

---

# Investor Day 2022

Wir gestalten Zukunft

Leading in Food

19.05.2022 | Bell Food Group Investor Day 2022

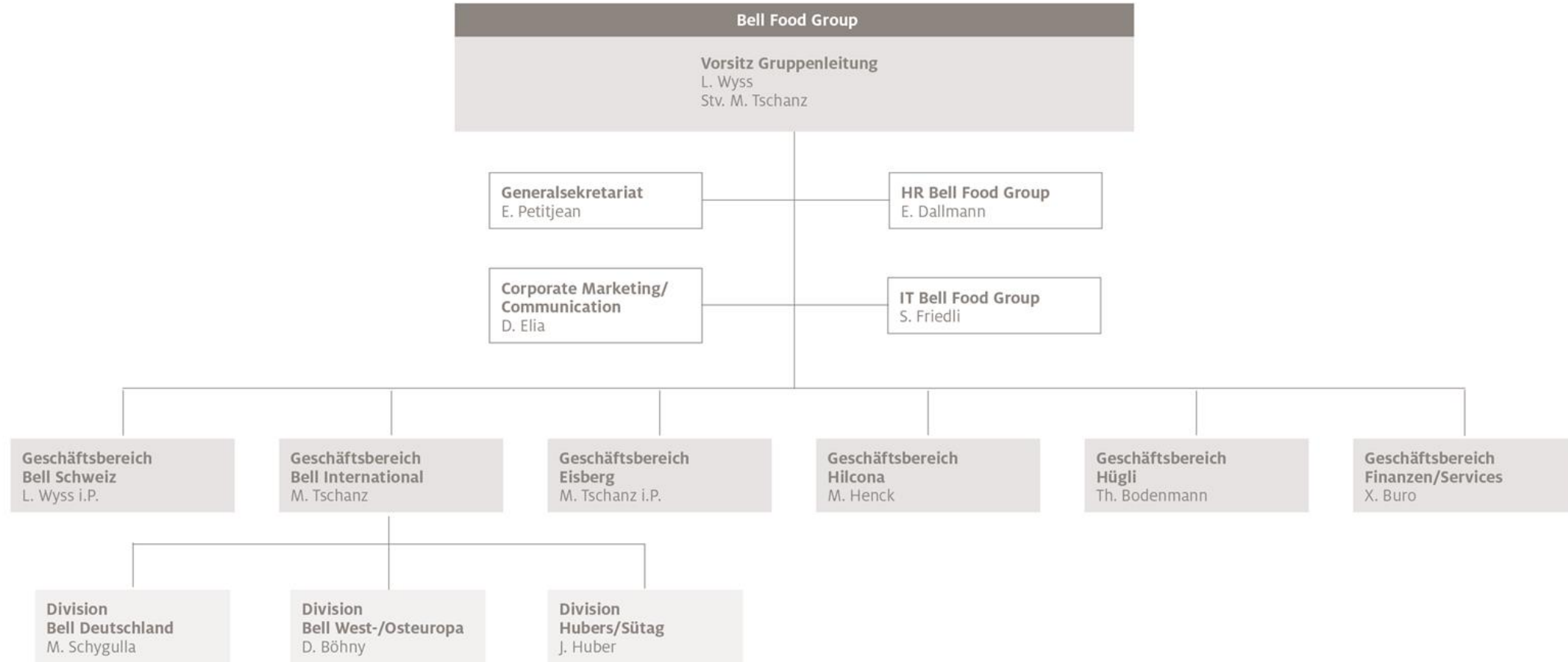


Dieses Dokument stellt weder ein Angebot zum Verkauf noch eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren dar. Es ist weder ein Angebot, ein öffentliches Angebot oder ein Prospekt im Sinn von Artikel 3 und 35 ff. des Bundesgesetzes über die Finanzdienstleistungen (FIDLEG) noch ein Kotierungsprospekt im Sinn der Kotierungsregeln der SIX Swiss Exchange. Kopien dieses Dokuments dürfen nicht in oder aus Jurisdiktionen versandt oder anderweitig verteilt werden, wo dies von Gesetzes wegen eingeschränkt oder verboten ist.

Sofern festgestellt werden würde, dass dieses Dokument ein Angebot, ein öffentliches Angebot, ein Prospekt, ein Basisinformationsblatt oder eine ähnliche Mitteilung gemäss FIDLEG darstellt, sei darauf hingewiesen, dass die Bell Food Group AG mit der erforderlichen Sorgfalt die ihr vorhandenen Informationen ausgewertet, zusammengefasst und dargestellt hat. Zudem enthält dieses Dokument bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen. **Solche in die Zukunft gerichtete Aussagen, Pläne, Ziele, Schätzungen und Strategien unterliegen bekannten und unbekannten Risiken, Ungewissheiten und anderen Faktoren, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Finanzlage, die Entwicklung oder sonstige für Investoren relevante Aspekte des Unternehmens (möglicherweise wesentlich) von denjenigen abweichen, die in diesen Aussagen, Plänen, Zielen, Schätzungen und Strategien ausdrücklich oder implizit angenommen und/oder dargestellt werden. Vor dem Hintergrund dieser Ungewissheiten darf und kann man sich nicht auf solche in die Zukunft gerichtete Aussagen Pläne, Ziele, Schätzungen und Strategien verlassen.**

Die Bell Food Group AG übernimmt keinerlei Haftung und auch nicht die Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen, Pläne, Ziele, Schätzungen und Strategien gegenüber Investoren oder der weiteren Öffentlichkeit zu aktualisieren oder an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.

# Neue Organisation ab 1. Mai 2022



# Strategie 2021–2025

Leading in Food –

Führungsposition strategisch weiter ausbauen.



Unser Ziel ist es, mit Freude, Kompetenz und Verantwortungsbewusstsein eines der führenden Food-Unternehmen Europas zu sein.



**Wir lieben Genuss.**

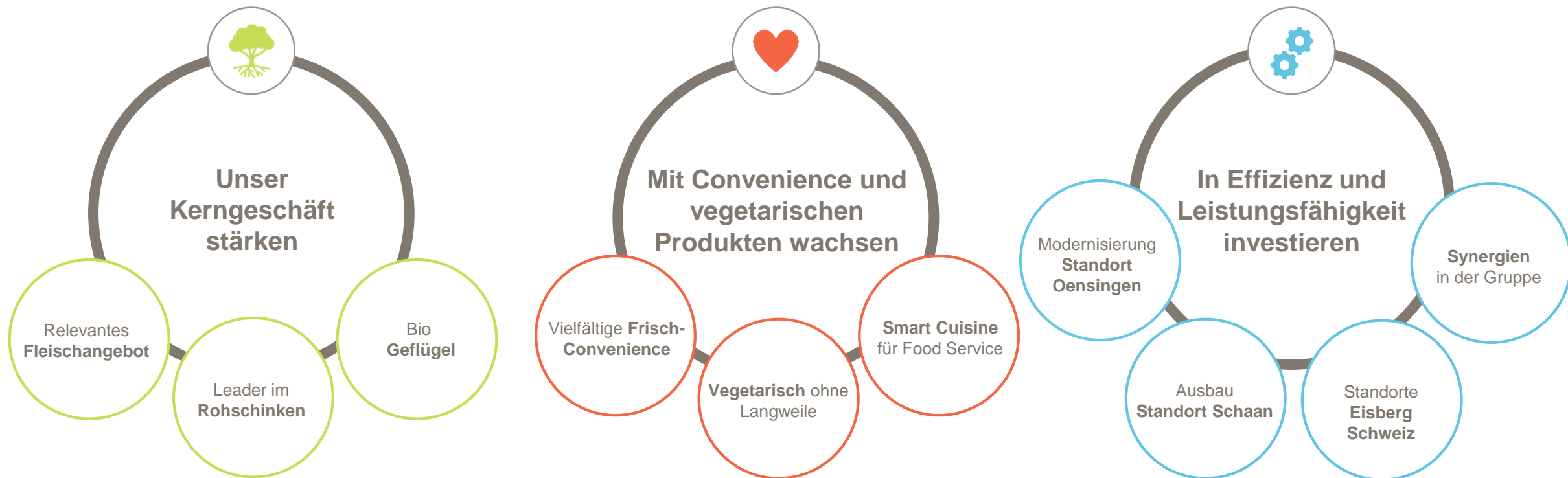


**Wir gestalten Zukunft.**



**Wir leben Verantwortung.**

## Wir gestalten Zukunft.



> Langfristig Ertragskraft und Leistungsfähigkeit sichern



# ESG und Nachhaltigkeitsengagement

## Wir leben Verantwortung.

## Wir leben Verantwortung – die neue Nachhaltigkeitsstrategie 2026+

Allgemein höheres Ambitionsniveau festgelegt und Orientierung an wissenschaftsbasierten Zielsetzungen sowie internationalen Vereinbarungen und Rahmenwerken



**Wir leben  
Verantwortung.**

Bedeutende  
Themenfelder

Wasser

Entsorgung und Verwertung

Ökosysteme

Tierwohl

Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz

Anstellungsbedingungen

Governance

Treibhausgasemissionen und Energie

0

### Klimaneutralität

THG-neutral in Scope 1-2 bis 2035  
und in Scope 1-3 bis 2050

< 1 %

### Food Waste

Betriebsbedingter Food Waste bis  
2026

> 50 %

### Verpackungen

Recyclingfähigkeit der  
Verpackungen bis 2026

-10 %

### Wasserverbrauch

Reduktion Wasserverbrauch in  
Nichttrisikogebieten bis 2026

> 60 %

### Tierwohllabel

Tierische Rohstoffe aus der Schweiz  
mit einem Tierwohllabel zertifiziert  
bis 2026

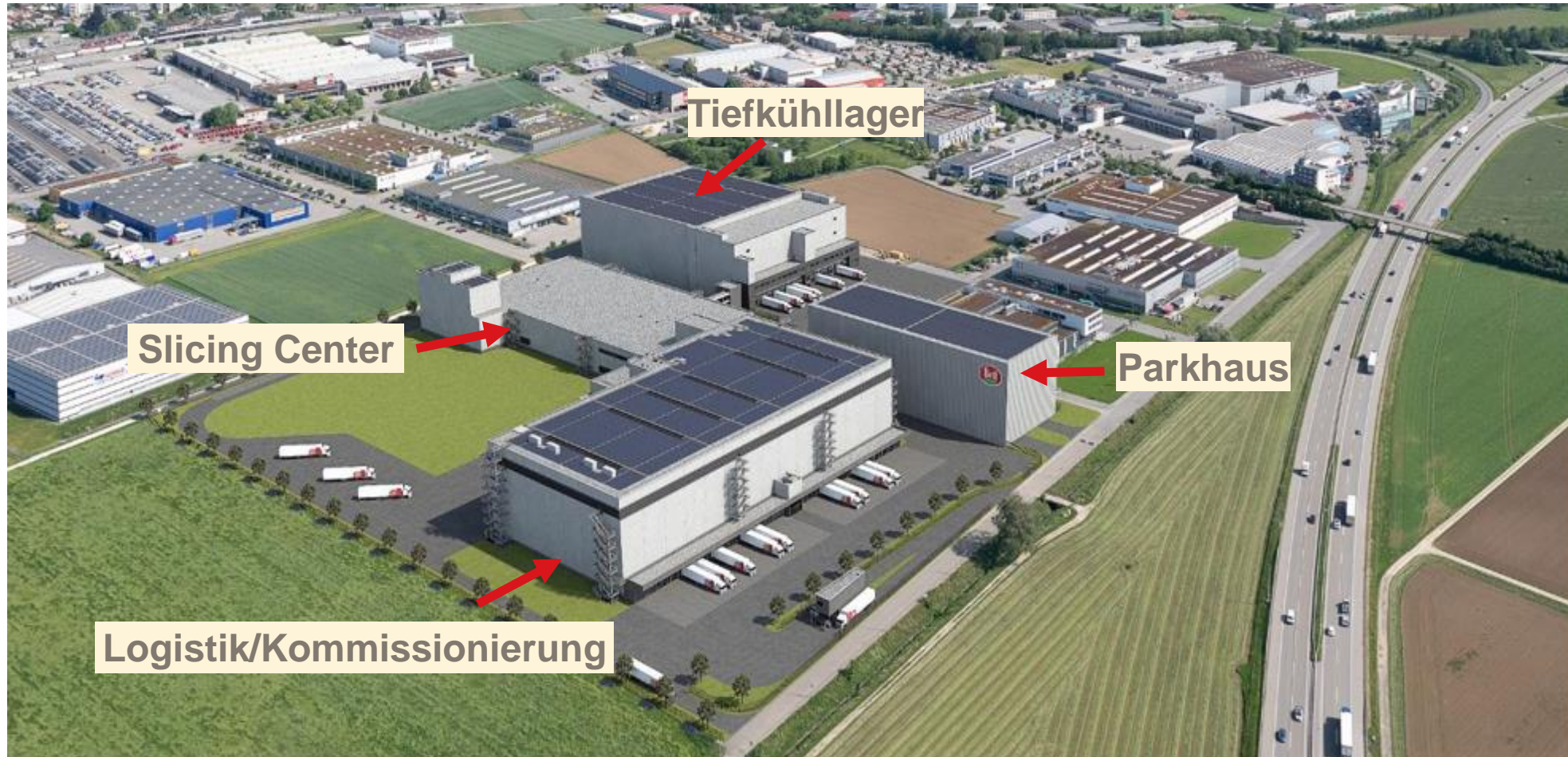
> 370 Mio.

### Bio-Umsatz

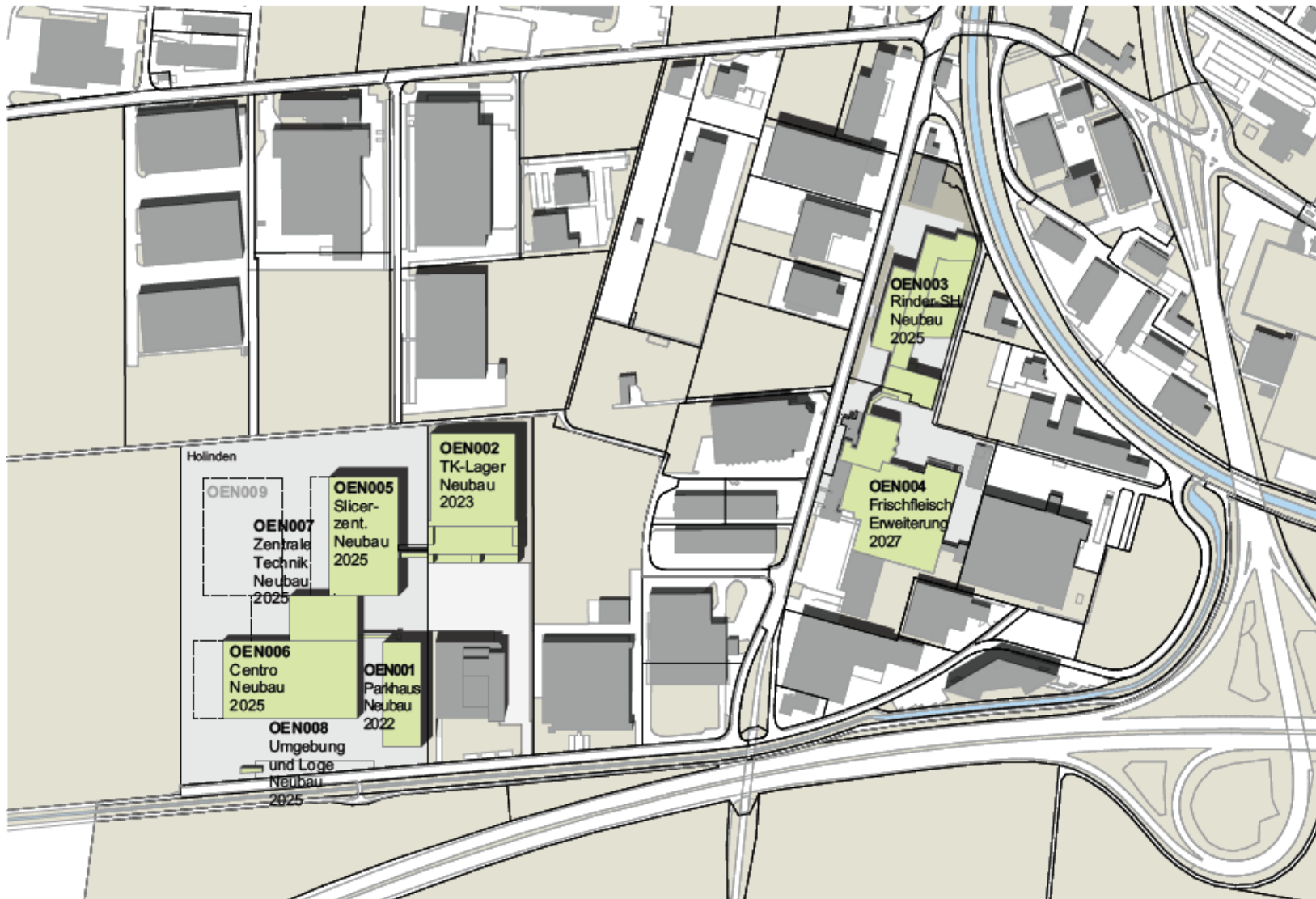
Umsatz mit Bioprodukten in CHF Mio.  
bis 2026

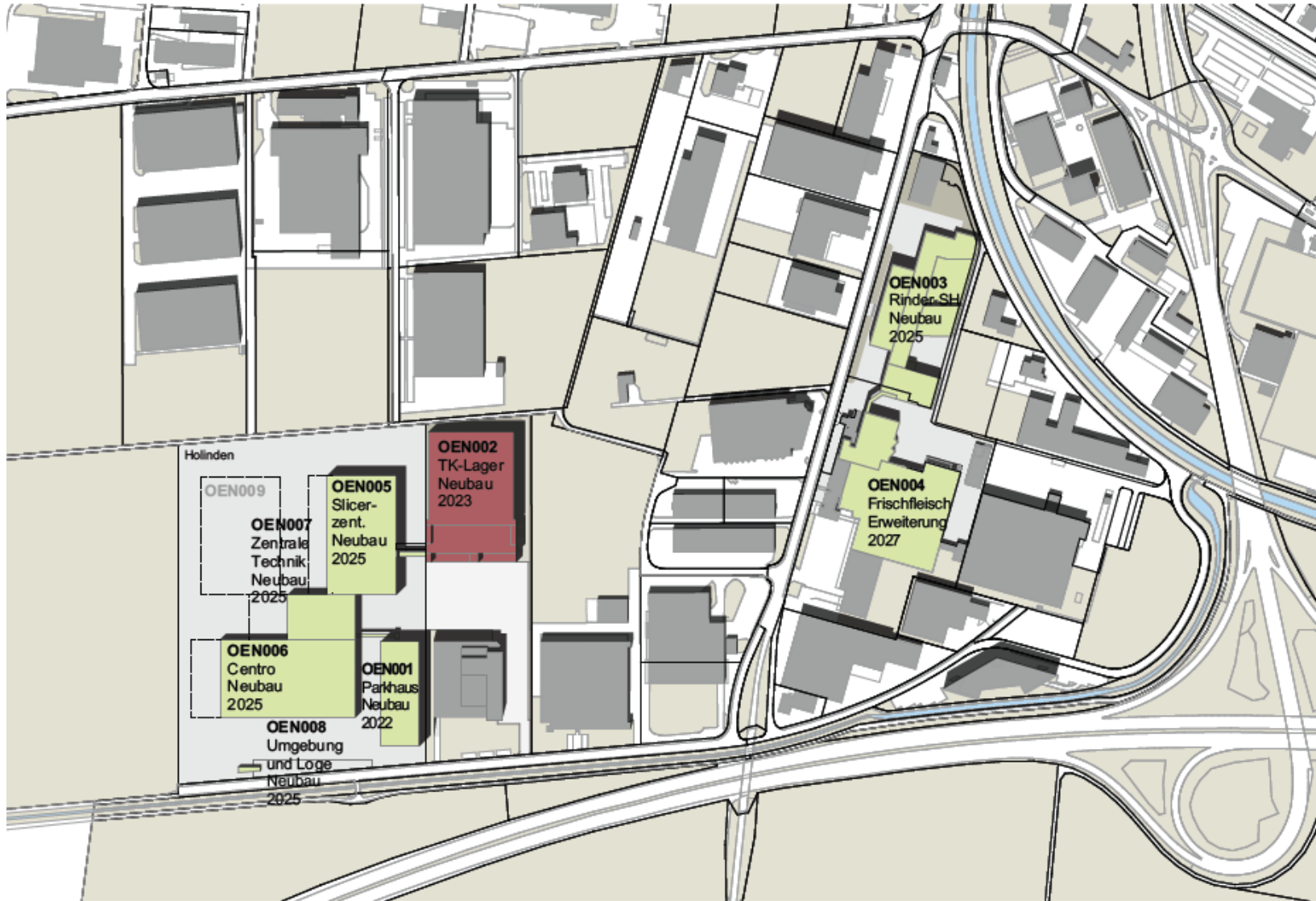
# Geschäftsbereich Bell Schweiz

## Kerngeschäft und Ertragskraft sichern.

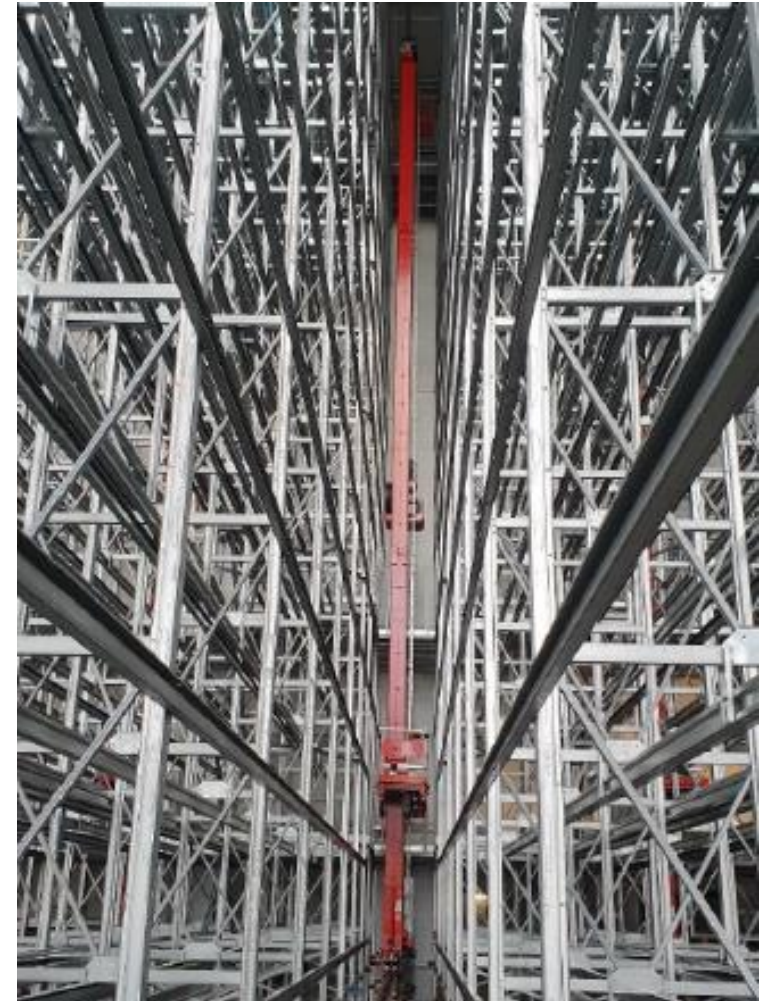














## Investitionsprogramm Bell Schweiz – Tiefkühlager

Modernisierung  
Standort  
Oensingen

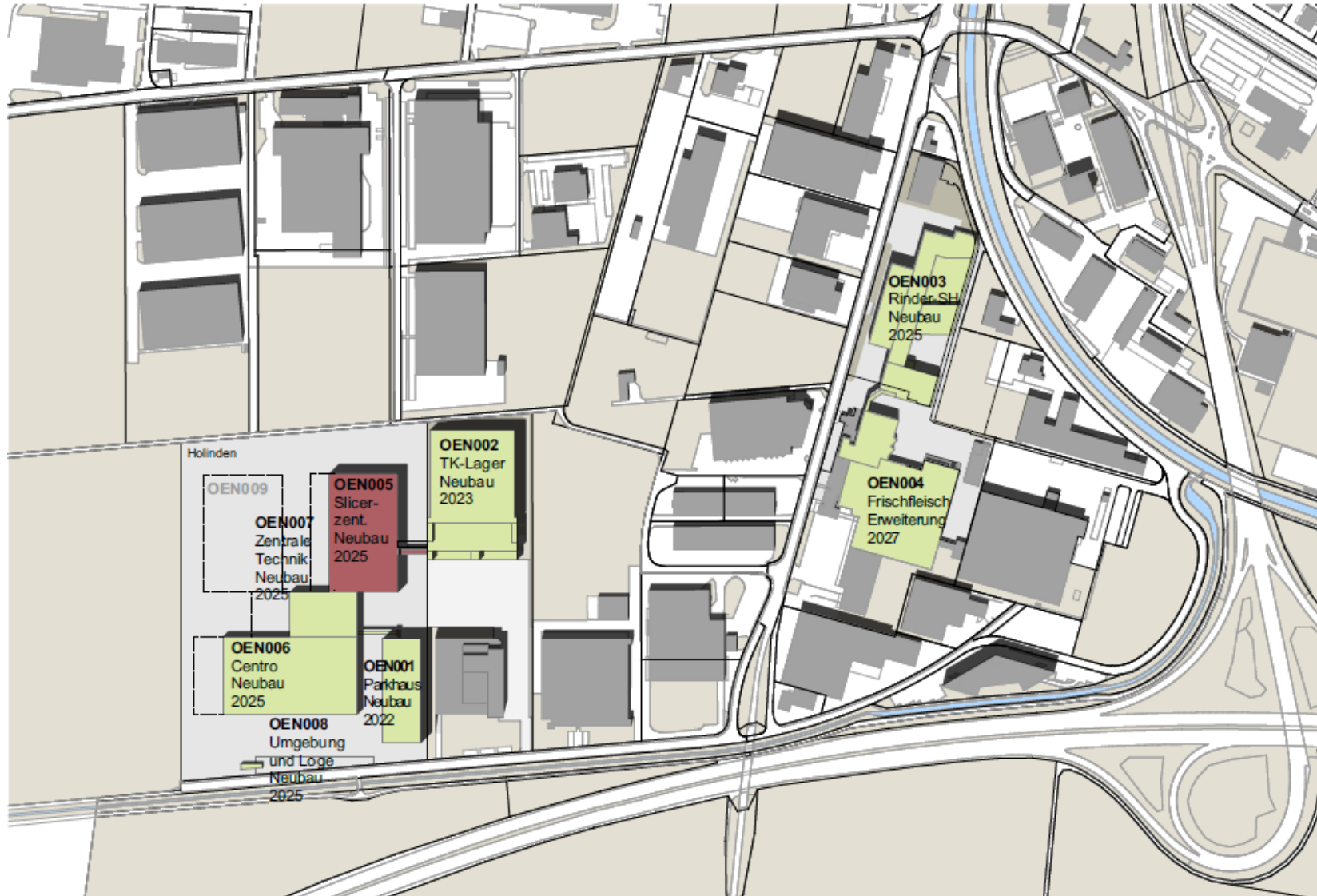
Neues  
TK-Lager

- Neues Tiefkühl-Lagerhaus für rund 34'000 Palettenplätze; Klimatisierung auf -24°
- Bereits ausgelastet; rund 60 % durch Bell und rund 40 % durch externe Kunden
- Bau grösstenteils abgeschlossen; ab Mai 2022 Programmierung und Tests; Start Kühlung Q1/2023 und ab Q2/2023 Beginn Einlagerungen

### Wichtige Benefits:

- Reduktion der dezentralen, externen und internen Lager von 8 auf ein zentrales Lager
- Voll automatisierte Fördertechnik erlaubt höheren Warenumschlag
- Akklimatisierung mit Radiowellentechnologie zum Auftauen innert 40 Minuten statt wie bisher 2 Tage
- Insgesamt Reduktion Energieverbrauch um rund 50 %
- Mit gleichem Personalbestand das doppelte Volumen









Modernisierung  
Standort  
Oensingen

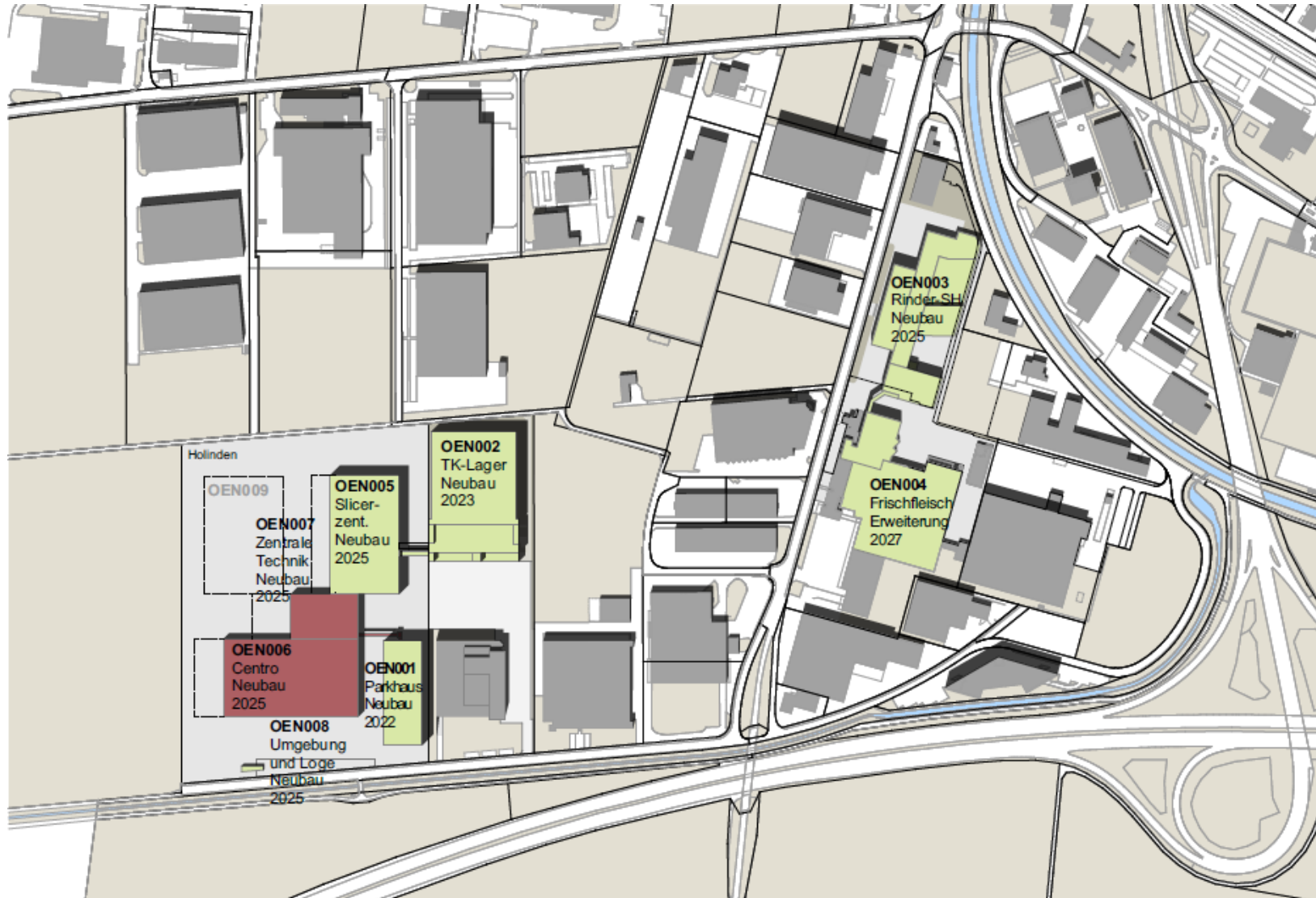
- Konzentration der Arbeiten für geschnittene Charcuterie von Basel und Cheseaux ins neue Slicing Center Oensingen
- Bauarbeiten gestartet; Inbetriebnahme geplant 2025

Slicing Center

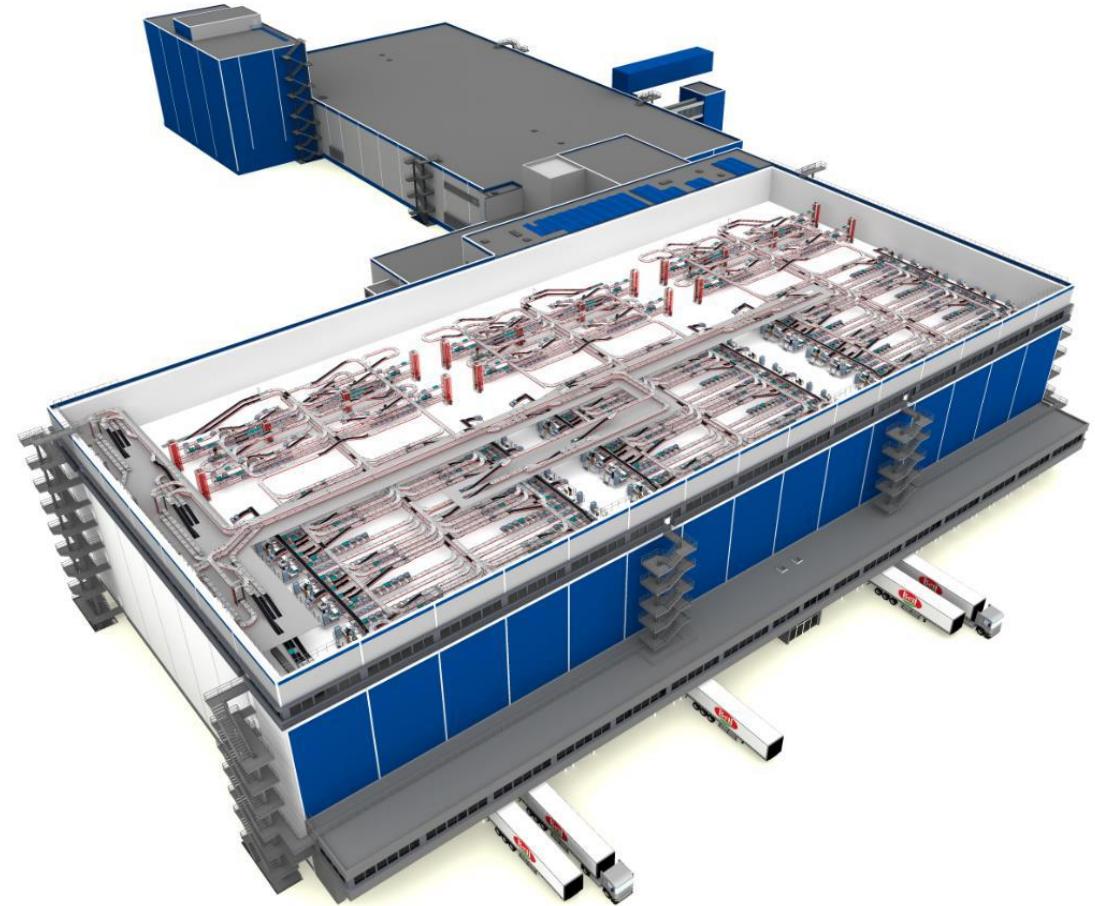
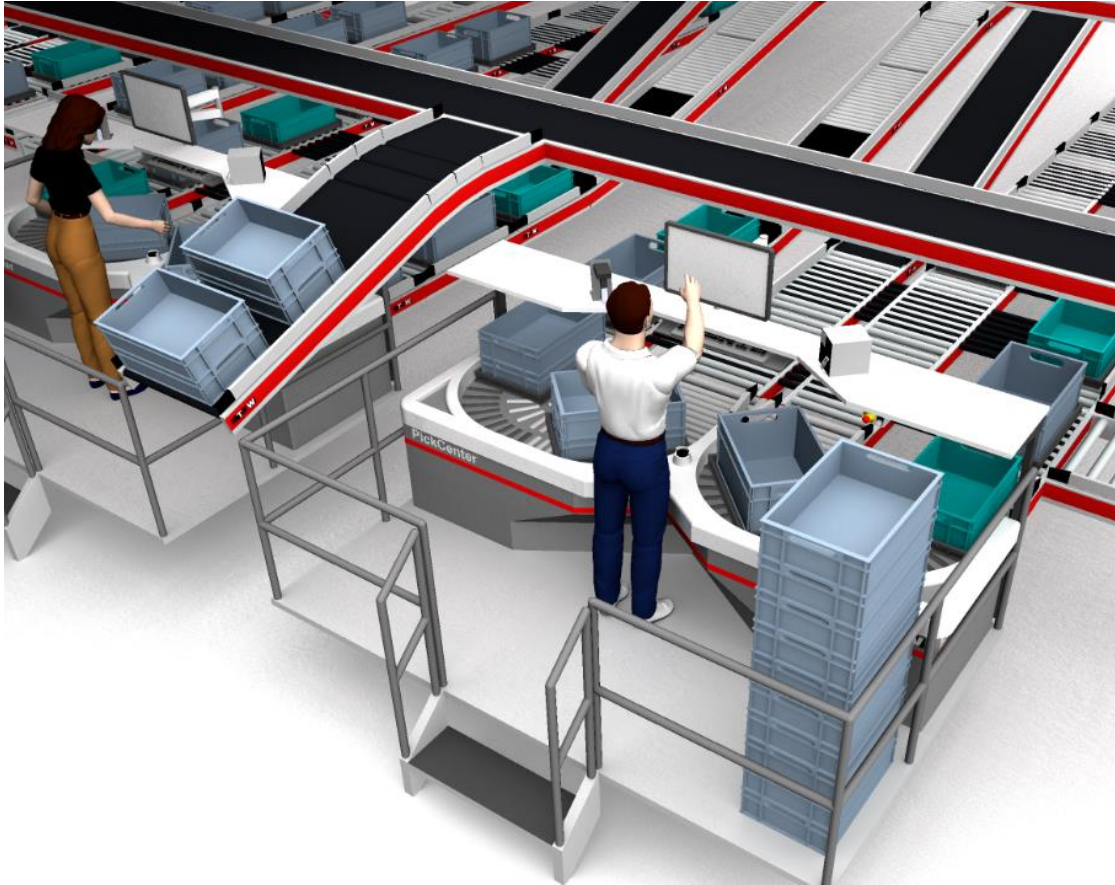
### Wichtige Benefits:

- Reduktion der Slicinganlagen von 16 auf 8 leistungsstarke Linien – dadurch effizientere Bewirtschaftung der Linien
- Automatisierte Fördertechnik und Intralogistik reduzieren bisherige manuelle Arbeitsschritte
- Ideale Platzverhältnisse für längere Linien; erlaubt den Einsatz von neuen Technologien zur Qualitätssicherung und Automation









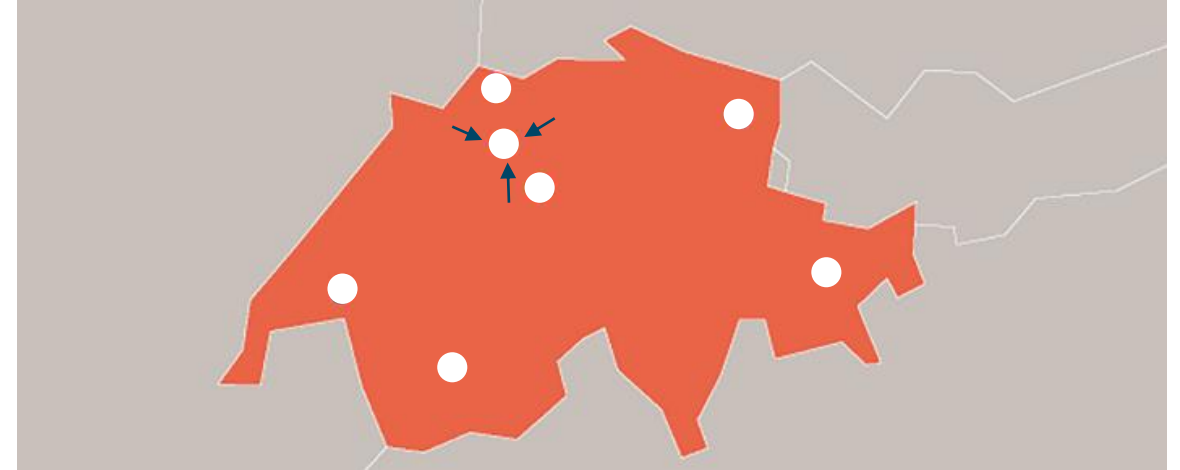
Modernisierung  
Standort  
Oensingen

Zentrale  
Logistik und  
Kommissionierung

- Neubau für zentralisierte Logistik und Kommissionierung am Standort Oensingen
- Kommissionierung von 6 Standorten werden im neuen Betrieb in Oensingen konzentriert
- Bauarbeiten gestartet; Inbetriebnahme geplant für 2025

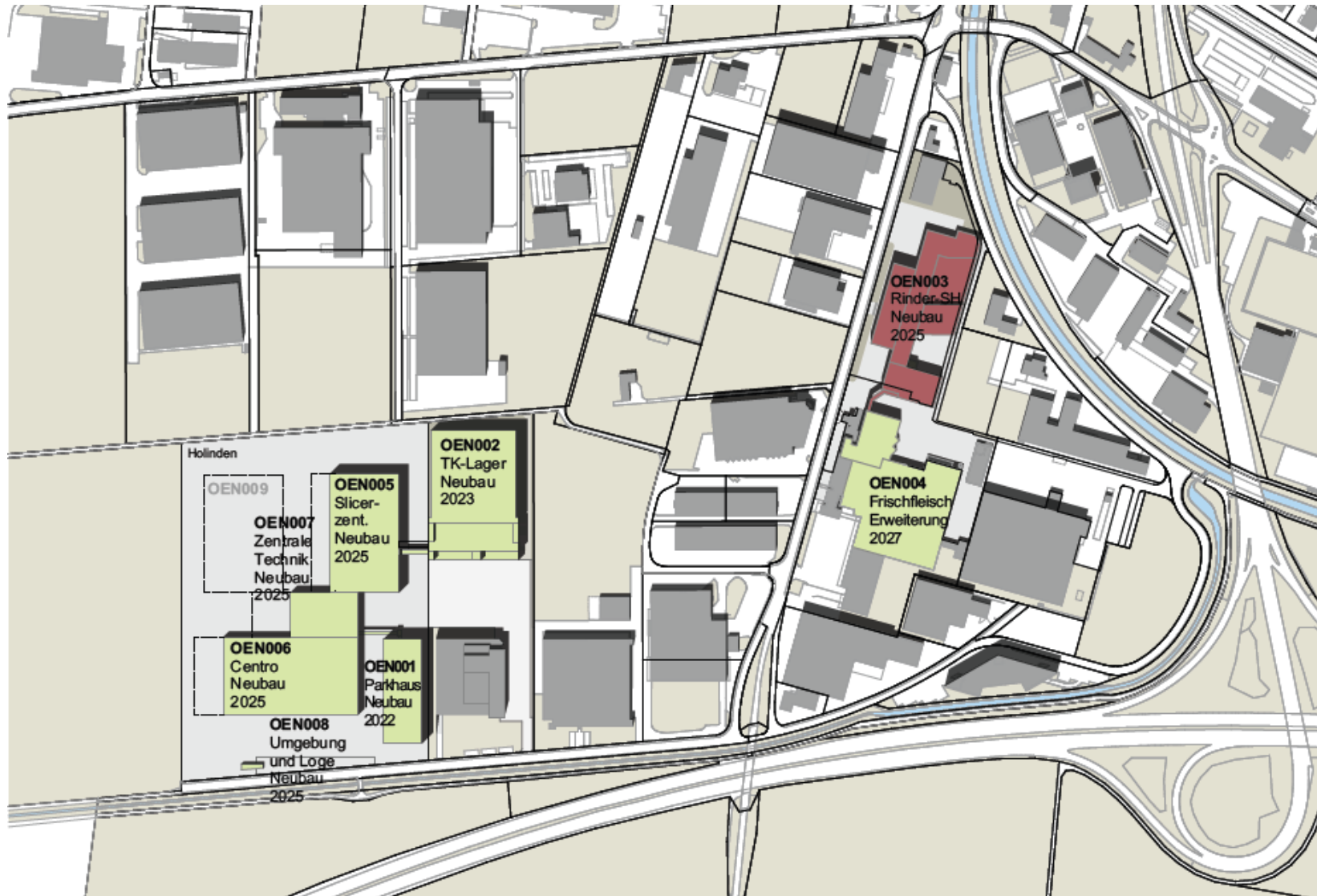
### Wichtige Benefits:

- Als Einziger in der Schweiz filialkommissionierte Logistik über mehrere Warengruppen
- Die Konzentration auf einen Standort ermöglicht einen höheren Durchsatz und effizienterer Unterhalt
- Kürzester Bestell-Liefer-Rhythmus – Läden haben einen halben Tag mehr Zeit bis zur Bestellung und damit weniger Liquidationen/Food Waste beim Kunden
- Vereinheitlichung der Produktionsplanung zur Optimierung Lagerbestände und Produktionslose

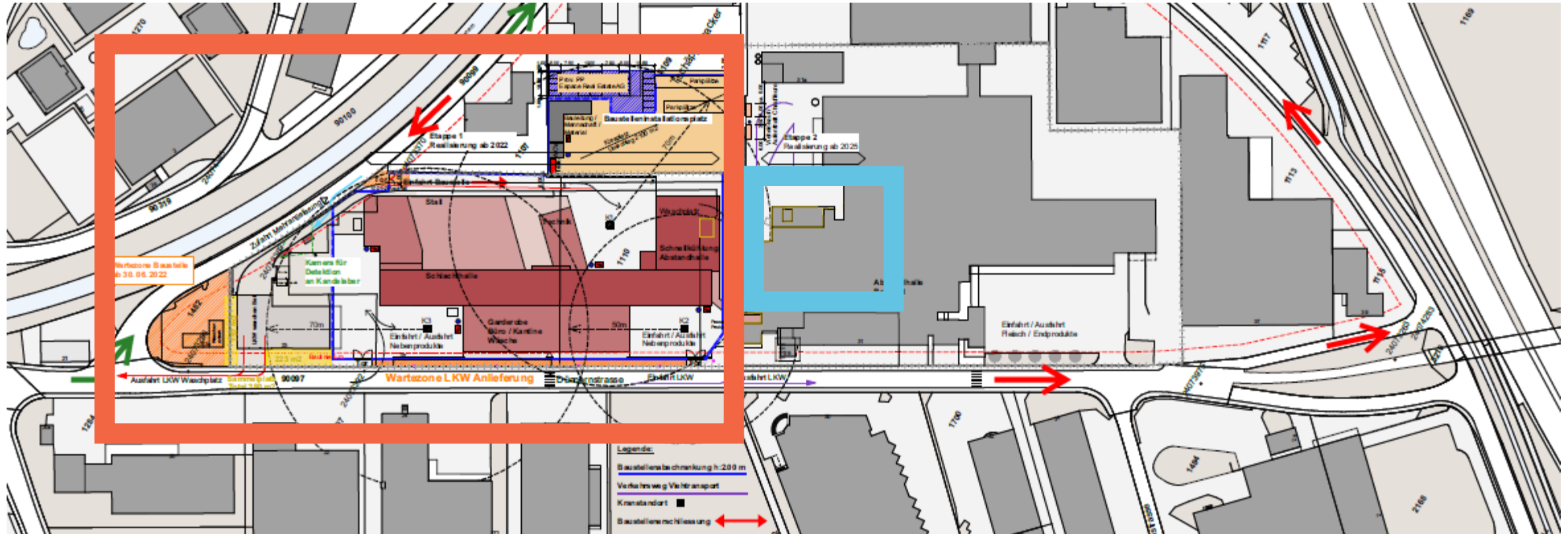




## Investitionsprogramm Bell Schweiz – Neuer Schlachtbetrieb







Neuer Schlachtbetrieb

Bestehender Betrieb

Modernisierung  
Standort  
Oensingen

Neuer  
Schlachthof

- Erneuerungsbau Rinderschlachtbetrieb
- Erhöhung Kapazität von 650 auf 1'000 Tiere pro Tag; deutliche Optimierung Prozesse
- Bauarbeiten gestartet; Inbetriebnahme geplant für 2025

## Wichtigste Benefits

- Verbesserung Tierwohl bei Entladung und Zutrieb durch bauliche Vorkehrungen, Geräuschreduktion sowie optimale Luft- und Lichtverhältnisse
- Geringerer Energieverbrauch und Einsatz von Regenwasser für Reinigung Transportfahrzeuge und Stallungen
- Schonende Abkühlung der Schlachttierkörper über drei Klimazonen für eine bessere Fleischqualität
- Steigerung Produktivität von 60 Tiere/h auf 120 Tiere/h (internationaler Standard)



# Geschäftsbereich Bell International

## Führend bei Rohschinken und Bio-Geflügel.

## Reorganisation Bell International – höhere Profitabilität dank Fokussierung



**2019**

Verkauf des Deutschen  
Wurstwarengeschäftes  
an die Zur Mühlen  
Gruppe



**2020**

Verkauf des  
Produktionsstandortes  
in Ungarn an die Spar  
Ungarn



**2021**

Kauf einer Minder-  
heitsbeteiligung am  
führenden spanischen  
Slicer System Lonch



**2020**

Verkauf des  
Betriebs Saint-  
André in  
Frankreich an  
französischen  
Hersteller Isla  
Délice



**2020**

Verkauf der  
Logistikaktivitäten  
in Belgien an den  
niederländischen  
Logistiker Kivits-  
Drunen



**2020**

Verkauf des  
Schinkenwerkes  
in Belgien an den  
belgischen  
Fleischwaren-  
hersteller De  
Keyser



**2022**

Verkauf der  
Handels-  
gesellschaft Zimbo  
Romania an ein  
lokales Handels-  
unternehmen

### Bell Deutschland

- Nr.1 für Rohschinken in Deutschland
- Leader bei Innovationen und Verpackungstechnologien
- Starke Position mit drei Werken in Spanien

### Hubers/Süttag

- Grösster Bio Produzent in Europa
- Einziger Vollsortimentsanbieter im Süden Deutschlands und in Österreich
- Vorreiter-Rolle im Bereich Tierwohl

### Bell Ost-/Westeuropa

- Spezialitäten Betriebe in Frankreich und Polen
- Fokussierung auf rentable Sortimente und Kundenkanäle
- Steigender Exportanteil





## Umsatzentwicklung Serrano

MAT Dezember 2021 vs. Vorjahr

Bei Serrano-Schinken wächst die Marke Abraham unverändert stärker als der Markt.

<b>Umsatz SB-Serrano</b> Gesamt	+3,8%
<b>Umsatz SB-Serrano</b> Abraham	+9,8%

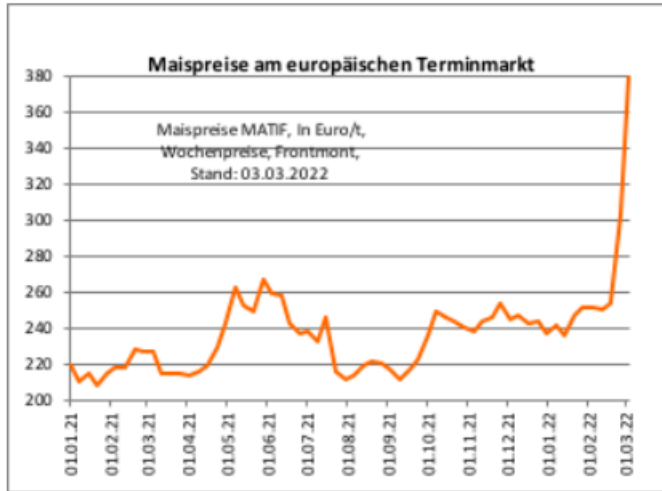


## Umsatzentwicklung Schwarzwälder Schinken

MAT Dezember 2021 vs. Vorjahr

200g-Packungen sind unverändert das größte Einzelsegment, während die kleineren Packungsgrößen, insbesondere 80g-Faltpackungen, deutlich gewinnen.





Quelle: [www.agrarheute.com](http://www.agrarheute.com)



Steigerung Umsatz 2021 mit Hähnchen  
um **13.3 %** gegenüber Vorjahr

Hähnchen Mastplätze 2021 deutlich erhöht  
gegenüber Vorjahr:

- Konventionell +4 %
- Bio +18 %



Steigerung Umsatz 2021 der  
Sütag im Retail um **18 %**  
gegenüber Vorjahr





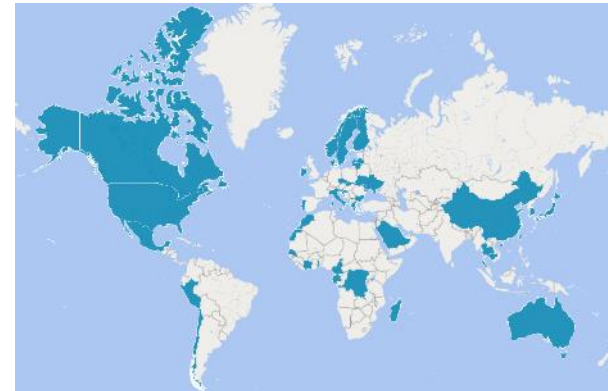
Dezentrale Standorte bevorzugt, um **lokale Produkte** herzustellen; Stärkung regionaler Marken



**Rund 30 % Marktanteil** bei geschnittener Salami in Polen



Kontinuierliche Erhöhung Exportanteil; heute **Export in über 50 Länder** auf der ganzen Welt



# Geschäftsbereich Eisberg

## Mit Frisch-Convenience wachsen.





**460**

Mitarbeiter/innen  
am Standort Marchtrenk

**24.000m<sup>2</sup>**

Produktionsfläche

**19**

teil- und  
vollautomatisierte Linien

**400 m<sup>2</sup>**

Forschungs- und  
Entwicklungszentrum

## Zertifikate

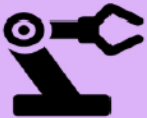


4 → 2

Konsolidierung der  
Produktionsstandorte



Erhöhte  
Hygieneanforderungen



Automatisierung / Ausbau  
Kapazitäten



Aufbau eines  
Innovationszentrums  
in der Westschweiz



Ausbau Wachstum der Category  
zusammen mit Coop, Transgourmet  
und sämtlichen Kunden

# Geschäftsbereich Hilcona

## Wachstumstreiber vegetarische Produkte.



## Sortimente



Sandwiches



Salate/Müesli



Mahlzeiten



Plant Based



Pasta



Haltbare Convenience

## Marke und Eigenmarke



Betty Bossi



## Kunden



### Retail

Discount  
Vollsortimenter  
Convenience Shops



### Foodservice

Systemgastronomie  
Gastronomie  
Gemeinschaftsverpflegung



### Industrie



### Impulsmärkte

## Werkentwicklungsplan Schaan – gute Perspektiven für die Zukunft



Situation vor Baustart 2019

### Standort organisch über Jahrzehnte gewachsen

- Keine verfügbaren Reserveflächen für neue Sortimente
- Hoher Sanierungsbedarf
- Schlecht genutzte eingeschossige Flächen
- Ineffiziente Intralogistik
- Grosse Aussenlager mit hohem Aufwand
- Langfristige Entwicklung des Areals nicht sichergestellt



Situation nach Abschluss Werkentwicklung 2026

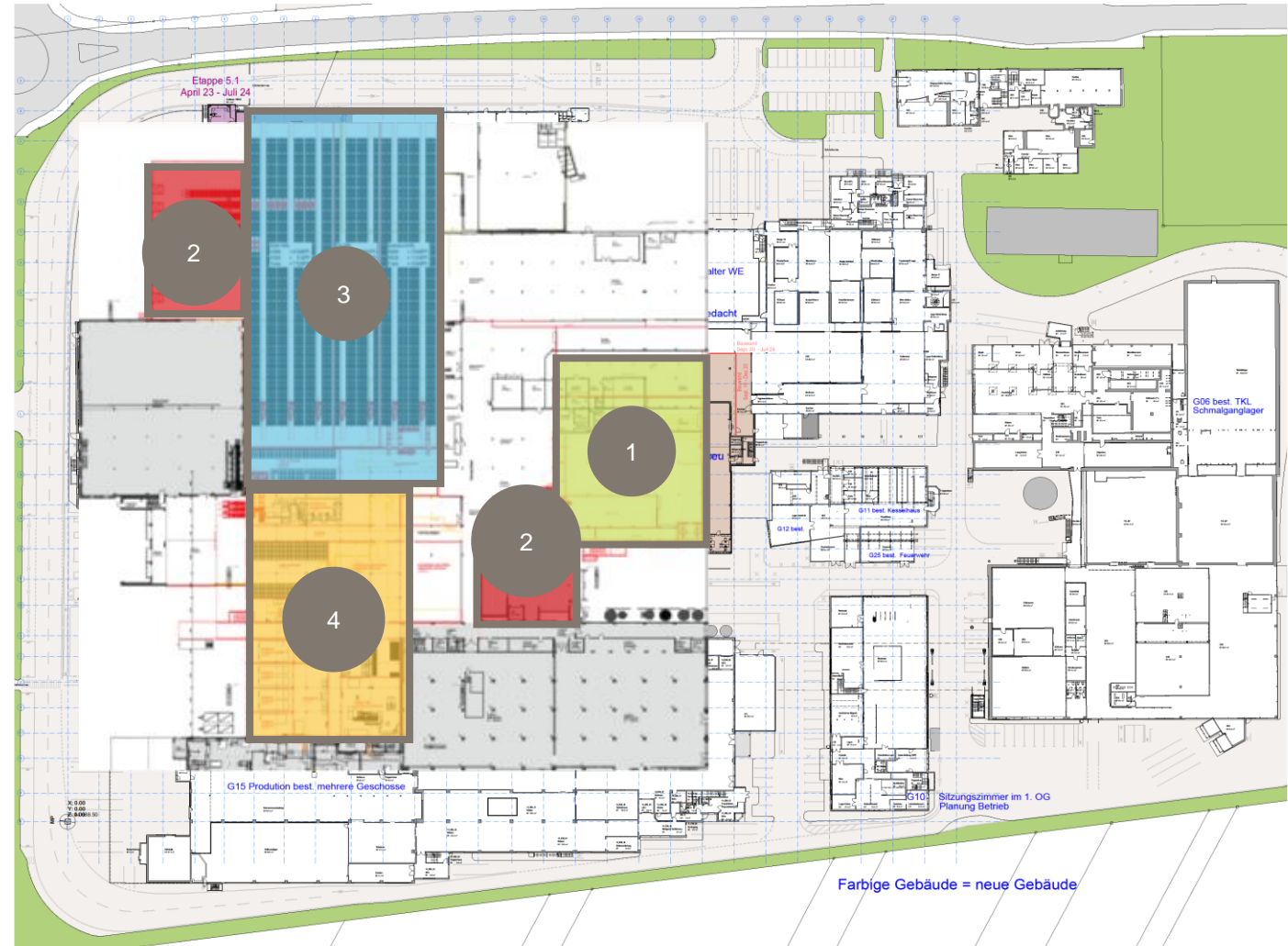
### Masterplan mit langfristig ausgerichteter, neuer Infrastruktur

- Steigerung Produktionseffizienz durch optimiertem Warenfluss und zentralem Hochregallager
- Expansionsmöglichkeiten schaffen, um prognostiziertes Marktwachstum zu realisieren
- Produktionsfähigkeit am Standort nachhaltig sichern und Ersatzinvestitionen vermeiden



## Status Bauphasen

- |   |      |
|---|------|
| ① Vorprojekt/Bauantrag                          | ✓    |
| ① Haltbarmachung Pasta und frische Convenience  | ✓    |
| ② Infrastruktur                                 | 2023 |
| ② Outbound Logistik                             | 2022 |
| ③ Hochregallager tiefkühlt, gekühlt und ambient | 2023 |
| ④ G50: Produktionsgebäude                       | 2026 |



## Werkentwicklungsplan Schaan – Phase 1 ist umgesetzt



## Werkentwicklungsplan Schaan finaler Ausbau – für die Zukunft sehr gut aufgestellt





- 2019 Marktttest Tagesfrische Sandwiches
- 2020 Testproduktion Tagesfrische Sandwiches
- 2021 Aufbau Manufakturproduktion Orbe  
Übernahme Sandwichgeschäft Aryzta
- 2022 Inbetriebnahme Sandwich Manufaktur Schlieren  
Weiterer Ausbau Angebot



# Geschäftsbereich Hügli

## Bereit für den Neustart.

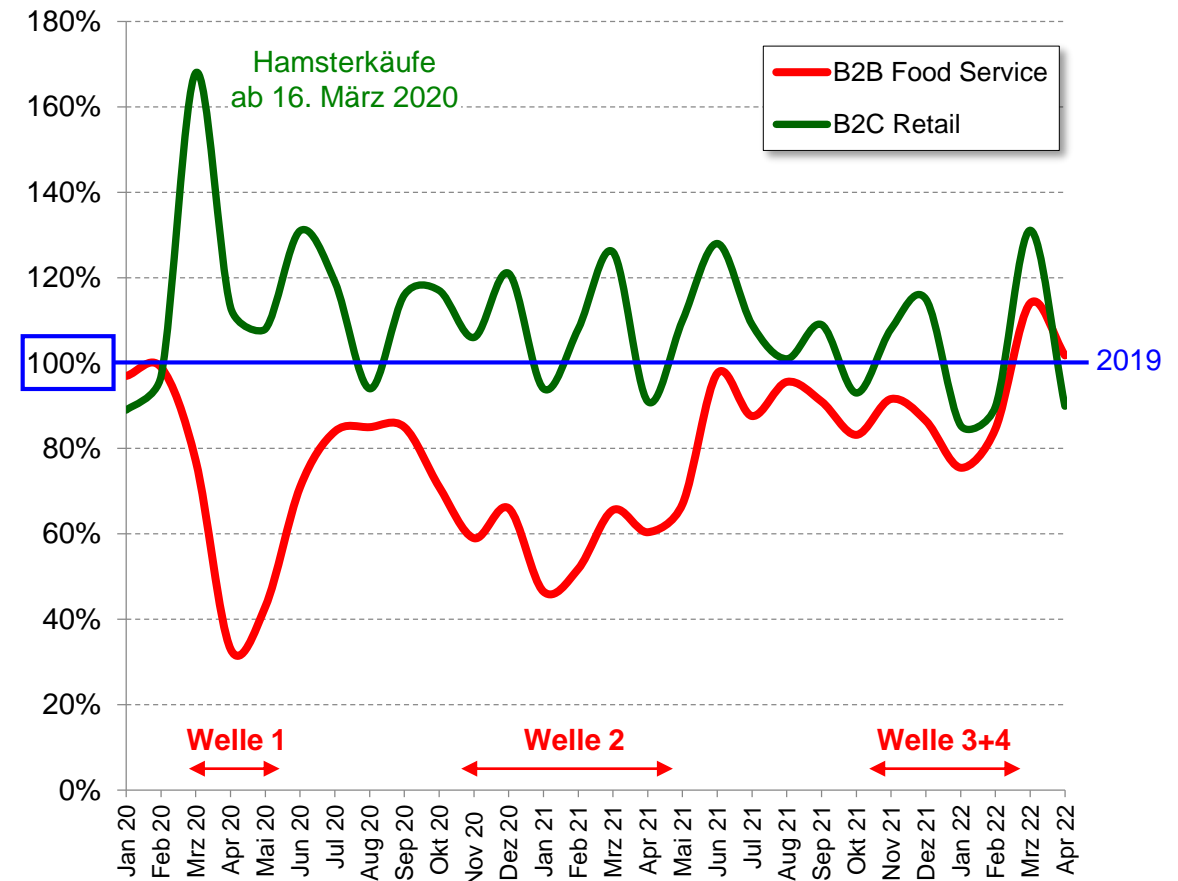
## VOR-Corona vs. NACH-Corona

**B2C: Retail** 2020 } Unsere Retailkunden haben von den  
2021 } mehrfachen Lockdowns profitiert  
2022 → Umsätze pendeln sich trotz hoher  
Volatilität wieder auf Vor-Corona Niveau ein

**B2B: Food Service**

- ✓ Hohe Anpassungsfähigkeit des Ausserhaus-Verpflegungsmarkts → Umsatzeinbrüche von Welle zu Welle reduziert (z.B. Take-away)
- ✓ Ab März 2022 spürbarer Nachholbedarf bei Gastronomiegästen
- ✓ Weiterer Anpassungsdruck aufgrund Personal-mangels → Einsatz intelligenter Küchengeräte, kürzere Menükarte, mehr Basisprodukte, vorbereitetes Gemüse/Fleisch, interne Schulungen

Indexierte Umsatzentwicklung im Vergleich zu 2019 (VOR-Corona):

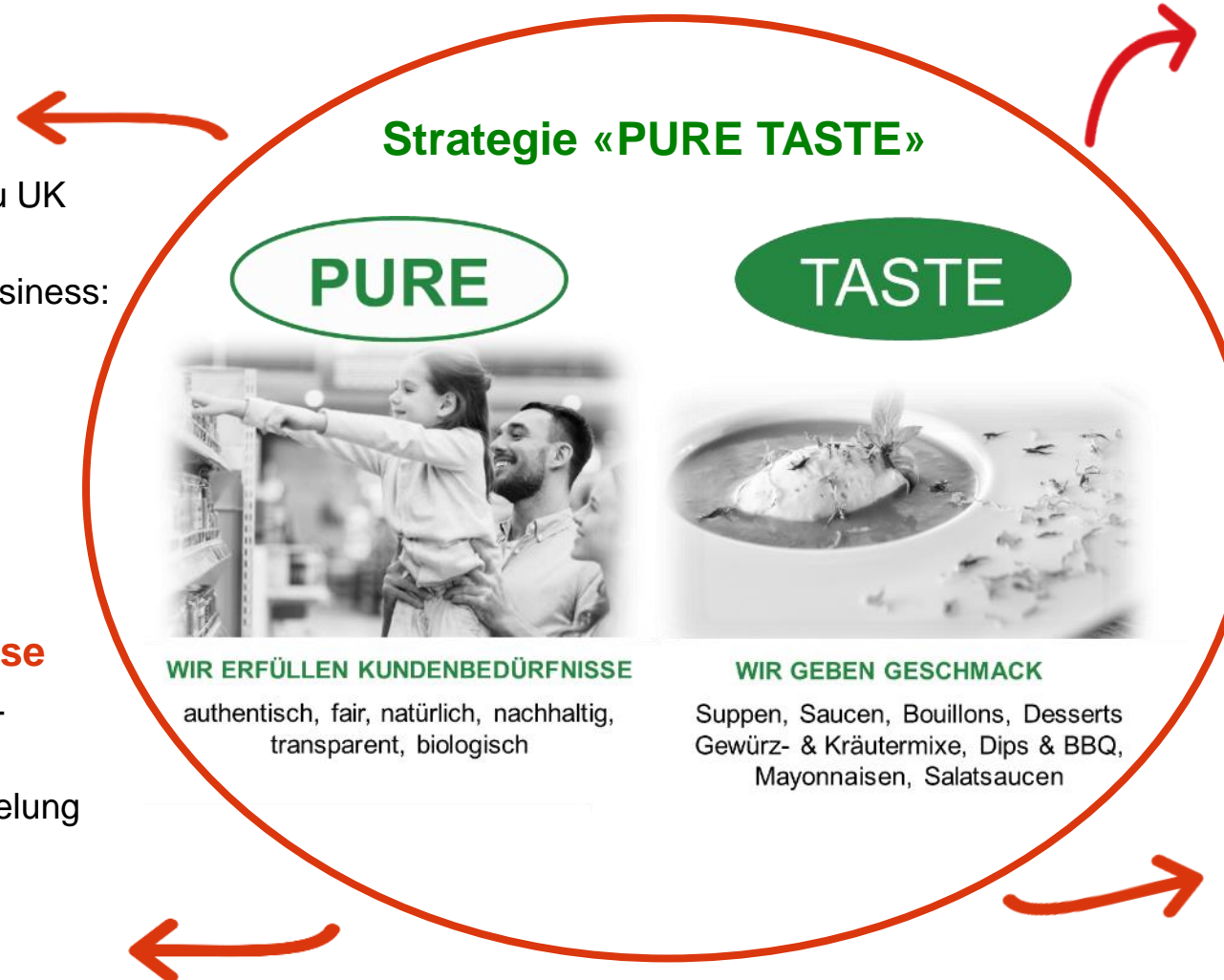


## Märkte

- ✓ B2B: Ausbau Italien, Aufbau UK
- ✓ Prüfung strategischer Arrondierungen im Core Business: Suppen, Saucen, Boullions trocken & flüssig / Salat- & Kaltsaucen / Gewürz- & Kräutermixe

## Produktion & Prozesse

- ✓ Steinach: Neubau Feinkostproduktion (ex St. Gallen)
- ✓ Italien: 2021-2022 Verdoppelung Kapazität Flüssig-Saucen
- ✓ Steigerung Produktivität: Einführung SAP S4/HANA



## Kunden

- ✓ B2C: Convenience, Bio und Nachhaltigkeit: Gut für mich und gut für die Umwelt!
- ✓ B2B Kosten- und Personaldruck:
  - Einfache Umsetzung auf Menükarte
  - Einfache und rentable Lösungen mit viel Effekt
  - Konzepte die dazu beitragen, mehr vorzubereiten (Work-Life-Balance)

## Produkte

- ✓ Vertraute Zutaten nach Modell: Invest, Protect, Manage & Eliminate
- ✓ Bester Geschmack
- ✓ Nachhaltigkeit





Together we are  
sharing your  
culinary day.



Inspire your  
passion with our  
love for taste.



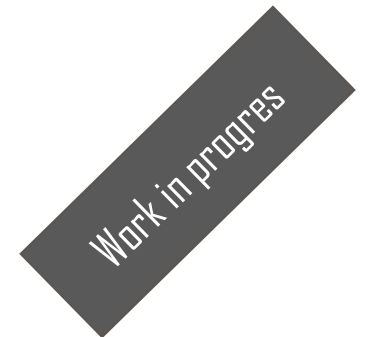
Your companion  
bringing italian  
taste into the plate.



Bringing back  
Pâtisserie to the  
kitchen.



Reinventing  
authentic  
taste.



## Ausbau Feinkostproduktion Schweiz

**Sortiment:** Salatsaucen, Mayonnaisen, Dipsaucen

**Verpackung:** Portionen, Flaschen, Tuben, Bag-in-Box, Eimer, Container

**Kunden:** Retail Schweiz & Food Service Schweiz

### Portionen:



### Retail:



### Food Service:



### Industrie:



## Investition in Wachstumsmarkt Feinkost Schweiz – Wachstumschancen packen

**Markt:** Marktwachstum Schweiz: +2 % bis 3 % p.a.

**Hügli:** Produktion Hügli Schweiz:  
→ 2018: 3'100 Tonnen  
→ 2022: 8'000 Tonnen (+250 %)

**Investition:** 2022-2024: CHF 7.5 Mio.

**Benefits:**  
→ State of the Art Produktion  
→ Ausbau Kapazitäten und Profitabilität



# Investitionen und Finanzierung

## Viel Substanz im Unternehmen.



**Wir gestalten  
Zukunft.**



## Investition-Zusammenstellung – für eine leistungsfähige Zukunft

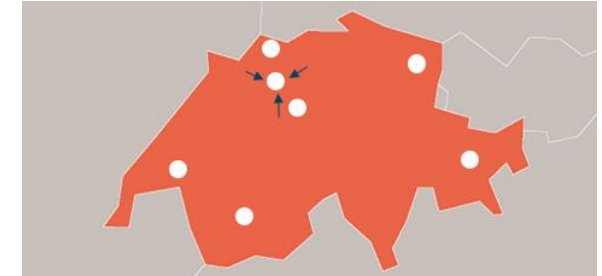
### Investitionsvolumen 2021-2025

in Mio. CHF

Beschreibung	2021-2025	ab 2022 p.a.
Modernisierung Oensingen	600-680	
Ausbau Schaan	120-130	
Standortkonsolidierung Eisberg Schweiz	30-40	
<b>Investitionsprogramm Schweiz</b>	<b>750-850</b>	<b>120-200</b>
Modernisierung und Ersatz	650-750	140-160
<b>Investitionsvolumen</b>	<b>1'500</b>	
davon 2021 bereits investiert	241	

Modernisierung  
Standort  
Oensingen

Geplantes Investitionsvolumen CHF 600-680 Mio.



### Finanzielle Auswirkungen

Zentrale Slicing- und  
Kommissionierungsplattform

Mittel- und langfristig positive Effekte durch Sicherung beziehungsweise Steigerung des betrieblichen Cashflows; kurzfristig negative Effekte durch Startkosten und mittelfristig durch höhere Abschreibungen

Tiefkühlager

Kurzfristig leicht positive Effekte, die sich mit der Zeit weiter erhöhen werden, zum Beispiel durch Prozesseffizienz und Erträgen von externen Kunden

Rinderschlachthof

Kurzfristig leicht negative Effekte durch Startkosten und Abschreibung von Neuanlagen; mittelfristig leicht positive Effekte, die sich mit der Zeit durch Prozesseffizienz und Zusatzerträgen erhöhen werden

Ausbau  
Schaan

Geplantes Investitionsvolumen CHF 120-130 Mio.

Finanzielle Auswirkungen

Werksentwicklungsplan  
Schaan

Kurzfristig neutrale Effekte durch höhere Abschreibungen aber mehr Kapazität und Effizienz; mittelfristig grosses Potenzial durch profitablen Wachstum mit neuen Produkten/Sortimenten



Konsolidierung  
Standorte  
Eisberg Schweiz

Geplantes Investitionsvolumen CHF 30-40 Mio.

Finanzielle Auswirkungen

Konsolidierung Standorte  
Eisberg Schweiz

Kurzfristig leicht negative Effekte; mittelfristig grossen Chancen dank mehr Effizienz, mehr Volumen und wertschöpfungsreichere Produkte/Sortimente

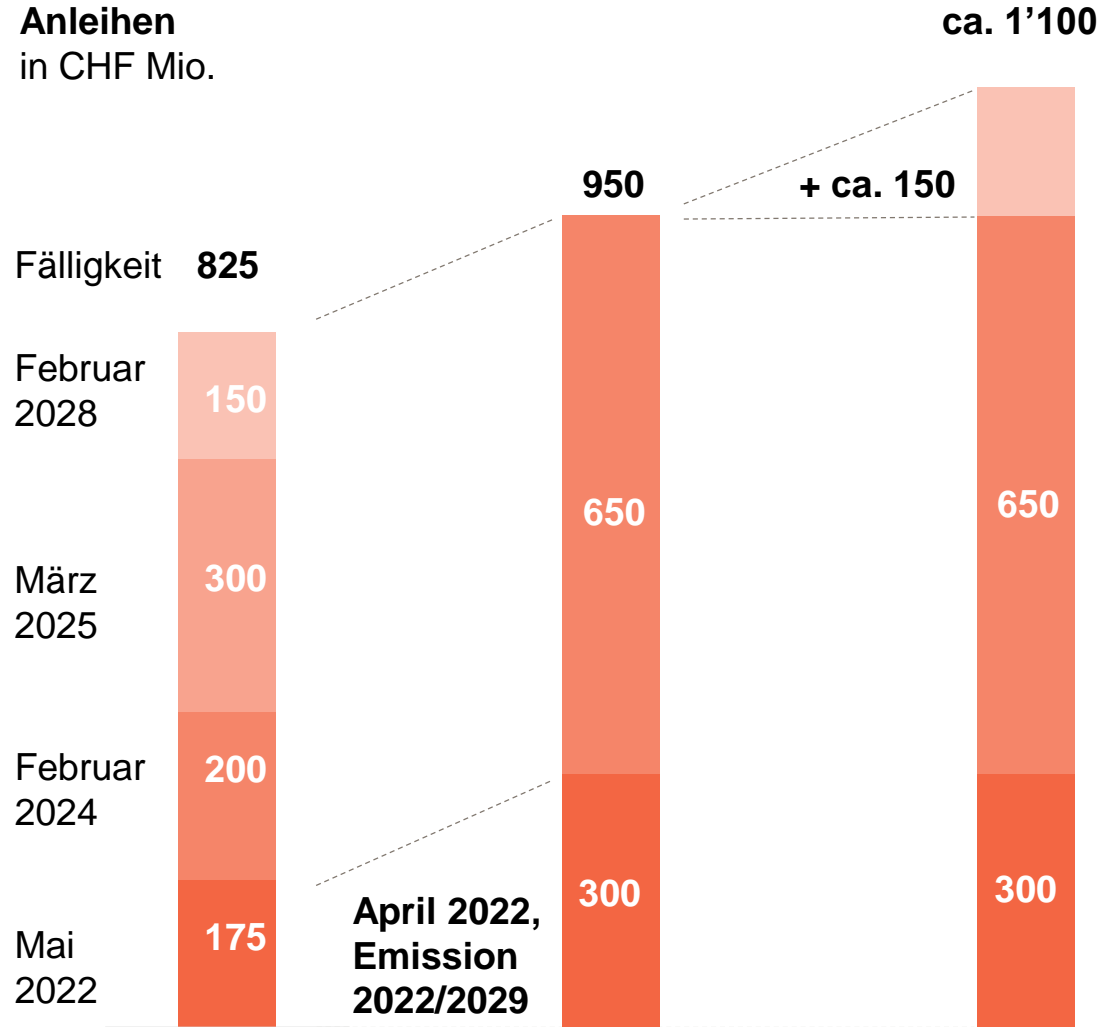
Von 4 auf 2 Standorte



## Finanzierung und Ausschüttung an die Aktionäre

### Anleihen

in CHF Mio.



### Finanzierung durch Anleihen

- Tragbarkeit gegeben aufgrund der stabilen Cashflow-Aussichten und einer sehr soliden Eigenkapitalbasis
- Anstieg der Anleihen auf über 1 Mrd. CHF
- Net-Debt-Ratio maximal bis 2.5x jedoch ist kurzfristige Überschreitung möglich
- Die erwartete EK-Quote ist bis 2025 konstant > 45 %
- Keine Eigenkapitaltransaktionen geplant
- Die Emission eines Green Bond ist angedacht

**Ziel: langfristige Fremdfinanzierung mit einem diversifizierten Fälligkeitsprofil**

### Refinanzierung April – Liberierung Mai 2022

- 300 Mio. im April aufgenommen aufgrund der Zinssteigerungsannahmen
- Überschüssiger Cash ohne wesentliche negative Auswirkungen

### Ausschüttung an die Aktionäre

- Bisherige Dividendenpolitik wird beibehalten
- Ausschüttungsquote von rund 30 %
- Ausschüttung soweit möglich und zulässig aus den Reserven aus Kapitaleinlagen

# Investor Story

## Leading in Food

Führende Position im Kerngeschäft Schweiz und Europa	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Nummer 1 in der Schweiz und führende Positionen in Europa bei Charcuterie, Frischfleisch, Geflügel sowie Meeresfrüchten</li> </ul>
Attraktiver Wachstumstreiber im Bereich Convenience	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kategorieführerschaft in Frisch-Convenience</li> <li>– Hohe Kompetenz und Innovationskraft bei vegetarischen Produkten</li> <li>– Investitionen in die Produktionsinfrastruktur</li> </ul>
Starke Vertriebskapazitäten im Retail sowie im Food Service	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zugang zu führenden Schweizer und internationalen Einzelhändlern</li> <li>– Starke Präsenz im Food Service Kanal</li> </ul>
Investitionsprogramm in Effizienz und Produktionskapazität	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Langfristige Sicherung von Ertragskraft und Produktionskapazität</li> </ul>
Internationale Grösse und europaweite Präsenz	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Starke Präsenz in der Schweiz, Deutschland, Österreich sowie 12 weiteren europäischen Märkten</li> </ul>
Strategische Unterstützung durch Anker-Aktionär Coop	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zugang zum Coop-Netzwerk über die Vertriebskanäle des Einzelhandels und des Food Service (Transgourmet)</li> </ul>
Bewährtes, diversifiziertes Geschäftsmodell	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Breite Sortimentsvielfalt, ausgewogenes Kundenportfolio, effiziente Logistik und Produktion sowie hohe Innovationskraft</li> </ul>