



Medienmitteilung

Basel, 09. August 2012

Bell-Gruppe behauptet sich in einem schwierigen Umfeld

Die Bell-Gruppe hat im ersten Halbjahr 2012 das Absatzvolumen in einem schwierigen Umfeld halten können. Der Warenumsatz sank aufgrund durchschnittlich tieferer Verkaufspreise. Das Halbjahresergebnis liegt unter Berücksichtigung von Sondereinflüssen auf Vorjahreshöhe. Bell rechnet für Gesamtjahr 2012 mit einem operativen Jahresergebnis im Rahmen des Vorjahres.

Das Absatzvolumen ist über die ganze Gruppe mit rund 110'000 Tonnen stabil geblieben. Der Warenumsatz ist mit CHF 1,23 Milliarden um 1,7 Prozent tiefer ausgefallen als im Vorjahr. Grund dafür waren vor allem durchschnittlich tiefere Verkaufspreise sowie eigene strategische Sortimentsanpassungen. Der Bruttogewinn ist um gut 4 Millionen auf CHF 401 Millionen gestiegen. Durch die vollständige Integration des Schlachthofes Basel sind rund CHF 9 Millionen zusätzlich in den Bruttogewinn eingeflossen, während die tieferen Verkaufspreise den Bruttogewinn negativ beeinflussten. Die Personalkosten sind aufgrund von Konsolidierungseffekten höher als in der Vergleichsperiode. Der Schlachtbetrieb Basel sowie die Betriebe Hoppe (Fleisch-Convenience) und Kocherhans (Bündner Spezialitäten) sind erstmals das ganze Semester in der Rechnung abgebildet. Durch die langen Reifezeiten der Bündner Spezialitäten werden die ersten Warenabsätze erst im zweiten Halbjahr 2012 anfallen. Der Personalbestand beträgt per Ende Juni 6'511 Mitarbeiter (+146). Davon arbeitet rund die Hälfte in der Schweiz.

Das operative Ergebnis auf Stufe EBITDA fällt mit CHF 78,9 Millionen rund 5 Prozent oder CHF 4,1 Millionen unter dem Vorjahr aus. Der Rückgang ist durch die einmalige Rückstellung in Höhe von CHF 6 Millionen für die Schliessung des Standortes Bochum begründet. Bereinigt um die Sondereinflüsse liegt der EBITDA auf Vorjahreshöhe. Der Unternehmensgewinn liegt mit CHF 25,1 Millionen um 1,7 Millionen unter Vorjahr.

Bell Schweiz weiter auf Erfolgskurs

Bei Bell Schweiz ist der Warenumsatz mit CHF 863 Millionen um 0,8 Prozent gesunken. Dieser nominale Rückgang ist auf durchschnittlich 3,6 Prozent tiefere Verkaufspreise zurückzuführen. Die Absatzvolumen sind derweil um 2,5 Prozent auf 61'305 Tonnen (+1'469 t) gewachsen. Dies ist bemerkenswert, ist doch das mengenmässige Marktvolumen in der Schweiz nach Bell-Schätzungen um rund 2 Prozent gesunken. Die Fleischgewinnung hat bei den Schlachttieren um 1,1 Prozent auf 50'765 Tonnen, beim Geflügel um 4,4 Prozent auf 12'437 Tonnen zugenommen. Das Wachstum ist erneut beim Schweizer Fleisch angefallen. Die Nachfrage nach inländischem Fleisch ist weiter angestiegen. Gleichzeitig ist der Importanteil nochmals deutlich zurückgegangen. Tendenziell tiefer sind die Umsätze



im Absatzkanal Detailhandel und Lebensmittelindustrie ausgefallen, während die Absätze im Gastronomiekanal zugelegt haben. Nach einem generell guten Start im 1. Quartal 2012 haben die schlechten Wetterverhältnisse den Absatz der Grillsortimente zurückgebunden.

Bell Deutschland im Zeichen der Konsolidierung

Die Rohmaterialpreise bewegten sich im ersten Halbjahr nach wie vor auf einem sehr hohen Niveau. Vereinzelt konnte man Preisanpassungen im Markt umsetzen, die Lage bleibt aber sehr angespannt. Der Warenumsatz bei Bell Deutschland (inkl. Betrieb Spanien) ist um 1,1 Prozent auf CHF 231 Millionen gesunken. In Lokalwährung resultiert ein Zuwachs von 4,3 Prozent. Das Absatzvolumen ist mit 31'445 Tonnen 0,6 Prozent unter Vorjahreshöhe. Zulegen konnte Bell vor allem beim Rohschinken, während Brühwurst und Rohwurst aufgrund von eigens ausgelösten strategischen Sortimentsanpassungen unter Vorjahr liegen. Mit der Bereinigung der Sortimente konzentriert sich Bell vor allem auf die wertschöpfungsintensiven Produkte.

Bell Frankreich mit gutem Wachstum

Die Absatzentwicklung der Rohwurst- und Schinkensortimente in Frankreich verlief im ersten Halbjahr mit einem Wachstum von 6,4 Prozent auf 6'852 Tonnen erfreulich. Der Warenumsatz wuchs um 2,1 Prozent auf CHF 53 Millionen. In Lokalwährung ist der Umsatz um 7,6 Prozent gestiegen. Sowohl die Sortimente für die Selbstbedienung wie auch die Produkte für die Bedientheken haben sich gut entwickelt. Weiter problematisch sind die sehr hohen Rohmaterialpreise beziehungsweise die Schwierigkeiten, notwendige Preiserhöhungen im Markt umzusetzen.

Bell International mit unterschiedlichen Vorzeichen

Die Aktivitäten von Bell International haben sich je nach Land unterschiedlich entwickelt. In Polen verlaufen die Geschäfte planmässig, auch wenn Währungsschwankungen nach wie vor absorbiert werden müssen. In Ungarn konzentriert sich Bell aufgrund der anhaltend schwachen Konjunktur auf Effizienzverbesserungen und auf profitable Sortimente. Das Filialgeschäft in Tschechien, Slowakei und Rumänien liegt infolge der kontinuierlichen Expansion über Vorjahr. In den Benelux-Ländern musste der Absatzverlust einer Warengruppe verkraftet werden. Vor allem wegen Letzterem ist der Warenumsatz von Bell International um 12,6 Prozent auf CHF 87 Millionen zurückgegangen. In Euro umgerechnet beträgt der Rückgang 7,9 Prozent. Gesamthaft hat Bell International 10'380 Tonnen abgesetzt (-13,3 Prozent).

Ausblick

Im zweiten Halbjahr wird die Reorganisation der internationalen Aktivitäten konsequent weitergeführt, um die Basis für weiteres profitables Wachstum zu legen. Bei einem stabilen Marktumfeld im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres rechnet Bell mit einem operativen Jahresergebnis im Rahmen des Vorjahres.



Kennzahlen Bell-Gruppe – 1. Halbjahr

	HJ 2012	HJ 2011
Erlöse aus Warenverkäufen in 1'000 CHF	1'234'019	1'255'097
- Schweiz	863'324	870'420
- Europa	370'695	384'677
Absatzvolumen in Tonnen	109'982	109'877
- Schweiz	61'305	59'836
- Europa	48'677	50'041
EBITDA in 1'000 CHF	78'902	83'048
Halbjahresgewinn in 1'000 CHF	25'085	26'805
Investitionen in Sachanlagen in 1'000 CHF	39'653	27'276
	per 30.06.2012	per 31.12.2011
Eigenkapital in 1'000 CHF	624'173	626'583
in % vom Gesamtvermögen	49,1 %	50,0 %
Halbjahresgewinn je Aktie in CHF	63	68
Ø Personalbestand (FTE)	6'259	6'062
- Schweiz	3'247	3'113
- Europa	3'012	2'949

Der vollständige Halbjahresbericht ist unter <http://www.bell.ch/investor-relations/geschaeftsberichte.aspx> und die Medienmitteilung unter <http://www.bell.ch/medien/medienmitteilungen.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, Mòssieur 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 2011 einen konsolidierten Warenumsatz von 2,52 Mrd. CHF. Bell ist an der Schweizer Börse kotiert.

Für ergänzende Auskünfte: Davide Elia, Leiter Marketing/Kommunikation
Tel. +41 61 326 2212; davide.elia@bell.ch
Bell AG, Postfach 2356, 4002 Basel, Schweiz