausschüttungsquote von 30 bis 40 Prozent an. In Anbetracht des Jahresergebnisses 2012 beantragt der Verwaltungsrat zuhänden der Generalversammlung eine gegenüber dem Vorjahr unveränderte Dividende von CHF 60 pro Aktie (Ausschüttungsquote 31,5 %).

+13,8 %

Kurszunahme der Bell-Aktie
im Berichtsjahr.

Weichen für die Zukunft gestellt

2012 haben wir diverse organisatorische Veränderungen zur Erschliessung von Synergien und zur Effizienzverbesserung vollzogen. Die Leitung von Bell Deutschland hat Christian Schröder, bisheriger Geschäftsführer von Abraham, übernommen. Unter dieser einheitlichen Führung werden betriebliche Prozesse in der Produktion, der Beschaffung, der Logistik und der IT integriert. Mit der Zusammenführung unserer Aktivitäten in Deutschland wurde die Verwaltung am Standort Sevetal konzentriert und der Standort Bochum wird im Frühjahr 2013 geschlossen.

Für die jeweiligen länderspezifischen Geschäfte in Osteuropa und den Benelux-Ländern haben wir unsere internationalen Geschäftsfelder neu in Bell Deutschland, Bell Frankreich und Bell Osteuropa/Benelux gegliedert. Diese Umstrukturierung wurde von einer deutlichen Bereinigung der juristischen Strukturen begleitet, was zu einer bedeutend geringeren Anzahl Rechtseinheiten führte. Unser Verkaufsbüro in Dänemark haben wir in einem Management-Buy-out abgegeben.

Auch in personeller Hinsicht wurden über alle Divisionen Anpassungen vorgenommen. Neben den bereits erwähnten Veränderungen in Deutschland wurden die Geschäftsführungen von Bell Benelux, von Bell Ungarn und von der Charcuterie Schweiz neu besetzt. Zudem wurde in einigen Geschäftseinheiten das obere Management verstärkt.

Mitte 2012 hat der Verwaltungsrat die neue Markenstrategie für die gesamte Bell-Gruppe verabschiedet. Diese sieht die Konzentration auf die strategischen Marken Bell, Abraham, ZIMBO, Hoppe und Mōssieur Polette vor. Für diese Marken haben wir eine detaillierte Produkt- und Marktabgrenzung vorgenommen mit dem Ziel, sie noch stärker in den jeweiligen Märkten zu positionieren. Mit einem Ausbau der Markenaktivitäten wollen wir unser bereits sehr starkes Eigenmarkengeschäft ideal ergänzen.

In der Standortpolitik wurden ebenfalls Weichen neu gestellt. In Churwalden (Schweiz) wird die Ausbautetappe für die Produktion der Bündner Spezialitäten Mitte 2013 in Betrieb genommen. Das neue Charcuterie-Werk in Chesaux-sur-Lausanne (Schweiz) befindet sich in der Umsetzungsphase. In Zell (Schweiz) ist der Startschuss der Planungsarbeiten für die Sanierung des Geflügelschlachthofes mit einer neuen Direktanbindung an die Zerlegerei gefallen. Darüber hinaus setzen wir an diesem Standort den Ausbau der Convenienceproduktion weiter fort. In Oensingen (Schweiz) konnte neben der 2012 erstandenen Fläche, mittels einem Kaufrechtsabtausch, eine weitere Parzelle gesichert werden.

In der Sortimentsbewirtschaftung haben wir neben den regulären Anpassungen umfangreiche Restrukturierungen in unseren Werken in Polen, Ungarn und Suhl (Deutschland) sowie bei unserer Handelsgesellschaft Bell Benelux vorgenommen.

Auch 2013 werden wir konsequent in die Leistungsfähigkeit der Bell-Gruppe investieren. Für das laufende Geschäftsjahr ist ein Investitionsvolumen von rund CHF 90 Millionen vorgesehen. Davon sind rund 50 Millionen Ersatz- und Erneuerungsinvestitionen. Dieses im Vergleich zu den Vorjahren höhere Investitionsbudget können wir dank unserer gesunden Finanz- und Ertragskraft ohne Zusatzverschuldung über die generierten Cashflows finanzieren.

Strategische Versorgungssicherheit und Nachhaltigkeit

Die zunehmende Volatilität der Rohstoffmärkte wie auch die qualitative und quantitative Verfügbarkeit von Rohstoffen sind Tatsachen, denen wir vermehrt Aufmerksamkeit schenken. Derzeit prüft Bell mit verschiedenen Überlegungen, vorgelagerte Stufen stärker ans Unternehmen zu binden. Die Umsetzung kann grundsätzlich mit unterschiedlichen Kooperationsmodellen erfolgen und würde vermehrt sicherstellen, dass unsere wachsenden Anforderungen an die Qualität der Rohstoffe erfüllt werden. Weiter lässt sich damit auch die Abhängigkeit von grossen Rohstofflieferanten und Rohstoffpreisschwankungen reduzieren. Eine zusätzliche Handlungsachse ist die Bündelung der Beschaffung mit bewährten Geschäftspartnern. Dadurch können wir auf den Beschaffungsmärkten eine stärkere Position einnehmen und unsere Interessen besser vertreten.

Zum Thema Nachhaltigkeit haben wir im Berichtsjahr mit punktuellen Verbesserungen auf verschiedenen Ebenen zusätzliche Fortschritte erzielt. Auch an unserer gruppenweiten Nachhaltigkeitsstrategie haben wir weiter gearbeitet. Qualität und Nachhaltigkeit ist für uns eine Frage der Einstellung. Wir sind überzeugt, dass nachhaltiges Handeln für erfolgreiche Unternehmen bereits heute – und in Zukunft erst recht – entscheidend ist. Dies nicht nur aus ökologischer und sozialer Sicht, sondern auch in ökonomischen Belangen.

Ausblick 2013

Wir gehen davon aus, dass sich die Rahmenbedingungen 2013 nicht wesentlich verändern werden und wir weiterhin mit einem sehr anspruchsvollen Umfeld rechnen müssen. Während der harte Konkurrenzkampf sowie die stagnierende Konjunktur auf die Verkaufspreise einwirken, werden die hohen Rohmaterialkosten weiter unsere Beschaffungskosten belasten.

Um unsere Effizienz laufend zu verbessern, arbeiten wir weiter an der Optimierung unserer Strukturen und Sortimente in Richtung mehr Wertschöpfung. Dabei berücksichtigen wir die konsequente Nutzung von Synergien innerhalb der Gruppe wie auch innovative Konzepte. Wir hinterfragen systematisch unsere Prozesse und passen sie falls notwendig an. Nach dem Übergangsjahr 2012 wollen wir im Jahr 2013 die nächsten Schritte in Angriff nehmen. Die bereits eingeleiteten Initiativen sollen trotz schwierigen Marktverhältnissen zu einem weiteren Wachstum beitragen.

Wir legen viel Wert darauf, alle unsere Geschäftspartner zu involvieren und gemeinsam mit ihnen die besten Lösungen zu erarbeiten. Die Bell-Gruppe ist für künftige Herausforderungen gut gerüstet. Dem engagierten Einsatz unserer Mitarbeiter verdanken wir ebenso unseren Erfolg wie unseren Aktionären, Kunden und Lieferanten, die uns ihr Vertrauen geschenkt haben. An dieser Stelle danken wir deshalb allen für ihre Bereitschaft, künftige Herausforderungen gemeinsam anzugehen sowie für ihre Loyalität und das Vertrauen, das sie in das Unternehmen Bell setzen.

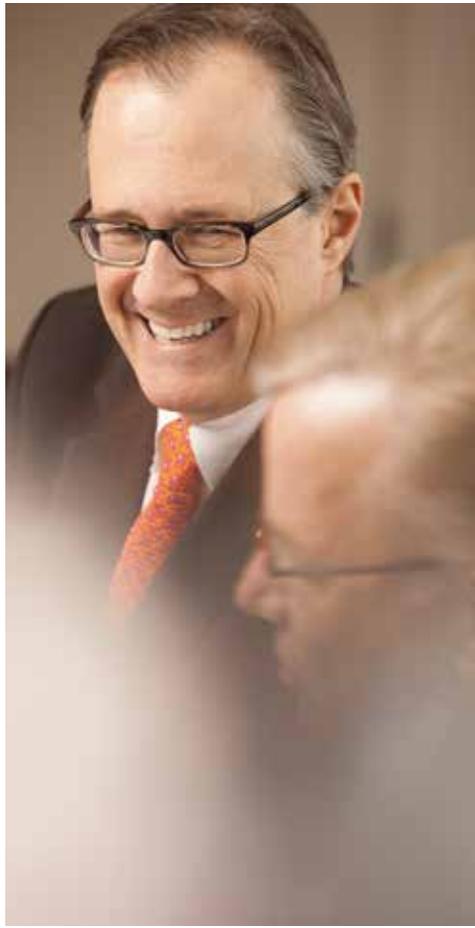
Wir arbeiten weiter an der Optimierung unserer Strukturen und Sortimente in Richtung mehr Wertschöpfung.

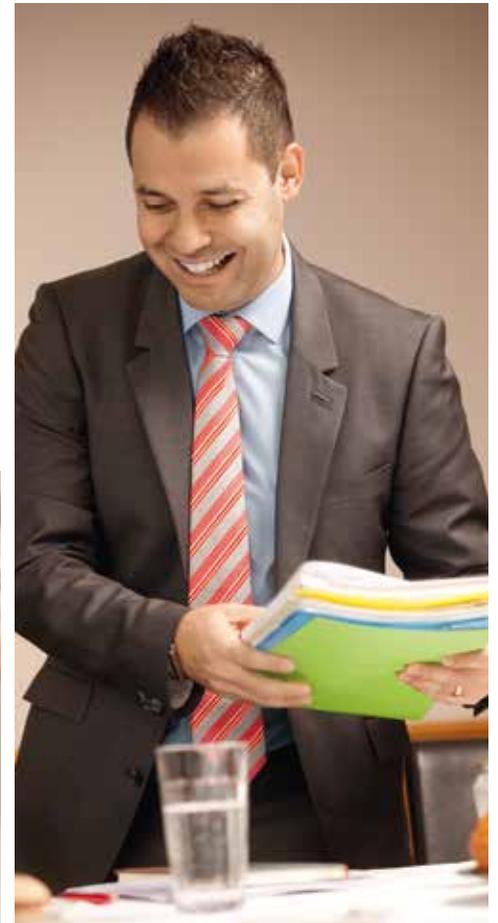


Hansueli Loosli
Präsident des Verwaltungsrates



Lorenz Wyss
Vorsitzender der Gruppenleitung





Unser Qualitätsbewusstsein schafft Vertrauen.

Qualität durch Kompetenz. Verankert in all unseren Funktionen. Für Bell und unsere Kunden.



Unsere über 140-jährige Tradition macht uns reich an Erfahrung. Diesen Erfahrungsschatz verknüpfen wir immer wieder aufs Neue mit modernsten Technologien. Eine Kombination, die den Kern unserer Produkte bildet und die maßgeblich für unsere Erfolge verantwortlich zeichnet. Mit feinem Gespür für das Wesentliche streben unsere erfahrenen Spezialisten in allen Gebieten unserer Wertschöpfungskette nach Perfektion. Denn Qualität ist unsere Kernkompetenz. Von der Beschaffung über die Produktion bis zum Verkauf setzen wir uns ein für die höchsten Qualitätsstandards. Unsere Produkte sorgen für Genuss und Lebensfreude. Das verdanken wir unseren Mitarbeitern, die sich mit Leidenschaft, Innovationsgeist und ausgeprägtem Leistungswillen engagieren. Dabei denken wir nicht nur ans Hier und Jetzt: Wir stehen für nachhaltige Leistungen und achten auf einen schonenden Umgang mit unseren Ressourcen.



Beschaffung
Produktion
Verkauf
Marketing
Services



Den besten Rohstoff zu erhalten, ist keine Selbstverständlichkeit sondern harte Arbeit.

Martin Reinhard

Die **Qualitätsanforderungen** von Bell beginnen bei der Auswahl der besten Rohstoffe. Dabei sind Merkmale wie Rasse, Haltung und Fütterung der Tiere bedeutende Kriterien.

Auch der **Nachhaltigkeitsgedanke** von Bell ist bei der Sicherstellung der Versorgungssicherheit zentral. Bell fördert eine nachhaltige Beschaffung unter besonderer Berücksichtigung des Tierwohls.



ZUR PERSON

Martin Reinhard (62) ist als Leiter Einkauf bei Bell Frischfleisch in Oensingen (Schweiz) tätig. Er arbeitet in verschiedenen Funktionen seit 40 Jahren für die Gruppe.

67%

unserer Aufwendungen sind Waren- und Materialkosten.

Corporate Social Responsibility
ab Seite 24



PRODUKTION



Dank unserer lang-
jährigen Tradition
bringen wir viel
Erfahrung für unser
Handwerk mit.

Michel Lerch

Bell stellt hohe Ansprüche an den Genusswert der Produkte. Mit ausgeprägtem **Know-how** gelingt Bell die Bewahrung der **traditionell** überlieferten Rezepturen auch dann, wenn sie in moderne Herstellungsverfahren integriert werden.

Mit innovativen Technologien in effizienten und spezialisierten Produktionsbetrieben produziert Bell **auf dem neusten Stand der Technik**.

222

Millionen Kilogramm
ist das Produktionsvolumen
aller 27 Bell-Betriebe.

Lagebericht
ab Seite 14

ZUR PERSON

—
Michel Lerch (51) ist seit 8 Jahren als Leiter für den Betrieb Bell Frischfleisch Basel (Schweiz) verantwortlich und insgesamt seit 17 Jahren im Unternehmen.



»
Unsere
Produktvielfalt
widerspiegelt
die unterschiedli-
chen Bedürfnisse
unserer Kunden.

Elvira Meyer

Die Kunden von Bell, aus dem Detail- und Grosshandel, aus der Gastronomie und der Lebensmittelindustrie, haben unterschiedliche Erwartungen an das Sortiment. **Mit feinem Gespür für Trends** entwickelt Bell laufend Neuheiten und innovative Produkte.

Die **Weiterentwicklung des Angebots** verlangt neben dem Verständnis für die Kundenbedürfnisse ein grosses Mass an Kreativität.

2,5

Millionen Bell-Produkte kaufen die Konsumenten in ganz Europa – jeden Tag.

Corporate Social Responsibility
ab Seite 24



ZUR PERSON

Elvira Meyer (35) ist als Leiterin Verkauf/Marketing bei Bell Frischfleisch in Oensingen (Schweiz) tätig. Sie ist in verschiedenen Funktionen seit 1999 bei Bell.



MARKETING



Glaubwürdigkeit, Identifikation und Vertrauen sind die wichtigsten Werte in unserer nachhaltigen Kommunikationsarbeit.

Davide Elia

Bell gibt seinen Produkten ein **unverwechselbares Gesicht**. Zeitgemäss und mit identitätsstiftender Wirkung als Orientierungshilfe für die Kunden und Konsumenten.

Mit den Kommunikations- und Marketingmassnahmen hebt Bell die **Mehrwerte** hervor. Dabei stehen die Unternehmens- und Markenwerte im Zentrum der Botschaftsgestaltung: frisch, nachhaltig und mit einzigartigem Qualitätsbewusstsein produziert.

96 %

der Schweizer Bevölkerung kennt die Marke Bell.

Corporate Social Responsibility
ab Seite 24

ZUR PERSON

Davide Elia (40) ist als Leiter Marketing/Kommunikation für die Bell AG in Basel (Schweiz) tätig. Er arbeitet seit 15 Jahren in verschiedenen Funktionen bei Bell.



SERVICES



Die Förderung unserer Mitarbeiter steht im Zentrum unserer Personalpolitik.

Johannes Meister

Mitarbeiter, die sich mit dem Unternehmen und den Produkten identifizieren, tragen massgeblich zum **Geschäftserfolg** bei.

Mit zeitgemässen Infrastrukturen und Prozessen in allen Berufsgattungen bietet Bell eine attraktive Arbeitsumgebung für unsere Mitarbeiter. **Die offene Kommunikationskultur** und das zunehmend internationale Umfeld von Bell tragen in besonderem Masse zur Wertschätzung und Entwicklung der Mitarbeiter bei.

72

Nationalitäten sind in der Bell-Gruppe vertreten.

Corporate Social Responsibility
ab Seite 24



ZUR PERSON

Johannes Meister (52) ist als Leiter Personal/Ausbildung in der Division Finanzen/Services für die Bell Schweiz AG in Basel (Schweiz) tätig. Dies bereits seit 18 Jahren.



Absatzvolumen Bell-Gruppe 221'700 Tonnen

Benelux

Mitarbeiter: 45
Absatzvolumen: 7'300 t



Schweiz

Mitarbeiter: 3'415
Produktionsbetriebe: 10
Absatzvolumen: 122'500 t

Spanien

Mitarbeiter: 60
Produktionsbetrieb: 1
Absatzvolumen: 5'200 t

Frankreich

Mitarbeiter: 420
Produktionsbetriebe: 6
Absatzvolumen: 12'600 t

Lagebericht

INHALT

Anspruchsvolles Jahr für die Bell-Gruppe

Bell Schweiz – stabile Entwicklung

Bell Deutschland – im Zeichen der Konsolidierung

Bell Osteuropa/Benelux – Fokussierung auf Kernkompetenzen

Bell Frankreich – erfreuliches Mengenwachstum

Ausblick 2013 – Strategien konsequent umsetzen



Deutschland

Mitarbeiter: 1'310
Produktionsbetriebe: 6
Absatzvolumen: 65'980 t

Polen

Mitarbeiter: 180
Produktionsbetrieb: 1
Absatzvolumen: 8'000 t



Tschechien

Mitarbeiter: 650
Anzahl Verkaufsstellen: 65



Slowakei & Rumänien

Mitarbeiter: 220
Anzahl Verkaufsstellen: 35



Ungarn

Mitarbeiter: 170
Produktionsbetrieb: 1
Absatzvolumen: 6'000 t

**Der Unternehmens-
gewinn liegt mit
CHF 75,8 Millionen
um 4,2 Millionen
über Vorjahr.**

Anspruchsvolles Jahr für die Bell-Gruppe

Die Bell-Gruppe weist eine stabile Umsatzentwicklung aus. Der Warenumsatz stieg um 0,4 Prozent auf CHF 2,53 Milliarden. Währungs- und strukturbereinigt beträgt das Umsatzwachstum 0,6 Prozent. Das Absatzvolumen ging über die ganze Gruppe mit rund 221'700 Tonnen (-1,2 %) leicht zurück.

Die Marktlage bei den Beschaffungspreisen ist in den meisten unserer Märkte nach wie vor sehr angespannt. Die Rohmaterialpreise verharren auf einem sehr hohen Niveau. Der Handel hat die dadurch notwendigen Preiserhöhungen nur bedingt und mit grosser Zeitverzögerung zugelassen.

Der Bruttogewinn ist mit rund CHF 827 Millionen stabil geblieben. Durch die Integration des Schlachthofes Basel sind rund CHF 9 Millionen zusätzlich in den Bruttogewinn eingeflossen, während die tieferen Verkaufspreise den Bruttogewinn negativ beeinflussten. Die Personalkosten sind aufgrund von Konsolidierungseffekten höher als in der Vergleichsperiode. Der Schlachtbetrieb Basel sowie die Betriebe Hoppe (Fleisch-Convenience) und Kocherhans (Bündner Spezialitäten) sind erstmals das ganze Jahr in der Rechnung abgebildet. Der Personalbestand beträgt per Ende des Berichtjahres 6'469 Mitarbeiter (-1). Davon arbeitet rund die Hälfte in der Schweiz.

Das operative Ergebnis auf Stufe EBITDA fällt mit CHF 185,1 Millionen rund 9 Prozent unter dem Vorjahr aus. Der Rückgang ist durch die einmalige Rückstellung in Höhe von CHF 9 Millionen für die Schliessung des Standortes Bochum begründet. Bereinigt um die Sondereinflüsse liegt der EBITDA auf Vorjahreshöhe. Der Unternehmensgewinn liegt mit CHF 75,8 Millionen um 4,2 Millionen über Vorjahr.

Strategischer Partner Hilcona wächst weiter

Die Hilcona AG, eine wesentliche Beteiligung der Bell AG, hat per 1. Januar 2012 die Gastro Star AG übernommen und konsolidiert diese ab 1. Juli 2012 in die Hilcona-Gruppe. Mit der Akquisition stärkt Hilcona ihre Marktposition als Komplettanbieter im Lebensmittel-Marktsegment der frischen Convenience. Neben den Arbeitsplätzen bei der Gastro Star in der Verwaltung bleiben die etablierten Schweizer Produktions- und Distributionsstandorte Dällikon und Villigen erhalten. Im Rahmen einer Kooperation ist die Bell AG seit dem 1. Januar 2011 mit 49 Prozent an Hilcona beteiligt und wird 2015 weitere 2 Prozent des Kapitals erwerben.

Bell Schweiz – stabile Entwicklung

Kernmarkt der Bell-Gruppe ist die Schweiz. Hier sind wir sehr breit aufgestellt und decken mit unserem Vollsortiment alle Warengruppen im Bereich Fleisch ab, vom Frischfleisch über Geflügel und Charcuterie bis hin zu Seafood. In der Schweiz schlachten und zerlegen wir in eigenen Betrieben und verfügen auch über die Infrastruktur zur Herstellung von hochwertigen Fleischprodukten. Zu den Kunden in der Schweiz zählen der Detail- und Grosshandel, die Gastronomie und die Lebensmittelindustrie.

Bell Schweiz hat das hohe Vorjahresniveau erneut erreichen können und weist eine stabile Geschäftsentwicklung auf. Die Wachstumsdynamik ist aufgrund der schwachen Marktentwicklung etwas abgeflacht. Das Absatzvolumen ist um 1,4 Prozent auf 122,5 Millionen Kilogramm gestiegen. Damit hat Bell Marktanteile gewonnen, da das mengenmässige Marktvolumen in der Schweiz nach Bell-Schätzungen um rund 2 Prozent nachgegeben hat. Der Umsatz hat mit 0,6 Prozent auf CHF 1,76 Milliarden weniger stark zugenommen. Zurückzuführen ist dies auf durchschnittlich 0,8 Prozent tiefere Verkaufspreise.

Das Wachstum ist hauptsächlich beim Schweizer Fleisch angefallen. Unser Qualitätsniveau und die Sortiments- und Angebotsvielfalt werden hier von den Konsumenten besonders honoriert. Importiertes Fleisch hat sich eher unterproportional entwickelt. Wir vermuten, dass Schweizer Konsumenten, wenn sie denn ausländisches Fleisch kaufen, es aus preislichen Gründen gleich im angrenzenden Ausland tun. Der boomende Einkaufstourismus war während des ganzen Berichtsjahres eine Konstante, was sich vor allem im Schweizer Detailhandel bemerkbar machte.

Die Umsätze im Absatzkanal Detailhandel und folglich in der Lebensmittelindustrie sind tendenziell tiefer ausgefallen. Unsere Absätze im Gastronomiekanal haben in Teilbereichen zugenommen. Ebenfalls zugelegt haben die Absätze mit kleinflächigen Verkaufsstellen, wie zum Beispiel Convenience-Shops.

Die Ergebnisentwicklung ist vergleichbar mit dem Vorjahr. Der höhere Wertschöpfungsgrad über alle Sortimente hat sich positiv auf die Erträge ausgewirkt. Auch saisonale Aktivitäten wie Ostern, Grill und Festtage verliefen insgesamt gut. Allerdings nehmen wir die rückläufige Detailhandel-Marktentwicklung anhand eines deutlich erhöhten Preis- und Margendrucks wahr.

Anspruchsvolles Marktumfeld

Die verfügbare Fleischmenge in der Schweiz, ein Gradmesser für den Fleischkonsum der Bevölkerung, ist im Berichtsjahr um rund 2 Prozent zurückgegangen. Dabei haben vor allem die Fleischimporte, mit einem Minus von rund 9 Prozent bei Fleisch von Schlachttieren und einem Minus von rund 1 Prozent bei Geflügelfleisch, deutlich abgenommen. Rechnet man die Fleischprodukte dazu, die von in der Schweiz wohnhaften Personen in Grenznähe eingekauft wurden, ist der Fleischkonsum nach unseren Schätzungen insgesamt stabil geblieben.

Im abgeschotteten Schweizer Beschaffungsmarkt sind nach zwei Jahren relativer Stabilität die Rohmaterialpreise in Bewegung gekommen. Unsere durchschnittlichen Einkaufspreise waren 2012 im Durchschnitt um 0,4 Prozent höher. Bei den Schweinen lagen die Preise im ersten Halbjahr noch unter den Vorjahreswerten. Im zweiten Halbjahr und vor allem im letzten Quartal haben die Notierungen deutlich angezogen.

Absatzvolumen Frischfleisch



Beim Frischfleisch konnte Bell das Absatzvolumen um 1'100 Tonnen auf insgesamt 55'857 Tonnen steigern.

Frischfleisch – solider Geschäftsgang

Beim Frischfleisch konnte Bell das Absatzvolumen um 2 Prozent beziehungsweise 1'100 Tonnen auf insgesamt 55'857 Tonnen steigern. Der Umsatz blieb aufgrund durchschnittlich tieferer Verkaufspreise mit CHF 829 Millionen stabil auf Vorjahresniveau (+ CHF 13 Mio., +1,6 %).

Die Fleischgewinnung von Schlachttieren ist mit insgesamt 100'351 Tonnen auf Vorjahresniveau. Bei Rindern und Kühen liegt sie deutlich über dem Vorjahr, bei den Schweinen deutlich darunter, was in etwa der Marktentwicklung entspricht. Mit gezielten Zukäufen von Teilstücken wurde die eigene Fleischgewinnung ergänzt. Insgesamt hat Bell Schlachttiere im Wert von rund CHF 600 Millionen bei der Schweizer Landwirtschaft eingekauft.

Weiter gewachsen sind die Sortimente mit höherem Wertschöpfungsgrad wie zum Beispiel Selbstbedienungs- und Convenience-Artikel sowie veredelte Produkte für die Grillsaison. Weitere innovative Produktkonzepte sind in der Pipeline. Erfolgreich waren auch Verkaufsförderungsaktivitäten wie Produktfestivals und Promotionsartikel, die ebenfalls zum positiven Ergebnis beigetragen haben.

Die im Bereich Frischfleisch vorgesehenen Neubauten der Betriebe Cheseaux-sur-Lausanne und Oensingen sind in der Planungsphase weiter fortgeschritten. Entgegen früherer Vorstellungen rechnen wir nun im Jahr 2014 oder 2015 mit der Inbetriebnahme der Charcuterieproduktion in Cheseaux und in den Jahren 2017/2018 mit jener der Schweinefleischveredelung in Oensingen.

Charcuterie – rückläufige Marktentwicklung

Im Bereich Charcuterie ist der Umsatz um 2,8 Prozent auf CHF 430 Millionen spürbar zurückgegangen. Das Absatzvolumen sank weniger stark um 0,3 Prozent auf 32'462 Tonnen.

Der Hauptgrund für den Umsatzrückgang ist neben einer deutlichen Minusteuerung auch die Marktentwicklung im Bereich Charcuterie, insbesondere im Detailhandel und als Folge davon auch in der Lebensmittelindustrie. Diese beiden Absatzkanäle haben unter dem Vorjahreswert abgeschlossen, während die Absätze im Gastrokanal stabil geblieben sind.

Vor allem im Bereich Brühwurst hat der Markt nachgegeben. Der witterungsbedingt späte Beginn der Grillsaison hat sich zusätzlich erschwerend ausgewirkt. Mit einzelnen Innovationen und gezielten Verkaufsförderungsaktivitäten konnten wir der Tendenz entgegenwirken, sodass der Rückgang bei uns nicht so stark ausfiel wie beim Gesamtmarkt. Damit wir im Bereich Brühwurst eine Trendwende erzielen können, arbeiten wir an innovativen Konzepten.

Besser verlief das Geschäftsjahr für die Produktgruppe Kochpökelwaren. Insbesondere beim Kochschinken konnten wir gute Resultate erzielen. Bei der Rohwurst hingegen machte sich die über das ganze Jahr gesehen geringere Aktionstätigkeit in den Absatzvolumina bemerkbar. Mit einem neuen Verkaufskonzept mit französischen Stücksalamis aus dem Gruppenunternehmen Polette haben wir im zweiten Halbjahr Gegensteuer gegeben.

Der Lieferstart unserer Bündner Spezialitäten aus der im Jahr 2011 übernommenen Fleischtrocknerei in Churwalden ist gut angelaufen. Mit einer Investition von rund CHF 8 Millionen startete der Ausbau des Standortes Mitte 2012, der eine Vergrösserung der Produktionskapazität um rund 50 Prozent zur Folge haben wird.

Geflügel – Ausbau im Convenience-Bereich

Die Entwicklung im Bereich Geflügel konnte nahtlos an die erfolgreichen Vorjahre anknüpfen. Der Umsatz wuchs im Berichtsjahr auf CHF 366 Millionen. Dies entspricht einem Plus von 0,9 Prozent. Das Absatzvolumen erhöhte sich um 0,3 Prozent auf insgesamt 28'341 Tonnen. Bei der Schlachtung erreichte Bell ein Volumen von 25'144 Tonnen und damit einen Zuwachs von 3,4 Prozent.

Auch künftig liegt der Fokus auf den Sortimenten mit grösserer Wertschöpfung. Schweizer Geflügel liegt bei den Konsumenten weiter stark im Trend. Insbesondere Pouletteile, deren Nachfrage gegenüber den ganzen Poulets zunimmt. Zusätzlich ist ein weiterer Ausbau der Convenience-Sortimente geplant. Dazu gehören Produkte mit höherem Zubereitungsgrad, zum Beispiel bereits gegarte Spezialitäten. Entsprechende Investitionen in die dafür benötigten Anlagen sind vorgesehen.

Die Warengruppe Spezialfleisch (Wild, Kaninchen, Strauss etc.) verzeichnete ein gutes Geschäftsjahr. Dabei waren verschiedene Ursachen ausschlaggebend, wie zum Beispiel die gezielte Zusammenstellung eines neuen Sortiments mit innovativen Verpackungs- und Schnittformen für die Bedürfnisse der Gastronomie. Dank unserer langjährigen Aufbauarbeit mit ausgesuchten Lieferanten sind wir in der Lage unseren Kunden eine Planungssicherheit bezüglich Verfügbarkeit und Preisgestaltung anzubieten, was für diese Warenkategorie keine Selbstverständlichkeit darstellt. Ein gutes Beispiel hierfür ist unsere Zusammenarbeit mit ausgesuchten Partnern für die Beschaffung von europäischem Straussenfleisch. Sie macht uns unabhängig von den gängigen Destinationen in Südafrika, deren Importe seit längerer Zeit aus seuchenhygienischen Gründen gesperrt sind. Da diese Produkte aus Verfügbarkeitsgründen vornehmlich im Ausland eingekauft werden, ist der Aspekt der Nachhaltigkeit und des Tierwohls besonders zu beachten. So bieten wir beispielsweise ausschliesslich Import-Kaninchen aus Haltungformen an, die der Schweizer Tierschutzgesetzgebung entsprechen.

Umsatz Geflügel



Der Umsatz wuchs im Berichtsjahr auf CHF 366 Millionen.

Seafood – zum Marktleader avanciert

Im Geschäftsfeld Seafood konnte Bell den Umsatz um 10,9 Prozent respektive um CHF 11,3 Millionen auf total CHF 120 Millionen steigern. Bei allen Kundengruppen ist eine Zunahme ersichtlich. Das Absatzvolumen vergrösserte sich in einem stabilen Marktumfeld mit ähnlichem Konsumvolumen wie im Vorjahr um 15,2 Prozent beziehungsweise um 634 Tonnen auf 5'680 Tonnen. Damit hat Bell weitere Marktanteile gewonnen und ist mittlerweile der grösste Anbieter von frischen Seafoodprodukten in der Schweiz.

Das anspruchsvollere Konsumumfeld macht sich auch beim Seafood bemerkbar. Die Konsumenten sind preissensibler geworden und greifen immer häufiger bei Aktionen zu. Das Angebot aus nachhaltiger Beschaffung wurde ebenfalls weiter ausgebaut. So hat die Nachfrage nach Labelprodukten aus Wildfang deutlich stärker zugenommen als die Nachfrage nach Seafood aus Aquakulturen.

Beim Wildfang hat Bell den Label-Anteil weiter ausgebaut. Dies vor allem mit dem Gütesiegel des Marine Stewardship Council (MSC), das für nachhaltige Fischerei bürgt und die Rückverfolgbarkeit des Fisches garantiert. Bei Seafood aus Aquakulturen haben wir mit der ASC-Zertifizierung (Aquaculture Stewardship Council) ein nachhaltiges Programm für die Fischzucht erlangt. Wir sind überzeugt, dass auch Labelprogramme für Aquakulturen künftig eine stärkere Rolle spielen werden. Rund zwei Drittel des gesamten Bell Seafood-Absatzvolumens stammen aus Zuchtbetrieben.

Bell Deutschland – im Zeichen der Konsolidierung

Deutschland ist für die Bell-Gruppe ein wichtiger Markt. Mit einem breiten Portfolio an Spezialitäten sind wir im Bereich Rohschinken Marktführer. Auch in unseren anderen Produktgruppen Rohwurst, Brühwurst und Kochschinken gehören wir zu den relevanten Anbietern. Bell Deutschland verfügt über sieben spezialisierte Betriebe im Inland. Organisatorisch gehören die beiden Produktionsbetriebe in Spanien und Belgien ebenfalls zur Division Bell Deutschland. Die in dieser Division hergestellten Produkte werden in rund 25 Ländern in ganz Europa verkauft.

Betrachtet man den gesamten deutschen Markt, so kann man Folgendes feststellen: Im Jahr 2012 konnte der Wurstmarkt im Bereich der Selbstbedienung in Deutschland wertmässig insgesamt wieder zulegen, obwohl der in Deutschland wichtige Discount-Kanal rückläufig war. Das mengenmässige Marktvolumen ging insgesamt zurück. Hier kommen der niedrigere Discount-Anteil sowie der stärkere Absatz höherpreisiger Produkte zum Ausdruck. Der Handelsmarkenanteil legte erneut zu. Der Marktanteil der Discounter hat währenddessen leicht abgenommen.

Die Rohmaterialpreise bewegten sich 2012 nach wie vor auf sehr hohem Niveau. Vereinzelt und mit zeitlicher Verzögerung konnte man Preisanpassungen im Markt umsetzen, die Lage bleibt aber sehr angespannt. Der Warenumsatz bei Bell Deutschland (inkl. Betriebe Spanien und Belgien) ist um 1,5 Prozent auf CHF 484 Millionen leicht gestiegen. In Lokalwährung ergibt das einen Zuwachs von 3,7 Prozent. Einen positiven Einfluss auf den Umsatz im Berichtsjahr hatten die Jährungseffekte der Preiserhöhungen vom letzten Jahr. Allerdings mildert der höhere Absatz an niedrigpreisigen Artikeln diesen Effekt. Das Margenbild bleibt aufgrund der immer noch hohen Rohmaterialpreise angespannt.

Das Absatzvolumen liegt mit 66'000 Tonnen um 2,5 Prozent unter dem Vorjahreswert. Zugelegt hat Bell vor allem im Bereich Rohschinken mit erfreulichen Absätzen mit Würfelschinken, Neulistungen im europäischen Ausland sowie vielfältigen erfolgreichen Serrano-Aktivitäten. Das führte zusammen mit einer sehr guten Entwicklung im Heimatmarkt zu einer erfreulich hohen Auslastung unseres spanischen Produktionsbetriebs. Ebenfalls positiv verlaufen ist die Einführung der Savoyer Schinken aus unserem Betrieb in Savoyen. Brühwurst und Rohwurst liegen

Mit einem breiten Portfolio an Spezialitäten sind wir im Bereich Rohschinken Marktführer.

Gruppenweite Synergiepotenziale werden planmässig umgesetzt.

aufgrund von eigens ausgelösten Sortimentsrestrukturierungen hingegen unter dem Vorjahreswert. Beim Bereich Fleisch-Convenience konnten mit der Neupositionierung der Marke Hoppe und verschiedener Neueinführungen die Leistungen im Einzelhandel, im Cash-and-Carry-Grosshandel sowie im Foodservice ausgebaut werden. Das Geschäft mit den Lizenzmarken leidet unter einer rückläufigen Marktentwicklung im Bereich der Light-Produkte. Mit der Einführung des Bertolli-Sortiments wird diesem Rückgang entgegengewirkt. Ende 2011 wurde die bestehende Lizenzpartnerschaft mit Unilever um Wurst- und Aufschnittprodukte unter der internationalen Marke Bertolli erweitert. Diese Marke steht für italienische Lebensfreude, besitzt einen hohen Bekanntheitsgrad und ist bei den Konsumenten sehr angesehen.

Seit 1. September 2012 ist die neue Führungsstruktur für Bell Deutschland in Kraft. Die Zusammenführung der Verwaltung in Deutschland am Standort Seevetal wird bis März 2013 abgeschlossen sein. Die Erschliessung gruppenweiter Synergiepotenziale in den Bereichen Produktion, Beschaffung, Marketing/Vertrieb, Logistik und IT wird planmässig umgesetzt. Dazu gehören beispielsweise die Neuausrichtung und Zentralisierung der Administration in Seevetal, eine weitere Spezialisierung der Werke sowie Ablaufoptimierungen und Effizienzsteigerungen durch bauliche und technische Massnahmen. Neben unserer internen Reorganisation in Deutschland arbeiten wir auch an nennenswerten Verbesserungen bei unseren Absatzaktivitäten. Zum Beispiel an der Neuausrichtung und Zentralisierung von Marketing/Vertrieb, einer Effizienzerhöhung durch die Zusammenlegung des Aussendienstes, Sortimentsanpassungen mit Fokus auf die Marktbedürfnisse und die Wirtschaftlichkeit sowie der Fokussierung auf strategische Kernmarken im Rahmen der Markenstrategie der Bell-Gruppe. Unsere Wertschöpfung wollen wir mit effizienten Prozessen und mit neuen, innovativen Produkten sichern. 2013 legen wir das Fundament für ein gesundes und nachhaltiges Wachstum.

Bell Osteuropa/Benelux – Fokus auf Kernkompetenzen

Die umfangreichen Aktivitäten in Osteuropa sowie die Handelsaktivitäten in den Benelux-Ländern (Belgien, Niederlande und Luxemburg) sind in der Division Osteuropa/Benelux zusammengefasst. In Polen und in Ungarn deckt Bell jeweils die inländischen Märkte mit Sortimenten aus lokaler Produktion und mit Handelsartikeln von Gruppen-Unternehmen und Dritten ab. In Tschechien, der Slowakei und Rumänien führt die Bell-Gruppe unter der etablierten Filialgeschäftsmarke Novák Metzgereifachgeschäfte im Rahmen eines Shop-in-Shop-Konzepts. In den Benelux-Ländern bedient Bell den Detail- und Grosshandel mit einem breiten Spezialitätenportfolio aus gruppeninterner Produktion und aus Zukäufen von Dritten.

Die Umsatzentwicklung bei Bell Osteuropa/Benelux verlief 2012 unterschiedlich. Insgesamt erzielte die Division einen Umsatz von CHF 188,7 Millionen (–6,1 %; in Lokalwährungen –4,1 %). Der Absatz sank um 13,4 Prozent auf 20,6 Millionen Kilogramm.

Die Geschäftsentwicklung in Polen verlief 2012 zufriedenstellend. Die Konjunktur im Land hat vor allem im ersten Halbjahr von der Fussball-Europameisterschaft profitiert und entwickelt sich im osteuropäischen Vergleich weiterhin positiv. Doch auch in Polen gestaltet sich die Abwälzung der gestiegenen Rohstoffkosten schwierig. Der entsprechende Margendruck konnte mit Produktivitätssteigerung teilweise wieder ausgeglichen werden, zum Beispiel in der Logistik oder im Vertrieb. Weitere Steigerungen sind jedoch nur bedingt möglich. Die Produktionskapazitäten im Werk Niepolomice bei Krakau sind schon sehr gut ausgelastet. Dort produzieren wir fast ausschliesslich für den polnischen Markt qualitativ hochstehende Brüh- und Rohwurst-Artikel für den Offenverkauf sowie in kleinerem Umfang für die Selbstbedienung. Die positiven Zuwachsraten im Absatz sind nicht zuletzt auch den guten Kundenbeziehungen des eingespielten lokalen Teams zu verdanken.

Im Gegensatz zu Polen kämpft Ungarn weiterhin mit einer stark rückläufigen Konjunktur, die zu einer negativen Konsumententwicklung und konsequenterweise zu einem starken Wettbewerbsdruck führt. Zudem existieren im Markt noch wettbewerbsverzerrende Strukturen. Diesen widrigen Rahmenbedingungen ist unser Betrieb in Perbál in der Nähe von Budapest ausgesetzt. Hier werden original ungarische Salami, Brühwürste und Schinken für Selbstbedienungspackungen und den Offenverkauf hergestellt. Mit der Konzentration auf Effizienzverbesserungen sowie profitable Sortimente distanzieren wir uns von reinen Volumenüberlegungen und reagieren mit diesem Schritt auf die widrigen Rahmenbedingungen. Weiter haben wir die Geschäftsführung neu besetzt, das Management verstärkt und die Sortimente bezüglich Qualität und Wirtschaftlichkeit gestrafft. Mit zusätzlichen Initiativen wollen wir weitere Produktivitätsfortschritte erzielen. Dazu gehören die Neuausrichtung der Verkaufsaktivitäten, insbesondere die Kundenbetreuung und die Verstärkung der Exportaktivitäten. Heute werden rund 10 Prozent vom Produktionsvolumen exportiert, vor allem nach Deutschland, Rumänien und Tschechien. Darüber hinaus arbeiten wir an neuen Produkten, die aktuelle Konsumententrends besonders berücksichtigen.

Benelux



Aufgrund der geografischen Bedeutung von Bell Benelux in Europa soll sich dieser Standort zum zentralen Umschlagplatz für den Warenaustausch entwickeln.

Die Handelsaktivitäten der Unternehmen Marco Polo, Fresh Connection und Coldlog in den Benelux-Ländern wurden per 1. Januar 2013 unter der Organisationseinheit Bell Benelux zusammengefasst. Mit diesem Schritt wollen wir unter einer neuen Geschäftsführung der wichtigste Handelspartner von Fleischprodukten in den Benelux-Ländern werden. Zusammen mit anderen organisatorischen Massnahmen wurde eine Vertriebsstelle in das Hauptbüro in Zellik bei Brüssel integriert. Im Verkauf konnten wir neue Kunden gewinnen und bei bestehenden Kunden die Beziehung intensivieren. In einer Warengruppe mussten wir jedoch einen Absatzverlust verkraften, der sich im Umsatz entsprechend auswies. Diesen Verlust wollen wir mittels Produkten mit Mehrwert kompensieren. Spezialitäten sind trotz zurückhaltender Konsumstimmung und abnehmender Preisbereitschaft zur Differenzierung und Frequenzsteigerung weiterhin gefragt. Solche werthaltigen Produkte bieten wir aus der Bell-Gruppe und von unseren strategischen Partnern in Italien, Spanien, Frankreich, Portugal, Deutschland, Österreich und der Schweiz an. Aufgrund der geografischen Bedeutung von Bell Benelux in Europa soll sich dieser Standort zum zentralen Umschlagplatz für den Warenaustausch entwickeln.

Das Filialgeschäft in Tschechien, der Slowakei und Rumänien weist weiterhin eine positive Entwicklung auf. Das Filialnetz wurde 2012 um 6 auf insgesamt 100 Einheiten weiter ausgebaut. Die Umsatz- und Ergebnisentwicklung hat nahtlos an die Vorjahre anknüpfen können und ist demzufolge sehr zufriedenstellend.

Bell Frankreich – erfreuliches Mengenwachstum

In Frankreich verfügt Bell über sechs Produktionsbetriebe in der Auvergne, im Lyonnais und in Savoyen. In diesen werden vor allem hochwertige regionale Rohwurst- und Rohschinkenspezialitäten hergestellt.

Rohwurst und Schinken



Die Absatzentwicklung unserer Rohwurst- und Schinkensortimente in Frankreich verlief erfreulich und erreichte 12'600 Tonnen.

Der Absatz von Charcuterie für die Selbstbedienung und für den Offenverkauf ist im Berichtsjahr gemäss Marktschätzungen um rund 1,5 Prozent gewachsen. Die Absatzentwicklung unserer Rohwurst- und Schinkensortimente in Frankreich verlief mit einem Wachstum von 6,2 Prozent auf 12'600 Tonnen erfreulich. Der Warenumsatz wuchs um 4,7 Prozent auf CHF 97 Millionen. In Lokalwährung ist der Umsatz um 6,9 Prozent gestiegen. Sowohl die Sortimente für die Selbstbedienung wie auch die Produkte für die Bedientheken haben sich gut entwickelt. Die Zusammenarbeit innerhalb der Bell-Gruppe hat sich im Berichtsjahr erneut erfreulich entwickelt. Mit verschiedenen neuen Aktivitäten von Bell Schweiz und Bell Deutschland wurde die Distribution der französischen Produkte weiter verstärkt.

Nach wie vor problematisch sind die sehr hohen Rohmaterialpreise beziehungsweise die Schwierigkeiten, notwendige Preiserhöhungen im Markt umzusetzen. Grund dafür ist der anhaltend aggressiv geführte Preiskampf im französischen Detailhandel. Die starke Teuerung der Rohmaterialpreise kann nur bis zu einem gewissen Grad mit Produktivitätssteigerung wettgemacht werden. Mit dem Ausbau der Aufbereitung für Selbstbedienungssortimente sowie der Logistik am Hauptproduktionsstandort Teilhède verbessern wir die technologischen Bedingungen wie auch die Lagerungsverhältnisse und gewinnen dadurch an Effizienz.

Im Marketing haben wir im Rahmen der Markenstrategie der Bell-Gruppe unsere Markenstruktur in Frankreich neu definiert. Künftig setzen wir neben dem Eigenmarkengeschäft verstärkt auf das Markengeschäft der in Frankreich hergestellten Produkte. Dabei konzentrieren wir uns auf eine Marke. Unter der Dachmarke Mõssieur Polette vereinen wir alle geeigneten Mehrwertprodukte. Dazu gehören regionale Spezialitäten aus der Auvergne, aus Savoyen und aus dem Lyonnais. Gemäss neuen Markterhebungen stehen diese Regionen bei den Franzosen für genussvolle Lebensmittel, insbesondere im Charcuteriebereich. Wir sind die Einzigen, die in all diesen Regionen Produktionsstandorte haben und somit aus einer Hand wertvolle regionale Spezialitäten anbieten können. Zu diesem Standortvorteil kommt unsere langjährige handwerkliche Erfahrung im Bereich Rohwurst und Rohschinken hinzu.

Ausblick 2013 – Strategien konsequent umsetzen

Das laufende Geschäftsjahr 2013 wird für die Bell-Gruppe wie auch für unsere ganze Branche ein sehr anspruchsvolles Jahr werden. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf europäischer Ebene und deren Auswirkungen auf unsere Märkte sind schwierig einzuschätzen. Die Wettbewerbsintensität im Detailhandel wird weiter zunehmen. In sämtlichen Segmenten muss im kommenden Geschäftsjahr mit einem noch schärferen Preiskampf und einem weiter zunehmenden Verdrängungswettbewerb gerechnet werden.

Weil die Warenkosten rund 70 Prozent des Umsatzes betragen, wird die Entwicklung der Rohstoffpreise nach wie vor einer der wichtigsten Faktoren für den Geschäftsgang sein. Basierend unter anderem auf der volatilen Entwicklung der Futtermittelpreise sehen wir keine Entspannung auf den Rohmaterialmärkten, sondern mittel- und langfristig eher steigende Rohstoffkosten. Die Notwendigkeit, Preiserhöhungen im Markt umzusetzen, erkennen allmählich die meisten Marktteilnehmer. Die Realität ist jedoch noch nicht in notwendigem Mass in den Preisen abgebildet. Es bleibt daher von essenzieller Bedeutung, entsprechende Preisanpassungen auf der Abnehmerseite zeitnah einzuführen.

Wir konzentrieren uns auf drei Handlungsachsen:

- › Kundenbeziehung und Sortimentsgestaltung
- › Erhöhung von Produktivität und Effizienz
- › Nachhaltiges Wachstum

Die Bell-Gruppe konzentriert sich kurz- und mittelfristig vor allem auf drei Handlungsachsen: Kundenbeziehung und Sortimentsgestaltung, Erhöhung von Produktivität und Effizienz sowie nachhaltiges Wachstum. Auf allen drei Achsen achten wir besonders auf die Qualität unserer Leistungen. Damit wollen wir uns im Markt noch stärker differenzieren beziehungsweise uns von den anderen Marktteilnehmern noch deutlicher abheben.

Auf der Angebotsseite steht verstärkt die Suche nach innovativen Produktlösungen im Fokus mit dem Ziel, neue Potenziale für eine zusätzliche Wertschöpfung zu erschliessen. Wir konzentrieren uns vor allem auf die Sortimente mit höherer Wertschöpfung. Sortimentsteile mit geringer Wertschöpfung werden weiter signifikant abgebaut. Damit schaffen wir eine optimale Sortimentsbreite und -tiefe, insbesondere bei der Brüh- und Rohwurst. Wir verstehen uns als kompetenter Anbieter vollständiger Lösungen für unsere Kunden. Die Verkaufsorganisation richten wir gezielt auf die aktuellen Bedürfnisse unserer Kunden aus. Mit einer konsequenten Bewirtschaftung unseres Markenportfolios und wirkungsvollen Verkaufsaktivitäten bauen wir zudem unsere Marktposition weiter aus.

Bell arbeitet weiter konsequent an der Verbesserung der Produktivität. Die Basis für weiteres profitables Wachstum legen wir mit der konsequenten Reorganisation unserer Aktivitäten in allen Divisionen. Der Fokus liegt insbesondere auf den Bereichen Beschaffung von Waren und Dienstleistungen, Vertrieb, Logistik sowie administrative Dienste. Dabei nutzen wir verstärkt auch den Verbund der internationalen Unternehmenseinheiten, beispielsweise bei der Beschaffung von Investitionsgütern oder beim Verbrauchsmaterial. Des Weiteren intensivieren wir den Erfahrungsaustausch unter den Fachleuten. Zur Produktivitätssteigerung werden auch die getätigten Investitionen und Effizienzsteigerungsprogramme beitragen, die in den Vorjahren lanciert wurden und laufend ihre Wirkung entfalten.

Auf strategischer Ebene wollen wir die Abhängigkeit von volatilen Rohmaterialpreisen reduzieren sowie die Versorgungssicherheit bezüglich Qualität und Quantität der von uns benötigten Rohstoffe sicherstellen. Dazu gehört die Prüfung zahlreicher Möglichkeiten, die vorgelagerten Produktionsstufen stärker an unsere Unternehmung binden. Dabei setzt sich Bell auch intensiv mit der Thematik Nachhaltigkeit auseinander, um in Zukunft notwendige Weichenstellungen für mehr Differenzierung und Wertschöpfung zu setzen.

Beschaffung und Leistung

Inlandanteil Rohmaterialgewinnung Bell Schweiz

82 %

Fleischgewinnung aus nachhaltigen Labels Nur Bell Schweiz

Geflügel
Eigenschlachtungen;
inkl. BTS-Programm

100 %



Seafood

50 %



Fleisch von Schlachttieren
Eigenschlachtungen

51 %



Ressourceneffizienz



Wasserverbrauch

Bell achtet konsequent auf einen niedrigen Wasserverbrauch. Siehe Seite 29



Abfall

Reststoffe werden möglichst vermieden, oder aber umweltverträglich verwertet.

- 2'000 t



Energie

Der Stromverbrauch für Beleuchtung kann durch Installation von LED-Leuchten um 50 Prozent reduziert werden. Siehe Seite 29

- 50 %

Corporate Social Responsibility

Für Bell hat Qualität erste Priorität. Wir messen sie aber nicht nur am Endprodukt, sondern auf dem ganzen Weg dorthin. Jede einzelne unserer Unternehmensaktivitäten hat Auswirkungen auf Mensch und Umwelt. Dieser Verantwortung sind wir uns seit langem bewusst und bringen sie täglich in unserer Arbeit zum Ausdruck. Wir setzen uns für tierfreundliche Haltung und kurze Transportwege ein, verfügen über modernste Schlacht- und Verarbeitungsanlagen und sorgen stets für grösstmögliche Frische und Verfügbarkeit. So ist die Nachvollziehbarkeit in jedem einzelnen Glied der Wertschöpfungskette von Bell garantiert.



Verantwortung leben
Die drei Pfeiler der Nachhaltigkeit

Beschaffung und Leistung
Qualitätsmanagement und Lebensmittelsicherheit
Beschaffung
Fleischgewinnung
Verpackung

Ressourceneffizienz
Energie
Wasser
Verwertung von Reststoffen

Soziale Verantwortung
Arbeitssicherheit
Personalwesen
Dialog mit den Mitarbeitern
Personalentwicklung

Kommunikation
Markenführung



Soziale
Verantwortung

Arbeitssicherheit
Bell stellt die Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter ins Zentrum.
Siehe Seite 30

Dialog
Talentmanagement bedeutet für uns, die Potenziale des Mitarbeiters zu erkennen und individuell zu fördern.
Siehe Seite 31

Kommunikation
Rund 3'000 Anfragen werden jährlich entgegengenommen und bearbeitet.
Siehe Seite 33

3'000
Anfragen

Energetische Vorgänge werden bei Bell systematisch auf ihre Effizienz analysiert.

Verantwortung leben

Mit der ökonomisch erfolgreichen, ökologisch einwandfreien und sozial verantwortungsbewussten Verarbeitung und Herstellung von Fleisch und Fleischprodukten erfüllt Bell die Bedürfnisse und hohen Erwartungen der Anspruchsgruppen.

Die Nachhaltigkeitsthematik ist bei Bell auf höchster Unternehmensebene verankert. Im Jahr 2012 wurde eigens zu diesem Thema die Projektgruppe Nachhaltigkeit gegründet, die in regelmässigen Abständen tagt. Mitglieder des oberen Managements besetzen den Steuerungsausschuss und die Projektleitung. Die Arbeitsgruppe besteht aus Vertretern der Bell-Betriebe in den verschiedenen Ländern. Diese Besetzung erlaubt uns, gegenseitige Lernprozesse zu fördern und gleichzeitig die unterschiedliche gesellschaftliche Bedeutung von Nachhaltigkeit zu erfassen. Mit der Begleitung des Strategieprozesses durch erfahrene und bewährte Berater stellen wir die unternehmensexterne Betrachtung sicher.

Unser Ziel ist, in allen Unternehmen und Ländern nach den gleichen Vorgaben zu handeln. Deshalb haben wir die Nachhaltigkeitsthematik als festen Bestandteil für sämtliche Prozesse in unserer Unternehmensstrategie verankert. Direkt beeinflussbare Prozesse wollen wir umsetzen und kontrollieren. Prozesse, die wir nicht direkt beeinflussen können, wollen wir beobachten und besser verstehen.

Die drei Pfeiler der Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit beinhaltet verschiedene Aspekte. Wird ein Prozess der Wertschöpfungskette auf seine Nachhaltigkeit geprüft und beurteilt, so kann dies nicht nur anhand eines einzelnen Kriteriums geschehen. Zur objektiven Beurteilung muss ein Prozess stets aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet und nach unterschiedlichen Kriterien bewertet werden. Diese Kriterien bilden ökologische, ökonomische und soziale Aspekte ab. Bei Bell basiert das Konzept der Nachhaltigkeit auf drei Pfeilern: Beschaffung und Leistung, Ressourceneffizienz und Soziale Verantwortung.

Beschaffung und Leistung:

Nachhaltigkeit beginnt bei der Beschaffung – vom Rohmaterial über die Hilfsstoffe und Verpackung bis zur Energie. Falls notwendig, setzen wir zusätzlich zu den gesetzlichen Vorschriften eigene Massstäbe an, um unseren Vorstellungen von nachhaltiger Beschaffung gerecht zu werden. Dabei orientieren wir uns an bewährten Standards in bestehenden Märkten. Wir denken dabei an die Haltung und Fütterung der Nutztiere, an den schonenden Umgang mit knappen Ressourcen und an die gezielte Auswahl von nachhaltig hergestellten Hilfs- und Verbrauchsmaterialien. Mit diesen wertvollen Rohstoffen stellen wir genussvolle Nahrungsmittel für eine Vielzahl Menschen her. Ein umfassendes Qualitätsmanagement sorgt dafür, dass die relevanten Bestimmungen für Lebensmittelsicherheit und Hygiene eingehalten und unseren hohen Ansprüchen gerecht werden.

Ressourceneffizienz:

Energetische Vorgänge werden bei Bell systematisch auf ihre Effizienz analysiert, um daraus entsprechende Massnahmen abzuleiten und umzusetzen. Genauso verhält es sich beim Einsatz von stofflichen Elementen, wie zum Beispiel bei Verpackungsmaterialien. Die Einsparung von Ressourcen und die Verwertung von Reststoffen ist ein kontinuierlicher Prozess, der aus zahlreichen Aktivitäten besteht. Sie alle haben zum Ziel, die Energie- und Ressourceneffizienz zu erhöhen und Emissionen sowie Abfälle zu reduzieren.

Soziale Verantwortung:

Das Unternehmen hat eine Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern. Diese ist vielfältig, genauso wie jeder Mitarbeiter einzigartig ist. In der Personalstrategie sind die wichtigsten Aspekte der sozialen Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern geregelt. Darin sind auch Verhaltens- und Führungsgrundsätze definiert, welche für die Werthaltung der Firma stehen. Diese Strategie deckt sehr viel ab, entbindet die Vorgesetzten aber nicht von ihrer Aufgabe, auf den einzelnen Menschen und seine Bedürfnisse einzugehen. Soziale Verantwortung trägt Bell aber nicht nur gegenüber den eigenen Mitarbeitern, sondern auch gegenüber unseren Anspruchsgruppen in der Gesellschaft.

In allen drei Pfeilern der Nachhaltigkeitsstrategie will Bell im Branchenvergleich eine führende Rolle einnehmen. Auch dieses Ziel ist für uns Bestandteil der Unternehmensverantwortung, und zwar in allen Ländern, in denen Bell tätig ist. Vor dem Hintergrund unserer internationalen Expansion berücksichtigen wir auch die gesetzlichen Rahmenbedingungen sowie die sozialen und ethischen Normen des jeweiligen Landes.

Beschaffung und Leistung**Qualitätsmanagement und Lebensmittelsicherheit**

Die Bell-Gruppe verfügt über ein umfassendes Qualitätsmanagement. Mit dem Qualitätsmanagementsystem wird sichergestellt, dass alle relevanten gesetzlichen Vorgaben, verschiedene Standards, Labels und Kundenanforderungen sowie alle internen Richtlinien bezüglich Hygiene und Prozesse geprüft, dokumentiert und eingehalten werden. Das System gewährleistet Bell die Lebensmittelsicherheit.

Das Qualitätsmanagement bereitet die Betriebe und ihre Mitarbeiter mit internen Audits, Schulungen in Hygiene, GHP (gute Herstellpraxis), HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) und weiteren Massnahmen kontinuierlich auf die Kontrollen und Audits durch die Behörden (EU, Lebensmittelinspektorate etc.), Kunden und Zertifizierungsgesellschaften (IFS, Labels wie Bio Knospe, MSC, Berg-Alp etc.) vor.

Alle Standorte wurden im Berichtsjahr erneut auf den GFSI-Standard IFS Version 5 (Global Food Safety Initiative) geprüft. Sämtliche bestehenden Zertifikate wurden wieder bestätigt. In einigen Betrieben wurde zusätzlich der BRC Standard (British Retail Consortium) geprüft und ebenfalls bestätigt. Dasselbe gilt für Labels wie Bio Knospe und Qualitätslabels wie QS, Suisse Garantie, MSC (Marine Stewardship Council) sowie die Berg- und Alp-Verordnung zur Kennzeichnung «Pro Montagna». Auch diese Zertifikate wurden an den betroffenen Standorten durch externe Audits bestätigt. Die Betriebsbewilligungen werden laufend durch die Behörden risikobasiert kontrolliert und wurden im Berichtszeitraum ebenfalls geprüft. An den einzelnen Standorten wurde mindestens einmal ein Audit durchgeführt. Eine Reihe von Kundenaudits an verschiedenen Standorten vervollständigt das Spektrum der erfolgreichen Prüfungen und Zertifizierungen.

Beschaffung

Sichere und qualitativ hochwertige Fleischerzeugnisse sind unser Kerngeschäft. Bell bekennt sich zur Produktion aus artgerechter Haltung und Fütterung. Der Weg des Fleisches ist ab Empfang des Rohmaterials bis zur einzelnen Konsumenteneinheit lückenlos dokumentiert und nachverfolgbar. Im Rahmen der Gesetzgebung und internen Kundenvorgaben deklarieren wir die Herkunft transparent als Information für unsere Kunden und Konsumenten.

Für den Einkauf von Schlachttieren, Fleisch und Fisch hat Bell klare Rahmenbedingungen definiert und in entsprechenden Richtlinien festgehalten. Diese sind teilweise auf der Bell-Website öffentlich hinterlegt und orientieren sich an länderspezifischen Gesetzen sowie an unternehmens- und kundenspezifischen Anforderungen.

Bell bekennt sich zur Produktion aus artgerechter Haltung und Fütterung.

Bei der schweizerischen Geflügelmast arbeitet Bell exklusiv mit rund 320 ausgesuchten Vertragspartnern zusammen. Die Bestimmungen werden gemeinsam mit der Interessenvertretung der Poulet-Mäster MOSEG festgelegt.

Für andere Handelswaren und Non-Food-Artikel gilt: Der Einkauf erfolgt nicht nur nach artikel-spezifischen Spezifikationen, sondern auch nach sozialem ethischen Kriterien. Für Primärverpackungsmaterialien bestehen Konformitätsbescheinigungen. Zudem verlangen wir von allen Primärverpackungs- und Nahrungsmittellieferanten eine Zertifizierung nach IFS, BRC, HACCP oder das Vorweisen eines gleichwertigen Zertifikats. Auch hier sind Richtlinien definiert und auf der Website öffentlich hinterlegt. Mit einem Evaluationsverfahren prüfen wir neue Lieferanten, bevor wir sie in die Liste der freigegebenen Lieferanten aufnehmen und mit ihnen zusammenarbeiten.

Bell Seafood ist Mitglied der WWF Seafood Group.



Um den wachsenden Bedarf an nachhaltig produziertem Fleisch, Fisch und Geflügel zu sichern, setzt Bell auf umweltgerechte und nachhaltige Lösungen. Dabei arbeiten wir gezielt mit geeigneten Partnern zusammen. Die Mitgliedschaft von Bell Seafood bei der WWF Seafood Group hatte beispielsweise zur Folge, dass Bell die gemäss WWF am stärksten bedrohten Fischarten aus dem Sortiment genommen hat. Für das Angebot an nachhaltig produziertem Fisch arbeitet Bell Seafood mit dem Marine Stewardship Council (MSC) zusammen. Das Label garantiert die Rückverfolgbarkeit des Fisches und gibt die Gewissheit, dass der Fisch aus nachhaltiger Fischerei stammt.

Bell Seafood ist seit August 2012 ebenfalls ASC-zertifiziert und hat aktuell Pangasius ASC und Tilapia ASC im Sortiment. Gerade im Bereich Seafood gibt es ein immer grösseres Angebot an Zuchtfischen, da sich die wachsende Nachfrage nicht mehr allein durch Wildfang decken lässt. Doch auch Aquakulturen können in den Produktionsländern zuweilen Umweltprobleme verursachen. Aus diesem Grund hat die gemeinnützige Organisation Aquaculture Stewardship Council (ASC) das Label gegründet, welches die Einhaltung ökologischer und sozialer Standards garantiert. Neben verbindlichen Richtlinien für die zwölf häufigsten Zuchtarten berücksichtigt das Label auch fortschrittliche Sozialstandards, wie Sicherheit am Arbeitsplatz und faire Arbeitsbedingungen. Zuchtanlagen, die sich an die Richtlinien von ASC halten und Futter aus nachhaltigen Quellen einsetzen, beweisen ihr Engagement für die Nachhaltigkeit.

Fleischgewinnung

Im Ausland wird Rohmaterial ausnahmslos verarbeitungsfertig zugekauft. In der Schweiz hingegen betreibt Bell eigene Schlachthöfe und Zerlegebetriebe. Bei der Fleischgewinnung legen wir sehr viel Wert auf einen schonenden Umgang mit den Tieren. Dafür arbeiten wir eng mit verschiedenen Interessenvertretern, wie zum Beispiel mit dem Schweizer Tierschutz (STS), zusammen und setzen bei Um- und Neubauten auf modernste Technologien.

2012 haben wir bei unseren Schlachthöfen in Oensingen und Basel zusätzlich in die Betäubungstechnologie investiert. Während wir in Oensingen die modernen Anlagen weiter optimiert haben, erneuerten wir in Basel das gesamte Betäubungssystem. Mit diesen Massnahmen haben wir an beiden Standorten bedeutende Fortschritte im Sinne des Tierwohls erzielt.

Verpackung

Die Verpackung des Fleisches muss besonderen Ansprüchen genügen: Hygienebestimmungen und Konsumentenerwartungen setzen die Messlatte hoch. Die aktuellen Verpackungslösungen stellen den derzeit bestmöglichen Kompromiss dar, motivieren Bell aber immer auch zur weiteren Optimierung. So haben wir 2012 rund CHF 2 Millionen investiert, um die Funktionalität unserer wichtigsten Verpackungsformen zu verbessern. Unterstützt werden wir durch die technologischen Fortschritte bei unseren Zulieferern. Unser erklärtes Ziel ist und bleibt die Entwicklung einer Verpackung, die ökologisch sinnvoll ist und gleichzeitig den Ansprüchen von Verbrauchern und Kunden entspricht.

Energiecontrolling

Wir verfügen über ein aktives Energiecontrolling, das Menge und Kosten sämtlicher Energien, des Wasserverbrauchs, der Reststoffe und der tierischen Nebenprodukte monatlich zentral erfasst.

Ressourceneffizienz

Die systematische Analyse energetischer Vorgänge hat bei Bell zum Ziel, entsprechende Massnahmen abzuleiten und umzusetzen. Die Einsparung von Ressourcen und die Verwertung von Reststoffen ist ein kontinuierlicher Prozess, der sich aus zahlreichen Aktivitäten zusammensetzt.

Energie

Die signifikante Verringerung des CO₂-Ausstosses der gesamten Gruppe ist eines der wichtigsten Ziele von Bell. Dabei orientieren wir uns an den länderspezifischen Rahmenbedingungen und Zielsetzungen. Die Verarbeitung von Fleisch ist beispielsweise durch die Kühlung der meisten Arbeitsräume sehr energieintensiv. Die Energie für die Bell-Standorte stammt von verschiedenen Versorgern. Bei der Beschaffung legen wir grossen Wert auf nachhaltige Energieträger, indem wir beispielsweise in grossem Mass Fernwärme beziehen.

Wir verfügen über ein aktives Energiecontrolling, das Menge und Kosten sämtlicher Energien, des Wasserverbrauchs, der Reststoffe und der tierischen Nebenprodukte monatlich zentral erfasst. Das System erlaubt es uns, unmittelbar auf Abweichungen zu reagieren und weitere Optimierungen vorzunehmen. Im Berichtszeitraum sorgten unter anderem folgende Massnahmen für weitere Energieeinsparungen:

Die Kühlräume im Charcuteriebetrieb in Basel wurden bisher bei Bedarf mit elektrischen Verdampfer- beziehungsweise Elektroheizungen abgetaut. Die für die Heizungen benötigte elektrische Energie fällt in Zukunft weg, da nun mit Raumluft im Umluftbetrieb abgetaut wird. Mit weiteren Massnahmen, wie der Nutzung von Abwärme für die Erwärmung des Prozesswassers, der Installation von Frequenzumrichtern bei Pumpen und dem ökologischen Bewusstsein unserer Mitarbeiter im Umgang mit Beleuchtungsanlagen während Arbeitspausen, haben wir unseren Strombedarf weiter reduziert.

Eine Analyse der Verpackungsmaschinen in verschiedenen Betrieben ergab, dass diese im Standby-Betrieb 50 Prozent des Auslegestroms benötigen. Die Abschaltung von über 20 Maschinen während drei Stunden über Nacht hat zur Folge, dass diese während dieser Zeit keinen Heizstrom mehr beziehen und dadurch keine Wärme in die Räume abgeben, die wiederum rückgekühlt werden muss. Eine weitere Massnahme, die zur Reduktion unseres Strombedarfs beigetragen hat.

In vielen Räumlichkeiten der Bell Schweiz wurde die Beleuchtung mit der Installation von LED-Leuchten optimiert. Die noch verbliebenen Räume werden laufend umgestellt. Damit kann der Strombedarf für die Beleuchtung um rund 50 Prozent reduziert werden.

Im Geflügelbetrieb in Zell konnte der Bedarf an Heizöl reduziert werden, indem die Solltemperatur des Warmwasserboilers gesenkt wurde. Ersetzt wurde diese Energie mittels Abwärme der Kältemaschinen.

Beim Schlachtbetrieb in Basel wurde der notwendige Dampf bisher mittels Einsatz von Fernwärme erzeugt. Neu wird der Dampf direkt von der in Basel vorhandenen Dampfleitung bezogen. Durch den damit verbundenen Wegfall der Verluste des Bell-eigenen Dampferzeugers konnte der Wärmebedarf reduziert werden.

Wasser

Technologische und hygienische Gründe führen zu einem intensiven Wasserverbrauch in einigen Prozessen. Darauf richten wir unser besonderes Augenmerk. Bell überprüft laufend die Arbeitsprozesse und achtet bei der Beschaffung von Anlagen nebst anderer Kriterien konsequent auf einen niedrigen Wasserverbrauch. Auch kleine Detaileingriffe, wie der konsequente Einsatz von Sprühdüsen und Perlatoren oder die Feinabstimmung der Elektronik bei Spülsystemen, führen zu einer Senkung des Wasserverbrauchs.

Zur Verbesserung des Sicherheits- und Umweltstandards werden an allen Standorten jährlich interne Audits durchgeführt.

Verwertung von Reststoffen

Die Nebenprodukte, die bei der Fleischgewinnung in unseren Schweizer Schlacht- und Zerlegebetrieben anfallen, werden in jedem Betrieb sicher und hygienisch in einem getrennten Warenstrom gesammelt. Die Bündelung der Nebenprodukte und deren Verwertung durch spezialisierte Unternehmen sind ökonomisch und ökologisch sinnvoll.

Im Rahmen des Umweltmanagements verfügt Bell auch über ein differenziertes Reststoff-Verwertungskonzept. In diesem verfolgen wir das Prinzip, dass Reststoffe möglichst vermieden, unvermeidbare Reststoffe minimiert und umweltverträglich einer stofflichen, biologischen oder thermischen Verwertung zugeführt werden.

Soziale Verantwortung

Arbeitssicherheit

Nebst umwelt- und ressourcenbewusstem Handeln stellt Bell die Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter ins Zentrum. In jedem Betrieb sorgen Sicherheitskonzepte und Sicherheitsbeauftragte dafür, dass diesem Anliegen immer und überall konsequent entsprochen wird.

Unfälle werden systematisch analysiert. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse fliessen in entsprechende Massnahmen und deren Umsetzung. An den grösseren Standorten sind zudem Arbeitsausschüsse für die Sicherheit im Einsatz.

Mit einer gezielten Gefahrenermittlung, die Bell bei neuen Anlagen anwendet, optimieren wir den Sicherheitsstandard laufend. Den «Faktor Mensch» berücksichtigen wir mit laufenden Ausbildungen der Mitarbeiter sowie Präventionsmassnahmen, auch mit Blick auf Nichtbetriebsunfälle. Zur Verbesserung des Sicherheits- und Umweltstandards werden an allen Standorten jährlich interne Audits durchgeführt.

Personalwesen

In der geltenden Personalstrategie ist unter anderem die grundlegende Haltung der Bell-Gruppe gegenüber den Mitarbeitern verankert. Dazu gehören die Gleichbehandlung aller Bell-Mitarbeiter und das Recht auf freie Meinungsäusserung. Neben leistungsorientierter Entlohnung, transparenter, zeit- und stufengerechter Informationspraxis haben wir auch Verhaltensgrundsätze für alle Mitarbeiter sowie Führungsgrundsätze für die Führungsverantwortlichen definiert. Die Arbeitsgesetze der jeweiligen Länder, in denen die Bell-Gruppe tätig ist, betrachten wir als Minimalanforderungen für unsere Anstellungsbedingungen.

Die grundlegende Haltung der Bell-Gruppe gegenüber den Mitarbeitern ist in allen Ländern, in denen sie vertreten ist, einheitlich. Dabei berücksichtigen wir auch bestehende Systeme und Kulturen sowie nationale und regionale Gegebenheiten und Bedürfnisse. Bei der Harmonisierung des Personalwesens in den unterschiedlichen Unternehmen haben wir im Berichtsjahr grosse Fortschritte erzielt. Beispielsweise konnten wir in all unseren Werken in Deutschland einen einheitlichen Tarifvertrag abschliessen. Auch bei der Mitarbeiterrekrutierung haben wir die unterschiedlichen Prozessabläufe innerhalb des Konzerns optimiert. Der ganze Bewerbungsprozess ist für Interessenten einfacher und transparenter geworden. Als nächsten Schritt haben wir ein gruppenweites Web-Karriereportal geplant. Der Zielsetzungsprozess ist im Ablauf ebenfalls optimiert worden. Mit der Verankerung der neuen Markenstrategie in einer Zielsetzung für alle beteiligten Mitarbeiter wurde er inhaltlich noch konsequenter an den Unternehmensstrategien ausgerichtet. Am Zielsetzungsprozess nehmen alle Mitarbeiter aus dem mittleren und oberen Management im Rahmen gruppenübergreifender Zielsetzungsworkshops teil. Dabei werden sowohl übergeordnete Themen und Ziele behandelt, als auch Massnahmen für die persönlichen Zielsetzungen erarbeitet.

Die Führungsgrundsätze haben wir in spezifischen Schulungsmodulen (Workshops und Leadership-Seminare) definiert. Mit der tiefgehenden Überarbeitung des internen Schulungsportals haben wir den Zugang zu den Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten optimiert. Die Informationen sowie die Ablaufmodalitäten wurden damit transparenter und zugänglicher.

Dialog mit den Mitarbeitern

Unseren Mitarbeitern stehen verschiedene interne und externe Anlaufstellen zur Verfügung. Neben dem eigenen Vorgesetzten hat jeder Mitarbeiter auch einen Ansprechpartner in der Personalabteilung. An einzelnen Standorten gibt es Mitarbeitervertretungen. Unsere internen Kommunikationsinstrumente, wie beispielsweise Intranet und Mitarbeiterzeitung, stellen weitere Plattformen zur Förderung der Dialogkultur dar.

An sämtlichen Standorten der Bell-Gruppe finden jährlich individuelle Gespräche zwischen den Mitarbeitern und den jeweiligen Vorgesetzten statt. Basis hierfür sind ein Ablaufplan und entsprechende Dokumente, die im Berichtsjahr von Grund auf überarbeitet wurden. Neu steht das Talent-Management im Zentrum des Mitarbeitergesprächs. Es erlaubt uns, verstärkter aktive und systematische Nachwuchsförderung zu betreiben und in die Mitarbeiterentwicklung zu investieren. Bell unterstützt den Ausbau und die Förderung der Fähigkeiten und Kenntnisse der Mitarbeiter zur erfolgreichen Funktionsausübung, -erweiterung oder -änderung. Talentmanagement bedeutet für uns, die Potenziale des Mitarbeiters zu erkennen und individuell zu fördern. Jeder Bell-Mitarbeiter soll sich in sämtlichen Bereichen weiterentwickeln können. Die Vereinheitlichung und Vereinfachung dieser Prozesse unterstützen unser Vorhaben. Im Mitarbeitergespräch werden zudem die Schwerpunkte der bisherigen Zusammenarbeit diskutiert und festgehalten. Zudem dienen die Gespräche der individuellen Zieldefinition und -erreicherung.

Grundausbildung



In der Schweiz wie auch in Deutschland, bieten wir Grundausbildungen in über 15 Berufen an.

Personalentwicklung

Für Bell ist die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter ein wichtiger und vor allem förderungswürdiger Aspekt der sozialen Verantwortung. In der Schweiz wie auch in Deutschland, bieten wir Grundausbildungen in über 15 Berufen an. Das Spektrum reicht vom Fleischfachmann über den Kaufmann und den Informatiker bis zum Mechatroniker. Darüber hinaus prüft Bell kontinuierlich die Einführung von zusätzlichen Berufsausbildungen und die Weiterentwicklung der Ausbildungsbedingungen von etablierten Berufen.

Die zunehmende Internationalisierung der Bell-Gruppe bietet Talenten noch interessantere Karrierechancen. Eine Möglichkeit, diese zu nutzen, sind grenzüberschreitende Praktika. In diesem Bereich wollen wir in Zukunft gruppenweit einheitlich vorgehen.

In diesem Jahr fand zum ersten Mal ein Event für die Lernenden der Bell-Gruppe statt. Insgesamt nahmen 65 Lernende sowie 11 Betreuer aus der Schweiz und Deutschland am Anlass im Ausbildungszentrum der Schweizer Fleischwirtschaft in Spiez teil. Mit Themen wie Unternehmensstrategien, Nachhaltigkeit und Innovation wurde das Wissen über die ganze Unternehmensgruppe vertieft. Die Gruppenleitung hat mit ihrer Teilnahme den Stellenwert für die Berufsausbildung unterstrichen.

Mitarbeiterzahlen Bell-Gruppe

	2012	2011
Mitarbeiterbestand		
Durchschnittlicher Personalbestand auf Vollzeitbeschäftigte umgerechnet	6 248	6 224
Personalbestand am 31.12. in Anzahl Personen	6 469	6 470
Personalbestand nach Ländern		
Schweiz	3 414	3 324
Deutschland	1 306	1 445
Frankreich	421	404
Tschechien	651	557
Ungarn	166	226
Polen	181	182
Andere	330	332
Anteil Vollzeit	85 %	79 %
Anteil Teilzeit	15 %	21 %
Anteil Männer	59 %	60 %
Anteil Frauen	41 %	40 %
Frauenanteil im Management	19 %	17 %
Anzahl Nationalitäten	72	74
Altersstruktur		
bis 29 Jahre	21 %	20 %
30 – 49 Jahre	53 %	56 %
ab 50 Jahre	26 %	24 %
Aus- und Weiterbildung		
Auszubildende	89	83
Anzahl Ausbildungstage	7 286	7 430

Anzahl Nationalitäten



72 Nationalitäten sind in der Bell-Gruppe vertreten.

Kommunikation

Dialog mit den Anspruchsgruppen

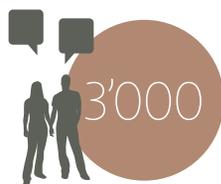
Der regelmässige Dialog mit Kunden und weiteren Anspruchsgruppen ist für Bell sehr wichtig. Er gibt uns die Möglichkeit, unsere Leistungen auch aus der Aussenperspektive zu beurteilen. Chancen und Gefahren können rechtzeitig erkannt werden. Unsere Kommunikation wollen wir offen, transparent und zeitgerecht umsetzen. Wir kommunizieren über Instrumente und Kanäle, die unsere Anspruchsgruppen zur Informationsgewinnung nutzen. Mit unserer Kommunikation wollen wir nicht kurzfristig Effekte erhaschen, sondern über Inhalte informieren, die auch mittel- und langfristig relevant sind. Wenn uns die Gesellschaft als verantwortungsbewusstes und nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen wahrnimmt, trägt dies zu einem positiven Image und zur Sicherung eines beständigen Unternehmenswachstums bei.

Wir wollen nicht zum Spielball einzelner Interessensgruppen werden, welche die Öffentlichkeit zur Verfolgung ihrer eigenen Ziele suchen. Deshalb wahrt Bell die Geschäftsinteressen des Unternehmens auch im Sinne der Mitarbeiter, Geschäftspartner und Kapitaleigner. Wir intervenieren, wenn das Unternehmen und unsere Mitarbeiter Respektlosigkeit erfahren.

Unsere Webseiten, der Geschäfts- und Halbjahresbericht sowie unsere Medienmitteilungen sind die wichtigsten Informationsträger für die externen Anspruchsgruppen. Für individuelle Anfragen steht unsere zentrale Medienstelle zur Verfügung. Über die Haupt-Website www.bell.ch und über andere Kanäle werden jährlich insgesamt rund 3'000 Anfragen entgegengenommen und bearbeitet. Ein internes Redaktionsteam pflegt die Inhalte der Unternehmens-Website und die Internetauftritte der verschiedenen Bell-Marken. In mehreren regelmässigen Newslettern informieren wir die Abonnenten über aktuelle Kampagnen und Initiativen. Mit der Präsenz auf den etablierten sozialen Netzwerken bietet Bell weitere Plattformen zum direkten Dialog mit den Anspruchsgruppen an. Den kontinuierlichen Kontakt mit Behörden, Verbänden und verschiedenen Interessenvertretungen stellen wir durch regelmässige Treffen und im Fall einiger Verbände mit unserem aktiven Engagement sicher.

Nebst dem persönlichen Gespräch stellen die Mitarbeiterzeitung und der interne Newsletter wichtige Instrumente der internen Kommunikation von Bell dar. Die Mitarbeiterzeitung nimmt dabei einen besonders hohen Stellenwert ein. Um möglichst viele Mitarbeiter zu erreichen, wurde sie konzeptionell überarbeitet. Die neue Mitarbeiterzeitung besteht aus einem Mantelteil für allgemeingültige Informationen und einem separaten Teil für Inhalte der wichtigsten Divisionen. Für die Betriebe in Spanien, Polen und Ungarn wird eine Kompaktversion der Mitarbeiterzeitung in der jeweiligen Landessprache produziert. Für alle anderen Standorte erscheint sie komplett in Deutsch oder Französisch.

Dialog



Über die Haupt-Website www.bell.ch und über andere Kanäle werden jährlich insgesamt rund 3'000 Anfragen entgegengenommen und bearbeitet.

Markenführung

Die Bell-Gruppe verfügt über ein gut gefächertes Markenportfolio. Zudem produziert sie Handels- und Eigenmarken für verschiedene Kunden. Im Berichtsjahr haben wir eine neue Markenstrategie für die ganze Bell-Gruppe verabschiedet. Dabei haben wir die Anzahl der Marken von rund 40 auf künftig fünf strategische Produktmarken reduziert. Diese haben wir konsequent positioniert und werden sie auch gezielt fördern. Überarbeitet wurde in diesem Zusammenhang auch die Unternehmenspositionierung, mit der Definition der vier Imagedimensionen Qualität, Tradition, Genuss und Nachhaltigkeit. An diesen Werten orientieren sich alle Unternehmensteile der Bell-Gruppe.

Auf Unternehmensebene arbeiten wir künftig mit dem Unternehmensauftritt der Muttergesellschaft Bell AG. Durch die Vereinheitlichung rechtlicher Strukturen wird die Zugehörigkeit zur Bell-Gruppe über den Namen und die Corporate Identity verdeutlicht. So entstanden die Divisionen Bell Schweiz, Bell Deutschland, Bell Osteuropa/Benelux und Bell Frankreich sowie Bell Finanzen/Services.

Unternehmensebene

Gruppe

Bell AG

Divisionen

Bell
Schweiz

Bell
Deutschland

Bell
Osteuropa/Benelux

Bell
Frankreich

Bell
Finanzen/Services

Bell Polen
Bell Ungarn
Bell Benelux
Novak Filialen

Produktebene

Strategische Marken



Ergänzungsmarken



Lizenzmarken



über
95%

gestützter Bekanntheitsgrad sowie ein hervorragendes Qualitätsimage machen Bell zu einer der führenden Lebensmittelmarken in der Schweiz.

Auf Produktebene haben wir die fünf strategischen Produktmarken Bell, Abraham, Hoppe, ZIMBO und M^ossieur Polette definiert. Mit der Abgrenzung der Produktgruppen, des geografischen Einsatzes und der Distributionswege wurden für diese Produktmarken im Rahmen der neuen Bell-Markenarchitektur die entsprechende Positionierung vorgenommen. Aus distributionstechnischen Gründen gibt es neben den strategischen Produktmarken auch die Ergänzungsmarken Sanchez Alcaraz und Tradi Saveur sowie die von der Bell Deutschland in Lizenz übernommene Marken Du darfst, Becel und Bertolli.

Mit einem hohen gestützten Bekanntheitsgrad von über 95 Prozent sowie einem hervorragenden Qualitätsimage gehört Bell zu den führenden Lebensmittelmarken in der Schweiz. Die Marke blickt auf eine über 140-jährige Geschichte zurück und steht für ein breites Sortiment an Fleisch, Geflügel, Charcuterie und Seafood. Bell-Produkte zeichnen sich durch verschiedene Merkmale aus: Traditionelle und neue Spezialitäten sind unter der Sortimentslinie Bell Spécialité zusammengefasst. Regionale Spezialitäten aus der Schweiz und aus Europa verkaufen wir unter Bell Original. Alle Originalprodukte stammen aus Bell-Betrieben in diesen Regionen und werden nach traditionellen Rezepturen hergestellt. Unter Bell Barbecue sind die Produkte zusammengefasst, welche sich besonders zum Grillieren eignen. Bell Cuisine steht für diejenigen Produkte, die dank einem erhöhten Zubereitungs- und/oder Darreichungsgrad das Leben der Konsumenten vereinfachen – ohne Abstriche beim Genuss. Die überarbeitete Strategie für die Produktmarke Bell ist mit der Grillkampagne 2012 in der Schweiz erfolgreich gestartet. Zurzeit werden Optionen geprüft, die Marke auch ausserhalb der Schweiz zu etablieren.

Link: www.bell.ch

Abraham gehört seit Jahrzehnten zu den stärksten Schinkenmarken Europas und ist mit seinen Produkten Marktführer in Deutschland. Dank eines breiten Portfolios an Schinkenspezialitäten aus eigenen Betrieben in Deutschland, Spanien und Belgien ist Abraham beliebt und bekannt für qualitativ hochstehende Rohschinken. Mit Innovationen bei den Produkten und bei den Darreichungsformen unterstreicht Abraham seine Position als Schinkenspezialist.

Link: www.abraham.de

Die Marke Hoppe steht für Convenience auf Fleisch- und vegetarischer Basis. Während die Marke bisher eher im Grosshandel anzutreffen war, wird sie künftig zu einer echten Alternative auch für den Detailhandel ausgebaut.

Link: www.hoppe-genuss.de

ZIMBO steht als Dachmarke für vielfältige Charcuterieprodukte, die jedem etwas bieten und die man jeden Tag geniessen kann. Dank ihrer langjährigen Tradition gehört sie in Deutschland und in Osteuropa zu den jeweils fünf wichtigsten Charcuteriemarken.

Link: www.zimbo.de

M^ossieur Polette steht als Dachmarke für französische, qualitativ hochwertige Rohwurst- und Schinkenspezialitäten. Dank ihren Betrieben in der Auvergne, den Savoyen und im Lyonnais kann die Marke als einzige in Frankreich mehrere relevante regionale Herkunftsbezeichnungen in ihren Produktkategorien garantieren. Für 2013 ist ein umfangreicher Launch der Marke M^ossieur Polette im französischen Markt geplant.

Link: www.mossieurpolette.fr

Verweis

Aktuelles und weitere Informationen zur Bell-Gruppe und zur Corporate Social Responsibility sind auf www.bell.ch in der Rubrik «Über Bell» abrufbar, insbesondere auch Angaben zur Vision, zum Leitbild sowie zu den Stakeholdern und unserer Beziehung zu ihnen.

Aktuelle Informationen zu den verschiedenen Marken finden Sie über den Einstieg www.bellfoodgroup.com.



Konzernstruktur
Siehe Seite 38



Verwaltungsrat
Siehe Seite 38

Risikomanagement
Siehe Seite 43

Corporate Governance

Die Bell 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 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.



- Konzernstruktur
- Kapitalstruktur und Rechte der Aktionäre
- Verwaltungsrat
- Interne Organisation und Kompetenzregelung
- Informations- und Kontrollinstrumente
- Grundlage und Elemente der Entschädigung
- Mitwirkungsrechte der Aktionäre
- Kontrollwechselklausel
- Revisionsstelle
- Informationspolitik
- Management
- Organigramm



Kapitaleigner
Rund 4'000 eingetragene Aktionäre



Informationspolitik
Siehe Seite 45



Konzernstruktur

Die Bell-Gruppe ist weder an kotierten Unternehmen beteiligt noch bestehen Kreuzbeteiligungen. Die Beteiligungsübersicht ist auf Seite 80 aufgeführt.

Kapitalstruktur und Rechte der Aktionäre

Bedeutende Aktionäre

Siehe Seite 79.

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.

Weitere Details zur Kapitalstruktur und zur Aktie sind auf Seite 79 und 82 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, scheidet an der nächstfolgenden ordentlichen Generalversammlung aus.

Zusammensetzung des Verwaltungsrates

per 31.12.2012

	Präsident des Verwaltungsrates	Mitglied des Verwaltungsrates	Ende der Amtszeit
Hansueli Loosli	seit 2009	–	2015
Leo Ebnetter	–	seit 2012	2015
Jörg Ackermann	2001 – 2009	seit 2000	2015
Irene Kaufmann-Brändli	–	seit 2009	2015
Werner Marti	–	seit 2009	2015
Joachim Zentes	–	seit 1997	2013

Der langjährige Verwaltungsrat Joachim Zentes scheidet aufgrund der Altersgrenze 2013 aus dem Verwaltungsrat aus. An der Generalversammlung 2013 wird der Verwaltungsrat einen neuen Vertreter als Ersatz zur Wahl vorschlagen.

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

Angaben wo nicht anders vermerkt per 31.12.2012.

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:

- anteilig bei Ausscheiden eines Mitgliedes des Verwaltungsrates
- 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 AG. Die Vertreter der Coop Genossenschaft im Verwaltungsrat arbeiten im Mandat. Ihr Honorar wird an den Mandatsgeber weitergeleitet.

Gesamtbezüge und Aktienbesitz siehe Geschäftsbericht Seite 74.

Interne Organisation und Kompetenzregelung

Der Verwaltungsrat der Bell 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 Verwaltungsrats und der Gruppenleitung fest. Es ist auszugsweise auf der Bell Website einsehbar unter 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. 2012 wurden keine externen Berater beigezogen.

weiter auf Seite 42

Mitglieder des Verwaltungsrates



Hansueli Loosli
1955, Schweizer Staatsbürger
Präsident des Verwaltungsrates

Eidg. dipl. Experte für Rechnungslegung und Controlling
Präsident des Verwaltungsrates Coop Genossenschaft; seit 2011

Verwaltungsratsmandate

Transgourmet Holding AG, Basel; Präsident • Coop Mineraloel AG, Allschwil; Präsident • Swisscom AG, Bern; Präsident

Beruflicher Werdegang

Coop Genossenschaft, Basel; Vorsitzender der Geschäftsleitung Coop; 2001 – 2011 • 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



Leo Ebnetter
1954, Schweizer Staatsbürger
Vizepräsident des Verwaltungsrates

Kaufmann
Coop Genossenschaft, Basel; Leiter der Direktion 4 Logistik, Mitglied der Geschäftsleitung; seit 2007

Verwaltungsratsmandate

Railcare AG, Härkingen; Präsident • Kühlhaus Neuhof AG, Gossau

Beruflicher Werdegang

Coop Genossenschaft, Gossau; Leiter Logistikregion Ostschweiz-Ticino; 2001 - 2007 • Coop Ostschweiz, Gossau; Stv. Geschäftsleiter Coop Ostschweiz und Leiter Warenbeschaffung, Produktion, Logistik und Informatik; 1990 – 2000 • Coop Ostschweiz, Gossau; Leiter Bereich Food Warenbeschaffung, Produktion, Logistik; 1987 – 1990 • Coop Ostschweiz, Gossau; Leiter Logistik VZ Gossau; 1985 – 1987 • Coop Ostschweiz, Gossau; Leiter Logistik Allgemeine Waren und Leiter Transporte; 1981 – 1985



Jörg Ackermann
1958, Schweizer Staatsbürger
Mitglied des Verwaltungsrates

Betriebsökonom HWV
Mandate VGL Coop Genossenschaft; seit 2008

Verwaltungsratsmandate

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, Schweizer Staatsbürgerin
Mitglied des Verwaltungsrates

Dr. oec. publ.
Vizepräsidentin des Verwaltungsrates Coop Genossenschaft; seit 2011

Verwaltungsratsmandate

Coop Immobilien AG, Bern • Bank Coop AG, Basel • Coop Mineraloel AG, Allschwil • Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren • Transgourmet Holding AG, Basel • CPV/CAP Pensionskasse Coop, Basel; Stiftungsratsmitglied • ETH Zürich Foundation, Zürich; Stiftungsratsmitglied • Juventus-Schulen Zürich, Zürich; Präsidium Stiftungsrat • HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich, Zürich

Beruflicher Werdegang

Präsidentin des Verwaltungsrates Coop Genossenschaft; 2009 – 2011 • Vizepräsidentin des Verwaltungsrates Coop; 2000 – 2009 • Nabholz Beratung, Zürich: Projektleitungen in der Beratung von öffentlichen Verwaltungen und Betrieben mit Schwergewicht Finanzen und Organisation; 1985 - 2008 • Revisionsmandate und Beratungsaufträge für privatwirtschaftliche Unternehmen im Auftrag der Dr. Nabholz Treuhand AG, Zürich; 1980 - 2002



Werner Marti
1957, Schweizer Staatsbürger
Mitglied des Verwaltungsrates

Rechtsanwalt
Anwaltskanzlei; seit 1988

Verwaltungsratsmandate

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

Beruflicher Werdegang

Eigene Anwaltskanzlei in Glarus; seit 1988 • 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 • Preisüberwacher; 1996 – 2004 • Regierungsrat des Kantons Glarus, Vorsteher der Direktion des Innern (Volkswirtschaftsdirektion); 1990 – 1998 • Mitarbeiter/Partner in einer Anwaltskanzlei; 1983 – 1987



Joachim Zentes
1947, Deutscher Staatsbürger
Mitglied des Verwaltungsrates

Dr. rer. oec 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 • Transgourmet Holding AG, Basel

Beruflicher Werdegang

Gastprofessor an den Universitäten Metz und E.M. Lyon (Frankreich), Regensburg (Deutschland), Fribourg und Basel, Warschau (Polen), Santiago (Chile), Craiova (Rumänien) • Ruf an den Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre der Universität Basel; 1993 • Ruf an den Lehrstuhl für Marketing der Universität Fribourg; 1988 • 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

Im Jahr 2012 hielt der Verwaltungsrat neun Sitzungen ab: sieben ordentliche, eine konstituierende und eine ausserordentliche. Nebst den ordentlichen Geschäften befasste sich der Verwaltungsrat vertieft mit folgenden Themen und Projekten:

- Zusammenlegung der Aktivitäten der Bell-Gruppe in Deutschland sowie Reorganisation der weiteren internationalen Aktivitäten
- Diverse grössere Investitionsvorhaben wie der Ausbau des Charcuteriebetriebes in Churwalden, der Landkauf in Oensingen oder die baulichen Veränderungen am Hauptsitz in Basel
- Markenstrategie Bell-Gruppe

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 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 künftig 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.

Risiko und Chance



Grössere Risiken sieht das Management insbesondere bei plötzlich stark steigenden Rohmaterialpreisen, bei landwirtschaftspolitischen Entscheidungen sowie bei Seuchen.

Risikomanagement

Bell führt seit 2009 ein strukturiertes Risikomanagement durch. 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. Im Rahmen des Risikomanagements setzen sich der Verwaltungsrat, die Gruppenleitung und die Geschäftsleitungen jährlich mit der Beurteilung der grossen Risiken auseinander.

Grundsätzlich verstehen wir unter Risiken mögliche Ereignisse oder Handlungen, die zu einer Abweichung der definierten Ziele beziehungsweise Strategieumsetzung führen können. Positive Abweichungen werden als Chance und negative Abweichungen als Risiko bezeichnet. Chancen werden im Strategieprozess berücksichtigt, negative Abweichungen (Risiken) werden im Risikomanagement-Prozess bearbeitet. Die Risiken werden hinsichtlich Eintrittswahrscheinlichkeit und der quantitativen Auswirkungen im Eintrittsfall bewertet.

Alle drei Jahre wird eine Vollerhebung der möglichen Risiken durchgeführt, relevante Risiken für die Bell-Gruppe identifiziert und soweit möglich Massnahmen definiert, um die Eintrittswahrscheinlichkeit und/oder die Auswirkungen der potenziellen Risiken zu verringern. Jeder Massnahme ist ein Verantwortlicher zugewiesen. In den Jahren dazwischen wird vom Verwaltungsrat und der Gruppenleitung der Status der Massnahmen überwacht und eine aktuelle Einschätzung vorgenommen. Im Rahmen des Bell Risikomanagement-Prozesses werden Risiken mit einem potentiellen Schaden ab CHF 15 Millionen innert drei Jahren auf Stufe EBIT aktiv bearbeitet. Gegen nicht oder nur bedingt beeinflussbare Risiken werden soweit möglich Vorkehrungen und Massnahmen getroffen.

Grössere Risiken sieht das Management insbesondere bei plötzlich stark steigenden Rohmaterialpreisen, bei landwirtschaftspolitischen Entscheidungen sowie bei Seuchen.

Die Finanzmarktrisiken beschränken sich auf das Fremdwährungsexposure 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 79 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 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 2012 eine Erfolgsbeteiligung von 16 Prozent (Vorjahr 20 %) eingerechnet.

Gesamtbezüge und Aktienbesitz siehe Anhang zum Geschäftsbericht Seite 75.

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.

Aktionäre, die allein oder gemeinsam Aktien im Nennwert von zehn Prozent des Aktienkapitals vertreten, können die Traktandierung eines Verhandlungsgegenstandes verlangen. Die Traktandierung muss mindestens 60 Tage vor der Versammlung schriftlich unter Angabe des Verhandlungsgegenstandes und der Anträge angebeht werden.

Weitere Mitwirkungsrechte sind in den Statuten der Bell AG geregelt. Die Statuten sind auf der Bell-Website einsehbar unter 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 veröffentlicht.

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

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 dreimal 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 Division Finanzen/Services vorgenommen. Dabei stellen die fachliche Befähigung, die Durchsetzungsstärke, die Unabhängigkeit sowie der Umgang der Expertenteams mit unseren internen Stellen Schwerpunkte dar. Ferner fliessen auch externe Überlegungen in die Beurteilung mit ein.

Die Revisionstätigkeit der externen Revision konzentrierte sich 2012 auf die statutarischen Pflichten inklusive der Beurteilung der Existenz des IKS.

Revisions- und zusätzliche Honorare

in Tausend CHF	2012	2011
Revisionsdienstleistungen	948	1 023
Steuerberatung	34	-
Rechtsberatung	51	-
Transaktionsberatung (inkl. Due Diligence)	-	-
Total	1 033	1 023

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

Wichtige Termine

Rechnungsabschluss	31. Dezember
Generalversammlung Bell AG	17. April 2013
Veröffentlichung Ergebnis 1. Halbjahr 2013	15. August 2013
Veröffentlichung Umsatz 2013	1. Hälfte Januar 2014
Veröffentlichung Ergebnis 2013	Februar 2014

Weitere beziehungsweise aktualisierte Termine auf der Bell-Website unter www.bell.ch/agenda-de.

Ansprechpersonen und Kontaktmöglichkeiten für weitere Informationen zur Bell-Gruppe sind auf Seite 88 dieses Geschäftsberichtes aufgeführt.

Mitglieder der Geschäftsleitung Bell AG (Gruppenleitung)



Lorenz Wyss

1959, Schweizer Staatsbürger
Metzger, Dipl. Kaufmann,
Staatl. gepr. Techniker der Fleisch-
wirtschaft, Master of Business
Administration ZFH

Vorsitzender der Gruppenleitung (CEO)
Leiter Division Bell Schweiz
Leiter Division Bell Osteuropa/Benelux
bei Bell seit 2011; Funktion seit 2011

Verwaltungsratsmandate

Centravo Holding AG, Zürich • GVFI International AG, Basel • Hilcona Aktiengesellschaft,
Schaan, Liechtenstein • Gastro Star AG, Dällikon; Präsident • 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. Geschäfts-
führer); 1992 – 1995, Technischer Leiter; 1987 – 1991, Betriebsleiter/Personalchef; 1983 – 1984 •
Abteilungsleiter Jenzer AG, Arlesheim; 1978 – 1981



Martin Gysin

1960, Schweizer Staatsbürger
Eidg. dipl. Experte für Rechnungs-
legung und Controlling

Leiter Division Bell Finanzen/Services (CFO)
Stv. Vorsitzender der Gruppenleitung
bei Bell seit 1992; Funktion seit 1994

Verwaltungsratsmandate

CPV/CAP Pensionskasse Coop, Basel • Hilcona Aktiengesellschaft, Schaan, Liechtenstein

Beruflicher Werdegang

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

Mitglieder der Geschäftsleitungen

Bell Schweiz

Mitglieder der Geschäftsleitung Bell Schweiz AG

Markus Bänziger

1955, Schweizer Staatsbürger
Eidg. dipl. Marketingleiter

Leiter Geschäftsbereich Charcuterie
Leiter Geschäftsbereich Seafood/Logistik i.P.
bei Bell von 1975 bis 1985 und seit 1995; Funktion seit 2012

Beruflicher Werdegang

Leitende Funktionen bei Bell AG, Basel: Leiter Geschäftsbereich Convenience; 2009 – 2010, 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

Josef Dähler

1955, Schweizer Staatsbürger
Eidg. dipl. Metzgermeister
Kaufmann

Leiter Geschäftsbereich Frischfleisch
bei Bell seit 1996; Funktion seit 2007

Verwaltungsratsmandate

Identitas AG, Bern • Proviande Genossenschaft, Bern • Estonia-ACB-Vianco OÜ, Võrumaa, Estland

Beruflicher Werdegang

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

Christine Schlatter

1965, Schweizer Staatsbürgerin
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

Bell Deutschland

Mitglieder der Geschäftsführung Bell Deutschland GmbH & Co. KG

Christian Schröder

1971, Deutscher Staatsbürger
Kaufmann

Vorsitzender der Geschäftsführung
Leiter Vertrieb/Marketing
bei Bell seit 2009; Funktion seit 2012

Beruflicher Werdegang

Sprecher der Geschäftsführung; Geschäftsführer Vertrieb/Marketing der Abraham Schinken GmbH; 2011 – 2012 • Sprecher der Geschäftsführung; Geschäftsführer Vertrieb/Marketing der Abraham GmbH; 2007 – 2011 • 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

Jürgen Emtmann

1963, Deutscher Staatsbürger
Betriebswirt

Leiter Finanzen/Services
bei Bell seit 2009; Funktion seit 2012

Beruflicher Werdegang

Leiter Finanzen/Administration bei Abraham Schinken GmbH; 2011 – 2012 • Leiter Finanzen/Administration bei Gebrüder Abraham Schinken GmbH; 2011 • Leiter Rechnungswesen/Controlling bei Gebrüder Abraham Schinken GmbH; 2009 – 2010 • Mitarbeiter im Bereich Finanzen und Controlling bei Hermes Schleifmittel GmbH & Co. KG, Hamburg; 1991 – 2009 • Prüfungsassistent bei KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft; 1988 – 1991

Markus von der Pütten

1970, Deutscher Staatsbürger
Fachkraft für Lebensmitteltechnik

Leiter Produktion/Technik
bei Bell seit 2010; Funktion seit 2012

Beruflicher Werdegang

Geschäftsführer Produktion und Technik der Abraham Schinken GmbH; 2011 – 2012 • Geschäftsführer Produktion und Technik der Abraham GmbH; 2010 - 2011 • Schinken-Einhaus GmbH, Friesoythe; Prokurist; 2006 – 2010 • Bernard Matthews, Oldenburg; Werksleiter; 2001 – 2006 • Oldenburger Fleischwaren GmbH, Oldenburg; Werksleiter; 1995 – 2001

Bell Osteuropa/Benelux

Geschäftsführer

Eugeniusz Philip

1966, Polnischer Staatsbürger
Magister dipl. Ingenieur der Land-
und Forstwirtschaft
Master of Business Administration

Vorsitzender der Geschäftsführung Bell Polska Sp. z o.o.
bei Bell seit 2012; Funktion seit 2012

Beruflicher Werdegang

Geschäftsleiter ZIMBO Polen; 2004 – 2012 • Leitende Funktionen bei MORLINY (Campofrio Gruppe): Marketingleiter; 2003 – 2004, Verkaufsleiter; 2000 – 2003, Verkaufsleiter Fleischbetrieb Ostroleka (75 % Anteil bei MORLINY); 1999 – 2000 • Business Development Manager Grene Sp. z o.o.; 1998 – 1999 • Projekt Manager Hvidstet Energy Forest Dänemark; 1992 – 1998

Jens Günther Hillebrand

1976, Deutscher Staatsbürger
Metzger
Metzgermeister

Vorsitzender der Geschäftsführung ZIMBO Perbál Húsipari Termelő Kft.
bei Bell seit 2012; Funktion seit 2012

Beruflicher Werdegang

Geschäftsleiter Wiesbauer-Dunahús Kft., Gönyű, Ungarn; 2011 – 2012 • Betriebsleiter Wiesbauer-Dunahús Kft., Gönyű, Ungarn; 2005 – 2011 • Abteilungsleiter Neukauf Verbrauchermarkt GmbH; 2002 – 2004 • Zerleger Franken-Gut Fleischwaren GmbH 2001 – 2002 • Abteilungsleiter der Fleisch- und Wurstverkauf BVA Warenhandelsgesellschaft, Würzburg; 2000 – 2001 • Fleisch- und Wurstverkäufer BVA Warenhandelsgesellschaft; 2000

Steven van Parijs

1971, Belgischer Staatsbürger
Hotelmanager

Vorsitzender der Geschäftsführung Bell Benelux Holding N.V.
bei Bell seit 2012; Funktion seit 2012

Beruflicher Werdegang

Verkaufsleiter Europa bei PDC Brush; 2010 – 2012 • Verkaufsleiter Cock's Charcuterie Benelux; 2003 – 2010 • Key Account Manager Viangro; 2002 – 2003 • Export Manager «Benelux & UK» Menissez; 2000 – 2002 • Key Account Manager Dossche Mills & Bakery; 1995 – 2000 • Restaurant Manager, Colmar/Sbarro; 1993 – 1995

Petr Poskočil

1966, Tschechischer Staatsbürger
Dipl. Ing. Betriebswirt

Geschäftsleiter ZIMBO Czechia s.r.o.
bei Bell seit 2012; Funktion seit 2012

Beruflicher Werdegang

Vertreter des Direktors Agrarfirma in Tschechien; 1988 – 1991 • Studium und Praktikaaufenthalte in Deutschland, Niederlande, Irland; 1991 – 1994 • Geschäftsführer Zimbo Czechia; 1995

Bell Frankreich

Geschäftsführer der Salaison Polette & Cie SAS

Philippe Polette

1960, Französischer Staatsbürger
Dipl. Kaufmann

Vorsitzender der Geschäftsleitung
bei Polette seit Firmengründung 1980; Funktion seit 1980

Verwaltungsratsmandate

Consortium des Salaisons d’Auvergne, Aubière • Fédération des Industriels Charcutiers,
Traiteurs et Transformateurs de Viande (FICT), Paris

Mitglieder des oberen Managements *

Gruppenleitung

Lorenz Wyss

Vorsitzender der Gruppenleitung (CEO),
Leiter Division Bell Schweiz,
Leiter Division Bell Osteuropa/Benelux

Martin Gysin

Leiter Division Bell Finanzen/Services,
Stv. Vorsitzender der Gruppenleitung

Stab Gruppenleitung**Michael Gloor**

Leiter Interne Revision

Elisabeth Wegeleben

Leiterin Generalsekretariat/Aktienbüro,
Sekretärin VR

Division Bell Finanzen/Services

Martin Gysin

Leiter Division

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

Thomas Studer

Leiter Projekte

Ulrich Süss

Leiter Rechnungswesen

* Gemäss Informationsstand bei Redaktionsschluss

Division Bell Schweiz

Lorenz Wyss
Leiter Division

Stab Leitung Division 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

Thierry Guillod
Leiter Betriebe Romandie

Michel Lerch
Leiter Betrieb Basel

Joachim Messner
Stv. Leiter Betrieb Basel

Elvira Meyer
Leiterin Verkauf/Marketing

Martin Reinhard
Leiter Einkauf

Stefan Seiler
Leiter Einkauf/Verkauf

Josef Zuber
Leiter Verkauf Handel/Gastro
Deutschschweiz

Geschäftsbereich Geflügel

Christine Schlatter
Leiterin Geschäftsbereich

Frank Bechler
Assistent Geschäftsbereichsleitung

Walter Bieri
Leiter Verkauf/Einkauf

Thomas Graf
Leiter Betrieb

Sara Patrizia Kraettli
Leiterin Verkauf/Marketing

Christoph Schatzmann
Leiter Integrierte Tierproduktion

Geschäftsbereich Charcuterie

Markus Bänziger
Leiter Geschäftsbereich

Thomas Abt
Leiter Logistik

Hanspeter Gysin
Leiter Planung/Technik

Ursula Kuhn
Leiterin QM/Labor

Francesco Nicastro
Leiter Kalkulation/Betriebscontrolling/
Prozesse

Andreas Nieling
Leiter Betrieb Basel

Roland Rufener
Leiter Einkauf Non-Food/Handelswaren

Hanspeter Treichler
Leiter Betrieb Churwalden

Geschäftsbereich Seafood/Logistik

Markus Bänziger
Leiter Geschäftsbereich i.P.

Seafood

José-Manuel Seabra
Leiter Geschäftseinheit

Sébastien Garnier
Leiter Betrieb

Frigo St. Johann AG

Bruno Flückiger
Geschäftsführer

Division Bell Deutschland

Christian Schröder

Leiter Division, Leiter Vertrieb/Marketing

Jürgen Emtmann

Leiter Finanzen/Services

Markus von der Pütten

Leiter Produktion/Technik

Robert Blümel

Bereichsleiter Beschaffung/Logistik

Peter Drescher

Vertriebsleiter Discount

Andreas Eder

Bereichsleiter Personal/Recht

Benjamin Forell

Bereichsleiter Qualitätsmanagement

Karsten Glismann

Bereichsleiter IT

Heinrich Halberschmidt

Vertriebsleiter LEH/GV

Stephan Holst

Bereichsleiter Marketing

Frank Scholl

Bereichsleiter Vertrieb

Nikolaj Steber

Country Manager Spanien

Division Bell Osteuropa/Benelux

Lorenz Wyss

Leiter Division

Jens Günther Hillebrand

Vorsitzender der Geschäftsführung ZIMBO
Perbál Húsipari Termelő Kft.

Hedvic Szakács

Leiterin Administration/Finanzen, Mitglied
der Geschäftsführung ZIMBO Perbál Húsipari
Termelő Kft.

Tamás Kováts

Leiter Verkauf ZIMBO Ungarn

Eugeniusz Philip

Vorsitzender der Geschäftsführung
Bell Polska Sp. z o.o.

Maciej Banasiak

Leiterin Vertrieb Bell Polen, Mitglied der
Geschäftsführung Bell Polska Sp. z o.o.

Alicja Romanek

Leiterin Administration/Finanzen Bell Polen,
Mitglied der Geschäftsführung Bell Polska
Sp. z o.o.

Aleksandra Rowicka

Leiterin Verkauf Bell Polen, Mitglied der
Geschäftsführung Bell Polska Sp. z o.o.

Steven Van Parijs

Vorsitzender der Geschäftsführung
Bell Benelux N.V.

Petr Poskočil

Vorsitzender der Geschäftsführung
ZIMBO Czechia s.r.o.

Division Bell Frankreich

Philippe Polette

Vorsitzender der Geschäftsleitung Salaison
Polette & Cie SAS

Hervé Dametto

Leiter Betrieb Salaison Polette

Ludovic Jouanneau

Leiter Administration/Finanzen

Hugues Mataillet

Leiter Qualitätsmanagement

Bruno Mugniery

Leiter Betrieb Maison de Savoie

Gilles Patient

Leiter Verkauf/Marketing

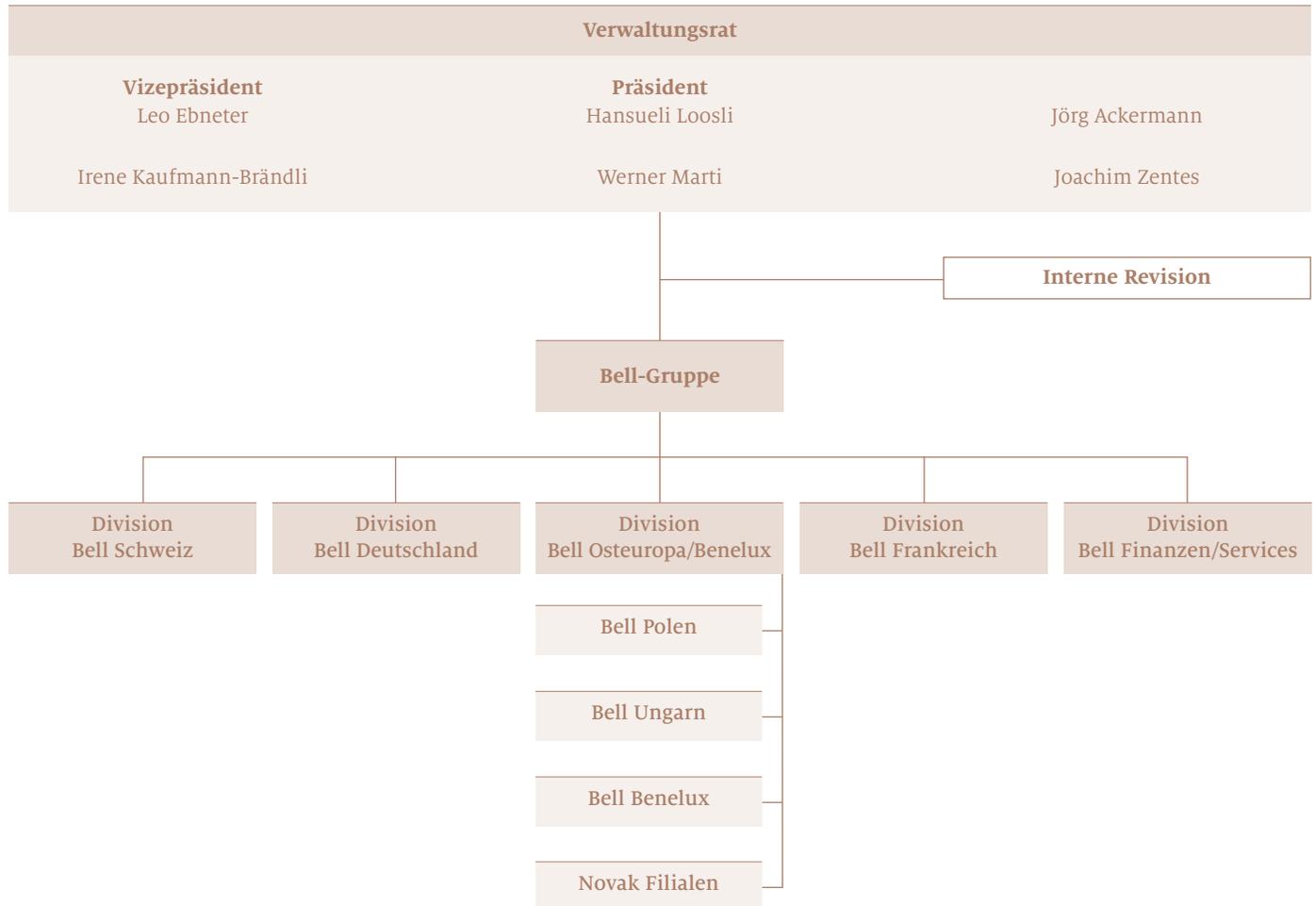
Charles-André Rogue

Leiter Betrieb Val de Lyon

Laurent Saccol

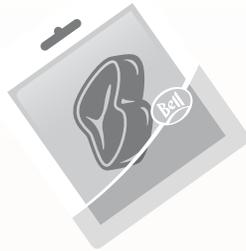
Leiter Betrieb St-André

Organigramm



Frischfleisch

Absatzvolumen
55'900 t



Geflügel

Absatzvolumen
28'300 t



Spezialfleisch

Absatzvolumen
790 t



Seafood

Absatzvolumen
5'700 t



Charcuterie Schweiz

Absatzvolumen
32'400 t



Charcuterie International

Absatzvolumen
99'200 t



Absatzvolumen nach Produktgruppen;
gerundet

Bell in Zahlen

Finanzielle Berichterstattung



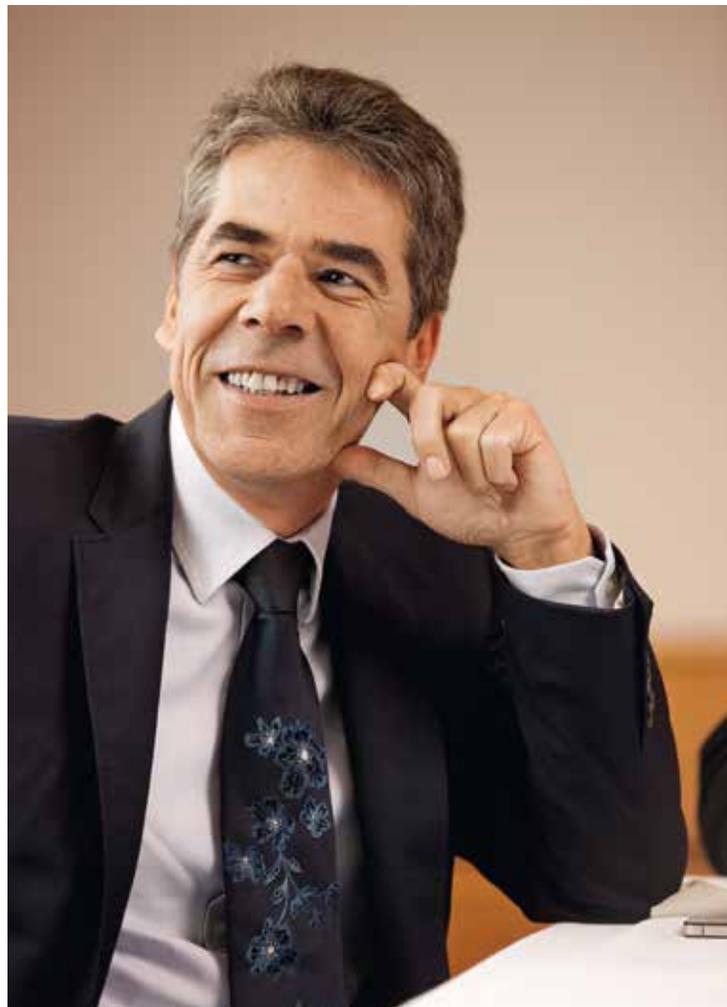
INHALT

- Bell-Gruppe
- 56 — Finanzbericht
- 58 — Konsolidierte Bilanz
- 59 — Konsolidierte Erfolgsrechnung
- 60 — Geldflussrechnung
- 61 — Eigenkapitalnachweis
- 62 — Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze
- 66 — Anhang zur konsolidierten Bilanz
- 73 — Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung
- 79 — Ergänzende Angaben
- 80 — Wesentliche Beteiligungen
- 81 — Mehrjahresübersicht
- 82 — Aktieninformationen
- 83 — Bericht der Revisionsstelle

- Bell AG
- 84 — Bilanz
- 85 — Erfolgsrechnung
- 86 — Verwendung Bilanzgewinn/Anhang
- 87 — Bericht der Revisionsstelle

- 88 — Kontakte
- 89 — Impressum

— Alle Werte einzeln gerundet



Finanzbericht

Stabile Geschäftsentwicklung

Martin Gysin,
Leiter Division Bell Finanzen/Services

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Das Geschäftsjahr 2012 war erneut geprägt von hohen Rohmaterialpreisen in Europa und Schwierigkeiten in der Weitergabe von Preiserhöhungen an unsere Abnehmer. Dies führte zu einem deutlichen Rückgang des operativen Ergebnisses. Das stabile Geschäft im Heimmarkt Schweiz federte den Rückgang ab.

In der Schweiz erzielten wir trotz rückläufigem Markt ein Mengenwachstum von 1,4 Prozent. Sehr erfreulich war das Mengenwachstum mit 6,2 Prozent auch in Frankreich. In Deutschland wuchsen die Rohschinkensortimente um 6,3 Prozent während Sortimentsbereinigungen bei den Brühwurstartikeln zu einem Volumenrückgang von 7,1 Prozent führten. Ebenfalls einen deutlichen Volumenrückgang verzeichneten wir in Belgien. Dabei handelt es sich aber um Handelsvolumen mit ohnehin geringer strategischer Bedeutung.

Der Rückgang der Erlösminderungen erklärt sich durch die stärkere Unterstützung der Promotionstätigkeiten unserer Hauptkunden. Promotionen werden als Preisnachlass direkt von der Rechnung in Abzug gebracht und verringern somit den Erlös aus Warenverkäufen. Im Gegenzug wurden die Rückvergütungen reduziert. Bereinigt um diesen Effekt liegen die Erlösminderungen nur geringfügig unter Vorjahr.

Die Bruttogewinnmarge geht um 0,2 Prozent zurück. Die Personalkosten steigen von 15,8 auf 16,1 Prozent des Nettoerlöses. Die Betriebskosten erhöhen sich von 24,9 auf 25,6 Prozent. In den Zahlen enthalten sind rund CHF 9 Millionen Sonderkosten für die Schliessung des Verwaltungssandortes Bochum und Kosten für die Restrukturierung unserer Deutschlandaktivitäten. Im Vorjahr wurden in dieser Position rund CHF 6 Millionen Ergebnisminderungen verzeichnet. Bereinigt um diese beiden Sondereffekte bleibt der Betriebskostensatz mit 25,3 Prozent praktisch unverändert zum Vorjahr. Der Betriebserfolg vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen geht bereinigt von 8 Prozent auf 7,7 Prozent zurück.

Der Betriebserfolg vor Zinsen und Steuern (EBIT) steigt von CHF 90 Millionen auf rund CHF 99 Millionen an. Bereinigt um die Sondereffekte in diesem und im letzten Jahr verzeichnen wir jedoch beim EBIT einen leichten Rückgang von CHF 111 Millionen (2011 bereinigt) auf CHF 108 Millionen (2012 bereinigt).

Das Ergebnis aus assoziierten Gesellschaften umfasst anteilige Gewinne aus der Hilcona AG und der Centravo Holding AG. Im Gewinnanteil von Hilcona AG wurden wiederum die Goodwillabschreibungen verrechnet. Die Ergebnisse von Gastro Star, welche Mitte 2012 durch Hilcona übernommen wurde, fliessen in den anteiligen Gewinn von Hilcona mit ein.

Die Nettoverschuldung per Ende 2012 lag bei rund CHF 249 Millionen und damit um CHF 5 Millionen unter Vorjahr. Die Investitionen in Sachanlagen von CHF 75 Millionen und die Finanzierung von Hilcona in Höhe von CHF 41 Millionen konnten vollständig aus dem laufenden Cash-flow gedeckt werden. Daneben verzeichneten wir eine Zunahme des Nettoumlaufvermögens um rund CHF 16 Millionen.

Das Eigenkapital vor Minderheiten stieg um rund CHF 50 Millionen auf CHF 675 Millionen an. Die Eigenkapitalquote beträgt 51,4 Prozent.

2012 haben wir unser Deutschlandgeschäft gebündelt und in die Bell Deutschland GmbH + Co. KG zusammengeführt. Die neue Organisation führt zu einer deutlich effizienteren Marktbearbeitung und zu inskünftig tieferen Kosten. Wir sind zuversichtlich, dass die getroffenen Massnahmen und die gegen Ende 2012 wirksamen Preiserhöhungen zu einer deutlichen Verbesserung unserer Ergebnisse ausserhalb der Schweiz führen werden. Erste Anzeichen dazu konnten wir noch in den letzten beiden Monaten des Berichtsjahrs verzeichnen.

Im Februar 2012 hat das deutsche Kartellamt ein Verfahren wegen unerlaubter Preisabsprachen gegen die ehemaligen Gebrüder Abraham GmbH eröffnet. Wir halten die Vorwürfe für unbegründet und weitgehend verjährt, weshalb wir von der Bildung einer Rückstellung abgesehen haben.

Die Restrukturierung in Deutschland führte zum Wegfall einiger Konzerngesellschaften. Die Einzelheiten dazu gehen aus der Beteiligungsübersicht auf Seite 80 hervor. Diese Veränderungen führten jedoch zu keiner materiellen Veränderung des Konsolidierungskreises. Daneben haben wir einzig unsere Geschäftsaktivitäten mit ZIMBO Skandinavien per 31.12.2012 in Form eines Management-Buy-outs abgestossen. Die materiellen Auswirkungen auf Umsatz und Ertragslage sind vernachlässigbar.



Martin Gysin
Leiter Division Bell Finanzen/Services

Konsolidierte Bilanz

in Tausend CHF	Anhang	31.12.2012		31.12.2011	
Flüssige Mittel	1	37 848		22 708	
Wertschriften	2	3 270		5 582	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3	154 803		149 004	
Forderungen Nahestehende	4	127 210		111 027	
Sonstige kurzfristige Forderungen		35 901		45 007	
Vorräte	5	185 187		170 109	
Rechnungsabgrenzung		10 721		16 885	
Umlaufvermögen		554 942	42.2%	520 322	41.6%
Finanzanlagen	12	147 298		103 305	
Immaterielle Anlagen	13	64 249		76 692	
Grundstücke und Gebäude	14	323 097		322 096	
Technische Anlagen und Einrichtungen	15	225 632		229 723	
Anlagevermögen		760 276	57.8%	731 815	58.4%
Aktiven		1 315 218	100.0%	1 252 138	100.0%
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	9	114 210		116 696	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		153 998		142 472	
Verbindlichkeiten Nahestehende	6	13 947		21 912	
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	7	39 387		38 885	
Kurzfristige Rückstellungen	11	14 193		9 726	
Rechnungsabgrenzung	8	59 317		61 925	
Kurzfristiges Fremdkapital		395 051	30.0%	391 616	31.3%
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	9	175 538		164 998	
Langfristige Rückstellungen	11	69 157		68 940	
Langfristiges Fremdkapital		244 695	18.6%	233 939	18.7%
Fremdkapital		639 746	48.6%	625 555	50.0%
Aktienkapital		2 000		2 000	
Gewinnreserven		678 458		630 698	
Währungsdifferenzen		-78 063		-75 406	
Eigene Aktien		-3 130		-3 113	
Jahresgewinn		75 849		71 618	
Eigenkapital vor Minderheiten		675 114	51.3%	625 797	50.0%
Anteil Dritter		358		786	
Gesamtes Eigenkapital		675 472	51.4%	626 583	50.0%
Passiven		1 315 218	100.0%	1 252 138	100.0%

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	Anhang	2012		2011	
Erlöse aus Warenverkäufen	16	2 526 520		2 516 953	
Andere betriebliche Erträge	16	61 227		59 848	
Bruttoerlös aus Lieferungen und Leistungen		2 587 747		2 576 801	
Erlösminderungen	16	-79 369		-94 213	
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen		2 508 378	100.0%	2 482 588	100.0%
Waren- und Materialaufwand		1 680 926	67.0%	1 659 306	66.8%
Bruttoerfolg aus Betriebstätigkeit		827 452	33.0%	823 282	33.2%
Personalaufwand	17/24	403 015	16.1%	391 416	15.8%
Mieten	18/24	21 639		21 759	
Energie, Betriebs- und Hilfsmaterial	19	51 042		49 214	
Reparaturen und Unterhalt		46 425		46 096	
Fremdtransporte		62 900		62 471	
Werbung		19 948		20 989	
Sonstiger Betriebsaufwand	20/24	37 345		27 046	
Betriebsaufwand	21	642 313	25.6%	618 991	24.9%
Betriebserfolg vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)		185 138	7.4%	204 291	8.2%
Abschreibungen auf Sachanlagen	14/15/24	71 996	2.9%	72 144	2.9%
Abschreibungen auf immateriellen Anlagen*	13/24	4 787		11 608	
Abschreibungen auf Goodwill*	13/24	9 210		30 691	
Betriebserfolg vor Zinsen und Steuern (EBIT)		99 145	4.0%	89 849	3.6%
Finanzertrag (inkl. Ergebnis assoziierter Gesellschaften)	22/24	10 780		25 754	
Finanzaufwand	22	9 629		14 342	
Unternehmensgewinn vor Steuern (EBT)		100 296	4.0%	101 261	4.1%
Steuern	23/24	24 089		28 865	
Unternehmensgewinn nach Steuern		76 207	3.0%	72 396	2.9%
Anteile Dritter am Ergebnis		-358		-778	
Jahresgewinn		75 849	3.0%	71 618	2.9%

*Im Vorjahr ausserplanmässige Abschreibung auf Goodwill und Markenwert von TCHF 26 016.

Geldflussrechnung

in Tausend CHF	2012		2011	
Unternehmensgewinn nach Steuern		76 207		72 396
Abschreibungen Sachanlagen	71 996		70 294	
Ausserplanmässige Abschreibungen Sachanlagen	–		1 850	
Abschreibungen immaterielle Anlagen	13 997		16 282	
Ausserplanmässige Abschreibungen immaterielle Anlagen	–	85 993	26 016	114 442
Gewinne (–) Verluste (+) aus Veräusserung von Anlagen		–61		–929
Dividende aus assoziierten Gesellschaften		2 646		–
Nettoergebnis aus Equity-Beteiligung		–5 482		–6 273
Gewinne (–) Verluste (+) auf Aktiven der Vorsorge		–		390
Zunahme (–) Abnahme (+) der aktiven latenten Steuern		230		1 133
Veränderung der Rückstellungen		4 777		849
Geldfluss vor Veränderung Netto-Umlaufvermögen		164 310		182 008
Zunahmen (–) Abnahmen (+) der Vorräte	–15 740		–19 180	
Zunahmen (–) Abnahmen (+) der Forderungen	–15 028		–27 470	
Zunahmen (–) Abnahmen (+) der aktiven Abgrenzungen	6 148		1 957	
Zunahmen (+) Abnahmen (–) der Verbindlichkeiten	4 291		–23 101	
Zunahmen (+) Abnahmen (–) der passiven Abgrenzungen	–2 498	–22 827	13 585	–54 209
Geldfluss aus Unternehmenstätigkeit		141 484		127 799
Investitionen in technische Anlagen und Einrichtungen	–48 076		–52 664	
Devestitionen von technischen Anlagen und Einrichtungen	432	–47 644	9 850	–42 814
Investitionen in Grundstücke und Gebäude	–22 353		–10 554	
Devestitionen von Grundstücken und Gebäuden	158	–22 195	2 059	–8 495
Investitionen in Beteiligungen und Finanzanlagen	–41 116		–116 883	
Devestitionen von Beteiligungen und Finanzanlagen	1 835		1 624	
Investitionen (–)/Devestitionen (+) von Wertschriften	2 312	–36 969	–1 070	–116 329
Investitionen in immaterielle Anlagen	–3 837		–6 839	
Devestitionen von immateriellen Anlagen	–	–3 837	3	–6 836
Geldfluss aus Investitionstätigkeit		–110 645		–174 474
Veränderung Finanzverbindlichkeiten		9 018		51 418
Investitionen (–)/Devestition (+) in eigene Aktien		13		5 515
Dividenden		–24 672		–20 680
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit		–15 641		36 253
Saldo Geldfluss		15 197		–10 422
Flüssige Mittel am 01.01.		22 708		33 674
Einfluss der Währungsumrechnungen auf die flüssigen Mittel		–58		–544
Veränderung flüssige Mittel		15 197		–10 422
Flüssige Mittel am 31.12.		37 848		22 708

Eigenkapitalnachweis

in Tausend CHF	Aktien- kapital	Gewinn- reserven	Währungs- differenzen	Eigene Aktien	Ergebnis	Eigen- kapital	Anteil Dritte	Gesamtes Eigenkapital
Bestand per 01.01.2012	2 000	630 698	-75 406	-3 113	71 618	625 797	786	626 584
Änderung im Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-	-	-	-
Übernahme Minderheiten	-	-	-	-	-	-	-	-
Gewinnverwendung	-	71 618	-	-	-71 618	-	-	-
Dividende	-	-23 888	-	-	-	-23 888	-784	-24 672
Kauf/Verkauf eigene Aktien	-	30	-	-17	-	13	-	13
Jahresgewinn	-	-	-	-	75 849	75 849	358	76 207
Umrechnungsdifferenzen	-	-	-2 656	-	-	-2 656	-2	-2 658
Bestand per 31.12.2012	2 000	678 458	-78 063	-3 130	75 849	675 114	358	675 472
Bestand per 01.01.2011	2 000	584 299	-67 352	-6 992	64 519	576 474	13 982	590 457
Änderung im Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-	-	-	-
Übernahme Minderheiten	-	-	-	-	-	-	-13 006	-13 006
Gewinnverwendung	-	64 519	-	-	-64 519	-	-	-
Dividende	-	-19 755	-	-	-	-19 755	-925	-20 680
Kauf/Verkauf eigene Aktien	-	1 635	-	3 879	-	5 514	-	5 514
Jahresgewinn	-	-	-	-	71 618	71 618	778	72 396
Umrechnungsdifferenzen	-	-	-8 054	-	-	-8 054	-43	-8 097
Bestand per 31.12.2011	2 000	630 698	-75 406	-3 113	71 618	625 797	786	626 584

Gesetzliche Reserven 2012 TCHF 22 087 (Vorjahr TCHF 22 139)

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.
Aktien ausgegeben	400 000	-	-	-	-	400 000
Titel im Eigenbesitz	-2 206	-369	-	-104	648	-2 031
Titel im Umlauf 2012	397 794	-369	-	-104	648	397 969
Aktien ausgegeben	400 000	-	-	-	-	400 000
Titel im Eigenbesitz	-5 316	-400	3 147	-160	523	-2 206
Titel im Umlauf 2011	394 684	-400	3 147	-160	523	397 794

Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze

Grundsätze

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

Konsolidierungskreis

Die vorliegende Konzernrechnung enthält alle Beteiligungen der Bell AG, an denen Bell direkt oder indirekt mehr als 50 Prozent der Stimmen hält oder durch vertragliche Vereinbarung die Leitung ausübt. Gesellschaften, an denen Bell Anteile von über 20 Prozent, jedoch unter 50 Prozent der Stimmen hält, wurden zum tatsächlichen Eigenkapitalanteil bewertet und bilanziert. Beteiligungen mit einem Anteil von weniger als 20 Prozent wurden zum Kurswert vom 31. Dezember bilanziert. War der Kurswert nicht verfügbar, erfolgte die Bewertung zum Anschaffungswert abzüglich einer Wertberichtigung bei entsprechender Wertminderung. Die Übersicht und Behandlung der Beteiligungen im vorliegenden Konzernabschluss gehen aus Seite 80 des Geschäftsberichts 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

		2012	2011
Bilanz	EUR 1	= CHF 1,2072	= CHF 1,2200
	CZK 1	= CHF 0,0480	= CHF 0,0480
	HUF 100	= CHF 0,4146	= CHF 0,3900
	PLN 1	= CHF 0,2963	= CHF 0,2730
	USD 1	= CHF 0,9150	= CHF 0,9400
ER	EUR 1	= CHF 1,2075	= CHF 1,2333
	CZK 1	= CHF 0,0480	= CHF 0,0502
	HUF 100	= CHF 0,4163	= CHF 0,4426
	PLN 1	= CHF 0,2884	= CHF 0,2999
	USD 1	= CHF 0,9317	= CHF 0,8804

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 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. Der so ermittelte Goodwill wird aktiviert und während einer 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

Die flüssigen Mittel enthalten Festgelder und Geldmarktforderungen mit einer Laufzeit unter 90 Tagen.

Wertschriften

Die Wertschriften umfassen marktgängige Titel, die zum Kurswert vom 31. Dezember bilanziert werden.

Forderungen

Erkennbare und eingetretene Verluste werden im Jahr ihres Eintretens der Erfolgsrechnung belastet. Basierend auf Erfahrungswerten beträgt die Wertberichtigung für das Delkredere 1 Prozent des Forderungsbestands. 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

Die aktiven latenten Steuern resultieren aus Verlustvorträgen bei Erstkonsolidierung. 2012 wurden CHF 0,2 Millionen verwendet. Die verbleibenden aktiven latenten Steuern stufen wir als werthaltig ein. Bezüglich Steuersätze verweisen wir auf die Ausführungen in der Rubrik «Rückstellungen/Vorsorgeverpflichtungen».

Sonstige Finanzanlagen

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

Anlagevermögen

Die 2012 nicht konsolidierten Beteiligungen gehen aus der Beteiligungsübersicht auf Seite 80 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

Immaterielle Anlagen

Das immaterielle Anlagevermögen enthält nebst IT-Software erworbene Markenrechte sowie Goodwill. 2012 haben wir keine Neuzugänge im Goodwill verzeichnet. Die Abschreibungen auf dem Goodwill «Hilcona» werden mit dem anteiligen Jahresergebnis analog Vorjahr innerhalb der Finanzrechnung verrechnet. Die Überprüfungen der Werthaltigkeit der einzelnen Goodwillpositionen ergab keinen zusätzlichen Wertberichtigungsbedarf. Im Jahr 2011 ergab die Überprüfung der Werthaltigkeit bei ZIMBO einen zusätzlichen Abschreibungsbedarf von rund CHF 20 Millionen auf dem Konsolidierungsgoodwill sowie rund CHF 6 Millionen auf dem Markenwert.

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 22,5 Prozent (Vorjahr 23,5%) für die Schweiz, 27 Prozent für Deutschland und Frankreich und 25 Prozent für die übrigen Länder zurückgestellt.

Im Februar 2012 hat das deutsche Kartellamt ein Verfahren wegen unerlaubter Preisabsprachen gegen die ehemalige Gebrüder Abraham GmbH eröffnet. Wir halten die Vorwürfe für unbegründet und weitestgehend verjährt. Deshalb haben wir von der Bildung einer Rückstellung abgesehen.

Die Mitarbeiter von Bell Schweiz sind der CPV/CAP Pensionskasse Coop angeschlossen. Die CPV/CAP weist per Ende 2012 einen Deckungsgrad nach Art. 44 BVV2 von 104,6 Prozent (Vorjahr 98,8%) aus. Weitere Verpflichtungen für das Personal sind nur soweit bilanziert, als diese nicht über die CPV/CAP getragen werden.

Die Personalvorsorgestiftung der Bell Schweiz 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 Eigenkapitals ausgewiesen. Transaktionsergebnisse und Dividenden auf eigene Aktien wurden direkt den Gewinnreserven zugeordnet.

Mitarbeiterbeteiligung

Ab dem dritten Dienstjahr pro Kalenderjahr können sämtliche Mitarbeiter der Bell-Gruppe fünf (Mitglieder des Verwaltungsrats, der Geschäftsleitung und des Managements zehn) Aktien der Bell AG zum Preis von 80 Prozent des dem vorangegangenen Kalendermonats entsprechenden Werts beziehen. Dazu kann für die Geschäftsleitung und die Mitglieder des oberen Managements die Erfolgsbeteiligung zur Hälfte in Titeln der Bell AG entrichtet werden. Die innerhalb dieses Mitarbeiterbeteiligungsprogramms abgegebenen Titel unterliegen einem vierjährigen Veräußerungsverbot. Im Rahmen dieses Programms wurden im Jahr 2012 insgesamt 648 Aktien an Mitarbeiter abgegeben (Vorjahr 523) und 104 zurückgenommen (Vorjahr 160). Die Verbuchung erfolgte über den Personalaufwand zum Aktienkurs des Auszahlungszeitpunkts.

Rabatte, Rückvergütungen und Skonti

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

Anzahlungen

Die Anzahlungen an Lieferanten werden der entsprechenden Anlageklasse zugeordnet.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Bis zur Genehmigung der konsolidierten Jahresrechnung der Bell AG zum 1. Februar 2013 durch den Verwaltungsrat liegen keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag vor. Diese konsolidierte Jahresrechnung unterliegt der Abnahme durch die Generalversammlung am 17. April 2013.

Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF	2012	Anteil	2011
1. Flüssige Mittel			
Kassen	1 442	3.8%	1 658
Postguthaben	150	0.4%	330
Bankguthaben auf Sicht	24 401	64.5%	16 721
Festgelder und Geldmarktforderungen	11 855	31.3%	3 999
Flüssige Mittel	37 848	100.0%	22 708
Flüssige Mittel nach Währungen			
CHF	16 664	44.0%	10 319
EUR	13 678	36.1%	9 152
Übrige Währungen	7 506	19.8%	3 237
Flüssige Mittel	37 848	100.0%	22 708
2. Wertschriften			
Aktien und ähnliche Anlagen	3 270	100.0%	5 582
Obligationen und ähnliche Anlagen	–	–	–
Wertschriften	3 270	100.0%	5 582
3. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen			
In den Forderungen saldierte Wertberichtigungen	–2 369		–3 277
4. Forderungen Nahestehende			
Gesellschaften der Coop-Gruppe	116 545	91.6%	104 706
Übrige Nahestehende	10 666	8.4%	6 321
Forderungen Nahestehende	127 210	100.0%	111 027
5. Vorräte			
Rohmaterialien und Fabrikate	176 701	95.4%	162 225
Hilfsmaterialien und Handelsware	16 469	8.9%	16 599
Wertberichtigungen aufgrund Wertbeeinträchtigungen	–7 983	–4.3%	–8 715
Vorräte	185 187	100.0%	170 109
6. Verbindlichkeiten Nahestehende			
Verbindlichkeiten Coop-Gruppe	11 696	83.9%	21 844
Verbindlichkeiten übrige Nahestehende	2 250	16.1%	68
Verbindlichkeiten Nahestehende	13 947	100.0%	21 912
7. Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten			
Aktionäre	12	0.0%	12
Mehrwertsteuer	10 302	26.2%	11 902
Kapital- und Ertragssteuern	22 906	58.2%	23 895
Andere Steuern	279	0.7%	543
Diverse Dritte	5 888	14.9%	2 533
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	39 387	100.0%	38 885

Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF	2012	Anteil	2011
8. Rechnungsabgrenzung			
Diverse transitorische Passiven	39 972	67.4%	44 049
Abgrenzungen Personal und Sozialwerke	19 344	32.6%	17 875
Rechnungsabgrenzung	59 317	100.0%	61 925
9. Finanzverbindlichkeiten			
Kurzfristige Bankdarlehen und Kredite	114 210	39.4%	112 885
Kurzfristige Darlehen von Nahestehenden	–	–	3 695
Kontokorrente mit Dritten	–	–	116
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	114 210	39.4%	116 696
Langfristige Bankdarlehen und Kredite	175 538	60.6%	164 998
Langfristige Darlehen von Nahestehenden	–	–	–
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	175 538	60.6%	164 998
Finanzverbindlichkeiten	289 748	100.0%	281 694
Fälligkeitsstruktur Finanzverbindlichkeiten			
Fällig innert 360 Tagen	114 210	39.4%	116 696
Fällig innert zwei Jahren	164 254	56.7%	36 164
Fällig innert drei und mehr Jahren	11 284	3.9%	128 835
Finanzverbindlichkeiten	289 748	100.0%	281 694
Finanzverbindlichkeiten nach Währungen			
CHF	189 662	65.5%	185 487
EUR	99 137	34.2%	95 125
Übrige Währungen	949	0.3%	1 082
Finanzverbindlichkeiten	289 748	100.0%	281 694

10. Unternehmenszusammenschlüsse/-verkauf

Keine Ereignisse 2012

Ereignisse 2011	Bell Convenience ¹	Hilcona AG ²	Hoppe GmbH ³	Kocherhans + Schär AG ⁴	SBA Schlacht- betrieb Basel AG ⁵
	01.01.2011	01.01.2011	01.05.2011	27.06.2011	01.07.2011
Liquide Mittel	–	17 504	1 155	157	576
Forderungen	–	49 842	3 694	331	1 382
Vorräte	1 734	49 167	1 195	82	–
Sachanlagen	5 289	177 692	13 551	4 918	5 213
Verbindlichkeiten	1 022	27 810	3 297	238	786
Finanzverbindlichkeiten	–	115 849	6 248	1 728	1 257

¹ Unternehmensverkauf

² Neuzugang im Konsolidierungskreis per 01.01.2011 zum anteiligen Eigenkapital; Werte inklusive eingebrachte Bell Convenience

³ Erstkonsolidierung per 01.05.2011

⁴ Fusion mit Bell Schweiz AG

⁵ Vollkonsolidierung ab 01.07.2011

Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF

	Vorzeitige Alters- pensionierung	Dienstalters- geschenke	Ferien- und Überzeit- guthaben	Latente Steuern	Sonstige	Restruk- turierung	Gesamt
11. Rückstellungen							
Rückstellungen am 01.01.2012	21 144	3 135	4 674	44 128	4 981	604	78 666
Änderung im Konsolidierungskreis	–	–	–	–	–	–	–
Umgliederung	162	-162	–	–	–	–	–
Bildung	2 276	245	4 392	1 435	19	5 125	13 492
Auflösung	-955	-11	-4 130	-1 937	-1 396	-287	-8 715
Währungseinflüsse	-45	–	-6	-14	-28	–	-92
Rückstellungen am 31.12.2012	22 583	3 207	4 931	43 612	3 575	5 442	83 351
Langfristig 2012	20 794	2 341	–	43 612	2 410	–	69 157
Kurzfristig 2012	1 789	867	4 931	–	1 165	5 442	14 193
Rückstellungen am 01.01.2011	21 926	3 027	4 708	44 073	5 069	1 364	80 167
Änderung im Konsolidierungskreis	–	–	207	690	–	–	897
Umgliederung in passive Abgrenzungen	–	–	–	-1 439	–	–	-1 439
Umgliederung	-427	427	–	–	500	-500	–
Bildung	1 871	1 120	3 824	989	1 345	–	9 148
Auflösung	-2 119	-1 439	-4 050	-116	-315	-260	-8 299
Verwendung	–	–	–	–	-1 521	–	-1 521
Währungseinflüsse	-107	–	-14	-69	-97	–	-287
Rückstellungen am 31.12.2011	21 144	3 135	4 674	44 128	4 981	604	78 666
Langfristig 2011	20 266	2 096	–	44 128	2 451	–	68 940
Kurzfristig 2011	878	1 040	4 674	–	2 530	604	9 726

Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF	Nicht konsolidierte Beteiligungen	Darlehen an Nahestende*	Darlehen an Dritte	Freies Stiftungs- vermögen	Aktive latente Steuern	Sonstige Finanz- anlagen	Gesamt
12. Finanzanlagen							
Nettobuchwert am 01.01.2012	94 783	1 023	244	4 453	2 440	362	103 305
Anschaffungswert bis 01.01.2012	94 783	1 023	244	4 453	2 440	362	103 305
Änderung im Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-	-	-
Investitionen	9 856	31 000	-	-	-	260	41 116
Devestitionen/Dividenden assoziierte Unternehmen	-2 718	-794	-244	-725	-	-	-4 481
Neubewertungen	7 614	-	-	-	-230	-	7 383
Umgruppierungen	-	-	-	-	-	-	-
Währungseinflüsse	-	-	-	-	-26	-	-26
Nettobuchwert am 31.12.2012	109 535	31 229	-	3 728	2 184	622	147 298
Nettobuchwert am 01.01.2011	27 639	610	449	5 119	5 106	228	39 151
Anschaffungswert bis 01.01.2011	27 639	610	449	5 119	5 106	228	39 151
Änderung im Konsolidierungskreis	-1 136	-	-	-	-	-	-1 136
Investitionen	59 921	1 560	-	-	-	134	61 614
Devestitionen	-43	-1 100	-205	-276	-	-	-1 624
Umgliederung in Rückstellungen	-	-	-	-	-1 439	-	-1 439
Neubewertungen	8 405	-	-	-390	-1 133	-	6 882
Umgruppierungen	-	-	-	-	-	-	-
Währungseinflüsse	-3	-47	-	-	-95	-	-144
Nettobuchwert am 31.12.2011	94 783	1 023	244	4 453	2 440	362	103 305

*Es bestehen keine Darlehen für die Organe der Gesellschaft.

Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF	Software	Marken- rechte	Andere Rechte	Goodwill	Gesamt
13. Immaterielle Anlagen					
Nettobuchwert am 01.01.2012	12 586	–	1 611	62 495	76 692
Anschaffungswert bis 01.01.2012	37 295	10 046	2 045	166 533	215 920
Änderung im Konsolidierungskreis	–	–	–	–	–
Investitionen	3 820	–	17	–	3 837
Devestitionen	–1	–	–	–	–1
Umgruppierung	391	–	–37	–	354
Währungseinflüsse	–101	–105	–14	–1 257	–1 478
Anschaffungswert am 31.12.2012	41 404	9 940	2 011	165 276	218 632
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2012	24 709	10 046	435	104 038	139 227
Änderung im Konsolidierungskreis	–	–	–	–	–
Planmässige Abschreibungen*	4 637	–	150	11 342	16 129
Ausserplanmässige Abschreibungen	–	–	–	–	–
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	–1	–	–	–	–1
Umgruppierung	–	–	–37	–	–36
Währungseinflüsse	–42	–105	1	–790	–937
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2012	29 303	9 940	549	114 590	154 383
Nettobuchwert am 31.12.2012	12 101	–	1 462	50 686	64 249
Nettobuchwert am 01.01.2011	10 447	7 391	822	57 644	76 303
Anschaffungswert bis 01.01.2011	31 166	10 293	1 324	130 287	173 071
Änderung im Konsolidierungskreis	252	–	–	39 382	39 634
Investitionen	5 838	–	1 001	–	6 839
Devestitionen	–481	–	–9	–	–490
Umgruppierung	724	–	–221	–	503
Währungseinflüsse	–205	–247	–50	–3 136	–3 638
Anschaffungswert am 31.12.2011	37 295	10 046	2 045	166 533	215 920
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2011	20 719	2 902	502	72 644	96 767
Änderung im Konsolidierungskreis	209	–	–	–	209
Planmässige Abschreibungen*	4 161	1 216	150	12 887	18 414
Ausserplanmässige Abschreibungen	–	6 081	–	19 935	26 016
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	–478	–	–9	–	–487
Umgruppierung	189	–	–189	–	–
Währungseinflüsse	–91	–154	–20	–1 428	–1 692
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2011	24 709	10 046	435	104 038	139 227
Nettobuchwert am 31.12.2011	12 586	–	1 611	62 495	76 692

*Die Abschreibung des Goodwills auf Hilcona wird im Beteiligungserfolg ausgewiesen.

Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF

	Bebaute Grundstücke	Betriebliche Gebäude	Bauten in Fremdliegen- schaften	Gebäude im Bau	Gesamt
14. Grundstücke und Gebäude					
Nettobuchwert am 01.01.2012	48 832	264 216	1 239	7 809	322 096
Anschaffungswert bis 01.01.2012	48 911	569 902	3 311	7 809	629 932
Änderung im Konsolidierungskreis	–	–	–	–	–
Investitionen	16 522	2 096	–	3 735	22 353
Devestitionen	–153	–4	–	–	–158
Umgruppierung	–220	4 191	–	–5 793	–1 822
Währungseinflüsse	–106	–654	–	–50	–810
Anschaffungswert am 31.12.2012	64 953	575 531	3 311	5 700	649 495
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2012	79	305 686	2 071	–	307 836
Änderung im Konsolidierungskreis	–	–	–	–	–
Planmässige Abschreibungen	8	18 938	138	–	19 084
Ausserplanmässige Abschreibungen	–	–	–	–	–
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	–	–	–	–	–
Umgruppierung	–	–99	–	–	–99
Währungseinflüsse	–1	–423	–	–	–424
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2012	86	324 101	2 210	–	326 397
Nettobuchwert am 31.12.2012	64 867	251 429	1 101	5 700	323 097
Nettobuchwert am 01.01.2011	48 268	272 621	781	3 940	325 610
Anschaffungswert bis 01.01.2011	48 348	554 039	2 456	3 940	608 784
Änderung im Konsolidierungskreis	1 747	19 865	1 083	–	22 695
Investitionen	1 000	2 537	–	7 017	10 554
Devestitionen	–790	–2 316	–204	–22	–3 332
Umgruppierung	–994	3 328	–21	–3 048	–735
Währungseinflüsse	–401	–7 550	–4	–78	–8 033
Anschaffungswert am 31.12.2011	48 911	569 902	3 311	7 809	629 932
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2011	80	281 418	1 676	–	283 173
Änderung im Konsolidierungskreis	–	5 565	470	–	6 035
Planmässige Abschreibungen	11	20 060	135	–	20 207
Ausserplanmässige Abschreibungen	–	1 850	–	–	1 850
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	–	–1 069	–204	–	–1 273
Umgruppierung	–10	10	–3	–	–3
Währungseinflüsse	–2	–2 148	–3	–	–2 153
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2011	79	305 686	2 071	–	307 836
Nettobuchwert am 31.12.2011	48 832	264 216	1 239	7 809	322 096

In «Grundstücke und Gebäude» sind aktivierte Leasings im Buchwert von TCHF 5 677 (Vorjahr TCHF 6 158) enthalten.

Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF	Maschinen und masch. Anlagen	Installat- tionen	Informatik Hardware	Mobiliar und Fahrzeuge	Anzah- lungen	Gesamt
15. Technische Anlagen und Einrichtungen						
Nettobuchwert am 01.01.2012	120 483	68 272	8 526	22 961	9 481	229 722
Anschaffungswert bis 01.01.2012	395 488	194 871	36 420	86 445	9 481	722 706
Änderung im Konsolidierungskreis	–	–	–	–	–	–
Investitionen	18 414	7 949	3 366	10 330	8 016	48 076
Devestitionen	–2 211	–	–16	–2 368	–109	–4 704
Umgruppierung	4 663	–191	133	2 040	–5 178	1 467
Währungseinflüsse	–826	–77	–10	–119	26	–1 007
Anschaffungswert am 31.12.2012	415 528	202 552	39 894	96 328	12 236	766 539
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2012	275 006	126 599	27 895	63 484	–	492 984
Änderung im Konsolidierungskreis	–	–	–	–	–	–
Planmässige Abschreibungen	26 954	13 352	3 946	8 661	–	52 912
Ausserplanmässige Abschreibungen	–	–	–	–	–	–
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	–2 034	–	–14	–2 285	–	–4 333
Umgruppierung	113	–1 684	–	1 708	–	137
Währungseinflüsse	–645	–49	–11	–87	–	–792
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2012	299 393	138 218	31 815	71 481	–	540 907
Nettobuchwert am 31.12.2012	116 135	64 334	8 079	24 847	12 236	225 632
Nettobuchwert am 01.01.2011	117 108	73 504	6 902	22 536	10 835	230 885
Anschaffungswert bis 01.01.2011	376 268	183 682	30 999	89 175	10 835	690 959
Änderung im Konsolidierungskreis	18 125	11 290	689	3 263	345	33 713
Investitionen	27 965	4 138	4 406	8 440	7 716	52 664
Devestitionen	–27 695	–4 990	–480	–13 482	–909	–47 555
Umgruppierung	6 361	933	855	388	–8 305	232
Währungseinflüsse	–5 536	–182	–48	–1 339	–201	–7 306
Anschaffungswert am 31.12.2011	395 488	194 871	36 420	86 445	9 481	722 706
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2011	259 160	110 178	24 097	66 639	–	460 075
Änderung im Konsolidierungskreis	15 664	7 626	676	2 123	–	26 089
Planmässige Abschreibungen	25 733	12 889	3 341	8 124	–	50 087
Ausserplanmässige Abschreibungen	–	–	–	–	–	–
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	–22 099	–3 981	–459	–12 095	–	–38 634
Umgruppierung	62	–2	265	–322	–	3
Währungseinflüsse	–3 515	–111	–25	–985	–	–4 636
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2011	275 006	126 599	27 895	63 484	–	492 984
Nettobuchwert am 31.12.2011	120 483	68 272	8 526	22 961	9 481	229 722

In «Technische Anlagen und Einrichtungen» sind aktivierte Leasings im Buchwert von TCHF 916 (Vorjahr TCHF 1 518) enthalten.

Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	2012	Veränderung	2011
16. Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen			
Nach Produktgruppen			
Frischfleisch	828 637	1.6%	815 819
Charcuterie Eigenproduktion	345 085	-4.3%	360 661
Charcuterie Handelswaren	85 082	3.7%	82 008
Geflügel	349 301	1.3%	344 769
Spezialfleisch (Wild, Kaninchen u.a.)	16 288	-7.3%	17 564
Seafood	119 784	4.0%	115 131
Übriger Umsatz	12 066	21.5%	9 927
Produktgruppen Schweiz	1 756 243	0.6%	1 745 879
Charcuterie	702 643	-0.3%	704 650
Übriger Umsatz	67 634	1.8%	66 424
Produktgruppen international	770 277	-0.1%	771 074
Erlöse aus Warenverkäufen nach Produktgruppen	2 526 520	0.4%	2 516 953
Nach Absatzkanälen			
Umsatz mit Unternehmen der Coop-Gruppe	1 307 100	0.6%	1 299 527
Umsatz mit übrigen nahestehenden Unternehmen	17 416	15.1%	15 133
Umsatz mit sonstigen Grossabnehmern	424 557	0.1%	423 974
Umsatz mit Endverbrauchern	7 170	-1.0%	7 245
Absatzkanäle Schweiz	1 756 243	0.6%	1 745 879
Umsatz mit Unternehmen der Coop-Gruppe	13 269	164.7%	5 013
Umsatz mit sonstigen Grossabnehmern	689 375	-1.5%	699 637
Umsatz mit Endverbrauchern	67 634	1.8%	66 424
Absatzkanäle international	770 278	-0.1%	771 074
Erlöse aus Warenverkäufen nach Absatzkanälen	2 526 520	0.4%	2 516 953
Geographische Umsatzverteilung			
Schweiz	1 756 243		1 745 879
Deutschland	449 021		440 460
Frankreich	110 553		105 777
Spanien, Benelux	77 990		92 220
Osteuropa	132 713		132 617
Erlöse aus Warenverkäufen nach Ländern	2 526 520	0.4%	2 516 953
Sonstiger Erlös mit Unternehmen der Coop-Gruppe	2 389	-6.6%	2 558
Sonstiger Erlös mit übrigen nahestehenden Unternehmen*	16 455	5.6%	15 580
Sonstiger Erlös mit Dritten*	34 848	6.0%	32 876
Andere betriebliche Erträge Schweiz	53 692	5.2%	51 014
Andere betriebliche Erträge international	7 535	-14.7%	8 834
Andere betriebliche Erträge	61 227	2.3%	59 848
Erlösminderungen mit Unternehmen der Coop-Gruppe	17 151	-47.2%	32 465
Sonstige Erlösminderungen	2 873	-49.9%	5 731
Erlösminderungen Schweiz	20 024	-47.6%	38 196
Erlösminderungen international	59 344	5.9%	56 016
Erlösminderungen	79 369	-15.8%	94 213

Mit Coop besteht seit 1. Januar 2001 ein Liefer- und Abnahmevertrag mit einer Laufzeit von zehn Jahren. Dieser wurde 2010 um fünf weitere Jahre verlängert. Die Belieferung von Coop erfolgt zu marktüblichen Bedingungen unter Berücksichtigung der Abnahmevolument. Die Erlösminderungen beinhalten Mengen- und Umsatzboni, welche auf Jahresbasis mit einem Businessplan im Voraus vereinbart werden. 2012 wurde vermehrt mit Nettoverkaufspreisen abgerechnet (deshalb sind weniger Aktionsbeiträge in den Erlösminderungen enthalten).

*Sonstiger Erlös mit der Centravo Holding AG wurde bisher als sonstiger Erlös Dritter ausgewiesen (nachträgliche Korrektur in 2011).

Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	2012	Veränderung	2011
17. Personalaufwand			
Löhne und Gehälter	265 290	3.5%	256 322
Sozialleistungen	66 304	4.2%	63 639
Übrige Personalkosten	11 739	-1.7%	11 936
Fremdlöhne	59 681	0.3%	59 519
Personalaufwand	403 015	3.0%	391 416

In den Sozialleistungen sind Leistungen an die CPV/CAP Pensionskasse Coop und andere Vorsorgeeinrichtungen von TCHF 18 533 (Vorjahr TCHF 19 587) enthalten.

Entschädigungen an Verwaltungsrat und Mitglieder der Gruppenleitung		Aktienbesitz per 31.12. Stück	Bar-Entschädigung fix	Stück	Aktienbezug TCHF	Gesamt TCHF
Verwaltungsrat						
Hansueli Loosli, VR-Präsident*	2012	44	90	4	8	98
	2011	30	90	3	6	96
Leo Ebnetter, Vizepräsident**/**	2012	4	49	4	8	57
	2011	–	–	–	–	–
Irene Kaufmann-Brändli, Mitglied*	2012	45	60	4	8	68
	2011	31	60	4	8	68
Jörg Ackermann, Mitglied*	2012	72	60	4	8	68
	2011	63	60	3	6	66
Werner Marti, Mitglied	2012	35	60	4	8	68
	2011	21	60	3	6	66
Joachim Zentes, Mitglied	2012	119	60	4	8	68
	2011	105	60	3	6	66
† Hans Peter Schwarz, Vizepräsident*	2012	–	–	–	–	–
	2011	–	53	3	6	58
Verwaltungsrat gesamt	2012	319	379	24	46	425
	2011	250	383	19	37	420

*Bar-Entschädigung wird an Mandatsgeber Coop weitergeleitet.

**Mitglied Verwaltungsrat seit April 2012.

Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in Tausend CHF

		Bar-Entschädigung fix	variabel	Aktienbezug Stück	TCHF	Sachleistungen und Beiträge für berufliche Vorsorge	Gesamt TCHF
Gruppenleitung							
Lorenz Wyss, Vorsitzender der Gruppenleitung*	2012	496	36	22	38	133	703
	2011	326	33	21	33	54	446
Martin Gysin, Leiter Division Bell Finanzen/Services; Stv. Vorsitzender der Gruppenleitung	2012	445	31	17	35	85	596
	2011	419	38	24	41	73	571

*Vorsitzender der Gruppenleitung seit April 2011.

		2012	2011
Aktienbesitz am 31.12. (Stück)			
Lorenz Wyss		30	3
Martin Gysin		119	119
Übrige Mitarbeiter		2 675	2 186

		Über/ Unterdeckung	Wirtschaftlicher Nutzen/ Verpflichtung	Veränderung zum Vorjahr	Arbeitgeber- beiträge	Vorsorge- aufwand
Personalvorsorge						
Wirtschaftliche Auswirkungen						
Patronale Fürsorgestiftung	2012	3 728	3 728	-725	-	-725
	2011	4 453	4 453	-667	-	-667
CPV/CAP Pensionskasse Coop*	2012	-	-	-	18 533	18 533
	2011	-	-	-	19 587	19 587
Gesamt	2012	3 728	3 728	-725	18 533	17 808
	2011	4 453	4 453	-667	19 587	18 920

*Der Deckungsgrad beträgt per 31. Dezember 2012 104,6 Prozent (Vorjahr: 98,8%).

Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	2012	Veränderung	2011
18. Mieten			
Gebäudemieten	8 416	1.1%	8 327
Maschinen- und Mobiliarmieten	8 498	18.6%	7 167
Fremdeinlagerung	4 726	-24.6%	6 265
Mieten	21 639	-0.6%	21 759
19. Energie, Betriebs- und Hilfsmaterial			
Strom	25 551	4.3%	24 502
Wasser	5 622	-4.1%	5 863
Treibstoffe/Betriebsmittel	1 824	-6.3%	1 946
Sonstige Energie	6 945	6.8%	6 502
Betriebs- und Hilfsmaterial	11 100	6.7%	10 401
Energie, Betriebs- und Hilfsmaterial	51 042	3.7%	49 214
20. Sonstiger Betriebsaufwand			
Verwaltungsaufwand	18 290	26.0%	14 520
Sachversicherungen und Abgaben	7 943	9.0%	7 288
Kapitalsteuern und sonstige betriebliche Steuern	2 258	12.0%	2 016
Übriger Aufwand	8 855	174.8%	3 222
Sonstiger Betriebsaufwand	37 345	38.1%	27 046

In den Betriebsaufwendungen enthalten:

21. Betriebsaufwand mit Nahestehenden			
Gebäudemieten	473	-18.2%	578
Maschinen- und Mobiliarmieten	4 941	6.7%	4 631
Reparaturen und Unterhalt	1 814	8.9%	1 665
Energie- und Betriebsmaterial	2 401	0.6%	2 387
Werbung	4 000	21.2%	3 300
Sonstiger Betriebsaufwand	1 314	53.3%	857
Betriebsaufwand mit Nahestehenden	14 943	11.4%	13 418

Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	2012	2011
22. Finanzrechnung		
Festgeld- und übrige Zinsen	493	821
Zinsen von nahestehenden Unternehmen	406	115
Gewinne aus Fremdwährungstransaktionen	3 160	17 989
Realisierte und nicht realisierte Gewinne auf Wertschriften	862	291
Ergebnis aus assoziierten Gesellschaften*	5 482	6 273
Übriger Beteiligungserfolg	378	265
Finanzertrag	10 780	25 754
Zinsen an nahestehende Unternehmen	109	376
Übrige Kapitalzinsen	7 461	7 624
Bankspesen und Kommissionen	934	891
Verluste aus Fremdwährungstransaktionen	1 112	3 976
Realisierte und nicht realisierte Verluste auf Wertschriften	14	1 476
Finanzaufwand	9 629	14 342
Finanzrechnung	1 151	11 412
Durchschnittlicher Zinssatz des verzinsbaren Fremdkapitals	2.98%	3.49%

*Netto, nach Verrechnung der Goodwillabschreibung.

Die Zinssätze der Bankkredite variieren zwischen 1,13 Prozent und 3,25 Prozent (Vorjahr 1,08% und 3,23%) in CHF und zwischen 1,19 Prozent und 5 Prozent (Vorjahr 2,03% und 4,94%) in Fremdwährungen (EUR).

Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	2012	Veränderung	2011
23. Steuern			
Bezahlte Steuern und Veränderung der geschuldeten Steuern	24 360		26 859
Erfolgswirksame Veränderung der latenten Steuern	-271		2 006
Steuern	24 089	-16,5%	28 865
Gruppenergebnis	76 207		72 396
Steuerlich nicht absetzbarer Aufwand	3 728		10 953
darin enthaltener Steueraufwand	24 089		28 865
Ergebnis vor Steuern	104 024		112 214
Zum durchschnittlich massgebenden Steuersatz von 22,6 Prozent (Vorjahr 23,5%)			
entfallene Ertragssteuern auf das Ergebnis vor Steuern	23 509		26 370
Einfluss unterschiedlicher Steuersätze und Steuerhoheiten	-870		-1 881
Einfluss Nichtaktivierung latenter Steuer	1 210		3 769
Auflösung aktiver latenter Steuer	-		1 133
Periodenfremde und sonstige Steuern	240		-526
Steuern (wie ausgewiesen)	24 089		28 865

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

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

Personalaufwand	Sozialplan und Abgangsentschädigung	6 417	-	
Sonstige Kosten	Rechts- und Beratungskosten	1 484	-	
	Rückstellung für zukünftige Mietverpflichtungen	966	-	
	Sonstige Kosten	-	-6 809	
Abschreibungen	Sachanlagen	Sonderabschreibungen	-	1 850
	Immaterielle Anlagen	Sonderabschreibungen	-	26 016
Finanzertrag	Währungsgewinn auf Euroabsicherung	-	-14 500	
Steuern	Anteil Steuer aus Sondereffekten	-2 004	-4 636	

Ergänzende Angaben

in Tausend CHF	2012	2011
Gesamtbetrag der Bürgschaften, Garantien, Pfandbestellungen zu Gunsten Dritter	13 479	16 598
Gesamtbetrag der verpfändeten Aktiven zu handelsrechtlichen Buchwerten	16 418	26 381
Nichtbilanzierte Leasingverpflichtungen	3 699	4 761
davon fällig im laufenden Geschäftsjahr	2 809	1 723
Derivative Finanzinstrumente Devisen (Zweck: Absicherung)		
Kontraktwert	–	–
Wiederbeschaffungswert positiv	–	–
Derivative Finanzinstrumente Zinsen (Zweck: Absicherung)		
Kontraktwert	139 234	139 650
Wiederbeschaffungswert negativ	4 444	6 793
Übrige derivative Finanzinstrumente (Beteiligungstitel)	p.m.*	p.m.*
Brandversicherungswert der Gebäude	917 890	821 746
Brandversicherungswert der Einrichtungen	961 204	932 542
Aufwendungen für Vorsorgeverpflichtungen	18 533	19 587
Verpflichtungen aus Verträgen gegenüber Dritten	50 008	48 673
davon fällig im laufenden Geschäftsjahr	16 250	9 759
davon fällig im Folgejahr	11 821	7 001
davon später fällig	21 937	31 913
Verpflichtungen aus Verträgen gegenüber Nahestehenden	1 464	1 945
davon fällig im laufenden Geschäftsjahr	488	488
davon fällig im Folgejahr	488	488
davon später fällig	488	969
Gesamtbetrag der bedingten Aktienkapitalerhöhung	–	1 000
Gesamtbetrag der genehmigten Aktienkapitalerhöhung	–	500

*Bell besitzt Optionen zur Übernahme von weiteren Anteilen an assoziierten Gesellschaften (2% an Hilcona), deren Preis von der zukünftigen Ertragslage abhängt.

Wesentliche Aktionäre	Coop Genossenschaft, Basel; 66,29 Prozent Sarasin Investmentfonds AG, Basel; 3,97 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 2012 erneut eine grundlegende Neubeurteilung durch. Dabei wurden die Top-Risiken identifiziert, analysiert und 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 18. Januar 2013 darüber informiert. Weitere Angaben zum Risikomanagement sind im Kapitel Corporate Governance aufgeführt (Seite 36).

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 erworbenen Tochtergesellschaften von Bell verfügen über ein eigenes internes Kontrollsystem, welches weiter harmonisiert wird.

Wesentliche Beteiligungen der Bell-Gruppe

Gesellschaft	Sitz	Tätigkeitsfelder	Konsolidierungs- methode		Grundkapital	Kapital- anteil der Gruppe
Bell Schweiz AG ¹	Basel	Frischfleisch, Charcuterie, Geflügel, Seafood	■	CHF	20 000 000	100.0%
Frigo St. Johann AG	Basel	Logistik, Kühlhausbetrieb	■	CHF	2 000 000	100.0%
Hilcona AG	Schaan/FL	Convenience	○	CHF	27 000 000	49.0%
Centravo Holding AG ²	Zürich	Verarbeitung Nebenprodukte	○	CHF	2 400 000	29.8%
GVFI International AG	Basel	Fleischhandel	●	CHF	3 000 000	18.34%
Pensionsstiftung der Bell Schweiz 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	Saint-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 Holding GmbH ³	Seevetal/DE	Subholding	■	EUR	25 000	100.0%
Bell Verwaltungs GmbH	Seevetal/DE	Subholding	■	EUR	25 000	100.0%
Bell Deutschland GmbH & Co. KG	Seevetal/DE	Charcuterie	■	EUR	1 000 000	100.0%
Interfresh Food GmbH ³	Seevetal/DE	Subholding	■	EUR	100 000	100.0%
Bell Polska Sp. z o.o. ^{3/4}	Niepolomice/PL	Charcuterie	■	PLN	4 000 000	100.0%
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	Perbal/HU	Fleisch und Wurstwaren	■	HUF	375 000 000	99.7%
Bell Benelux Holding N.V. ³	Zellik/BE	Subholding	■	EUR	4 258 000	100.0%
Bell Benelux N.V. ³	Zellik/BE	Handel mit Fleischwaren	■	EUR	620 000	100.0%
Bell Logistics N.V. ³	Zellik/BE	Lagerbetrieb	■	EUR	62 000	100.0%
The Fresh Connection Nederland B.V.	Dr Houten/NL	Handel mit Fleischwaren	■	EUR	18 000	76.0%
ZIMBO Czechia s.r.o.	Prag-Holesovice/CZ	Einzelhandel	■	CZK	30 000 000	90.0%
Abraham Benelux S.A.	Libramont-Chevigny/BE	Rohschinken	■	EUR	250 000	100.0%
Sanchez Alcaraz S.L.U.	Casarrubios del Monte/ES	Rohschinken	■	EUR	648 587	100.0%
Abraham France SARL	Bussy Saint-Georges/FR	Grosshandel	■	EUR	40 000	100.0%

¹ Die Schlachtbetrieb Basel AG wurde per 01.01.2012 in die Bell Schweiz AG fusioniert.

² Der Kapitalanteil bezieht sich auf den Anteil der sich im Umlauf befindenden Aktien.

³ Die folgenden Umfirmierungen wurden 2012 vorgenommen:

Bell Deutschland GmbH in Bell Deutschland Holding GmbH

Interfresh Food Retail Easteurope GmbH in Interfresh Food GmbH

ZIMBO Polska Sp. z o.o. in Bell Polska Sp. z o.o.

Marco Polo N.V. in Bell Benelux Holding N.V. (Änderung per 01.01.2013)

The Fresh Connection N.V. in Bell Benelux N.V. (Änderung per 01.01.2013)

Coldlog N.V. in Bell Logistics N.V. (Änderung per 01.01.2013)

⁴ Die Abraham Polska Sp. z o.o. wurde per 31.12.2012 in die Bell Polska Sp. z o.o. fusioniert.

■ Voller Einbezug in die Konsolidierung
(einheitliche Leitung)

○ Einbezug mit dem tatsächlich anteiligen
Kapital und Gewinn

● Anschaffungswert

▲ Einbezug nach Swiss GAAP FER 16

Die im Vorjahr aufgeführten Gesellschaften ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG, FreshCo. Vertriebsgesellschaft mbH, Feine Kost Böttcher GmbH, Hoppe GmbH, ZIMBO International GmbH, Abraham Schinken GmbH, Gebr. Abraham GmbH & Co. KG sind im Rahmen der Restrukturierung in die Bell Deutschland Holding GmbH und Bell Deutschland Verwaltungs GmbH aufgegangen.

Mehrwahresübersicht

in Tausend CHF	2012	2011	2010	2009	2008
Nahestehende Unternehmen	1 337 785	1 319 673	1 363 778	1 332 881	1 292 236
Sonstige Grossabnehmer	1 113 932	1 123 611	1 176 972	1 151 593	586 867
Endverbraucher	74 804	73 669	76 824	113 238	53 696
Erlöse aus Warenverkäufen	2 526 521	2 516 953	2 617 574	2 597 712	1 932 799
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	2 508 378	2 482 588	2 584 277	2 547 877	1 939 635
Finanzdaten					
Bruttoerfolg aus Betriebstätigkeit	827 452	823 282	863 923	858 515	610 241
Personalaufwand	403 015	391 416	405 671	412 215	307 445
Abschreibungen Sachanlagen	71 996	72 144	74 220	79 903	55 689
Betriebserfolg vor Zinsen und Steuern (EBIT)	99 145	89 849	101 236	95 047	78 932
Jahresgewinn (vor Drittanteilen)	76 207	72 396	66 067	56 192	58 198
EBITDA	185 138	204 291	212 695	189 449	142 731
Finanzergebnis	1 151	11 412	-2 086	-11 021	-2 867
Umlaufvermögen	554 942	520 322	495 436	537 731	363 010
Anlagevermögen	760 276	731 815	671 950	769 557	774 824
Gesamtvermögen	1 315 218	1 252 138	1 167 386	1 307 288	1 137 834
Verzinsbares Fremdkapital	289 748	281 694	228 462	383 795	299 073
Eigenkapital	675 472	626 583	590 456	594 779	538 709
Margen					
Bruttoerfolg in % vom Nettoerlös	33.0%	33.2%	33.4%	33.7%	31.5%
EBITDA in % vom Nettoerlös	7.4%	8.2%	8.2%	7.4%	7.4%
EBIT in % vom Nettoerlös	4.0%	3.6%	3.9%	3.7%	4.1%
Unternehmensgewinn in % vom Nettoerlös	3.0%	2.9%	2.6%	2.2%	3.0%
Finanzergebnis in % der verzinsbaren Schulden	-0.4%	-4.1%	0.9%	2.9%	1.0%
Eigenkapital in % des Vermögens	51.4%	50.0%	50.6%	45.5%	47.3%
Rendite des EK (ROE)*	12.2%	12.3%	11.1%	10.7%	11.1%
Personalbestand am 31.12.					
Anzahl Personen	6 469	6 470	6 488	6 561	6 810
Durchschnittlicher Personalbestand					
Auf Vollzeitbeschäftigte umgerechnet	6 248	6 224**	6 179	6 497	3 794

*Gewinn/Eigenkapital am Anfang des Jahres

**neue Berechnungsbasis ab 2011

Aktieninformationen

		2012	2011	2010	2009	2008
Titelkennzahlen						
Kurs der Aktie am 31.12.	CHF	2 005	1 762	1 766	1 551	1 300
Jahreshöchst	CHF	2 050	2 300	1 875	1 750	1 950
Jahrestiefst	CHF	1 716	1 665	1 480	1 267	1 101
Ø Handelsvolumen	Stück	78	93	75	65	117
Börsenkapitalisierung						
Jahresende	Mio. CHF	802	705	706	620	520
Jahreshöchst	Mio. CHF	820	920	750	700	780
Jahrestiefst	Mio. CHF	686	666	592	507	440
Eigenkapitalanteil je Aktie	CHF	1 696	1 573	1 461	1 466	1 357
Reingewinn je Aktie	CHF	191	180	163	141	151
EBITDA je Aktie	CHF	465	514	539	482	364
EBIT je Aktie	CHF	249	226	257	242	202
Rentabilität der Aktie*		9.5%	10.2%	9.3%	9.1%	11.6%
Ausschüttung	CHF	60	60	50	40	40
Ausschüttungsquote		31.5%	33.3%	30.6%	28.3%	26.5%
Dividendenrendite**		3.0%	3.4%	2.8%	2.6%	3.1%

*Reingewinn je Aktie/Jahresschlusskurs

**Ausschüttung je Aktie/Jahresschlusskurs

Kapitalstruktur am 31.12.

		2012	2011	2010	2009	2008
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

		2012	2011	2010	2009	2008
Titel im Eigenbesitz	Stück	2 031	2 206	5 316	6 938	8 335
Eingetragene Aktien	Stück	369 831	365 016	369 794	366 309	365 558
Eingetragene Aktionäre	Anzahl	3 916	3 751	3 659	3 606	3 197

Valoren-Nr. 441 041
 ISIN CH0004410418
 Handel SIX Swiss Exchange
 Symbol SIX BELL
 Aktuelle Kurse www.bell.ch

Bericht der Revisionsstelle zur Konzernrechnung

Bericht der Revisionsstelle an die Generalversammlung der Bell AG, Basel

Als Revisionsstelle haben wir die Konzernrechnung der Bell AG, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung, Eigenkapitalnachweis, Geldflussrechnung und Anhang (Seiten 58 bis 80), für das am 31. Dezember 2012 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 2012 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

Andreas Wolf
Revisionsexperte

Basel, 5. Februar 2013

Bell AG

Bilanz

in Tausend CHF		31.12.2012		31.12.2011	
Flüssige Mittel		193		172	
Wertschriften		1 222		3 739	
Forderungen Konzern		7 344		-	
Sonstige Forderungen		118		141	
Umlaufvermögen		8 877	2.2%	4 052	1.1%
Finanzanlagen	Mehrheitsbeteiligungen	146 373		146 373	
	Minderheitsbeteiligungen	93 617		83 820	
	Darlehen Konzern /Sonstige Finanzanlagen	148 513		148 247	
Sachanlagen	Grundstücke	-		153	
	Gebäude	360		722	
Anlagevermögen		388 863	97.8%	379 315	98.9%
Aktiven		397 740	100.0%	383 367	100.0%
Sonstige Verbindlichkeiten		893		198	
Verbindlichkeiten Nahestehende		-		42 514	
Rechnungsabgrenzung		68		91	
Kurzfristiges Fremdkapital		961	0.2%	42 803	11.2%
Langfristiges Fremdkapital		-		-	
Fremdkapital		961	0.2%	42 803	11.2%
Aktienkapital		2 000		2 000	
Gesetzliche Reserven		10 000		10 000	
Reserven für eigene Aktien		3 130		3 113	
Freie Reserven		301 433		298 520	
Jahresgewinn		80 216		26 931	
Eigenkapital		396 779	99.8%	340 564	88.8%
Passiven		397 740	100.0%	383 367	100.0%

Bell AG

Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	2012	2011
Beteiligungserträge	74 241	50 558
Sonstige Finanzerträge	6 849	7 692
Sonstige Erträge	3 030	3 027
Ertrag	84 120	61 278
Verwaltungsaufwand	2 029	1 331
Sonstiger Aufwand	369	327
Zinsaufwand	651	1 613
Sonstiger Finanzaufwand	–	30 833
Aufwand für Abschreibung Sachanlagen	362	411
Aufwand	3 411	34 515
Ordentliches Ergebnis vor Steuern	80 709	26 763
Ertrag aus Veräusserung von Anlagen	107	168
Unternehmensgewinn vor Steuern	80 816	26 931
Steuern	600	–
Unternehmensgewinn nach Steuern	80 216	26 931

Bell AG

Verwendung Bilanzgewinn

Anträge des Verwaltungsrates an die Generalversammlung

in Tausend CHF	2012	2011
Verwendung Bilanzgewinn		
Bilanzgewinn	80 216	26 931
Dividende CHF 60 (Vorjahr CHF 60)	24 000	24 000
Zuweisung an die freien Reserven	56 216	2 931
Verwendung	80 216	26 931

Anhang

in Tausend CHF	2012	2011
Gesamtbetrag der Bürgschaften, Garantieverpflichtungen, Pfandbestellungen zu Gunsten Konzerngesellschaften*	195 000	225 000
Gesamtbetrag der verpfändeten Aktiven zu handelsrechtlichen Buchwerten	–	–
Brandversicherungswert der Gebäude	4 301	4 194
Wesentliche Beteiligungen	Seite 80	–
Eigene Aktien gemäss Eigenkapitalnachweis der Konzernrechnung	Seite 61	–
Wesentliche Aktionäre Coop Genossenschaft, Basel	66.29%	66.29%
Sarasin Investmentfonds AG, Basel	3.97%	4.55%
Gesamtbetrag der bedingten Aktienkapitalerhöhung	–	1 000
Gesamtbetrag der genehmigten Aktienkapitalerhöhung	–	500
Angaben zur Risikobeurteilung	Seite 43/79	–

*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 AG

Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung

Bericht der Revisionsstelle an die Generalversammlung der Bell AG, Basel

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung der Bell AG, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang (Seiten 84 bis 86), für das am 31. Dezember 2012 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 2012 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 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 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

Andreas Wolf
Revisionsexperte

Basel, 5. Februar 2013

Kontakte

Hauptsitz	Bell AG	Elsässerstrasse 174 • 4056 Basel • Schweiz Tel. +41 58 326 2000 • Fax +41 58 326 2100 info@bell.ch • www.bell.ch
Aktienregister	Bell AG	Elsässerstrasse 174 • 4056 Basel • Schweiz Tel. +41 58 326 2020 • Fax +41 58 326 2119 • info-aktien@bell.ch
Corporate Communications	Bell AG	Elsässerstrasse 174 • 4056 Basel • Schweiz Tel. +41 58 326 3030 • Fax +41 58 326 2114 • media@bell.ch
Aktuelle Informationen		www.bell.ch
Bell Schweiz	Bell Schweiz AG	Elsässerstrasse 174 • 4056 Basel • Schweiz Tel. +41 58 326 2626 • Fax +41 58 326 2100
Bell Deutschland	Bell Deutschland GmbH & Co. KG	Brookdamm 21 • 21217 Seevetal • Deutschland Tel. +49 40 768005-0 • Fax +49 40 768005-30 info@bellfoodgroup.com • www.bellfoodgroup.com
Bell Osteuropa/Benelux	Bell Polska Sp. z o.o. ZIMBO Húsipari Termelő Kft. Bell Benelux Holding N.V. ZIMBO Czechia s.r.o.	Ul. Mokra 11 • 32-005 Niepolomice • Polen Tel. +48 12 28100-34 • Fax +48 12 28100-38 Ipari Park 5 • 2074 Perbál • Ungarn Tel. +36 26 570-500 • Fax +36 26 570-021 Z.3 Doornveld 70 • 1731 Zellik • Belgien Tel. +32 2 4816-676 • Fax +32 2 4816-679 Na Zátorách 8 • 170 00 Praha 7, Holesovice • Tschechien Tel. +420 266 712048 • Fax +420 266 712047
Bell Frankreich	Salaison Polette & Cie SAS	Champ Saint-Pierre • 63460 Teilhède • Frankreich Tel. +33 473 64 3131 • Fax +33 473 64 3140 info@polette.fr • www.polette.fr

Impressum

Allgemeine Hinweise

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde nur die männliche Sprachform verwendet.
Alle Werte einzeln gerundet.
Redaktionsschluss: 14.02.2013.

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 abrufbar.

Weiterführende Informationen zum Geschäftsbericht sowie aktuelle Informationen zur Bell-Gruppe stellen wir im Internet unter www.bell.ch zur Verfügung.

Herausgeber

Bell AG
Elsässerstrasse 174
4056 Basel
Schweiz

Gesamtverantwortung

Davide Elia, Bell Schweiz AG, Marketing/Kommunikation

Konzept, Gestaltung

Grayling Schweiz AG, Roman Griesser
Phorbis Communications AG, Walter Stähli

Fotos

Eugen Leu & Partner AG, Riehen
Maurice Haas, Zürich

Druck

Werner Druck AG, Basel



