

**Medienmitteilung**

Basel, 14. August 2019

Ad-hoc-Publizität

**Bell Food Group nimmt strategische Weichenstellungen insbesondere durch den Ausstieg aus dem deutschen Wurstwarengeschäft vor**

**Das erste Halbjahr 2019 war durch stark steigende Rohmaterialpreise für Fleisch in Europa, den organisatorischen Umbau von Bell Deutschland und ungünstige Wetterverhältnisse geprägt. Der bereinigte Warenumsatz der Bell Food Group lag mit CHF 2,0 Milliarden auf Vorjahresniveau. Mit der Inbetriebnahme des modernsten Convenience-Werkes Europas in Österreich baut die Bell Food Group ihre Marktposition im Convenience-Bereich weiter aus.**

Der Warenumsatz der Bell Food Group bereinigt um Fremdwährungs-, Akquisitions- und Restrukturierungseffekte bewegte im ersten Halbjahr 2019 mit CHF 2,0 Milliarden auf Vorjahresniveau. Das bereinigte Absatzvolumen lag mit 266,7 Millionen Kilogramm um 2,2 Prozent über dem Vorjahr. Der Convenience-Anteil am Warenumsatz der Bell Food Group erhöhte sich um rund einen Prozentpunkt auf 27 Prozent.

Der Bruttogewinn sank um CHF 3,4 Millionen auf CHF 768,2 Millionen. Darin enthalten ist der signifikante Anstieg der Rohstoffpreise bei Bell Deutschland und Bell International, der den Bruttogewinn mit rund CHF 6,0 Millionen belastet. Die Personal- und Gemeinkosten konnten dank einem effizienten Kostenmanagement im Vergleich zum Vorjahr operativ stabil gehalten werden. Mit CHF 116,8 Millionen ist der EBITDA im ersten Halbjahr 2019 um CHF 19,8 Millionen tiefer ausgefallen als 2018. Darin enthalten sind CHF 10 Millionen anteilige Einmalkosten für den Ausstieg aus dem deutschen Wurstwarengeschäft.

Akquisitionsbereinigt sowie unter Berücksichtigung der ausserplanmässigen Wertberichtigungen für das deutsche Wurstwarengeschäft (CHF 25,0 Mio.) liegen die Abschreibungen leicht über dem Vorjahr. Der bereinigte EBIT beläuft sich auf CHF 46,0 Millionen. Darin enthalten sind Sonderkosten aufgrund der Rohmaterialpreisentwicklung beim Schweinefleisch sowie Anlauf- und Umnutzungskosten in der Höhe von CHF 12,0 Millionen. Unter Berücksichtigung des Restrukturierungsaufwands für den Verkauf des Wurstwarengeschäftes in Deutschland in der Höhe von CHF 35,0 Millionen resultiert ein ausgewiesener EBIT von CHF 11,0 Millionen. Aufgrund des schwächeren Eurokurses liegt das Finanzergebnis mit CHF –7,5 Millionen um CHF 0,9 Millionen unter Vorjahr.

Die Auswirkungen der Annahme der Unternehmenssteuervorlage in der Schweiz sowie die Änderung der Gewinnsteuersätze in verschiedenen Kantonen sind in der Position Steuern enthalten. Die Anpassung der latenten Steuern führte zu einer einmaligen Erhöhung des Steueraufwandes von CHF 2,0 Millionen. Das Halbjahresergebnis liegt bereinigt um die Ausstiegskosten aus dem deutschen Wurstwarengeschäft und einmalige Steueraufwendungen mit CHF 27,4 Millionen um CHF 5,1 Millionen unter Vorjahr. Unter Berücksichtigung der Ausstiegskosten und der einmaligen Steueraufwendungen liegt das Halbjahresergebnis bei CHF –9,6 Millionen.

Die Bilanz per 30. Juni 2019 präsentiert sich ohne wesentliche Veränderungen im Vergleich zum Jahresende. Die Eigenkapitalquote liegt bei 46,4 Prozent und die Nettofinanzverbindlichkeiten belaufen sich auf CHF 696,9 Millionen. Damit weist die Bell Food Group eine sehr solide Bilanzstruktur aus.

### **Bell Schweiz**

Der Warenumsatz von Bell Schweiz beläuft sich auf CHF 982,0 Millionen und ist damit im Vorjahresvergleich leicht rückläufig (CHF –13,5 Mio., –1,4 %). Dieser Rückgang ist primär auf den Absatzkanal Retail zurückzuführen, der 2019 insgesamt rückläufig war. Zudem startete auch die Grillsaison wetterbedingt verhalten. Das Absatzvolumen lag mit 61,7 Millionen Kilogramm um 2,1 Millionen Kilogramm (–3,3 %) unter Vorjahr.

Die im Vorjahr eingeleiteten Massnahmen zeigten deutliche Ergebnisverbesserungen im ersten Halbjahr 2019. Der Bruttogewinn konnte trotz Mindermenge im Retail gesteigert werden, nicht zuletzt durch den weiter erhöhten Inlandanteil bei der Fleischgewinnung. In Kombination mit einem effizienten Kostenmanagement konnte Bell Schweiz das Gesamtergebnis gegenüber dem Vorjahr klar steigern.

### **Bell Deutschland**

Aufgrund der Umnutzung des Standorts Bad Wünnenberg sowie eines rückläufigen Retailmarktes liegt Bell Deutschland mit einem Warenumsatz von CHF 197,3 Millionen um 22,0 Prozent unter Vorjahr. Das Absatzvolumen sank um 11,4 Millionen Kilogramm (–30,5 %) auf 25,9 Millionen Kilogramm. Darin enthalten sind der Wegfall der Mengen aus Bad Wünnenberg sowie der bewusste Verzicht auf margenschwache Sortimente im Bereich Rohschinken.

Am 24. Juni 2019 hat die Bell Food Group bekanntgegeben, das Wurstwarengeschäft von Bell Deutschland zu verkaufen. Der geschäftliche Fokus in Deutschland liegt künftig auf dem Ausbau der Position im Bereich hochwertiger deutscher und internationaler Rohschinken.

Im ersten Halbjahr 2019 ist der neue Produktionsbetrieb für Serrano-Schinken in Fuensalida in der Nähe von Madrid planmässig in Betrieb genommen worden. Zusammen mit dem bereits bestehenden Werk in Casarrubios del Monte verfügt Bell damit über Produktionskapazitäten von über einer Million Serrano-Schinken pro Jahr. Iberische Spezialitäten aus dem Werk in der Extremadura runden das spanische Sortiment ab. Die Bell Food Group verstärkt damit ihre Rohschinkenkompetenz und kann darauf in Zukunft weiter aufbauen.

Der Produktionsstandort Bad Wünnenberg wird im Verlauf des Jahres zu einem Produktionsbetrieb für Frisch-Convenience umgenutzt. Im Vergleich zum Vorjahr führt die Umnutzung im ersten Halbjahr zu geplanten Zusatzkosten in der Höhe von CHF 2,0 Millionen. Für das gesamte Geschäftsjahr rechnet die Bell Food Group mit rund CHF 8,0 Millionen Zusatzkosten und liegt damit leicht tiefer als bisher vorgesehen.

### **Bell International**

Bell International erzielte einen Warenumsatz von CHF 329,0 Millionen und lag damit währungsbereinigt um 3,8 Prozent (CHF 12,1 Mio.) über Vorjahr. Das Absatzvolumen stieg im ersten Halbjahr 2019 um 2,6 Millionen Kilogramm (+3,2 %) auf 83,5 Millionen Kilogramm.

Auf der Umsatz- und Absatzseite konnten alle Ländergesellschaften von Bell International im Vorjahresvergleich Fortschritte erzielen. Die hohen Rohstoffpreise für Schweinefleisch führten hingegen zu massiv höheren Beschaffungskosten. Die im Rahmen des Jahresabschlusses 2018 kommunizierten Massnahmen zur Ergebnisverbesserung für das Geflügelgeschäft von Hubers zeigten Wirkung. Nach einem gelungenen Jahresbeginn führte die ungünstige Wettersituation allerdings zu einem schwachen Absatz der margenstarken Grillsortimente.

### **Convenience**

Der Geschäftsbereich Convenience konnte den Warenumsatz im ersten Halbjahr 2019 um CHF 33,2 Millionen auf CHF 548,9 Millionen erhöhen. Das Absatzvolumen wurde um 7,7 Millionen Kilogramm auf 99,4 Millionen Kilogramm gesteigert. Der Anstieg ist unter anderem auf den Volljahreseffekt von Sylvain & CO zurückzuführen, die im Mai 2018 übernommen wurde. Zudem konnten die Divisionen Eisberg, Hilcona und Hügli organisch weiter wachsen. Alle drei Divisionen profitierten dabei von Zuwächsen bei den wichtigsten Kunden in den Absatzkanälen Retail und Food Service.

Der neue Produktionsstandort von Eisberg in Marchtrenk (AT) hat im ersten Halbjahr 2019 die Produktion aufgenommen. Der modernste Convenience-Betrieb Europas produziert seither täglich Frisch-Convenience-Produkte für den österreichischen und deutschen Markt. Bis Ende Juni wurde rund die Hälfte der gesamthaft vorgesehenen Produktionslinien in Betrieb genommen. Der Start ist im Rahmen der Erwartungen verlaufen. Die Anlaufkosten belasten das operative Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr mit rund CHF 3,0 Millionen.

### **Ausblick**

Für 2019 geht die Bell Food Group von anhaltend hohen Rohmaterialpreisen beim Schweinefleisch aus. Aus diesem Grund streben wir im zweiten Halbjahr 2019 weitere Preiserhöhungen an und planen in allen Geschäftsbereichen zusätzliche operative Fortschritte zu erzielen. Ein weiterer Fokus liegt auf der Inbetriebnahme der neuen Produktionsbetriebe, der Umnutzung des Standorts Bad Wünnenberg sowie dem Verkauf des Wurstwarengeschäfts in Deutschland. Damit hat die Bell Food Group einen wesentlichen strategischen Schritt zur erfolgreichen Entwicklung vollzogen und wird davon in Zukunft profitieren können.

## Kennzahlen Bell Food Group 1. Halbjahr

### Umsatz und Absatz

	2019	2018	+/-
Warenumsatz ausgewiesen	2'023,0	2'062,1	
Einfluss Fremdwährungsumrechnung	-	-27,3	
Einfluss Akquisitionen/Restrukturierung	-	-12,4	
<b>Warenumsatz adjusted</b>	<b>2'023,0</b>	<b>2'022,4</b>	<b>+0,0 %</b>
Absatz ausgewiesen	266,7	268,3	
Einfluss Akquisitionen/Restrukturierung	-	-7,2	
<b>Absatz adjusted</b>	<b>266,7</b>	<b>261,1</b>	<b>+2,2 %</b>

### Weitere Kennzahlen:

	2019	2019 bereinigt*	2018
Nettoerlös in Mio. CHF	1'985,7	-	2'020,0
EBITDA in Mio. CHF	116,8	126,8	136,6
in % vom Nettoerlös	5,9 %	6,4 %	6,8 %
EBIT in Mio. CHF	11,0	46,0	55,2
in % vom Nettoerlös	0,6 %	2,3 %	2,7 %
Halbjahresgewinn in Mio. CHF	-9,6	27,4	36,3
in % vom Nettoerlös	-0,5 %	1,4 %	1,8 %
Bilanzsumme in Mio. CHF	2'678,4	-	2'753,6
Eigenkapitalquote in % vom Nettoerlös	46,4 %		45,3 %
Personalbestand FTE	12'163	-	11'878

\*Bereinigte Werte

Aufgrund der Veräusserung des deutschen Wurstwarengeschäfts sind der sonstige Betriebsaufwand mit CHF 10,0 Millionen und die Abschreibungen Sachanlagen mit CHF 25,0 Millionen belastet. Infolge einer Steuerreform in der Schweiz wurden die latenten Steuern einmalig um CHF 2,0 Millionen erhöht. Unter Berücksichtigung dieser Positionen ergeben sich die folgenden bereinigten Kennzahlen für das erste Halbjahr 2019. Die Vorjahreszahlen wurden um keine Sondereffekte bereinigt.

### 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 und Convenience-Produkte. Mit den Marken 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 Mrd. Die Bell Food Group ist an der Schweizer Börse kotiert.