



Medienmitteilung

Basel, 14. Januar 2016

Bell-Gruppe steigert Umsatz im 2015

Die Bell-Gruppe hat 2015 den Warenumsatz um 8,5 Prozent auf CHF 2,8 Mrd. steigern können. Die erstmalige Konsolidierung von Hilcona, währungsbedingte Umrechnungen sowie die Minusteuerung beim Rohmaterial beeinflussten den Umsatzausweis massgeblich.

In einem anspruchsvollen Umfeld ist die Bell-Gruppe 2015 weiter gewachsen. Der Warenumsatz der Bell-Gruppe stieg 2015 um 8,5 Prozent oder CHF 220 Millionen auf CHF 2,8 Milliarden. Das Absatzvolumen über die ganze Gruppe erreichte 275'000 Tonnen (+27,7 %). Währungsbedingte Umrechnungsdifferenzen von CHF 89 Millionen sowie eine Minusteuerung bei den Rohmaterialpreisen von über CHF 13 Millionen reduzierten den Umsatz nominal. Die erstmalige Konsolidierung von Hilcona trug CHF 360 Millionen zum Gruppenumsatz bei.

In der Schweiz hat sich Bell in einem schwierigen Umfeld mit einem weiter wachsenden Einkaufstourismus gut behauptet. Dank guten Saisongeschäften bei Grill und Festtagen sowie erfolgreichen Verkaufsförderungsmassnahmen konnten das Absatzvolumen gesteigert und Marktanteile gewonnen werden. Die Minusteuerung beim Schweinefleisch hatte entsprechende Auswirkungen auf den nominalen Umsatz.

In den internationalen Divisionen wurden die eigenen Sortimentsbereinigungen zugunsten wertschöpfungsstärkeren Sortimenten konsequent fortgeführt. Trotz rückläufiger Marktentwicklung in einzelnen Ländern konnten 2015 weitere Fortschritte beim Absatz erzielt werden. Auch in den internationalen Geschäftsfeldern hatte die Rohmaterial-Minusteuerung nominalen Einfluss auf die Umsätze.

Warenumsätze Divisionen

Bei der Division **Bell Schweiz** ist der Umsatz aufgrund der Minusteuerung und der erhöhten Aktionstätigkeit um 0,5 Prozent auf CHF 1,85 Milliarden (CHF -9 Mio.) zurückgegangen. Das Absatzvolumen hingegen stieg um rund 1,1 Prozent auf 123'000 Tonnen.

Der Umsatz der Division **Bell Deutschland** ging in Lokalwährung um 1,6 Prozent zurück. In der Berichtswährung sank er um 13,6 Prozent auf CHF 423 Millionen (CHF -66 Mio.). Das Absatzvolumen lag mit 64'000 Tonnen um 1,7 Prozent unter Vorjahr.

Bei **Bell International** ging der Umsatz um 17,5 Prozent auf CHF 225 Millionen (CHF -48 Mio.) zurück. Bereinigt um Währungsumrechnungen und die abgestossenen Filialen in der Slowakei und in Tschechien liegt der Umsatz über Vorjahr. Das Absatzvolumen wuchs um 7,0 Prozent auf 35'000 Tonnen.

Hilcona ist seit dem 1. Mai 2015 in die Bell-Gruppe konsolidiert. Der Conveniencespezialist trug einen Umsatz von CHF 360 Millionen zum Gesamtumsatz der Bell-Gruppe bei.

Die Angaben zu den Divisionen sind unkonsolidiert. Das vollständige Unternehmensergebnis 2015 wird am 25. Februar 2016 publiziert.