



Geschäftsjahr 2023

Die Bell Food Group gewinnt Marktanteile und ist weiter gewachsen

Bilanzmedienkonferenz / Finanzanalystenpräsentation

07.02.2024 | Bell Food Group Geschäftsjahr 2023



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.

Überblick Geschäftsjahr 2023

4'514

+4.6 %

Nettoerlös
in Mio. CHF

165

+1.1 %

EBIT
in Mio. CHF

Organisches Wachstum Nettoerlös

+5.5 %

130

+1.4 %

Reingewinn
in Mio. CHF

13'014

+1.9 %

Personalbestand
FTE am 31.12.



Wesentliche Einflüsse auf das Geschäftsjahr 2023

Erneut sehr erfolgreiches Geschäftsjahr für die Bell Food Group

Alle Geschäftsbereiche haben zum positiven Ergebnis beigetragen

Teuerung durch Kostenmanagement, Effizienzsteigerungen und Preiserhöhungen grösstenteils ausgeglichen

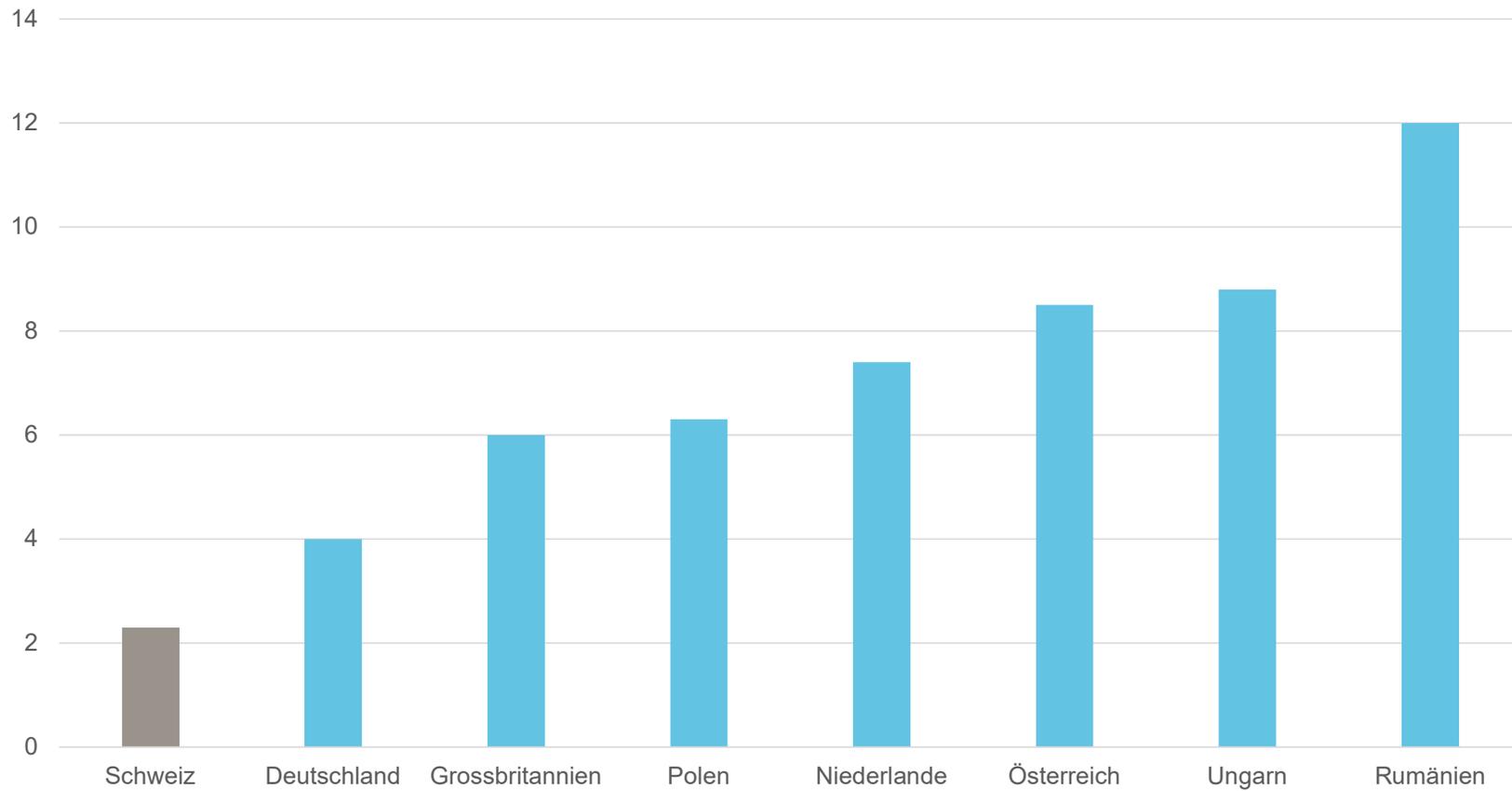
Aufgrund anhaltender Teuerung steigende Nachfrage nach günstigeren Sortimenten

Volatile Beschaffungsmärkte und steigende Lohnkosten

Geschäftsjahr
2023

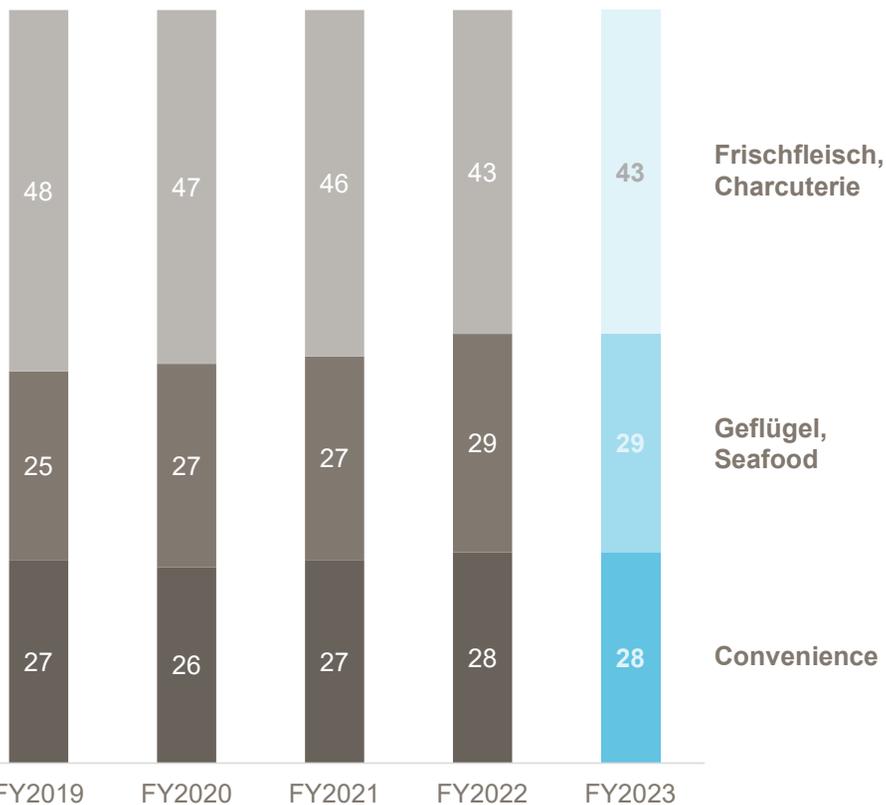
Entwicklung Lohnkosten 2023/2024 in der Bell Food Group

Lohnsteigerung in %

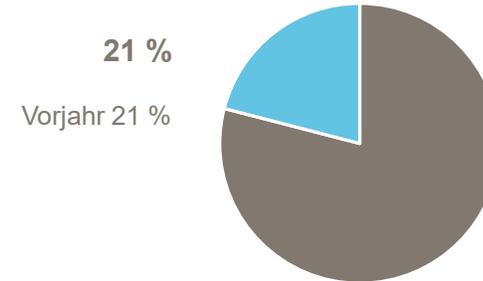


Entwicklung Nettoerlös – Wachstumsmfelder Geflügel und Convenience

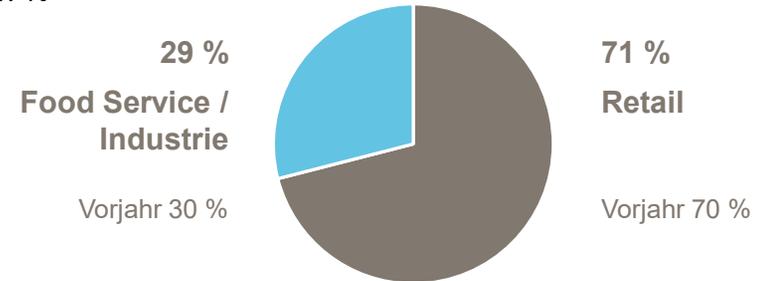
Aufteilung Nettoerlös nach Produktgruppen in %



Anteil vegetarische Produkte am Nettoerlös in %



Anteile Retail und Food Service / Industrie am Nettoerlös in %



Erfolge in allen Geschäftsbereichen

	 Nettoerlös in Mio. CHF	Veränderung organisch in %	 Wachstumstreiber
Bell Schweiz	2'191	+2.2 %	Geflügel, Seafood und Frischfleisch Treiber für das erneut sehr gute Ergebnis
Bell International	1'126	+10.2 %	Durch Fokus auf Rohschinken und nachhaltiges Geflügel starke Marktposition und erfolgreich der Teuerung entgegengewirkt
Eisberg	337	+5.5 %	Ergebnisverbesserung infolge Marktanteilsgewinnen in Osteuropa und operativen Fortschritten in Österreich
Hilcona	547	+5.1 %	Starkes Wachstum trotz inflationsbedingter Verschiebungen zu preisgünstigeren Segmenten
Hügli	405	+11.7 %	Marktanteilsgewinne und Mengenwachstum in der Schweiz, den Niederlanden, in Österreich und Osteuropa

Innovationen und Marktleistung

- Ikonisches Produkt
- Lanciert am 10.03.1924 in Basel
- Zahlreiche Marktaktivitäten



LA VIE EST
BELL



Innovationen und Marktleistung

Ausbau Sortiment in der Faltpackung – neu auch Schweizer Spezialitäten

- Neu 4 Schweizer Spezialitäten
- Umweltfreundliche Verpackung mit 50 % weniger Plastik
- Konsumentenfreundlich



- Laufende Sortimentserweiterung
Fleischalternativen
- Neu Plant-Based Schinken und Beef
Chunks
- Wachstum Retail 2023
 - CH +18 %
 - DE +14 %
 - AT +13 %
- Wachstum 2023 im
Food Service: +22 %



Erläuterungen zum Geschäftsjahr 2023

Entwicklung Nettoerlös – starkes organisches Wachstum

in Mio. CHF

Nettoerlös 2022	4'315	
Währungseinfluss	-39	-0.9 %
Anorganisch	-	-
Organisch	239	+5.5 %
Nettoerlös 2023	4'514	

CAGR Nettoerlös organisches

4.6 %

2019 – 2023

in Mio. CHF

Nettoerlös 2019	4'013	
Veränderung FX	-182	
Veränderung anorganisch	-63	-
<i>Veränderung Segment Frischfleisch/Charcuterie</i>	157	+8.8 %
<i>Veränderung Segment Geflügel/Seafood</i>	339	+34.9 %
<i>Veränderung Segment Convenience</i>	251	+24.8 %
Organisch	746	+19.8 %
Nettoerlös 2023	4'514	

Erläuterungen zum Geschäftsjahr 2023
Erfolgsrechnung (1/2)

in Mio. CHF

	FY2023	FY2022	+/-	%
Nettoerlös	4'514	4'315	+199	+4.6 %
Bruttogewinn in % des Nettoerlöses	1'768 39.2 %	1'666 38.6 %	+102	+6.1 %
EBITDA in % des Nettoerlöses	339 7.5 %	326 7.5 %	+13	+3.9 %
EBIT in % des Nettoerlöses	165 3.6 %	163 3.8 %	+2	+1.1 %

- **Organisches Wachstum Nettoerlös CHF 239 Mio.**
Gute Performance aller Geschäftsbereiche.
- **Anstieg des Bruttogewinns und Steigerung der Marge**
Höhere Kosten konnten in den Preisen grösstenteils umgesetzt werden.
- **EBITDA und EBIT vom Vorjahr wurden übertroffen**
Inflationsgetriebene Kostensteigerungen konnten kompensiert werden durch Preiserhöhungen, operative Fortschritte und konsequentem Kostenmanagement.

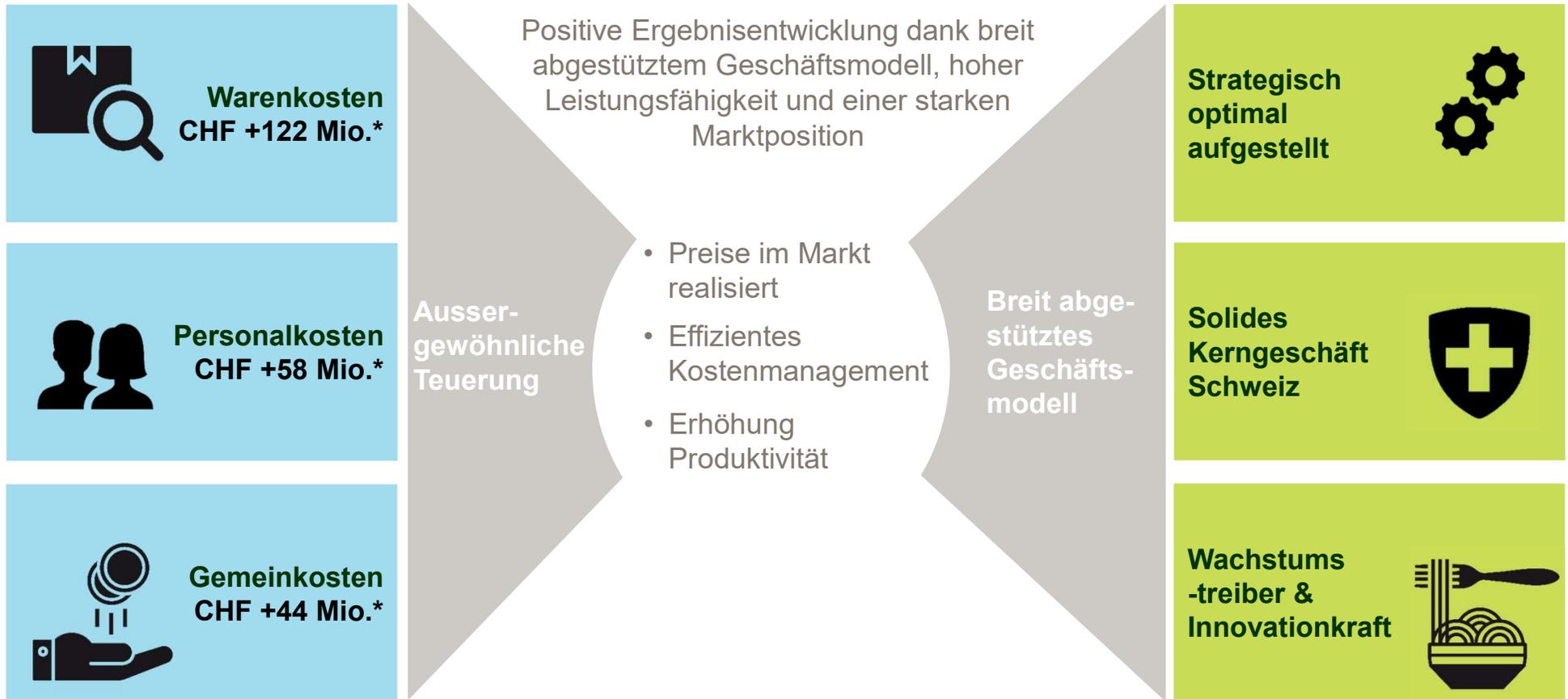
Erläuterungen zum Geschäftsjahr 2023
Erfolgsrechnung (2/2)

in Mio. CHF

	FY2023	FY2022	+/-	%
EBIT	165	163	+2	+1.1 %
in % des Nettoerlöses	3.6 %	3.8 %		
<hr/>				
Finanzergebnis	-13	-15	+2	
Ergebnis aus assoziierten Gesellschaften	-1	5	-5	
Steuern	-21	-25	+4	
<hr/>				
Ergebnis nach Steuern	130	128	+2	+1.4 %
in % des Nettoerlöses	2.9 %	3.0 %		

- **Gute operative Performance der Bell Food Group**
- **Verbesserung des Finanzergebnisses**
 - Verluste aus Währungs-umrechnungen verringert
 - Höhere Zinskosten durch höhere Erträge überkompensiert
- **Geringerer Steueraufwand**
 Änderung der Accounting Policy;
 Aktivierung von Verlustvorträgen (OECD BEPS Pillar II)
- **Das Ergebnis konnte um 1.4 % gesteigert werden.**

Starkes Geschäftsmodell – hohe Reaktionsfähigkeit auf Marktveränderung



Eigenkapitalquote

46.0%

Vorjahr: 47.8 %

- Bilanzverlängerung durch Aufnahme Anleihe. Rückzahlung einer Anleihe im Februar 2024. Nach Rückzahlung ist EK-Quote wieder bei rund 49 %
- Sehr solide Bilanz der Bell Food Group – Eigenkapitalquote deutlich über dem eigenen Zielwert von >40 %
- Goodwill wird aktiviert und abgeschrieben. Bei Verrechnung mit Eigenkapital wäre die Eigenkapitalquote bei sehr soliden 44 %

Verschuldungsgrad

2.4x

Vorjahr: 2.3x

- Im Herbst 2023 erfolgreich zwei Anleihen platziert:
 - CHF 110 Mio. / 3 Jahre / 2.30 %
 - CHF 160 Mio. / 8 Jahre / 2.65 %
- Durch die Aufnahme der Anleihe wird einerseits die Rückzahlung der fälligen Anleihe im Februar 2024 sichergestellt, andererseits wird damit das Investitionsvolumen finanziert.
- Verschuldungsgrad innerhalb der eigenen Bandbreite von <2.5x

Operativer Cashflow

CHF 317 Mio.

Vorjahr: CHF 294 Mio.

- Die starke operative Performance zeigt sich auch in der Steigerung des operativen Cashflows
- Abzüglich der Netto-Investitionen resultiert ein operativer Free Cashflow von CHF -12 Mio.

Operative Investitionen

CHF 326 Mio.

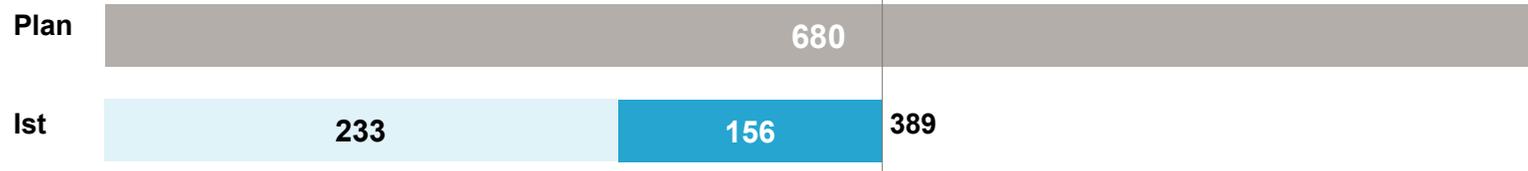
Vorjahr: CHF 280 Mio.

- Die operativen Investitionen betragen CHF 326 Mio., wovon CHF 330 Mio. cashwirksam sind
- Investitionsvolumen im Rahmen der Guidance von im Durchschnitt CHF 300 Mio. in den Jahren 2021 bis 2025
- Investitionsprogramm in der Schweiz ist in vollem Gange, was sich in erwarteten hohen Investitionen widerspiegelt (CHF 168 Mio.)
- CHF 158 Mio. wurden im Berichtsjahr in Ersatz- und Modernisierungsprojekte investiert

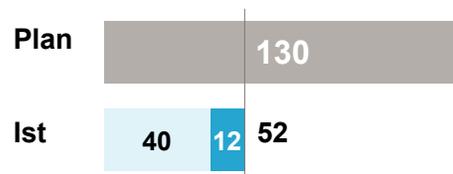
Investitionsprogramm 2021 - 2025 – Projekte schreiten planmässig voran

in Mio. CHF

Modernisierung Oensingen (CH)



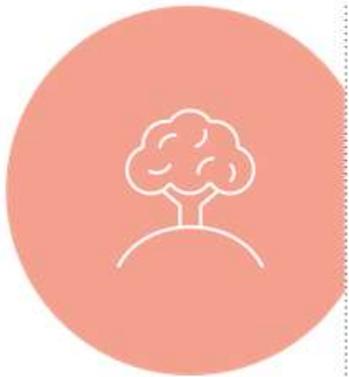
Ausbau Schaan (LI)



Strategie 2021 – 2025

Leading in Food – Führungsposition strategisch
weiter ausbauen

Die strategischen Stossrichtungen auf einen Blick



**Unser Kerngeschäft
stärken**



**Mit Convenience und
vegetarischen Produkten
wachsen**



**In Effizienz und Leistungsfähigkeit
investieren**

Ausbau Infrastruktur

- Investitionsprogramm der Bell Schweiz auf Kurs
- Inbetriebnahme Tiefkühl-Center planmässig erfolgt
- Sicherung der Leistungsfähigkeit und der Rentabilität

Erneuerung Rinderschlachthof

- **Spezialisierter Schlachthof**
- **Erhöhung Kapazität**
- **Optimierung Prozesse und Effizienz**
- **Höchster Standard**



- **Kundenbasis erweitert und verstärkt**
- **Starker Zuwachs im Segment portionierte Früchte**
- **Gute Perspektiven bei To-Go-Produkten und Geflügel-Convenience**



- Erweiterung und Modernisierung Produktion Saucen und Salatdressings
- Neue Wachstumsperspektiven in diesem Segment



Strategie 2021 – 2025

Förderung der Grundbildung – Ausbildung in über 15 Berufsgattungen

BELL
FOOD
GROUP



Strategie 2021 – 2025

Steigerung Attraktivität als Arbeitgeber – mit Label «Friendly Work Space» ausgezeichnet

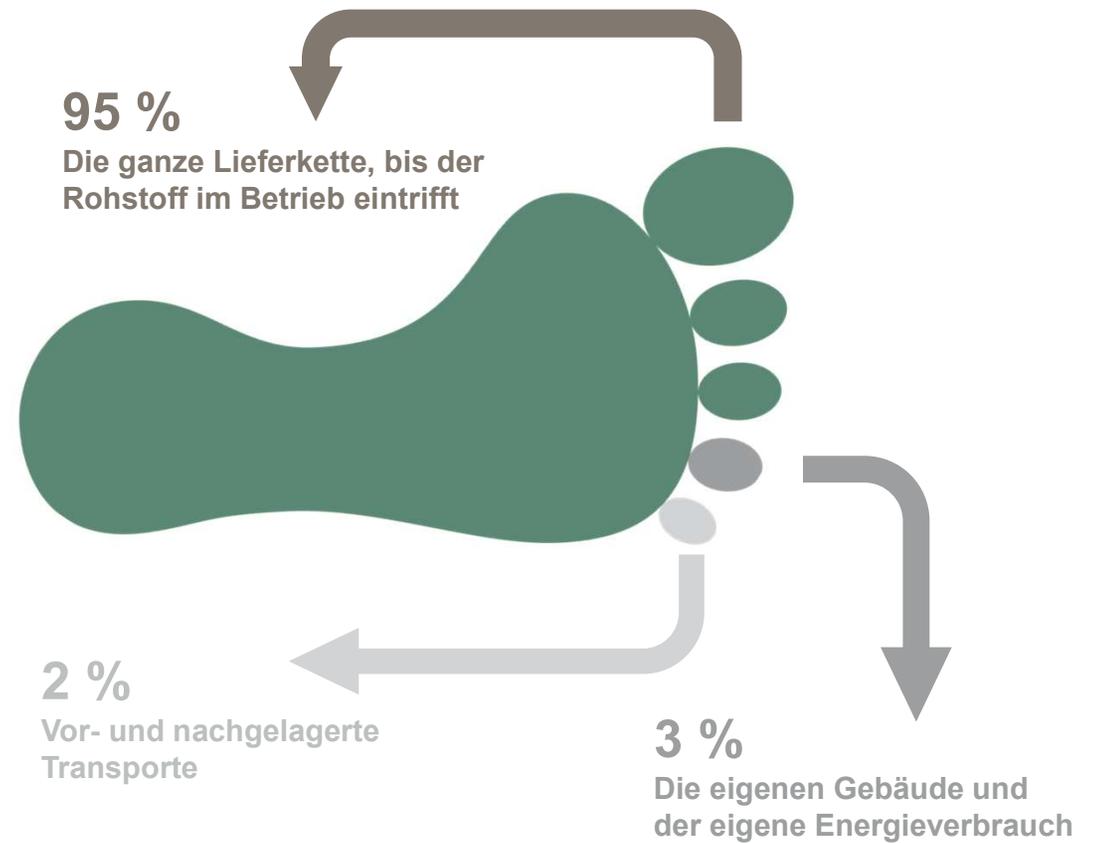
BELL
FOOD
GROUP



ESG und Nachhaltigkeitsengagement

Wir leben Verantwortung.

Konsequente Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie



Kuh = Klimakiller?

- Methanausstoß der Rinder wird als Teil des Kohlenstoffkreislaufs von Pflanzen aufgenommen
- Methan baut sich im Vergleich zu CO₂ rasch ab
- Bei gleichbleibenden oder sinkenden Rindviehbeständen keine oder sinkende Erwärmung





Ausblick

Für das Geschäftsjahr 2024 bestens aufgestellt

Dank breitem Sortiment in allen Preissegmenten rasche und flexible Reaktion auf Verschiebungen im Einkaufsverhalten

Weiterhin volatile Beschaffungsmärkte hinsichtlich Verfügbarkeit, Qualität und Preisen

Der Kernmarkt Schweiz sowie die Segmente Geflügel und Convenience bleiben die Wachstumstreiber

Für die Bell Food Group wird ein entscheidender Faktor sein, wie rasch Preisbewegungen im Markt umgesetzt werden können.

Marco Tschanz übernimmt CEO-Position per 01.06.2024

**Geschäftsjahr
2024**

Generalversammlung 2024
Basel

16. April 2024

Resultate 1. Halbjahr 2024
BMK / FAP, Basel

13. August 2024

Resultate Geschäftsjahr 2024
BMK / FAP, Basel

13. Februar 2025