

Bell Food Group mit erfreulichem Ergebnis bei anspruchsvollen Rahmenbedingungen

- In einem herausfordernden Geschäftsjahr 2022 knüpft die Bell Food Group an das Rekordvorjahr an und erzielt ein erfreuliches Ergebnis: der Nettoerlös lag bei CHF 4.3 Mrd. (+6.4 % währungsbereinigt), der EBIT betrug CHF 162.9 Mio. (+0.4 %) und der Jahresgewinn CHF 127.8 Mio. (+0.4 %).
- Insbesondere der Geschäftsbereich Bell International hatte ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr und war ein wesentlicher Treiber für das gute Ergebnis.
- Das Geschäftsjahr war geprägt von der Normalisierung der Corona-Situation, der starken Teuerung, steigenden Kosten und einer verhaltenen Konsumstimmung.
- Der Generalversammlung wird eine Dividende von CHF 7 pro Aktie beantragt.

Die Bell Food Group kann sich in einem anspruchsvollen Marktumfeld behaupten und erzielt 2022 ein Ergebnis auf dem Niveau des Rekordvorjahres. Angesichts dessen zeigt sich CEO Lorenz Wyss sehr zufrieden: «Einmal mehr beweist sich, dass die Bell Food Group strategisch gut aufgestellt ist und wir rasch auf volatile Rahmenbedingungen reagieren können». Treiber für das gute Ergebnis waren die Geschäftsbereiche Bell Schweiz und Bell International, der die starke Performance aus dem Vorjahr nochmal deutlich übertreffen konnte. Das erfreuliche Resultat ist umso bemerkenswerter, weil der Geschäftsgang der Bell Food Group im Berichtsjahr durch mehrere exogene Faktoren beeinflusst wurde. Dazu gehörten die Normalisierung der Corona-Situation, stark steigenden Kosten, die teilweise reduzierte Warenverfügbarkeit und eine inflationsbedingt zunehmend schwächere Konsumstimmung gegen Jahresende.

Ergebnis auf dem Niveau des Rekordvorjahres

Der EBIT liegt mit CHF 162.9 Millionen über dem Niveau des Rekordvorjahres. Der Nettoerlös konnte währungsbereinigt um CHF 266.6 Millionen auf CHF 4.3 Milliarden gesteigert werden. CEO Lorenz Wyss nennt die Gründe: «Verantwortlich dafür waren die gute Positionierung in den Märkten, Volumensteigerungen in Marchtrenk (AT) sowie operative Fortschritte. Allerdings hatten die inflationsbedingt höheren Kosten und Basiseffekte auch bei uns einen Effekt auf die Resultate». Der Jahresgewinn liegt mit CHF 127.8 Millionen trotz der genannten volatilen Rahmenbedingungen leicht über Vorjahr.

Mit 47.5 Prozent weist die Bell Food Group eine solide Eigenkapitalquote aus. In der Bilanz der Bell Food Group ist die Anleihsenemission über CHF 300 Millionen und die Rückzahlung einer fälligen Anleihe von CHF 175 Millionen sichtbar. Die zusätzlichen Mittel werden unter anderem für die Finanzierung des strategischen Investitionsprogramms in der Schweiz verwendet.

➔ *Detaillierte Ergebnisse und Erläuterungen zum Geschäftsjahr 2022 sind im Geschäftsbericht 2022 sowie in der separaten Publikation «Alternative Performancekennzahlen» zu finden.*

Anspruchsvolles Marktumfeld im Berichtsjahr

Mit der Aufhebung der Corona-Massnahmen zu Jahresbeginn setzte der erwartete Normalisierungsprozess ein. Der Absatzkanal Food Service legte deutlich zu, während sich die Retail-Umsätze wieder an die Werte von vor der Pandemie annäherten. Zur Normalisierung der Corona-Situation kamen im Berichtsjahr allerdings neue Herausforderungen hinzu. Nachdem bereits im Vorjahr deutliche Kostensteigerungen für Energie, tierische und pflanzliche Rohstoffe, Futtermittel sowie Hilfs- und Verpackungsmaterialien absorbiert werden mussten, führten die weltpolitischen Spannungen zu einer weiteren Verteuerung der Waren- und Betriebskosten. Die Inflationsraten sind deutlich angestiegen. Diese Verteuerung ist in Form von Preiserhöhungen gegen Jahresende auch bei den Konsumentinnen und Konsumenten angekommen und sie führte zu einer Verlagerung der Nachfrage von höherwertigen zu eher einfacheren Sortimenten.

Solide Entwicklung in den Geschäftsbereichen

Der Geschäftsbereich **Bell Schweiz** verzeichnete ein gutes Geschäftsjahr 2022. Aufgrund der starken Verankerung im Retail konnten die pandemiebedingten hohen Volumen aus den Vorjahren nicht ganz erreicht werden. Die Absätze im Food Service legten dafür deutlich zu. Zum guten Ergebnis beigetragen haben auch die gut verlaufenen Saisongeschäfte. Der **Geschäftsbereich Bell International** ist weiterhin erfolgreich, er konnte das bereits sehr gute Vorjahr nochmals klar übertreffen. In den strategischen Fokussegmenten Rohschinken und nachhaltiges Geflügel wurden operative Fortschritte erzielt und Marktanteile gewonnen. Die gute Marktposition ermöglichte es, die teuerungsbedingt höheren Kosten mittels Preiserhöhungen im Markt zu realisieren. In den Convenience-Geschäftsbereichen wirkten sich die höheren Kosten und die Verschiebung der Nachfrage zu wertschöpfungsärmeren Produkten aus. Der **Geschäftsbereich Eisberg** war im Food Service und mit den trendigen To-go-Sortimenten sehr erfolgreich unterwegs. Das klassische Geschäft mit den Beutelsalaten hingegen litt unter den schwierigen Rahmenbedingungen. Eine grosse Herausforderung war die Qualität und die Verfügbarkeit von pflanzlichen Rohstoffen aus Europa. Insgesamt konnten die Volumen deutlich erhöht werden, was zum grössten Teil auf die höhere Auslastung des neuen Produktionsbetriebes in Marchtrenk (AT) zurückzuführen ist. Der **Geschäftsbereich Hilcona** durchbrach im Berichtsjahr erstmals die Umsatzgrenze von CHF 500 Millionen. Erfolgreich waren insbesondere die Segmente Pasta und Sandwiches. Obwohl das Wachstum im Markt mit vegetarischen und veganen Produkten etwas abgeflacht ist, konnte die eigene, in diesem Segment spezialisierte Einheit «The Green Mountain» Marktanteile gewinnen und weiterwachsen. Der stark auf den Food Service ausgerichtete **Geschäftsbereich Hügli** erholte sich mit der Normalisierung der Corona-Situation. Allerdings führten höhere Preise und die schwierige Verfügbarkeit von Roh- und Hilfsstoffen zu steigenden Produktionskosten, die im Segment der haltbaren Convenience nur schleppend weitergegeben werden konnten. Dank einem wirkungsvollen Optimierungsprogramm konnte die Effizienz und die Leistungsfähigkeit deutlich erhöht werden.

Gleichbleibende Ausschüttung

Die Bell Food Group beantragt der Generalversammlung eine gleichbleibende Ausschüttung in der Höhe von CHF 7 pro Aktie. Die Ausschüttung erfolgt zu 50 Prozent aus den Kapitaleinlagereserven und zu 50 Prozent aus dem Jahresergebnis der Bell Food Group.

Investitionsprogramm Schweiz

Das Investitionsprogramm Schweiz befindet sich weiterhin auf gutem Kurs. In Oensingen (CH) verlaufen alle Bauprojekte planmässig. Der Bau des Tiefkühlagers ist fertiggestellt. Nach Abschluss der Installations- und Testphase ist die Inbetriebnahme im zweiten Quartal 2023 geplant. Am Hilcona-Hauptsitz in Schaan (LI) wurde im Berichtsjahr die erste Etappe des schrittweisen Ausbaus

fertiggestellt. Eisberg hat den Standort Villigen im Rahmen der Standortkonsolidierung geschlossen und die Aktivitäten auf andere Betriebe verlagert.

Ausblick

Im kommenden Jahr wird die weltpolitische Lage einen wesentlichen Einfluss auf die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Europa haben. CEO Lorenz Wyss: «So lange die kritische Situation anhält, wird die Kostensituation auf dem Beschaffungsmarkt sowie die Qualität und die Verfügbarkeit der Rohmaterialien angespannt bleiben wird». Für die Bell Food Group wird deshalb entscheidend sein, dass höhere Produktionskosten zeitnah im Markt realisiert werden können. Die inflationsbedingte abnehmende Kaufkraft dürfte die Nachfrage bei den Konsumentinnen und Konsumenten weiterhin beeinflussen. Auf der Nachfrageseite dürfte der Trend weiterhin in Richtung einfacherer Produkte gehen.

Über Bell Food Group

Die Bell Food Group gehört zu den führenden Fleisch- und Convenience-Verarbeitern in Europa. Das Angebot umfasst Fleisch, Geflügel, Charcuterie, Seafood sowie Convenience und vegetarische Produkte. Mit verschiedenen Marken wie Bell, Eisberg, Hilcona und Hügli deckt die Gruppe vielfältige Kundenbedürfnisse ab. Zu den Kunden zählen der Retail, der Food Service sowie die Lebensmittelindustrie. Rund 12'500 Mitarbeitende erwirtschaften einen Jahresumsatz von über CHF 4.3 Mrd. Die Bell Food Group ist an der Schweizer Börse kotiert.