



Bell-Gruppe 2013 auf Kurs

Der grösste Schweizer Fleischverarbeiter Bell bleibt in einem anspruchsvollen Marktumfeld auf Kurs. Der Umsatz aus Warenverkäufen wuchs um 2,9 Prozent auf CHF 1,27 Milliarden. Der Halbjahresgewinn ging um 0,5 Millionen auf CHF 24,5 Millionen zurück.

Die Bell-Gruppe befindet sich im Geschäftsjahr 2013 weiter auf Kurs. Mit rund 107'600 Tonnen blieb das Absatzvolumen stabil. Der Umsatz liegt mit CHF 1,27 Milliarden um 2,9 Prozent höher als im Vorjahr. Diese Entwicklung ist vor allem preisbedingt und auf die durchschnittlich höheren Rohmaterialpreise zurückzuführen. Der Bruttogewinn ist mit CHF 399 Millionen rund 2 Millionen unter Vorjahr. Das operative Ergebnis auf Stufe EBITDA liegt mit CHF 78,9 Millionen im Bereich des Vorjahres. Der Unternehmensgewinn fällt mit CHF 24,5 Millionen um 0,5 Millionen unter dem letztjährigen Ergebnis aus.

Bell Schweiz mit solidem Ergebnis

Mit CHF 893,4 Millionen ist der Warenumsatz bei Bell Schweiz um 3,5 Prozent gewachsen. Das Absatzvolumen liegt mit rund 60'800 Tonnen im Bereich des Vorjahres. Nachdem die Rohmaterialpreise in der Schweiz lange Zeit stabil blieben, ist nun auch hier eine deutliche Erhöhung eingetreten. Rohmaterialpreissteigerungen von bis zu 30 Prozent verüben einen grossen Druck auf die Margen. Dazu kommt die wetterbedingt schwache Grillsaison im ersten Halbjahr. Dies zeigt sich insbesondere im Ergebnis der Geschäftseinheit Charcuterie, in welcher der Absatz mit rund 13'000 Tonnen 1,7 Prozent unter Vorjahr liegt. Hingegen kann in der Geschäftseinheit Geflügel ein Zuwachs von 680 Tonnen (+4,4 %) verzeichnet werden.

Per 1. April 2013 wurde Bell in der Schweiz neu organisiert. Die vier Geschäftseinheiten Frischfleisch, Geflügel, Charcuterie und Seafood konzentrieren sich auf die zugehörige Produktion sowie den Einkauf des Rohmaterials (Lebendtiere, Fleisch, Geflügel und Fisch). Die Geschäftseinheiten Beschaffung/SCM und Verkauf/Marketing wurden aus den ehemaligen Geschäftsbereichen herausgelöst und neu aufgestellt. Im Zentrum der organisatorischen Veränderungen steht die Erschliessung von Synergiepotenzialen für noch effizientere Betriebsprozesse.

Bell Deutschland mit optimierten Vertriebssynergien

Der Warenumsatz von Bell Deutschland (inkl. Betrieb Spanien) ist um 1,0 Prozent auf CHF 234,5 Millionen gesunken. Das Absatzvolumen liegt mit knapp 30'600 Tonnen um 7,2 Prozent unter Vorjahr. Der Gesamtmarkt ist in derselben Periode je nach Warengruppe zwischen 3 und 6 Prozent gesunken. Beim Rohschinken konnte der Absatz trotz der wetterbedingt schwachen Spargelsaison gesteigert werden. Bei den übrigen Produktbereichen Brüh-, Rohwurst und Convenience liegt der Absatz unter Vorjahr. Dies witterungsbedingt sowie aufgrund der im letzten Jahr begonnenen und 2013 fortgeführten eigenen Sortimentsbereinigungen.

Seit 1. September 2012 hat die Bell-Gruppe in Deutschland ihre geschäftlichen Aktivitäten in der Bell Deutschland GmbH & Co. KG mit Sitz in Seevetal gebündelt. Im März 2013 wurde die Verwaltung in Bochum geschlossen und die Neuausrichtung aller zentralen Dienste am Standort Seevetal vollzogen.

Bell Osteuropa/Benelux entwickelt sich positiv

Insgesamt liegt der Warenumsatz von Bell Osteuropa/Benelux mit CHF 92,3 Millionen 5,6 Prozent über Vorjahr. Gesamthaft wurden knapp 10'000 Tonnen abgesetzt. Der Bell-Betrieb in Polen ist sehr gut ausgelastet und blickt auf ein positives erstes Halbjahr zurück. Der Betrieb in Ungarn kämpft weiter mit einer schwachen Konjunktur. Trotzdem ist eine Verbesserung des Geschäftsganges sichtbar. Das unter der Geschäftseinheit Novak geführte Metzgerei-Filialgeschäft weist weiterhin eine positive Entwicklung auf. Novak ist mit 101 Standorten in Tschechien, der Slowakei und Rumänien präsent. Bell Benelux entwickelt sich zunehmend positiv. In Umsetzung ist die neue Verkaufsstrategie, die sich auf Produkte aus Gruppenbetrieben und strategischen Partnerschaften konzentriert.



Bell Frankreich gestärkt mit neuer Markenstrategie

Die Absatzentwicklung der Rohwurst- und Schinkensortimente in Frankreich verlief im ersten Halbjahr mit einem Wachstum von 3,0 Prozent auf rund 6'200 Tonnen erfreulich. Der Warenumsatz wuchs um 7,7 Prozent auf CHF 50,1 Millionen. Für Bell Frankreich wurde eine neue Markenstrategie erarbeitet. Die Markenartikel aus französischer Produktion werden neu gesamtheitlich unter der Marke «Môssieur Polette» verkauft. Die Lancierung wurde vom Markt positiv aufgenommen. Zahlreiche Neulistungen konnten erreicht und die Position im französischen Markt gestärkt werden.

Ausblick

Deutliche operative Fortschritte konnten im ersten Halbjahr im Ausland erzielt werden. Die eingeleiteten organisatorischen Massnahmen in den Divisionen greifen und werden ihre Wirkung im Laufe des zweiten Halbjahrs 2013 entfalten. Auch in der zweiten Jahreshälfte arbeitet Bell konsequent an der Erschliessung gruppenweiter Synergiepotenziale, um damit die Basis für profitables Wachstum zu legen. Bei stabilem Marktumfeld erwartet Bell eine weitere Verbesserung des internationalen Geschäftes. Der Geschäftsverlauf in der Schweiz ist indessen stark abhängig von der Entwicklung der Rohmaterialpreise. Insgesamt rechnet Bell für 2013 mit einem operativen Jahresergebnis im Rahmen des Vorjahres.

| Kennzahlen Bell-Gruppe | HJ2013 | HJ2012 | +/- |
|---|-----------|-----------|---------|
| Erlöse aus Warenverkäufen in 1'000 CHF | 1'270'268 | 1'234'019 | +2,9 % |
| - Schweiz | 893'424 | 863'324 | |
| - Europa | 376'844 | 370'695 | |
| Absatzvolumen in Tonnen | 107'574 | 109'557 | -1,8 % |
| - Schweiz | 60'842 | 60'882 | |
| - Europa | 46'732 | 48'675 | |
| EBITDA | 78'868 | 78'902 | - |
| in % vom Nettoerlös | 6,3 % | 6,5 % | |
| EBIT | 36'193 | 36'235 | -0,1 % |
| in % vom Nettoerlös | 2,9 % | 3,0 % | |
| Halbjahresgewinn | 24'545 | 25'085 | -2,2 % |
| in % vom Nettoerlös | 3,0 % | 2,9 % | |
| Investitionen in Sachanlagen in 1'000 CHF | 34'445 | 39'653 | -13,1 % |
| Personalbestand (FTE) | 6'193 | 6'259 | |
| - Schweiz | 3'318 | 3'247 | |
| - Europa | 2'875 | 3'012 | |

Diese Medienmitteilung ist unter <http://www.bell.ch/medien/medienmitteilungen.aspx> abrufbar. Der vollständige Halbjahresbericht ist unter <http://www.bell.ch/investor-relations/geschaeftsberichte.aspx> abrufbar. Bildmaterial und weitere Informationen zur Bell-Gruppe finden Sie unter www.bell.ch.

Über Bell

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, Môssieur Polette und Hoppe deckt die Gruppe vielfältige Kundenbedürfnisse ab. Zu den Kunden zählen der Detail- und Grosshandel, die Gastronomie sowie die Lebensmittelindustrie. Rund 6'500 Mitarbeiter erwirtschafteten 2012 einen konsolidierten Warenumsatz von CHF 2,53 Milliarden. Bell ist an der Schweizer Börse kotiert.

Für ergänzende Auskünfte: Davide Elia, Leiter Corporate Marketing/Communication
Tel. +41 58 326 2212; davide.elia@bell.ch
Bell AG, Postfach 2356, 4002 Basel, Schweiz