

BELL  
FOOD  
GROUP



LEADING IN FOOD

# 1. Halbjahr 2025

## Starkes EBITDA-Wachstum erzielt

Medien- und Finanzanalystenpräsentation | 12.08.2025

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 unbekanntem 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.

# Agenda

# Präsentation 1. Halbjahr 2025

Basel, 12. August 2025

## Agenda

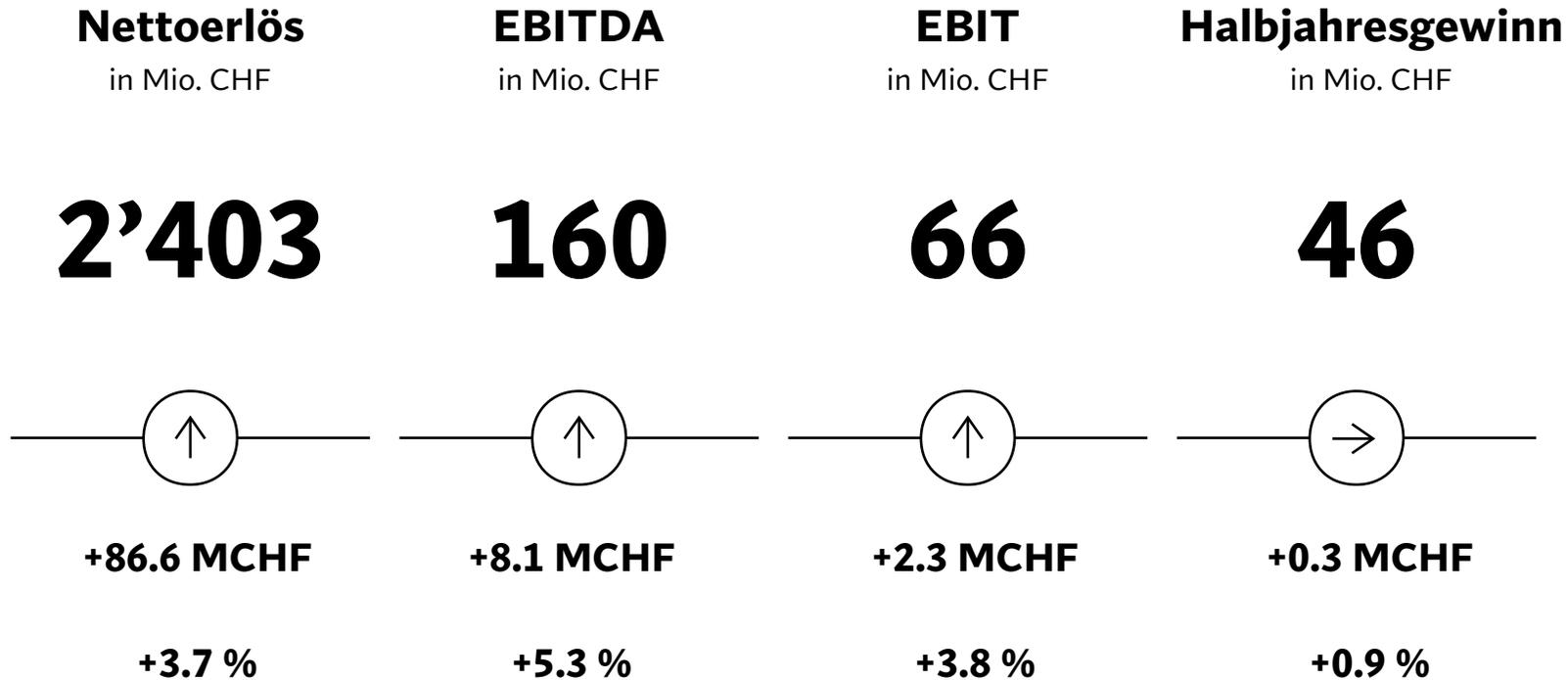
- Überblick 1. Halbjahr 2025 *Marco Tschanz, CEO*
  - Entwicklung Geschäftsbereiche
  - Finanzielle Erläuterungen zum 1. Halbjahr 2025
  - Update strategische Stossrichtungen
  - Ausblick
- Fragerunde *Marco Tschanz, CEO  
Marc Pittino, Leiter Group Controlling*



# Überblick 1. Halbjahr 2025

# Erfreuliches Wachstum von Nettoerlös und EBITDA

Überblick 1. Halbjahr 2025



**+4.4 %**

Organisches Wachstum  
Nettoerlös

# Das 1. Halbjahr 2025 im Überblick

Überblick 1. Halbjahr 2025



Erfreuliches Halbjahresergebnis: erneut gutes organisches Wachstum (+4.4 %) und EBITDA deutlich gesteigert (+5.3 %)



Geschäftsbereiche Bell Schweiz und Hubers/Süttag die stärksten Wachstumstreiber



Rohstoffverfügbarkeit und steigende Rohmaterialpreise bleiben eine Herausforderung; Massnahmen zur Steigerung der Profitabilität bei Eisberg Österreich eingeleitet



Strategische Anpassung im Geschäftsbereich Eisberg: Verkauf der osteuropäischen Produktionsstandorte und neu Fokus auf DACH-Raum



Neubauprojekte schreiten planmässig voran

**Nettoerlös und EBITDA  
erneut deutlich gesteigert**

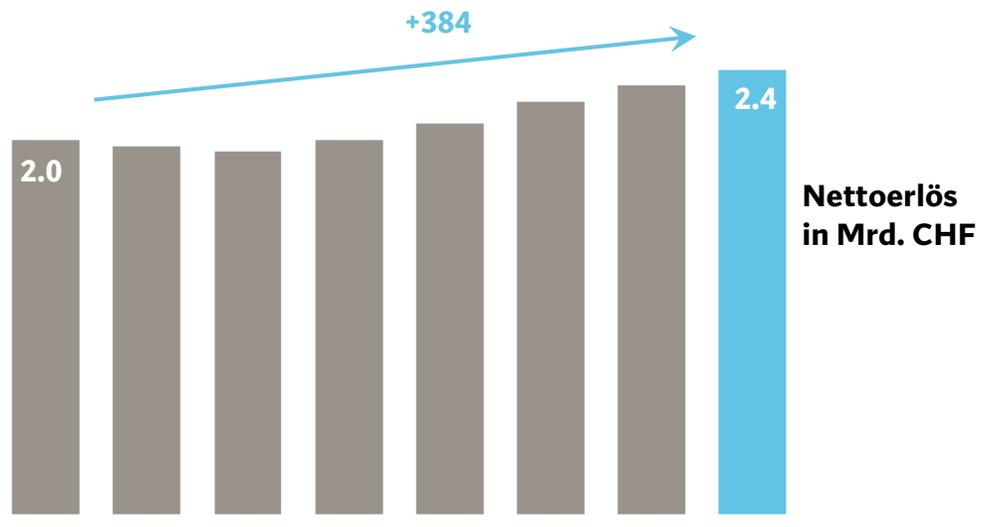
# Positive langjährige Entwicklung 2018–2025

Überblick 1. Halbjahr 2025

## Nettoerlös Wachstum

HY 2018–2025

2.69 → 2.94 Mio. kg Absatz



Nettoerlös  
in Mrd. CHF

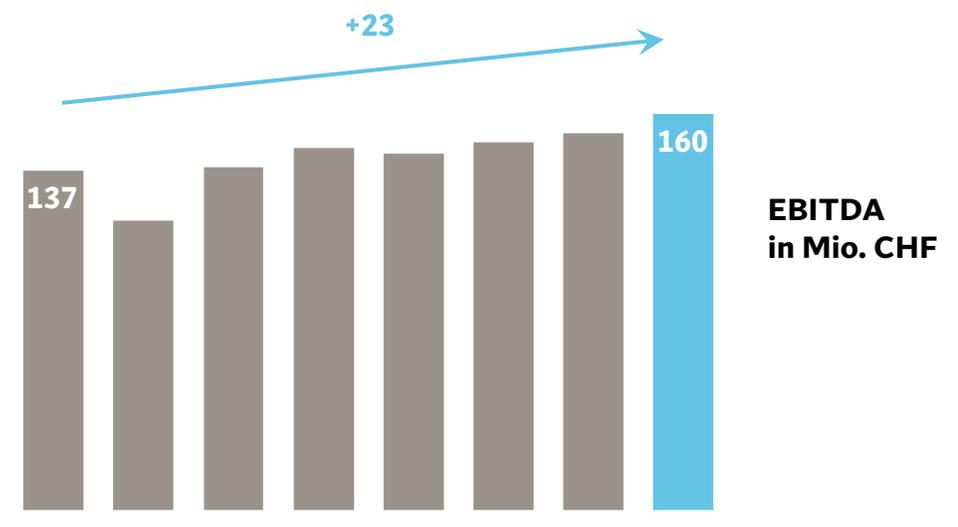
- Kontinuierliches Wachstum erzielt

## EBITDA Wachstum

HY 2018–2025

0.51 → 0.54 CHF je kg Absatz

6.8 % → 6.6 % Marge in % vom Nettoerlös



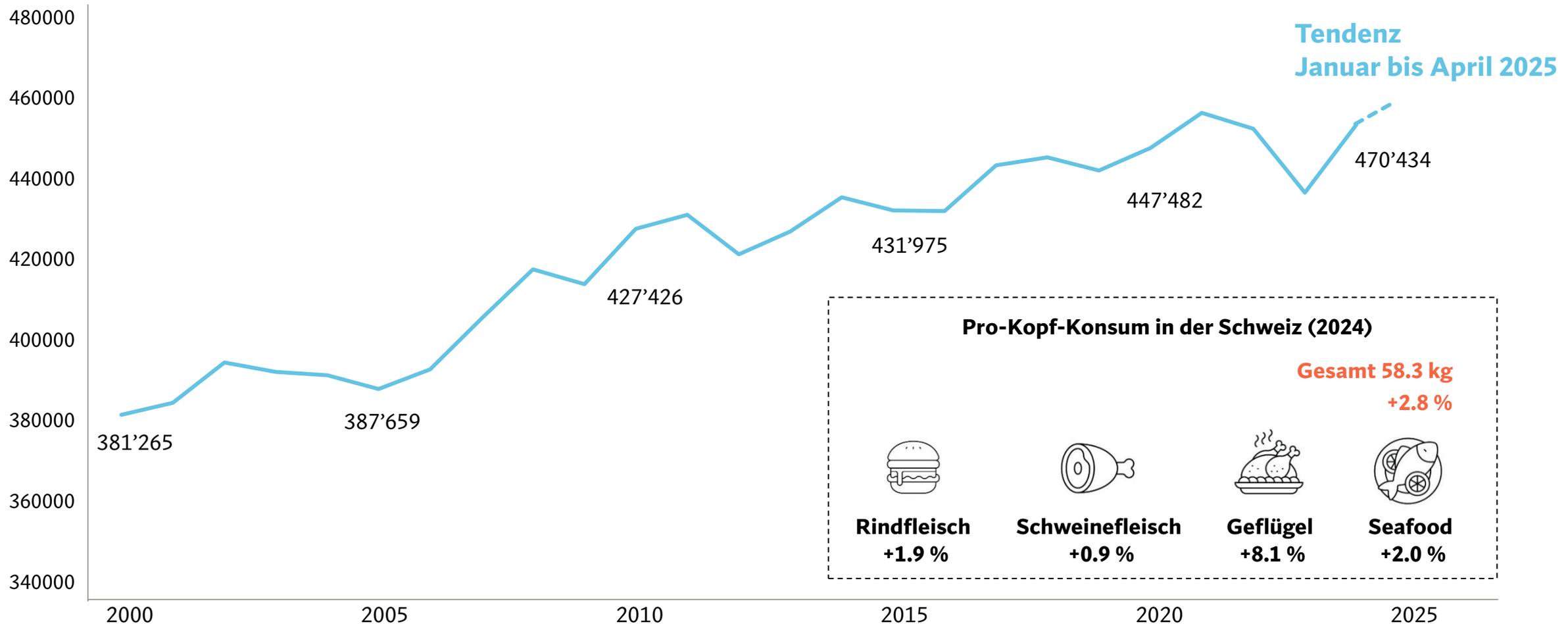
EBITDA  
in Mio. CHF

- Leistungsfähigkeit erhöht und EBITDA absolut gesteigert
- Relative Marge abhängig von der Teuerung

# Wachsender Fleischmarkt Schweiz

Überblick 1. Halbjahr 2025

Entwicklung Fleischangebot in Tonnen in der Schweiz 2000 – 2024



Effektiver Fleischkonsum noch höher, da der Einkaufstourismus in diesen Zahlen nicht abgebildet ist.

# Entwicklung Geschäftsbereiche

# Starkes Volumenwachstum im Schweizer Kerngeschäft

Geschäftsbereich Bell Schweiz



- Absatz mit +2'400 Tonnen deutlich gesteigert; Produktgruppen Fleisch und Geflügel überproportional gewachsen
- Herausfordernde Rohstoffverfügbarkeit; höhere Rohmaterialpreise konnten grösstenteils im Markt realisiert werden
- Intensivierung des Preiswettbewerbs im Detailhandel mit Sortimentsverschiebungen hin zu günstigeren Preislagen setzt die Margen weiter unter Druck

Nettoerlös  
in Mio. CHF

**1'177**

Organisches Wachstum  
in %

**+5.2 %**

# Fokus auf Wertschöpfung erfolgreich

Geschäftsbereich Bell International



- Gezielte Volumensteuerung auf profitable Produkt- und Absatzsegmente; alle Divisionen im Geschäftsbereich haben ihre Profitabilität erhöht
- Ausbau Wertschöpfungstiefe durch vergrößerte Kapazitäten im Wachstumssegment geschnittener Charcuterie
- Inbetriebnahme zusätzlicher Slicing-Linien bei Bell Spanien
- Grosser Volumen- und Wertschöpfungssprung bei Bell Polen

Nettoerlös  
in Mio. CHF

**246**

Organisches Wachstum  
in %

**+0.0 %**

# Erneut sehr hohes Wachstum

Geschäftsbereich Hubers/Süttag



- Hohe Nachfrage nach Geflügelprodukten aus höheren Tierwohlprogrammen führt zu einem deutlichen Volumenwachstum
- Verfügbarkeit von Rohstoffen dank eigener Wertschöpfungskette sichergestellt
- Putengeschäft in Deutschland sehr erfolgreich
- Baubewilligung für den Ausbau der Schlacht- und Zerlegekapazitäten in Pfaffstätt (AT) erhalten

Nettoerlös  
in Mio. CHF

**360**

Organisches Wachstum  
in %

**+12.1 %**

# Fokussierung auf den DACH-Raum

Geschäftsbereich Eisberg



- Erfreuliches Wachstum in allen Märkten
- Aufgrund klimatischer Einflüsse anspruchsvolle Rohwarenbeschaffung
- Verkauf der Produktionsstandorte in Polen, Ungarn und Rumänien und damit Fokus auf DACH-Raum
- Bei Eisberg Österreich Massnahmen zur Steigerung der Profitabilität eingeleitet
- Closing Verkauf Standorte Ungarn und Rumänien ist erfolgt; behördliche Freigabe in Polen erfolgt und Closing voraussichtlich Ende September 2025

Nettoerlös  
in Mio. CHF

**197**

Organisches Wachstum  
in %

**+7.3 %**

# Starkes Wachstum bei Frischgerichten und Tofu

Geschäftsbereich Hilcona



- Erfreuliches Wachstum im Absatzkanal Retail; vor allem in den Produktgruppen Tofu und Hummus sowie Mahlzeiten
- Marktanteile im Bereich Frische-Convenience in der Schweiz weiter ausgebaut
- Konsumverschiebungen zu günstigeren Sortimenten mit laufenden Anpassungen im Sortimentsmix sowie Effizienzverbesserungen kompensiert

Nettoerlös  
in Mio. CHF

**278**

Organisches Wachstum  
in %

**+1.8 %**

# Starke Entwicklung im Absatzkanal Food Service

Geschäftsbereich Hügli



- Erfreuliche Entwicklung in den Vertriebsbereichen Food Service und Food Industrie
- Marktbedingter Rückgang im Vertriebsbereich Retail
- Konsequente Umsetzung des eigenen Programms für Prozessverbesserung und Kosteneffizienz zeigt Wirkung
- Anpassungen an der Organisation und am Steuerungsmodell in Umsetzung

Nettoerlös  
in Mio. CHF

**196**

Organisches Wachstum  
in %

**-3.4 %**

# Finanzielle Erläuterungen zum 1. Halbjahr 2025

# Erfolgsrechnung (1/2)

Finanzielle Erläuterungen zum 1. Halbjahr 2025

in Mio. CHF

	HY 2025	HY 2024	+/-	%
<b>Nettoerlös</b>	<b>2'403</b>	<b>2'316</b>	+87	<b>+3.7 %</b>
Währungseinfluss			-16	
Anorganisch			-	
Organisch			+103	<b>+4.4 %</b>
<b>Bruttogewinn</b>	<b>944</b>	<b>921</b>	+23	<b>+2.5 %</b>
in % des Nettoerlöses	39.3 %	39.8 %		
<b>EBITDA</b>	<b>160</b>	<b>152</b>	+8	<b>+5.3 %</b>
in % des Nettoerlöses	6.6 %	6.5 %		

## Organisches Wachstum des Nettoerlöses

Starkes organisches Wachstum bei Hubers/Süttag und Bell Schweiz

## Anstieg des Bruttogewinns bei leichtem Margenrückgang

Volumenanstieg treibt Bruttogewinn. Leicht tiefere Marge aufgrund hoher Rohstoffkosten und des Wachstums im internationalen Geflügelgeschäft

## Erhöhung des EBITDA

Konsequentes Kostenmanagement und Verbesserung der Produktivität können volumen- und teuerungsbedingte Kostensteigerungen überkompensieren

# Erfolgsrechnung (2/2)

Finanzielle Erläuterungen zum 1. Halbjahr 2025

in Mio. CHF

	HY 2025	HY 2024	+/-	%
<b>EBIT</b>	<b>66</b>	<b>64</b>	+2	<b>+3.8 %</b>
in % des Nettoerlöses	2.8 %	2.8 %		
Finanzergebnis	-8	-6		
Ergebnis aus assoziierten Gesellschaften	0	0		
Steuern	-12	-12		
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>46</b>	<b>45</b>	+0	<b>+0.9 %</b>
in % des Nettoerlöses	1.9 %	2.0 %		

## EBIT übertrifft das Vorjahr

Trotz höherer Abschreibungen steigt der EBIT über das Niveau von 2024

## Finanzergebnis fällt tiefer aus

Tiefere Zinserträge und gleichzeitig höhere Finanzierungskosten

## Halbjahresergebnis leicht über 2024

Höhere Finanzierungskosten auf Stufe Ergebnis kompensiert

# Kennzahlen Cashflow und Investitionen

Finanzielle Erläuterungen zum 1. Halbjahr 2025

## Operative Investitionen

**CHF 109 Mio.**

***Vorjahr: CHF 141 Mio.***

- 
- Grosse Investitionsprojekte in der Schweiz befinden sich in der Endphase
  - Ausbau bei Hubers/Süttag steht am Anfang

## Operativer Free Cashflow

**CHF 10 Mio.**

***Vorjahr: CHF – 51 Mio.***

- 
- Operative Investitionen durch operativen Geldfluss finanziert
  - Verbesserung im Vorjahresvergleich getrieben durch tiefere operative Investitionen und höheren operativen Geldfluss

# Update strategische Stossrichtungen

# Erfolgreiches Geschäftsmodell

Update strategische Stossrichtungen

- › Unser Kerngeschäft stärken
- › Mit Convenience und vegetarischen Produkten wachsen
- › In Effizienz und Leistungsfähigkeit investieren



- › Mit vielfältigem Fleisch- und Convenience-Sortiment Retail und Food Service begeistern
- › Mit unseren Marken unterschiedliche Kundenbedürfnisse erfüllen
- › Klimabilanz unserer Sortimente optimieren
- › Food Waste auf allen Stufen weiter reduzieren
- › Tierwohl an erste Stelle setzen
- › Ökosysteme schonen

# Im Kerngeschäft weiteres Wachstum generieren

Bewährte Strategie weiterführen ➔ Unser Kerngeschäft stärken



## Marktstellung Bell Schweiz weiter ausbauen

- Wachstum und Marktanteile ausbauen über alle Absatzkanäle
- Standortplanung Basel realisieren
- Rohstoffverfügbarkeit weiterhin sicherstellen
- Markenstärke ausbauen und nutzen

## Internationales Wachstum fortführen

- Marktführerschaft im Segment Rohschinken weiter ausbauen
- Slicing-Kapazitäten weiter erhöhen und weitere Marktanteile in diesem wachsenden Segment gewinnen
- Marktchancen nutzen und weiteres Wachstum erzielen

## Wachstumschancen im attraktiven Geflügelsegment ergreifen

- Wachstumschancen ergreifen mit Ausbau der Kapazitäten
- Vorsprung bei Nachhaltigkeit nutzen und weiter ausbauen
- Rohstoffverfügbarkeit über alle Labels weiterhin sicherstellen

# Leadership Frisch-Convenience weiter ausbauen

Bewährte Strategie weiterführen ➔ Mit Convenience und vegetarischen Produkten wachsen



## Standbein Convenience weiter ausbauen

- In allen Absatzkanälen weiter wachsen
- Fokussierung auf Sortimentskompetenzen; Fokus Tiefkühlpasta und Mahlzeiten
- Mehrwertprodukte im Salat- und Früchtebereich
- Handwerkliche Qualität



## Gesamtheitliche Lösungen für den Food Service

- Intensivierung Marktbearbeitung Europa (DACH, FR, ES, UK)
- Nahe am Markt mit Aussendienst und Culinary Advisors
- Differenzierung durch gesamtheitliche Lösungsansätze, kulinarische Kompetenz und Innovation

# Neue Infrastruktur nutzen und Effizienz weiter steigern

Bewährte Strategie weiterführen > Effizienz und Leistungsfähigkeit weiter steigern



## Neue Infrastruktur erfolgreich in Betrieb nehmen

- Erfolgreiche Inbetriebnahme des neuen Rinderschlachthofes in Oensingen/CH
- Planmässiges Hochfahren des neuen Logistik-Centers in Oensingen/CH
- Reibungslose Inbetriebnahme des Slicer Centers in Oensingen/CH



## Effizienz und Profitabilität der Convenience-Betriebe steigern

- Erfolgreiche Umsetzung des Werkentwicklungsplans Schaan/FL
- Fokus auf den DACH-Raum bei der Frisch-Convenience
- Profitabilität im neuen Convenience-Betrieb in Marchtrenk/AT deutlich steigern
- Optimierung Sortimente, Logistik und Prozesse
- Weitere Fokussierung auf Produktionsprogramm der Convenience-Betriebe
- Verkauf osteuropäische Betriebe Eisberg

# Ausblick

# Bewährtes Geschäftsmodell der Bell Food Group

Ausblick

## Entwicklung organisches Wachstum und EBITDA

Ambition, das Wachstum der letzten Jahre fortzuführen

## Kostenentwicklung

Geplante Anlaufkosten für Inbetriebnahme der neuen Infrastruktur in Oensingen bis zu CHF 20 Mio. mehrheitlich im Zeitraum 2026–2027

## Abschreibungen

Höhere betriebliche Abschreibungen im Rahmen der getätigten Investitionen um rund CHF 30 Mio. bis 2028; mittelfristig Wegfall Goodwill-Abschreibungen (2024: CHF 23 Mio.)

## Investitionen/Cashflow/Net Debt Ratio

Investitionsniveau mittelfristig in der Regel rund CHF 250 Mio. p.a. (2024: CHF 299 Mio.); künftige grössere Projekte aus dem eigenen Cashflow finanziert; Net Debt Ratio <2.5x (2024: 2.4x), kann kurzfristig darüberliegen

## Dividende

Stabile Entwicklung; geplante Ausschüttungsquote von rund 30 Prozent

## M&A

Ergänzungen und Arrondierungen fokussiert auf Kernaktivitäten und Stärken werden laufend geprüft

# Zuversichtlich für das 2. Halbjahr 2025

Ausblick



Die Inbetriebnahme der neuen Werke an verschiedenen Standorten wird planmässig zu Anlaufkosten und Abschreibungen führen



Vollständiger Vollzug des Verkaufs der osteuropäischen Eisberg-Betriebe fällt in das zweite Halbjahr



Konsequente Umsetzung der Massnahmen zur Steigerung der Profitabilität bei Eisberg Österreich



Anhaltend hoher Wettbewerbs- und Margendruck



Sicherung der Rohstoffverfügbarkeit hat weiterhin hohe Priorität

**Gut positioniert, um anstehende Herausforderungen zu meistern**