



Erfolgreiches Geschäftsjahr 2014 für die Bell-Gruppe

Die Bell-Gruppe hat ihre starke Marktstellung weiter ausgebaut. Der Unternehmensgewinn im Geschäftsjahr 2014 ist um 14,5 % auf CHF 87,7 Mio. gestiegen. Der Verwaltungsrat beantragt eine Erhöhung der Dividende um CHF 5 auf CHF 65 pro Aktie.

Die Bell-Gruppe hat sich in einem anspruchsvollen Umfeld gut behauptet. Sortimente mit höherer Wertschöpfung verzeichneten ein erfreuliches Wachstum. Externe Faktoren wie die Witterung und Währungsschwankungen beeinflussten den nominalen Umsatz. Der Umsatz der Bell-Gruppe lag 2014 mit CHF 2,6 Mrd. um 0,9 % unter Vorjahr (-0,5 % währungsbereinigt). Das Absatzvolumen reduzierte sich gegenüber 2013 um 1,1 % auf rund 215'600 Tonnen.

Die Fortschritte bei den wertschöpfungsstarken Sortimenten führten zu einer Erhöhung der Bruttogewinnmarge von 32,1 auf 33,0 %. Der Betriebserfolg vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) erhöht sich um rund CHF 6,5 Mio. auf CHF 196 Mio. Alle Divisionen haben zur Ergebnisverbesserung beigetragen. Der Jahresgewinn ist aufgrund des besseren operativen Ergebnisses sowie einer deutlichen Reduzierung der Finanzierungskosten mit CHF 87,7 Mio. um 14,5 % gestiegen. Auf dieser Basis wird der Generalversammlung beantragt, für das Geschäftsjahr 2014 eine um CHF 5 höhere Dividende von CHF 65 pro Aktie auszurichten.

Bell Schweiz

Bell Schweiz hat den Umsatz um 0,8 % auf CHF 1,86 Mrd. gesteigert. Die Bereiche Seafood, Geflügel und Charcuterie erwiesen sich 2014 als Wachstumstreiber. Das Absatzvolumen ist um 0,9 % auf 121'063 Tonnen zurückgegangen, unter anderem wegen geringerer Industriebelieferungen, dem wetterbedingt schwachen Grillsommer und dem erneut gestiegenen Grenzeinkaufstourismus. Dank der deutlichen Zunahme der Absätze bei den Sortimenten mit höherer Wertschöpfung hat Bell Schweiz wiederum ein gutes Wachstum erzielen können.

Bell Deutschland

Der Umsatz bei Bell Deutschland ist um 2,8 % auf CHF 470 Mio. gesunken. Währungsbereinigt beträgt der Rückgang noch 1,5 %. Die Abnahme ist vor allem auf deutlich tiefere Rohmaterialpreise sowie auf den Sortimentsmix zurückzuführen. Trotz rückläufigem Markt konnten das Absatzvolumen mit 62'570 Tonnen auf Vorjahreshöhe gehalten und somit Marktanteile gewonnen werden. Die Reorganisation der Geschäftsaktivitäten der letzten Jahre, die Harmonisierung der Prozesse und vereinheitlichte IT-Systeme sowie Investitionen in die Verbesserung der Abläufe und Warenflüsse haben kontinuierliche Fortschritte im operativen Bereich ermöglicht.



Bell International

Seit dem 1. Januar 2015 sind die internationalen Aktivitäten der Bell-Gruppe in Frankreich, Benelux, Polen, Ungarn und Tschechien organisatorisch unter Bell International zusammengefasst. Die Division verzeichnete mit CHF 269 Mio. einen um 8,1 % tieferen Umsatz. Währungseinflüsse und die deutlich tieferen Rohmaterialpreise in Europa beeinflussten den nominalen Umsatz. Darüber hinaus wurde das zunehmend unrentable Filialgeschäft in der Slowakei mit rund 30 Verkaufsstellen per 31.12.2014 vollständig eingestellt. Der Absatz ist vor allem aufgrund eigener Bereinigungen wertschöpfungsschwacher Produkte um 3,6 % auf rund 32'000 Tonnen zurückgegangen. Dank der Fortschritte bei der Wertschöpfung und eines erfolgreichen Kostenmanagements ist das Gesamtergebnis der Division besser ausgefallen als im Vorjahr.

Ausblick

In der zweiten Jahreshälfte 2015 rechnet Bell mit steigenden Rohmaterialpreisen in der Schweiz und in Europa. Aufgrund der Aufhebung des Euro-Mindestkurses durch die Nationalbank vom 15. Januar 2015 erwartet Bell in der Schweiz eine weitere Zunahme des Einkaufstourismus. Die Aufhebung des Euro-Mindestkurses wird aufgrund der finanziellen Berichterstattung in Schweizer Franken eine nominale Eigenkapitalschmälerung und einen nominalen Umsatzrückgang bewirken. Die direkten Auswirkungen auf das Ergebnis hingegen werden vernachlässigbar bleiben.

Unabhängig von den externen Faktoren setzt Bell weiter auf die Bereinigung und Fokussierung des Sortiments auf wertschöpfungsstarke Produkte sowie die Nutzung von Synergien innerhalb der Gruppe. Die Optimierung von Organisation und Prozessen wird ebenfalls vorangetrieben, um die Kostenstruktur zusätzlich zu verbessern. Bell wird per 1. Mai 2015 die vereinbarte Option für weitere zwei Prozent an der Hilcona ausüben und wird damit mit 51 % Mehrheitsaktionärin. Ab diesem Zeitpunkt wird Hilcona in die Bell-Gruppe mit einem Jahresumsatz von rund 500 Millionen und mit rund 1'900 Mitarbeiter vollkonsolidiert.

Der vollständige Geschäftsbericht 2014 ist abrufbar unter ([Link](#))

Diese Medienmitteilung ist abrufbar unter ([Link](#))

Bildmaterial und weitere Informationen zur Bell-Gruppe finden Sie unter ([Link](#))

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, Hoppe, ZIMBO und Mōssieur Polette deckt die Gruppe vielfältige Kundenbedürfnisse ab. Zu den Kunden zählen der Detail- und Grosshandel, die Gastronomie sowie die Lebensmittelindustrie. Rund 6'300 Mitarbeiter erwirtschafteten 2014 einen konsolidierten Warenumsatz von CHF 2,6 Mrd. Bell ist an der Schweizer Börse kotiert.

Für ergänzende Auskünfte:

Medienstelle Bell AG
Tel. +41 58 326 3030; media@bellfoodgroup.com
Bell AG, Postfach 2356, 4002 Basel, Schweiz