



## **Bell-Gruppe trotz negativen Währungseinflüssen solide unterwegs**

**Die angekündigte Vollkonsolidierung von Hilcona am 1. Mai 2015 sowie die Aufhebung des Mindestkurses Euro/CHF im Januar haben die Bell-Gruppe im ersten Halbjahr 2015 geprägt. Das Unternehmen ist in der Schweiz auch dank einer guten Grillsaison solide unterwegs und in den internationalen Geschäftsfeldern konnten operative Fortschritte erzielt werden. Der Umsatz lag mit CHF 1,28 Milliarden um 0,2 Prozent über Vorjahr. Der EBITDA konnte auf CHF 90,5 Millionen gesteigert werden und der Unternehmensgewinn erhöhte sich währungsbereinigt um rund 5 Prozent auf CHF 32 Millionen.**

Bell hat per 1. Mai 2015 wie angekündigt die vereinbarte Option zum Kauf weiterer zwei Prozent an der Hilcona AG ausgeübt. Damit ist Bell mit 51 Prozent Mehrheitsaktionär und die Hilcona-Gruppe wurde ab dem 1. Mai des laufenden Jahres voll in die Rechnung konsolidiert. Damit verbunden sind wesentliche Veränderungen in der Bilanz sowie im Ausweis der Ergebnisse vor und nach Minderheiten.

### **Bell-Gruppe mit erfreulichem Ergebnis**

Der Umsatz der Bell-Gruppe liegt mit insgesamt CHF 1,28 Milliarden (+0,2 %, CHF +2,98 Mio.) auf Vorjahresniveau. Währungsbedingte Umrechnungsdifferenzen von CHF 49 Millionen sowie eine Minus-Teuerung bei den Rohmaterialpreisen von CHF 16 Millionen reduzierten den Umsatz. Das Absatzvolumen ohne Hilcona konnte trotz des anspruchsvollen Umfelds auf Vorjahresniveau gehalten werden. Insgesamt stieg der Absatz inklusive Hilcona im ersten Halbjahr um 13,9 Prozent auf 120'366 Tonnen.

Der EBITDA liegt mit CHF 90,5 Millionen über Vorjahr. In dieser Steigerung kommen die deutliche operative Verbesserung der Ergebnisse bei den internationalen Aktivitäten, der Währungseinfluss sowie die Hilcona-Konsolidierung zum Ausdruck. Der Unternehmensgewinn nach Steuern stieg auf CHF 33,6 Millionen. Die Anteile Dritter am Ergebnis liegen bei rund CHF 1,7 Millionen. Der Unternehmensgewinn beträgt CHF 32 Millionen (+14,6 %, CHF +4,1 Mio.), währungsbereinigt konnte der Unternehmensgewinn gegenüber dem Vorjahr um rund 5 Prozent gesteigert werden. Dieses Ergebnis ist in Anbetracht der Rahmenbedingungen erfreulich und bestätigt die eingeschlagene Strategie.

### **Bell Schweiz solide unterwegs**

Die Auswirkungen der Aufhebung des Mindestkurses Euro/CHF sind im Schweizer Markt spürbar. Von der Zunahme des Einkaufstourismus ist auch der gesamte Retailmarkt betroffen, der im Bereich Fleisch und Fleischwaren gegenüber dem 1. Halbjahr 2014 rückläufig war. Trotzdem konnte Bell das Absatzvolumen mit 60'753 Tonnen auf Vorjahresniveau halten, nicht zuletzt dank eines guten Starts in die Grillsaison. Der Umsatz lag aufgrund der deutlichen Minus-Teuerung beim Schweinefleisch mit CHF 897 Millionen rund 2 Prozent unter Vorjahr. Das Ergebnis konnte aufgrund eines effektiven Kostenmanagements gepaart mit attraktiven Rabatten zur Absatzförderung knapp auf Vorjahresniveau gehalten werden.



### **Bell Deutschland mit weiteren Fortschritten im operativen Bereich**

Der Markt für Wurstwaren in Deutschland ist zwar weiterhin rückläufig, gewisse Erholungstendenzen zeichnen sich jedoch ab. Mit rund 31'550 Tonnen lag die Absatzentwicklung bei Bell Deutschland im ersten Halbjahr leicht unter Vorjahr. Dies ist marktbedingt und auf die eigenen Sortimentsbereinigungen zurückzuführen. Der Umsatz in Lokalwährung blieb auf Vorjahresniveau, in der Berichtswährung ging er um 14,3 Prozent auf rund CHF 204 Millionen zurück. Dank dem Fokus auf Produkte mit höherer Wertschöpfung, Innovationen sowie auf die Kostenoptimierungen wurde das operative Ergebnis deutlich verbessert.

### **Bell International auf Kurs**

Bell International liegt insgesamt auf Kurs. Der Umsatz in Lokalwährungen lag über alle Länder gesehen leicht unter Vorjahr, in der Berichtswährung reduziert sich der Umsatz auf rund CHF 107 Millionen. Das Absatzvolumen konnte hingegen auf 16'104 Tonnen erhöht werden. Innerhalb der Division konnte Bell Frankreich das Volumen und das operative Ergebnis steigern, obwohl der Umsatz rückläufig war. Die Verkaufsorganisation Abraham France wurde in Bell Frankreich integriert und ihr bisheriger Leiter hat die Gesamtführung von Bell Frankreich übernommen. Damit eröffnen sich zusätzliche Absatzchancen innerhalb Frankreichs und im Export. Bei Bell Polen ist der Geschäftsgang weiter positiv und der Ausbau der Produktionskapazitäten verläuft planmässig. Erneut deutliche Fortschritte in der Wertschöpfung erzielte der Bell-Betrieb in Ungarn. Bell Benelux litt unter dem Ausfall eines Handelspartners, ist operativ aber gut auf Kurs. Bei den Novak-Filialen ist trotz der geographischen Konzentration auf Tschechien der Geschäftsverlauf nicht zufriedenstellend. Im Verlauf des ersten Semesters 2015 wurden Massnahmen eingeleitet, um auf die frühere Ertragskraft zurückzukommen.

### **Hilcona erzielt trotz negativen Währungseinflüssen operative Erfolge**

Der Geschäftsgang der Hilcona-Gruppe (Hilcona und Gastro Star) verläuft im Schweizer Markt über Vorjahr. Das Wachstum konnte entsprechend im ersten Halbjahr weitergeführt werden. Der Export in den Euroraum erlitt währungsbedingt einen Rückgang. Die getroffenen Massnahmen zur Kompensation des damit einhergehenden Margenverlustes sind erfolgreich angelaufen.

### **Ausblick**

In der Schweiz sendet der bisherige Verlauf der Grillsaison positive Signale für die zweite Jahreshälfte. Es ist zudem davon auszugehen, dass sich der Geschäftsgang von Hilcona auch im zweiten Halbjahr erfolgreich weiterentwickeln wird. Die eingeleiteten Massnahmen im internationalen Umfeld führen zu weiteren operativen Fortschritten. Das Ergebnis ist abhängig von der Rohstoffpreisentwicklung. Es ist zu erwarten, dass der Preiskampf und der Margendruck im Retailmarkt im zweiten Halbjahr zunehmen werden. Insgesamt geht Bell für die zweite Jahreshälfte von einer weiteren Ergebnisverbesserung gegenüber dem Vorjahr aus.



Kennzahlen Bell-Gruppe	HJ2015	HJ2014	+/-
Erlöse aus Warenverkäufen in 1'000 CHF	1'280'237	1'277'256	+0,2 %
Absatzvolumen in Tonnen	120'366	105'707	+13,9 %
EBITDA in 1'000 CHF in % vom Nettoerlös	90'480 7,2 %	81'564 6,4 %	+10,9 %
EBIT in 1'000 CHF in % vom Nettoerlös	45'457 3,6 %	39'085 3,1 %	+16,3 %
Halbjahresgewinn in 1'000 CHF in % vom Nettoerlös	31'954 2,5 %	27'881 2,2 %	+14,6 %
Nettoinvestitionen in Sachanlagen in 1'000 CHF	45'921	43'836	+4,8 %
Personalbestand FTE	7'816	6'345	+23,2 %
- Schweiz	3'392	3'397	
- Europa	2'584	2'948	
- Hilcona	1'840	-	

## Segmente

### Erlöse aus Warenverkäufen

- Bell Schweiz*	897	917	-2,2 %
- Bell Deutschland*	204	237	-14,3 %
- Bell International*	107	134	-20,4 %
- Hilcona-Gruppe*	88	-	-
- Konsolidierung	-15	-11	

\*in Mio. CHF; inkl. Umsatz mit anderen Bell Divisionen

### Absatzvolumen

- Bell Schweiz*	60'753	60'583	+0,3 %
- Bell Deutschland*	31'550	31'643	-0,3 %
- Bell International*	16'104	15'519	+3,8 %
- Hilcona-Gruppe	14'457	-	-
- Konsolidierung	-2'498	-2'038	

\*in Tonnen; inkl. Absatz mit anderen Bell Divisionen