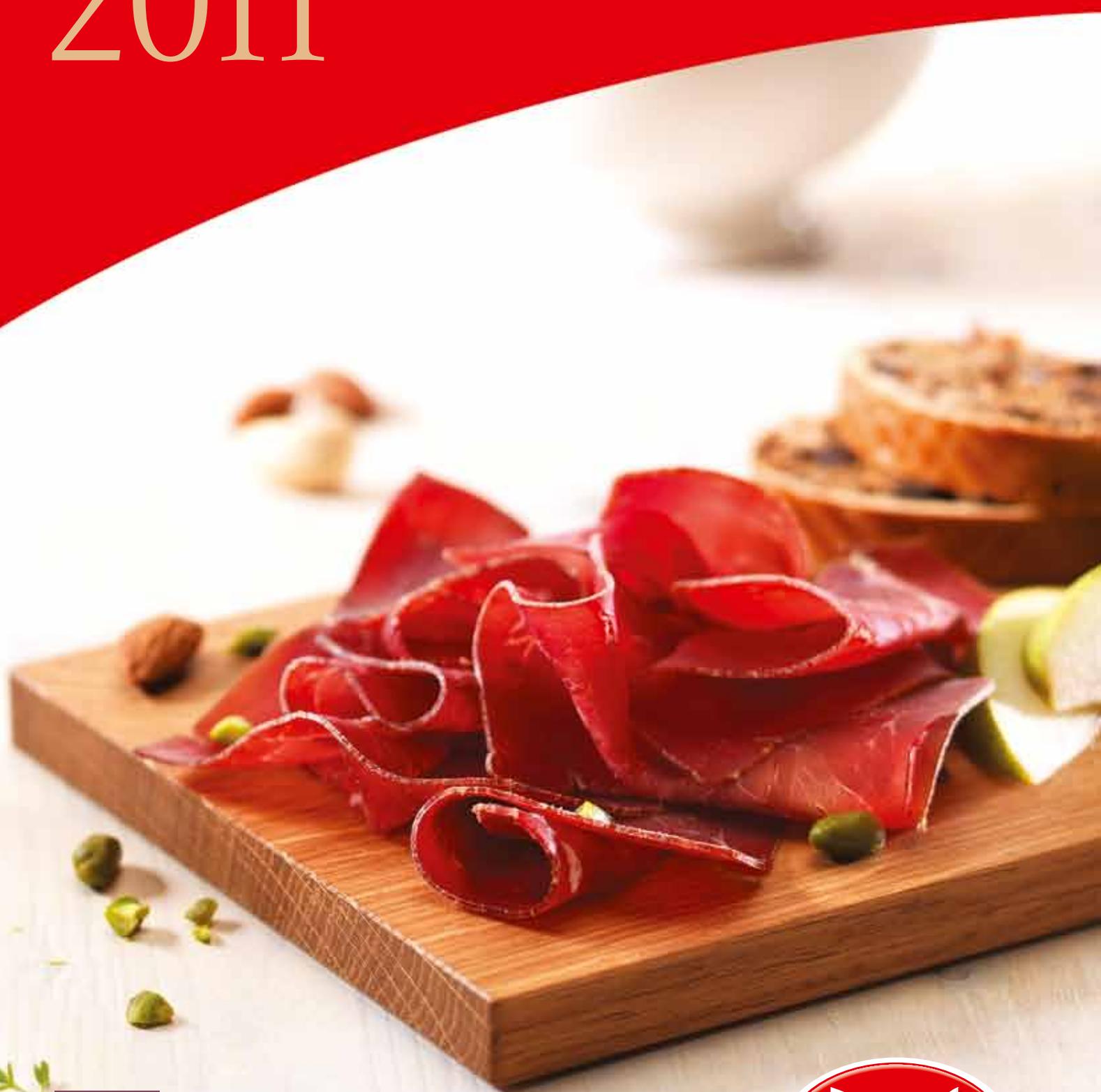


BELL AG

GESCHÄFTSBERICHT 2011



Werte leben –
mit Engagement und Begeisterung.



WERTE LEBEN BEI BELL

Hinter jedem Produkt steht ein Mensch. Die Mitarbeiter von Bell setzen sich tagtäglich dafür ein, dass unsere Produkte höchsten Qualitätsansprüchen genügen. Ihre Leidenschaft, ihr Gespür und ihre Handwerkskunst sind die Zutaten für die perfekte Rezeptur – sprich: für den perfekten Genuss. Auf die Pflege der Tradition legen sie dabei genauso Wert wie auf die Entwicklung von Produktinnovationen. Dies stets unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit – denn wir respektieren unsere Ressourcen genauso wie unsere Mitarbeiter. Sie sind die Grundlage unseres Erfolgs. Wie dies in der Praxis aussieht, lesen Sie in diesem Geschäftsbericht ab Seite 9.

INHALT

03_ Bell im Überblick

04_ Editorial

BELL SCHWEIZ

20_ Weiteres Wachstum

22_ Frischfleisch

23_ Charcuterie

23_ Geflügel

24_ Seafood

25_ Ausblick 2012

BELL INTERNATIONAL

26_ Neue Absatzmärkte

27_ Deutschland

29_ Osteuropa

29_ Frankreich

30_ Weitere Märkte

30_ Ausblick 2012

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

32_ Verantwortung leben

35_ Beschaffung und Leistung

37_ Ressourceneffizienz

39_ Soziale Verantwortung

41_ Kommunikation

FINANZIELLE BERICHTERSTATTUNG

44_ Bell-Gruppe

69_ Corporate Governance

82_ Bell AG

86_ Kontakte

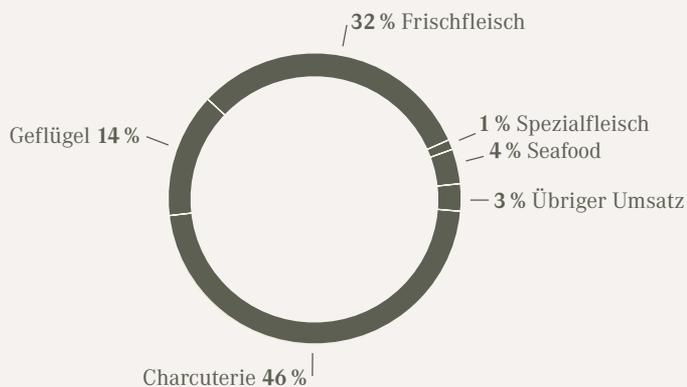
87_ Impressum

Bell in Kürze

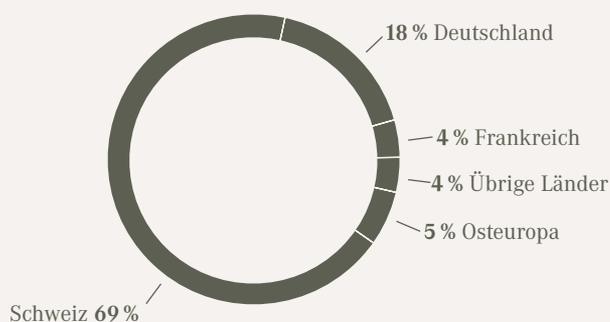
Finanzkennzahlen

in Tausend CHF	2011	Veränderung	2010
Erlöse aus Warenverkäufen	2 516 953	-3.8 %	2 617 574
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	2 482 588	-3.9 %	2 584 277
EBITDA	204 291	-4.0 %	212 695
in % vom Nettoerlös	8.2 %		8.2 %
EBIT	89 849	-11.2 %	101 236
in % vom Nettoerlös	3.6 %		3.9 %
Jahresgewinn	71 618	11.0 %	64 519
in % vom Nettoerlös	2.9 %		2.5 %
Netto Investitionen in Betriebsanlagen	56 188	-17.6 %	68 176
in % vom Geldfluss vor Veränderung Netto-Umlaufvermögen	30.9 %		37.8 %
Eigenkapital	626 583	6.1 %	590 456
in % vom Gesamtvermögen	50.0 %		50.6 %
Rentabilität des Eigenkapitals (ROE)	12.3 %		11.1 %
Aktienkurs am 31.12. in CHF	1 762	-0.2 %	1 766
EBITDA je Aktie in CHF	514	-4.6 %	539
EBIT je Aktie in CHF	226	-12.1 %	257
Reingewinn je Aktie in CHF	180	10.4 %	163
Ausschüttung je Aktie in CHF	60	20.0 %	50

Erlöse aus Warenverkäufen nach Produktgruppen



Erlöse aus Warenverkäufen nach Ländern



Leistungskennzahlen

Rohmaterialgewinnung (Schweiz) in Tonnen	Eigene Schlachtungen	Importe/ Zukäufe	Import- anteil	2011	2010
Schlachttiere	101 821	5 733	4.2 %	107 555	106 355
Geflügel	24 310	9 361	26.4 %	33 672	32 109
Spezialfleisch (Wild, Kaninchen etc.)	-	1 211	100.0 %	1 211	1 231
Seafood	-	5 274	97.1 %	5 274	4 670
Total	126 132	16 306	5.9 %	249 992	246 050
Absatzvolumen Charcuterie					
Schweiz				32 462	32 345
Europa				103 551	98 245
Anzahl Standorte					
Produktionsbetriebe				27	27
Verkaufsstellen				94	71
Weitere Standorte				3	3
Mitarbeiter					
Durchschnittlicher Personalbestand auf Vollzeitbeschäftigte umgerechnet				6 059	6 179
Personalbestand am 31.12. in Anzahl Personen				6 470	6 488
Personalbestand am 31.12. in Anzahl Personen nach Ländern					
Schweiz				3 324	3 497
Deutschland				1 445	1 461
Frankreich				404	399
Tschechien				557	618
Ungarn				226	200
Polen				182	178
Übrige Länder				332	135
Kennzahlen Nachhaltigkeit					
Anteil Fleischgewinnung aus nachhaltigen Labels (nur Bell Schweiz)					
Fleisch von Schlachttieren (Eigenschlachtungen)				49 %	49 %
Geflügel (Eigenschlachtungen; inkl. BTS-Programm)				100 %	100 %
Seafood				45 %	44 %
Gesamter CO ₂ -Ausstoss (in Tonnen; nur Bell Schweiz)				6 637	6 754
Gesamtenergieverbrauch (in GWh)				283	261
Gesamtwasserverbrauch (in 1 000 m ³)				1 876	1 821
Gesamtabfallmenge (in 1 000 Tonnen)				19	21

BELL IM ÜBERBLICK

2011
Bell weiter gewachsen
– in der Schweiz
wie international

Bell konnte 2011 nahtlos an das erfolgreiche Vorjahr anknüpfen. Der Umsatz aus Warenverkäufen ist bei Ausklammerung von Änderungen im Konsolidierungskreis und Währungsschwankungen um 1,8 Prozent gewachsen. Nominal liegt der Umsatz mit CHF 2,52 Milliarden um 3,8 Prozent tiefer. Das operative Ergebnis auf Stufe EBITDA und EBIT liegt aufgrund der Änderungen im Konsolidierungskreis und dem Nettoeinfluss der Einmaleffekte unter dem Vorjahr. Der *Jahresgewinn* > Seite 44 fiel mit CHF 71,6 Millionen (+11 %) über dem Vorjahreswert aus.

In der *Schweiz* > Seite 20 konnten alle Geschäftsbereiche ihr Absatzvolumen steigern, und Bell dadurch seine Leaderposition weiter ausbauen. Haupttreiber für das Wachstum waren die wachsende Nachfrage nach Produkten mit hoher Wertschöpfung sowie nach Schweizer Fleisch. Auch *Bell International* > Seite 26 hat die Marktposition in Europa weiter gefestigt. Deutlich angestiegene Rohmaterialpreise wirkten sich jedoch negativ auf das Gesamtergebnis aus.

AUSBLICK
Leistung und Werte

Die konjunkturellen Aussichten für 2012 beurteilt Bell zurückhaltend. Wir erwarten trotzdem ein moderates Absatzwachstum. Dies gilt für die europäischen Märkte genauso wie für den Kernmarkt Schweiz. Bell arbeitet weiter an der Restrukturierung der Sortimente in Richtung mehr Wertschöpfung, um die Absatzmöglichkeiten zu stärken und auszubauen.

Nebst der Leistungsfähigkeit gewinnt eine Werthaltung, die langfristig *nachhaltiges Handeln* > Seite 32 beinhaltet, immer mehr an Bedeutung. Deshalb wollen wir Werte leben – mit Engagement und Begeisterung.

BELL
Täglich frisch

Ein umfangreiches Sortiment an Fleisch, Geflügel, Charcuterie, Seafood und Convenience-Produkten gelangt täglich frisch von Bell zu den Konsumenten. Dafür sorgen die mehr als 6'450 *Mitarbeiter* > Seite 9 in der Schweiz und international. Als die Nummer 1 der Schweizer Fleischbranche beliefert Bell den Detail- und Grosshandel, die Gastronomie und die Lebensmittelindustrie. In Europa gehören das französische Unternehmen Polette sowie die deutschen Firmen ZIMBO und Abraham zur Bell-Gruppe.

UNSERE VISION
Lebensqualität durch
Kompetenz

Produkte von Bell stehen für hochwertige Ernährung und Genuss – und damit für mehr Lebensqualität. Als Voll-Service-Lieferant für die Kunden ist Bell führend in ihren Märkten: nicht nur mengenmässig, sondern auch gemessen an der Wertsteigerung und an der Rendite. Dies erreichen wir durch unsere grosse Kompetenz und unsere täglich hohe Leistung.

UNSERE MARKEN
Für Genuss auf dem Teller



EDITORIAL

WEITERES ERFOLGREICHES GESCHÄFTSJAHR FÜR DIE BELL-GRUPPE

Bericht des Präsidenten des Verwaltungsrates
und des Vorsitzenden der Gruppenleitung



SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN, SEHR GEEHRTE AKTIONÄRE

Werte leben – mit Engagement und Begeisterung. An der Definition und Verankerung unserer Werte haben wir im vergangenen Geschäftsjahr besonders intensiv gearbeitet. In mehreren Bereichen haben wir Strategien für die kommenden Jahre festgelegt. Dabei definierten wir neben den strategischen und operativen Inhalten immer auch eine Werthaltung. Denn wir sind überzeugt, dass in Zukunft ein Unternehmen nur dann erfolgreich sein wird, wenn neben der Leistungsfähigkeit auch eine Werthaltung gelebt wird, die langfristig nachhaltiges Handeln beinhaltet.

2011 haben wir an das sehr erfolgreiche Vorjahr nahtlos anknüpfen können. Dies in einem Umfeld, das sich sehr rasch verändern kann und sehr anspruchsvoll geblieben ist. Sowohl in der Schweiz als auch international ist Bell weiter gewachsen. Der Umsatz aus Warenverkäufen ist bei Ausklammerung von Änderungen im Konsolidierungskreis und Währungsschwankungen um 1,8 Prozent gewachsen. Nominal sank der Umsatz mit CHF 2,52 Milliarden um 3,8 Prozent (CHF -100,6 Mio.). Die Währungsschwankungen, vor allem der im Durchschnitt deutlich tiefere Wechselkurs des Schweizer Frankens zum Euro, senken den nominalen Umsatz um rund CHF 81 Millionen. Die Dekonsolidierung von Bell Convenience schlägt mit CHF 82 Millionen zu Buche.

Das operative Ergebnis auf Stufe EBITDA und EBIT liegt aufgrund der Änderungen im Konsolidierungskreis und dem Nettoeinfluss der Einmaleffekte unter dem Vorjahr. Details dazu sind im Kapitel der finanziellen Berichterstattung aufgeführt. In der Überleitung zum Unternehmensergebnis sind einzelne ausserordentliche Positionen angefallen. Eine ausserordentliche Abschreibung von insgesamt CHF 26 Millionen wurde auf den Goodwill und den Markenwert von ZIMBO in

Deutschland getätigt. Demgegenüber stehen ausserordentliche Erträge von CHF 8 Millionen aus nachträglichen, erfolgswirksamen Versicherungsleistungen aus dem Brandfall Frigo im Jahr 2010 sowie CHF 14,5 Millionen aus Währungs-Absicherungsgeschäften. Der Unternehmensgewinn ist mit CHF 71,6 Millionen (+11 % oder CHF 7 Mio.) über dem Vorjahreswert ausgefallen.

Der Cashflow vor Veränderung NUV stieg um 1,8 auf CHF 182 Millionen (+1 %). Das Absatzvolumen wuchs um 1,9 Prozent auf rund 224 Millionen Kilogramm. Insgesamt beschäftigte die Bell-Gruppe per 31.12.2011 6'470 Personen in 12 Ländern.

ERFOLGREICHES GESCHÄFTSJAHR IM KERNMARKT SCHWEIZ

In der Schweiz hat Bell die Leaderposition weiter ausgebaut. Alle Geschäftsbereiche konnten ihren Absatz steigern. Der Umsatz aus Warenverkäufen erhöhte sich – ohne Berücksichtigung der Dekonsolidierung von Bell Convenience – um CHF 20 Millionen auf CHF 1,75 Milliarden. Das Absatzvolumen wuchs auf 120,8 Millionen Kilogramm (+2,1 %).

Die wachsende Nachfrage nach Produkten mit hoher Wertschöpfung sowie nach Schweizer Fleisch waren die Haupttreiber für das Wachstum. Die saisonalen Geschäfte wie Ostern oder Grill waren 2011 ebenfalls erfolgreich. Positiv auf die Absatzentwicklung in der Schweiz hat sich das stabile Rohmaterialpreisniveau ausgewirkt. Dieses sorgte für einen gleichmässigen Fleischkonsum über das ganze Jahr hinweg. Zudem haben wir in unseren Produktionsbetrieben weitere Produktivitätsfortschritte erzielt.

Weniger erfreulich sind die Auswirkungen des Einkaufstourismus. Dieser ist aufgrund der Abwertung des Euros gegenüber dem Schweizer Franken zusätzlich angekurbelt worden. Gemäss Erhebungen

+1,9%

Absatzvolumen auf
 224 Millionen Kilogramm
 gestiegen.

des Schweizer Fleisch-Fachverbands kauften in der Schweiz wohnhafte Personen Fleisch und Fleischprodukte für rund eine Milliarde Schweizer Franken im grenznahen Ausland.

STARKE STEIGERUNG BEI DEN ROHMATERIALPREISEN IN DER EU

Was das Absatzvolumen in Europa betrifft, hat Bell International die Marktstellung weiter ausbauen können. Das Absatzvolumen wuchs um über 5 Prozent auf total 103'551 Tonnen. Der Warenumsatz in Lokalwährung stieg um 5,7 Prozent auf EUR 625 Millionen. Rund EUR 14 Millionen davon sind auf die Akquisition Hoppe zurückzuführen. Der Warenumsatz in Schweizer Franken liegt aufgrund des durchschnittlich tiefen Euro-Wechselkurses mit CHF 771 Millionen unter Vorjahresniveau (-4,8 % bzw. CHF -39 Mio.).

Unsere Erwartungen in Bezug auf das Gesamtergebnis haben sich insgesamt nicht erfüllt. Dafür verantwortlich sind hauptsächlich die stark angestiegenen Rohmaterialpreise. Die Nachfrage von Ländern wie Russland oder China schoss in die Höhe, wodurch sich in der EU die Preise für wichtige Rohmaterialkomponenten innerhalb kürzester Zeit verdoppelt haben. Auch die Preise für Verpackungsmaterialien sowie Hilfs- und Zusatzstoffe haben sich massiv erhöht. Dadurch mussten wir die Preise anheben, was der Einzelhandel nur bedingt und mit grosser zeitlicher Verzögerung akzeptierte. Das Margenbild hat – insbesondere bei der Brüh- und der Rohwurst – gelitten, während sich die Situation beim Rohschinken im zweiten Halbjahr etwas stabilisierte.

STRATEGISCHE AUSRICHTUNG

2011 haben wir in wichtigen Bereichen unsere künftigen strategischen Stossrichtungen definiert. So haben wir beispielsweise eine neue Markenstrategie für Bell Schweiz verabschiedet. Damit wollen wir die Stärke unserer Marke noch konsequenter nutzen, um unsere führende Position in der Schweiz weiter auszubauen. Die internationale Markenstrategie wird im laufenden Jahr verabschiedet. Weiter haben wir in einer neuen Personalstrategie Themen wie Verhaltens- und Führungsgrundsätze, Vergütungen und Mitarbei-

tergewinnung festgehalten. In der IT-Strategie haben wir unter anderem ein durchgängiges ERP-System für Bell Schweiz und Bell International definiert und in der Finanzstrategie verbindliche finanzwirtschaftliche Kenngrössen festgelegt.

Bei allen Strategiearbeiten wird einem Aspekt besondere Aufmerksamkeit gewidmet: der Nachhaltigkeit. Wir sind überzeugt, dass nachhaltiges Handeln für erfolgreiche Unternehmen bereits heute – und in Zukunft erst recht – entscheidend ist. Dies nicht nur aus ökologischer und sozialer Sicht, sondern auch in ökonomischen Belangen. Beispielsweise sind derzeit bei Bell Überlegungen im Gange, vorgelagerte Stufen stärker ans Unternehmen zu binden. Im Baltikum investieren wir gemeinsam mit verschiedenen Partnern in ein zukunftsweisendes und konsequent nachhaltiges Projekt für Qualitätsrindfleisch aus Mutterkuhhaltung auf der Basis von Grasland. Damit könnten wir vermehrt sicherstellen, dass unsere wachsenden Anforderungen an die Haltungsformen erfüllt werden. Zudem lässt sich damit auch die Abhängigkeit von grossen Rohstofflieferanten und Rohstoffpreisschwankungen reduzieren.

In der Schweiz haben wir in Bezug auf die Standortpolitik weitere wichtige Schritte unternommen. In Oensingen (Kanton Solothurn) haben wir uns eine passende Parzelle von rund 6,5 Hektar gesichert für den Bau des neuen Betriebes für die Schweinefleischveredelung. Diese liegt in unmittelbarer Nähe unseres bestehenden Frischfleischbetriebs für Tiere der Rindergattung. Das neue Werk wird den Betrieb in Basel ablösen, dessen Nutzungsdauer sich dem Ende zuneigt. Die Inbetriebnahme erfolgt voraussichtlich 2015 oder 2016. Ein weiterer Neubau ist in Cheseaux (Kanton Waadt) für die Charcuterieproduktion geplant. Damit verbunden sind Investitionen in der Höhe von CHF 32 Millionen. Die Charcuterievolumen der bestehenden Betriebe in Cheseaux und Lausanne werden im neuen Werk zusammengeführt. Vor allem für Lausanne haben wir eine Ersatzlösung gesucht: Der Mietvertrag auf dem ehemaligen Schlachthof-Gelände läuft per Ende 2014 aus, und die Stadt Lausanne als Eigentümerin will das Gelände für andere Zwecke nutzen.

Mit der neuen
Markenstrategie
wollen wir die
Stärke der Marke
Bell noch konse-
quenter nutzen.

Im April haben wir rückwirkend per 1. Januar 2011 die in Churwalden (Kanton Graubünden) beheimatete Fleischtrocknerei Kocherhans und Schär AG mit einer Kapazität von rund 1'000 Tonnen Rohmaterial pro Jahr übernommen und in den Geschäftsbereich Charcuterie integriert. Damit schliesst Bell Charcuterie die letzte wichtige Lücke im Produktportfolio.

Im Geschäftsfeld Convenience sind wir mit dem Liechtensteiner Convenuespezialisten Hilcona eine zukunftsweisende Kooperation eingegangen. Nach der Zustimmung der Wettbewerbskommission konnte die Zusammenarbeit zügig vorangetrieben werden. Die Geschäftseinheit Bell Convenience am Standort Schafisheim (Kanton Aargau) ist bereits in die Hilcona AG überführt worden. Die Grundlagen für die zukünftige Marktbearbeitung sind somit geschaffen. Mit dieser strategischen Beteiligung und der ebenfalls 2011 getätigten Übernahme des deutschen Spezialisten für Fleisch-Convenience Hoppe haben wir ideale Voraussetzungen, um im schnell wachsenden Bereich Frisch-Convenience künftig neue Potenziale zu erschliessen und eine führende Rolle in Europa zu übernehmen.

Gute Fortschritte haben wir auch bei der Erschliessung von gruppenweiten Synergiepotenzialen erzielt. Fachkräfte von Bell International haben unsere bisher auf die Schweiz ausgerichteten Kompetenzzentren aufgewertet. Sie bringen zusätzliche Erfahrung und Ideen ein, schaffen aber vor allem auch konkrete Anknüpfungspunkte, um Prozesse im Verbund der Schweizer und der internationalen Organisationen produktiver zu gestalten.

Beim Absatz arbeiten wir mit unserem breiten Produktportfolio konsequent an der Vertiefung der Geschäftsbeziehungen mit bestehenden und nahestehenden Kunden und an der Akquisition von Neukunden. Dank einem koordinierten Vorgehen bei der Beschaffung erarbeiten wir uns Vorteile – einerseits durch eine international grössere Transparenz, andererseits mittels besserer Konditionen durch die Bündelung von Volumen. Weitere Synergien sind im administrativen Bereich in Deutschland möglich.

Das Ausschöpfen der Potenziale ist eines der erklärten Ziele der neuen Gruppenleitung unter dem Vorsitz von Lorenz Wyss, der sich seit seinem Start am 1. April 2011 bereits sehr gut in die Organisation und Prozesse eingearbeitet hat.

Im September 2011 mussten wir leider den plötzlichen Todesfall unseres langjährigen Verwaltungsrates Hans Peter Schwarz vermelden. Er war seit 2001 Mitglied des Bell Verwaltungsrates und hat mit seiner Erfahrung und Persönlichkeit unser Unternehmen bereichert. An der Generalversammlung 2012 wird der Verwaltungsrat ein neues Mitglied zur Wahl vorschlagen.

Bei der Erschliessung von gruppenweiten Synergiepotenzialen haben wir bereits gute Fortschritte erzielt.

DIVIDENDENERHÖHUNG AUF CHF 60 PRO AKTIE

Im Rahmen der Bell-Finanzstrategie haben wir auch die Ausschüttungspolitik aktualisiert. Ausgehend von marktüblichen Werten streben wir eine Ausschüttungsquote von 30 bis 40 Prozent in Abhängigkeit der Ergebnisentwicklung an. In diesem Zusammenhang und in Anbetracht des Jahresergebnisses 2011 beantragt der Verwaltungsrat zuhanden der Generalversammlung, die Dividende auf CHF 60 pro Aktie (CHF +10 pro Aktie; Ausschüttungsquote 33,3 %) anzuheben.

Wir arbeiten weiter an der Restrukturierung unserer Sortimente in Richtung mehr Wertschöpfung.

Der Kurs der Bell-Aktie hat sich am Vergleichs- stichtag gegenüber dem Vorjahr nur unwesentlich verändert. Während des Jahres waren die Schwankungen jedoch grösser, wie der Jahreshöchstkurs von CHF 2'300 im April und der Jahrestiefstwert von CHF 1'665 im November belegen. Der Kurs der Bell-Aktie lag per 31. Dezember 2011 mit CHF 1'762 um 0,2 Prozent unter dem Jahresend- kurs 2010 (CHF -4). Der Swiss Performance Index SPI hat im gleichen Zeitraum um 7,7 Prozent nachgegeben.

AUSBLICK 2012

Die konjunkturellen Aussichten sind in unseren Märkten zurückhaltend. Dies gilt für unsere euro- päischen Märkte genauso wie für den Kernmarkt Schweiz, wo gegen Ende 2011 eine gewisse Abfla- chung der Wachstumsdynamik zu beobachten war. Die Rohmaterialpreise in Europa werden wahr- scheinlich auf hohem Niveau verharren. Mit weite- ren Produktivitätssteigerungen können wir diese Mehrkosten zum Teil wieder wettmachen. Die Er- tragsentwicklung wird weiterhin stark davon ab- hängen, wie rasch Rohmaterialpreisänderungen im Markt umgesetzt werden können.

Wir werden weiter an der Restrukturierung unse- rer Sortimente in Richtung mehr Wertschöpfung arbeiten. Dies einerseits mit der Konzentration der Sortimente, andererseits mit neuen innovativen Produktkonzepten. Damit wollen wir unsere Absatzmöglichkeiten stärken und ausbauen. Wir rechnen für 2012 mit einem moderaten Absatzwachstum, wollen aber weiterhin – wie in den letzten Jahren – stärker als unsere relevanten Märkte wachsen.

Die Bell-Gruppe ist für künftige Herausforderungen gut gerüstet. Diese Gewissheit verdanken wir unseren Mitarbeitern, die sich mit unermüdlichem Engagement für den Geschäftserfolg einsetzen. An dieser Stelle möchten wir deshalb allen für ihre Bereitschaft danken, die anstehenden Herausforde- rungen gemeinsam anzugehen und die hochge- steckten Ziele zu erreichen. Ebenfalls danken möchten wir unseren Aktionären, Kunden und Lieferanten für ihre Loyalität und das Vertrauen, das sie ins Unternehmen Bell setzen.



Hansueli Loosli

Präsident des Verwaltungsrates



Lorenz Wyss

Vorsitzender der Gruppenleitung

WERTE LEBEN – MIT ENGAGEMENT UND BEGEISTERUNG

Qualität und Tradition. Genuss und Nachhaltigkeit. Werte, die jeder einzelne Mitarbeiter von Bell verkörpert – und die das Unternehmen prägen. Jeden Tag.

Die Mitarbeiter von Bell sind Spezialisten auf ihrem Gebiet. Mit feinem Gespür und aussergewöhnlicher Leidenschaft streben sie nach Perfektion. So entstehen Spezialitäten wie knochengereifte Steaks, die mit ihrer Zartheit und dem unvergleichlichen Aroma höchste *Qualitätsansprüche* übertreffen. Oder *traditionelles* Bündnerfleisch, das dank sorgfältiger Handarbeit und frischer Bergluft seinen typischen Geschmack entfaltet. Die Mitarbeiter von Bell kommen mit Convenience-Produkten dem Bedürfnis nach unkompliziertem *Genuss* entgegen – ohne auf frische Zutaten zu verzichten. Und engagieren sich für *Nachhaltigkeit*, indem sie beispielsweise mit schonenden Fischfang-Methoden die Bestände dauerhaft sichern.



«Nichts ist zarter und aromatischer als knochengereiftes Fleisch. Für mich ist es die *Qualität in Perfektion.*»

Denise Hofmann (29) ist seit August 2008 als Produktentwicklerin bei Bell Frischfleisch in Oensingen (Schweiz) tätig.



DAS PERFEKTE STEAK

Knochengereiftes Fleisch – auch «*Dry-Aged Beef*» genannt – ist eine alte Metzger-Handwerkskunst, die immer beliebter wird. Kein Wunder: Die edlen Stücke werden durch die Reifung so mürbe und zart, entwickeln ein solch einzigartiges Aroma, dass jeder Gourmet ins Schwärmen gerät. Für diese Spezialität verwendet Bell nur bestes Rindfleisch von ausgewählten Fleischrassen, die eine ausgeprägte Bemuskelung und eine gute Fettabdeckung aufweisen.

Bei einer Temperatur zwischen 0 und 1 Grad Celsius und einer Luftfeuchtigkeit, die 70 Prozent nicht übersteigt, reift das Fleisch während mehrerer Wochen am Knochen, verliert dabei Feuchtigkeit und gewinnt Güte. So macht Bell etwas Gutes noch besser.

21

Tage Reifezeit

benötigt unser exquisites
«*Dry-Aged Beef*» im Durchschnitt,
bis die perfekte Qualität
erreicht ist.



BÜNDNERFLEISCH



«Für die Qualität unseres Bündnerfleischs sind die *reine, frische Bergluft* und das ausgeglichene Klima im Churwaldnertal ideal.»

Hanspeter Treichler (51) ist gelernter Metzger und leitet heute den Betrieb Churwalden (Schweiz). Er arbeitet seit 1994 für die Fleischrocknerei Kocherhans und Schär AG, die letztes Jahr von Bell übernommen wurde.



DAS BÜNDNER ORIGINAL

In den Schweizer Alpen ist es schon seit Urzeiten Brauch, Fleisch an der frischen Luft zu trocknen. Bei Bell werden die hochwertigen Rindfleischstücke nach traditioneller Methode sorgfältig von Hand gesalzen und gewürzt – anders als bei den meisten anderen Herstellern, die diesen wichtigen Teil maschinell durchführen. Für das ideale Klima während der gesamten Reifezeit sorgen heute moderne Trocknungsräume. An vielen Tagen wird das Fleisch aber noch immer mit reiner Bergluft getrocknet – dies verstärkt das würzige, authentische Aroma dieser Spezialität.

Bündnerfleisch ist ein rares Produkt, aus ausgesuchten Edelteilen vom Rind gewonnen, mit geschützter geografischer Angabe (GGA) und daher entsprechend wertvoll. Es ist unbestritten: Dieses Naturprodukt ist seinen Preis wert!

49%

Gewichtsverlust

ist beim Bündnerfleisch vorgeschrieben. Durch den Trocknungsprozess verliert es rund die Hälfte seines ursprünglichen Gewichts und gewinnt dadurch seine unwiderstehliche Zartheit.





UNGARISCHE SZALÁMI



«Ich schätze das angenehme Klima bei uns im Betrieb. Es motiviert und spornt an, *höchste Qualität* zu liefern.»

Viktòria Vogt (26) arbeitet seit September 2011 in der Verpackungsabteilung von ZIMBO im ungarischen Dorf Perbál, das rund 30 Kilometer westlich von Budapest liegt.



11

verschiedene Gewürze

enthält eine Ungarische Szalàmi im Durchschnitt – von Pfeffer über Paprika bis Kardamom. Je nach Region, Tradition und Rezept.

JEDER NACH SEINEM GESCHMACK

Jedes Land und jede Region bringt einzigartige Spezialitäten hervor. Bell produziert in sieben Ländern und möchte deren regionale Vielfalt erhalten und fördern. Die Herkunftsbezeichnung garantiert, dass traditionsreiche Produkte auch aus der ursprünglichen Region stammen und nach Originalrezepten hergestellt werden. Eine typische, regionale Spezialität ist die Ungarische Szalàmi mit ihrem unverwechselbaren, leicht rauchigen Aroma.

Wie die Salami nach Ungarn gelangte, ist nicht restlos geklärt. Sicher ist jedoch, dass sie sich durch die Gewürzmischung und das Räuchern deutlich von der italienischen Ursprungsvariante unterscheidet – und so den ungarischen Geschmack noch besser trifft.

FRIKADELLEN



«Nur eine von zehn
Produktideen hat Zukunft.
Diese eine zu finden,
motiviert mich für zehn
weitere.»

Jürgen Neumann (30) ist gelernter Koch und diplomierter Lebensmitteltechnologe und sorgt seit März 2007 als Produktentwickler bei der Hoppe GmbH in Bad Wünnenberg (Deutschland) für Innovationskraft im Bereich Hackfleischprodukte.





16'000'000

Kilogramm

Convenience-Produkte produziert
der Convenience-Food-Spezialist
Hoppe jährlich in der deutschen
Kleinstadt Bad Wünnenberg.

ZEIT FÜR GESCHMACK

Convenience liegt im Trend. Gerade Berufstätige finden heute immer weniger Zeit zum Kochen, möchten sich aber dennoch genussvoll und abwechslungsreich ernähren. Entsprechend wächst die Nachfrage nach innovativen Lebensmitteln, die ohne viel Aufwand schnell genussbereit sind und einfach gut schmecken. Ein Produkt, das diese Anforderungen bestens erfüllt, sind die *Frikadellen* von Hoppe.

Das Tochterunternehmen von ZIMBO ist bekannt für seine Innovationen, wie zum Beispiel die beliebte Gemüsefrikadelle. Bell setzt auf Convenience und sorgt damit für unkomplizierten Genuss.



THUNFISCH



«Wir fangen die Thunfische mit Handleinen vom stehenden Boot aus – das braucht viel *Erfahrung* und noch mehr Geduld.»

Dieser philippinische Fischer verdient seinen Lebensunterhalt im so genannten Korallendreieck – dem Gebiet mit der höchsten Biodiversität im Meer überhaupt.



FISCHEN — GANZ NATÜRLICH

5'000

philippinische Fischer

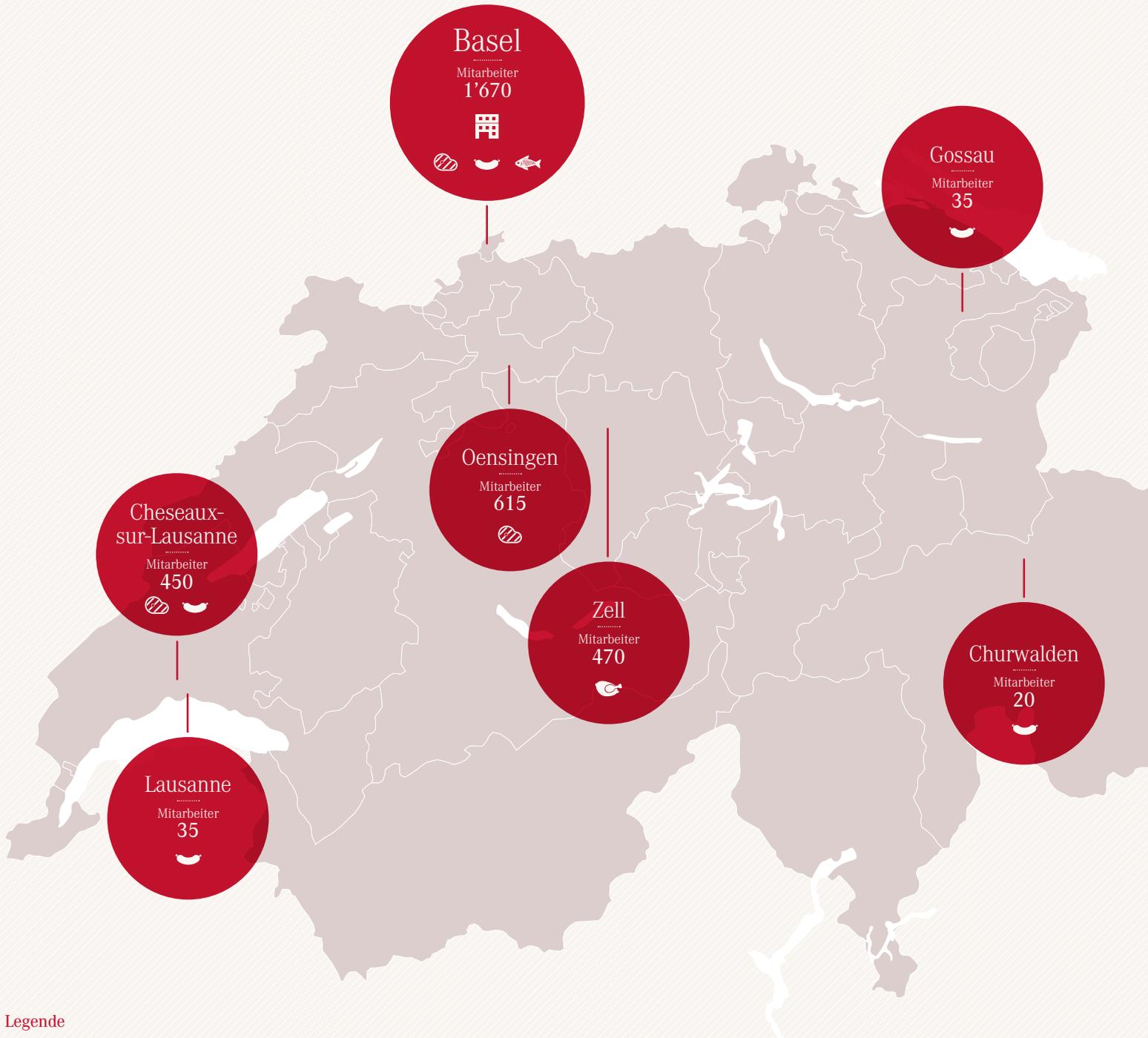
sind in das Gelbflossenthunfisch-Projekt involviert. Ziel ist die ökonomisch nachhaltige Sicherung der Lebensgrundlage für Mensch und Natur.

Nachhaltige Fischerei sichert Arbeitsplätze und schont die Umwelt. Bell Seafood nimmt seine Verantwortung wahr und setzt konsequent auf nachhaltige Lösungen. Bestes Beispiel dafür ist das gemeinsam mit den Partnern WWF, Coop (Schweiz) und DEG initiierte Projekt zum Schutz des *Gelbflossenthunfischs* vor der philippinischen Küste. Mittels Fangquoten und der gezielten Fischerei mit Hand- leinen sollen die Bestände dauerhaft gesichert werden.

Bell Seafood ist Mitglied der WWF Seafood Group und arbeitet nach den Richtlinien des Marine Stewardship Council (MSC).

BELL SCHWEIZ

Effiziente Strukturen, ein Top-Leistungsangebot, eine gezielte Standortplanung und bedeutende strategische Kooperationen haben das Jahr 2011 geprägt. Bell konnte seine Position als führender Schweizer Fleischverarbeiter deutlich ausbauen und schuf damit die Basis für weiteres Wachstum.



Legende

Mitarbeiter per 31.12.2011; Werte gerundet

Hauptsitz Frischfleisch Charcuterie Geflügel Seafood

INHALT

- Weiteres Wachstum für Bell Schweiz
 Marktumfeld
 Strategische Kooperation mit Hilcona
- Bell Frischfleisch – Standortstrategie festgelegt
- Bell Charcuterie – neue Kompetenz beim Bündnerfleisch
- Bell Geflügel – Ausbau im Convenience-Bereich
- Bell Seafood – wachsen mit qualitativem Sortimentsausbau
- Ausblick 2012 – schwierige Vorzeichen

WEITERES WACHSTUM FÜR BELL SCHWEIZ

Bell Schweiz hat das Geschäftsjahr 2011 erfolgreich abgeschlossen und konnte seine Leaderposition einmal mehr weiter ausbauen. Vor allem in den ersten drei Quartalen ist das Ergebnis sehr positiv ausgefallen, während die Wachstumsdynamik im letzten Quartal etwas abgeflacht ist.

Der Umsatz aus Warenverkäufen hat nominal um 3,4 Prozent abgenommen. Grund dafür ist die Dekonsolidierung der Geschäftseinheit Bell Convenience, die per 1. Januar 2011 zu Hilcona übergegangen ist. Um diesen Effekt bereinigt, stieg der Umsatz um 1,2 Prozent auf CHF 1,75 Milliarden. Das Absatzvolumen wuchs gleichzeitig um 2,1 Prozent auf 120,8 Millionen Kilogramm. Zu diesem erfreulichen Wachstum haben sämtliche Geschäftsbereiche beigetragen.

Gewachsen ist hauptsächlich die Nachfrage nach Fleisch aus Schweizer Produktion, insbesondere nach Geflügel aus dem Inland. Die Ergebnisentwicklung ist vergleichbar mit dem Vorjahr. Der höhere Wertschöpfungsgrad über alle Sortimente hat sich positiv auf die Erträge ausgewirkt, und auch saisonale Aktivitäten wie Ostern, Grill und Festtage verliefen sehr gut. Weitere erfolgstreibende Faktoren waren die stabilen Preise für Rohmaterialien sowie die verbesserte Effizienz der Prozesse in den Schweizer Produktionsstätten von Bell.

MARKTUMFELD

Der Fleischkonsum in der Schweiz ist im Berichtsjahr um gut 1 Prozent angestiegen (Schätzung Bell). Dies entspricht in etwa dem Bevölkerungswachstum, sodass der Verzehr pro Kopf stabil geblieben ist. Rechnet man die Fleischprodukte dazu, die von in der Schweiz wohnhaften Personen im grenznahen Ausland eingekauft wurden, hat der Fleischkonsum insgesamt dennoch zugelegt. Im Ausland eingekaufte Produkte sind in den offiziellen Statis-

tiken nicht ersichtlich. Weiter angestiegen ist der Genuss von Geflügelfleisch – ein Trend, der sich schon seit mehreren Jahren abzeichnet. 2011 hat Geflügel erstmals Rindfleisch überholt und ist mit einer Verzehrmenge von gut elf Kilogramm pro Kopf auf Rang zwei der beliebtesten Fleischsorten aufgestiegen. Unangefochtener Spitzenreiter ist und bleibt Schweinefleisch mit einem Konsum von rund 25 Kilogramm pro Einwohner.

Die Fleischproduktion in der Schweiz ist insgesamt um gut 1 Prozent gewachsen. Mit Ausnahme der Kategorie Lamm haben alle Gattungen zugelegt oder sind stabil geblieben. Ebenfalls angestiegen sind die Importe, am deutlichsten bei Rindfleisch und Geflügel. Gesamtschweizerisch liegt der Importanteil bei den wichtigsten Fleischarten bei rund 21 Prozent.

Der massiv gefallene Euro-Franken-Kurs hat im Berichtsjahr den Einkaufstourismus im grenznahen Ausland deutlich ansteigen lassen – vorsichtigen Schätzungen zufolge um bis zu 20 Prozent. Schweizer Shopping-Touristen greifen im Ausland erfahrungsgemäss gern zu Fleisch-, Milch- und anderen Frischprodukten. Bis zu einer Milliarde Schweizer Franken wird im grenznahen Ausland gemäss Schätzungen des Schweizer Fleisch-Fachverbands alleine für Fleisch ausgegeben. Dies entspricht einer Zunahme von über 50 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Auch im Tourismus wirkt sich der starke Schweizer Franken negativ aus. Ferien in der Schweiz sind für Touristen aus dem Euro- oder Dollar-Raum innert kurzer Zeit um über 20 Prozent teurer geworden. Umgekehrt waren Auslandsreisen für in der Schweiz wohnhafte Personen noch nie so günstig. Die betroffenen Branchen (Tourismus, Gastgewerbe etc.) befürchten daher für die Wintersaison 2011/12 massive Einbussen, wie sie bereits im Sommer

Mit der strategischen Beteiligung an Hilcona etabliert sich Bell noch stärker im Bereich Frisch-Convenience.

und Herbst zu spüren waren. Darunter leiden nebst den auf Touristen ausgerichteten Gastronomiebetrieben und Hotels auch die Supermärkte in den Feriengebieten.

STRATEGISCHE KOOPERATION MIT HILCONA

Per 1. Januar 2011 vereinten Bell und Hilcona ihre komplementären Aktivitäten in der Frisch-Convenience unter dem Dach der Hilcona AG. Ziel dieser Kooperation ist es, in der Schweiz und in Europa beschleunigt und profitabel weiter zu wachsen. Im Rahmen der Transaktion bringt Bell die Geschäftseinheit Convenience in die Hilcona-Gruppe ein. Im Gegenzug beteiligt sich Bell mit 49 Prozent an Hilcona. In vier Jahren wird Bell weitere zwei Prozent des Kapitals erwerben. Durch die Dekonsolidierung von Bell Convenience reduziert sich der Umsatz der Bell-Gruppe um rund CHF 82 Millionen. Auf Stufe Unternehmensergebnis wirkt sich der Vorgang in Form eines anteiligen Beteiligungsertrages aus. In der Bilanz wird die Beteiligung als Minderheitsbeteiligung at equity konsolidiert.

Mit dieser strategischen Beteiligung etabliert sich Bell noch stärker im schnell wachsenden Bereich Frisch-Convenience. Hilcona wird ihrerseits in diesem Bereich zu einem Vollsortimentsanbieter und stärkt damit ihre Sortiments- und Marktbearbeitungskompetenz. Das Unternehmen bleibt eigenständig und wird wie bisher den Lebensmitteleinzelhandel, den Discount-Kanal, den Impulsbereich, die Gastronomie und die Industrie im Heimatland Schweiz und in den benachbarten EU-Ländern bedienen. Der Markt hat die Kooperation gut aufgenommen. Nach der Freigabe durch die Wettbewerbsbehörden konnte die Zusammenarbeit zügig vorangetrieben werden. Die Überführung von Bell Convenience am Standort Schafisheim (Kanton Aargau) in die Hilcona AG ist bereits vollzogen, und die Grundlagen für die künftige Marktbearbeitung sind grösstenteils vorhanden.

Im Berichtsjahr wird der Beteiligungsertrag niedriger ausfallen als erwartet. Vor allem der tiefe Euro-Franken-Kurs hatte negative Auswirkungen auf die Ertragslage. Hilcona erzielt rund ein Drittel des Umsatzes mit Exporten in den Euro-Raum.

BELL FRISCHFLEISCH – STANDORTSTRATEGIE FESTGELEGT

Im Bereich Frischfleisch konnte Bell den Umsatz um 0,8 Prozent auf CHF 816 Millionen steigern. Das Absatzvolumen stieg um 1,3 Prozent beziehungsweise 720 Tonnen auf insgesamt 54'757 Tonnen.

Die Fleischgewinnung von Schlachttieren hat um 2,4 Prozent auf 101'821 Tonnen zugenommen. Gesamtschweizerisch sind die Schlachtungen weniger stark angestiegen, was bedeutet, dass Bell in diesem Bereich Marktanteile gewinnen konnte. Die Mehrvolumen sind vor allem bei den Tieren der Rindergattung angefallen. Die Rohmaterialpreise sind insgesamt stabil geblieben; der gewichtete Durchschnittspreis lag bei Bell 0,9 Prozent unter dem Vorjahr. Die unterdurchschnittlich ausgefallenen Schweinepreise wurden grösstenteils durch die höheren Preise für Bankvieh und Kälber wieder wettgemacht. Insgesamt hat Bell Schlachttiere im Wert von rund CHF 607 Millionen bei der Schweizer Landwirtschaft eingekauft, rund 11 Millionen mehr als im Vorjahr. Umgekehrt sind unsere Importe deutlich zurückgegangen. Vor allem beim Schweinefleisch haben sie sich aufgrund des Überangebotes in der Schweiz nahezu halbiert.

Das operative Ergebnis des Geschäftsbereiches hat sich ebenfalls positiv entwickelt. Grund dafür sind einerseits die höheren Verkaufsvolumen und andererseits die Steigerungen bei Sortimenten mit höherem Wertschöpfungsgrad wie zum Beispiel Selbstbedienungs- und Convenience-Artikel sowie veredelte Produkte auf Hackfleischbasis. Erfolgreiche Verkaufsförderungsaktivitäten wie Länderwochen haben ebenfalls zum positiven Ergebnis beigetragen.

In Bezug auf die Standortstrategie hat Bell nun einen geeigneten Standort für den neuen Betrieb für die Schweinefleischveredelung bestimmt. In Oensingen (Kanton Solothurn) haben wir uns eine passende Parzelle von rund 6,5 Hektar gesichert. Dieses Landstück ist nur wenige Meter vom Bell-Betrieb in Oensingen entfernt und erlaubt somit gewisse Synergien. Die Planungsarbeiten werden nun zügig vorangetrieben. Wir rechnen damit, dass der neue Betrieb im Jahr 2015 oder 2016

Das operative Ergebnis von Bell Frischfleisch hat sich positiv entwickelt.

bereitsteht und die Schweinefleischveredelung dann von Basel nach Oensingen verlegt werden kann.

Am Standort Cheseaux (Kanton Waadt) investiert Bell CHF 32 Millionen in einen Neubau für die Charcuterieproduktion. Die Charcuterievolumen des heutigen Betriebes Cheseaux und des Betriebes Lausanne werden im Neubau integriert. Eine Ersatzlösung war vor allem für Lausanne notwendig, da der Mietvertrag auf dem ehemaligen Schlachthof-Gelände per Ende 2014 ausläuft. Die Stadt Lausanne als Eigentümerin will das Gelände für andere Zwecke nutzen. Für den Neubau greift Bell auf bestehende Landreserven neben dem heutigen Werk in Cheseaux zurück. Der Betrieb wird für eine flexible Produktion von regionalen Spezialitäten sowie für Kleinserien eingerichtet. Voraussichtlich im Frühjahr 2012 werden wir die Planung abschliessen und mit dem Bau beginnen. Die Inbetriebnahme des neuen Produktionsstandortes in Cheseaux ist für 2013/2014 vorgesehen.

BELL CHARCUTERIE – NEUE KOMPETENZ BEIM BÜNDNERFLEISCH

Im Bereich Charcuterie ist der Umsatz um 0,5 Prozent beziehungsweise CHF 2,4 Millionen auf CHF 443 Millionen leicht zurückgegangen. Das Absatzvolumen erhöhte sich um 0,4 Prozent beziehungsweise 117 Tonnen auf 32'462 Tonnen.

Die Absatzmenge bei der Brühwurst hat im Berichtsjahr zugenommen. Ausschlaggebend dafür war vor allem der Ausbau der Volumen bei Kunden aus dem Grosshandel sowie der Gastronomie. Bei der Rohwurst sanken die Volumen aufgrund einer reduzierten Aktionstätigkeit, während bei den Kochpökelwaren der Absatz stabil blieb.

Im April hat Bell rückwirkend per 1. Januar 2011 die in Churwalden (Kanton Graubünden) beheimatete Fleischtrocknerei Kocherhans und Schär AG mit einer Kapazität von rund 1'000 Tonnen Rohmaterial pro Jahr übernommen und in den Geschäftsbereich Charcuterie integriert. Damit schliesst Bell Charcuterie die letzte wichtige Lücke im Produktportfolio. Der Besitz von eigenen Trocknungskapazitäten zur Herstellung von Bündner

Spezialitäten reduziert die Abhängigkeit von Dritten für das Inlandgeschäft genauso wie für den Export. Die Integration des Betriebes und der Mitarbeiter in die Bell Schweiz AG wurde per Ende Juni vollzogen. Ein erster Ausbauschnitt ist für das erste Halbjahr 2012 vorgesehen. Rund CHF 8 Millionen werden in den Ausbau der Salzerei und der Trocknungsräume investiert. Damit wird die Produktionskapazität um rund 50 Prozent vergrössert. Je nach Entwicklung prüft Bell in den nächsten Jahren weitere Ausbauschnitte.

Beim Geschäftsmodell von Bell Churwalden liegt der Fokus klar auf Tradition und Handwerk. So werden die hochwertigen Fleischstücke auch künftig von Hand gesalzen und nicht wie bei den meisten anderen Herstellern maschinell. Zudem gewähren wir dem Produkt die Zeit, welche für die vollkommene Entfaltung des typischen Aromas notwendig ist. Mit der Herstellung von Bündnerfleisch und Bündner Rohschinken wurde Ende 2011 begonnen. Die ersten Rohlinge wurden eingelagert und sind bei einer durchschnittlichen Reifezeit von 22 bis 26 Wochen Mitte 2012 zur Auslieferung bereit.

BELL GEFLÜGEL – AUSBAU IM CONVENIENCE-BEREICH

Der Umsatz im Bereich Geflügel betrug im Berichtsjahr CHF 362 Millionen. Dies entspricht einem Plus von 2,3 Prozent beziehungsweise CHF 8,2 Millionen. Das Absatzvolumen erhöhte sich um 5,4 Prozent respektive 1'403 Tonnen auf insgesamt 27'438 Tonnen.

Bei der Schlachtung erreichte Bell ein Volumen von 24'310 Tonnen und damit einen Zuwachs von 3,4 Prozent beziehungsweise 798 Tonnen. Die Importe sind im Vergleich zum Gesamtmarkt deutlich weniger stark gewachsen. Bei Bell Geflügel beträgt der Importanteil noch rund 26 Prozent. Der gesamtschweizerische Durchschnitt liegt bei rund 50 Prozent. Bell setzt auf ein kontinuierliches Wachstum beim Schweizer Frischgeflügel. Mit Erfolg: Der Absatz in diesem Segment ist seit 2005 um rund 35 Prozent gewachsen.

In der Schweiz nimmt Geflügelfleisch weiter an Beliebtheit zu.

In der Schweiz nimmt Geflügelfleisch weiter an Beliebtheit zu. 2011 lag der Pro-Kopf-Konsum erstmals über demjenigen von Rindfleisch und positioniert sich nun hinter Schweinefleisch an zweiter Stelle. Die Absatzzunahme wurde im Berichtsjahr in erster Linie im Ausser-Haus-Konsum und im Convenience-Bereich realisiert. Erst danach folgt der Privatkonsum, der über den Detailhandel versorgt wird.

Diese Fakten widerspiegeln sich auch im Geschäftsgang von Bell Geflügel. Während das Absatzwachstum im Detailhandel etwas abgeflacht ist, hat es in den Kanälen Lebensmittelindustrie und Gastronomie zugenommen. Gerade in der Gastronomie ist das Bild aber uneinheitlich: Während sich zum Beispiel der Abholgrosshandel oder Take-Aways gut entwickeln, bekundet der Belieferungsgrosshandel der Gastronomie teilweise grosse Mühe.

Bei den Produkten sind vor allem Neuheiten innerhalb des saisongebundenen Sortiments Grill und im Convenience-Bereich zu erwähnen. Zu Letzterem gehören thermisch behandelte Produkte, die frisch oder tiefgekühlt den Weg zu dem Konsumenten finden. Gerade in dieser Produktgruppe konnte Bell Konkurrenten verdrängen und neue Kunden gewinnen.

Die Warengruppe Wild startete aufgrund des äusserst milden Herbstes sehr verhalten in die Saison. Dieser schwache Start konnte nicht mehr aufgeholt werden. Zudem musste Bell den Verlust eines grösseren Industriekunden verzeichnen. Innerhalb der Produktgruppe Spezialfleisch hat sich Kaninchen positiv entwickelt. Kaninchenfleisch bezieht Bell aus der Schweiz und aus dem neuen ungarischen Importprogramm «Relax Rabbit», das die strengen Schweizer Tierschutznormen erfüllt.

Im April 2011 hat Bell als erstes Unternehmen in der Schweiz von der herkömmlichen Betäubung im Elektro-Wasserbad auf die Betäubung in kontrollierter Atmosphäre umgestellt. Dieses Verfahren erfüllt die hohen Ansprüche an das Tierwohl und wirkt sich positiv auf die Qualität des Fleisches aus. Im Rahmen eines Masterplans wird zurzeit die Weiterentwicklung des Standortes Zell geprüft.

BELL SEAFOOD – WACHSEN MIT QUALITATIVEM SORTIMENTS-AUSBAU

Im Geschäftsfeld Seafood konnte Bell den Umsatz um 10,9 Prozent respektive CHF 11,3 Millionen auf total CHF 115 Millionen erhöhen. Das Absatzvolumen vergrösserte sich um 12,2 Prozent beziehungsweise 559 Tonnen auf 5'127 Tonnen. Dies in einem stabilen Marktumfeld mit ähnlichen Konsumvolumen wie im Vorjahr. Im Detailhandel legte Bell vor allem durch die verstärkte Penetration des Westschweizer Marktes zu. Auch die Neukunden-Akquise bei der Belieferung von Gastronomie-Grosshandel und Lebensmittelindustrie hat zum guten Ergebnis beigetragen.

Im Berichtsjahr wurde vor allem an der qualitativen Weiterentwicklung der Marktleistungen gearbeitet. Die bestehenden Mehrwert-Sortimente im Convenience- und Grillsegment wurden konsequent ausgebaut. Die Werthaltigkeit der Produkte wurde mit einem neuen Verpackungskonzept unterstrichen. Zudem hat Bell Seafood gezielte Verkaufsfördermassnahmen für die Kundengruppen Detailhandel und Gastronomie umgesetzt.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt schon seit Jahren auf der nachhaltigen Beschaffung von Seafood. Auf der einen Seite haben wir den Anteil von Label-Fisch aus Wildfang weiter ausgebaut. Dies vor allem mit dem Gütesiegel des Marine Stewardship Council (MSC). Der MSC und das entsprechende Label garantieren die Rückverfolgbarkeit des Fisches und bürgen dafür, dass er aus nachhaltigem Fang stammt. Bei Seafood aus Aquakulturen verfolgen wir sehr nah die Entwicklung im Labelbereich. Verschiedene Organisationen arbeiten zurzeit am Auf- und Ausbau von nachhaltigen Programmen in der Fischzucht. Wir sind überzeugt, dass künftig Labelprogramme für Aquakulturen eine stärkere Rolle spielen werden. Rund zwei Drittel des gesamten Bell Seafood-Absatzvolumens stammen aus Zuchtbetrieben. Auf der anderen Seite nimmt die Unternehmenseinheit Bell Seafood als Mitglied der WWF Seafood Group ihre Verantwortung wahr und setzt auf umwelt- und ressourcenschonende Lösungen. Ziel der engen Zusammenarbeit ist es, hochwertige und genussvolle Produkte anzubieten, die im Einklang mit der Natur und ihren Ressourcen

Als Mitglied der WWF Seafood Group setzt Bell auf Fisch aus nachhaltig bewirtschafteten Beständen.

Bell Seafood ist Mitglied der WWF Seafood Group



2012 wird die Wettbewerbsintensität im Schweizer Detailhandel deutlich zunehmen.

produziert werden. Deshalb haben wir uns verpflichtet, schrittweise auf Fisch aus nachhaltig bewirtschafteten Beständen und umweltverträglicher Zucht umzustellen. Das heisst einerseits, dass keine vom Aussterben bedrohten Arten wie Hai, Rochen, Schwertfisch oder Roter Thunfisch im Sortiment geführt werden. Andererseits sucht Bell für Fische aus stark überfischten Beständen aktiv nach alternativen Beschaffungslösungen.

AUSBLICK 2012 – SCHWIERIGE VORZEICHEN

Für 2012 erwartet Bell Schweiz ein schwieriges Marktumfeld für alle Produktgruppen. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf europäischer Ebene und deren Auswirkungen auf die Schweiz sind schwierig einzuschätzen. Die Wettbewerbsintensität im Detailhandel wird weiter zunehmen. In sämtlichen Segmenten muss im kommenden Geschäftsjahr mit einem noch schärferen Preiskampf und einem weiter zunehmenden Verdrängungswettbewerb gerechnet werden.

Bleibt eine substanzielle Abwertung des Schweizer Frankens gegenüber dem Euro aus, wird sich die dramatische Situation beim Tourismus nicht entspannen – genauso wenig wie der Einkaufstourismus im grenznahen Ausland.

Naturgemäss schwierig ist es, im abgeschotteten Schweizer Markt auch die Entwicklung der Rohmaterialpreise vorauszusehen. Um die Konsumdynamik zu unterstützen, eine weitere Abwanderung der Einkäufe ins Ausland zu verhindern und kalkulatorische Verwerfungen zu minimieren, zählen wir auf weiterhin stabile Rohmaterialpreise.

Auf der Angebotsseite steht verstärkt die Suche nach innovativen Produktlösungen im Fokus – mit dem Ziel, neue Potenziale für eine zusätzliche Wertschöpfung zu erschliessen. Zudem arbeitet Bell konsequent an der Verbesserung der Produktivität. Dabei wird auch der Verbund der internationalen Unternehmenseinheiten verstärkt genutzt, beispielsweise bei der Beschaffung von Investitionsgütern oder beim Verbrauchsmaterial.

Weitere Impulse versprechen wir uns aus der Ende 2011 verabschiedeten Markenstrategie für die Schweiz. Mit der neuen Strategie werden wir die bereits starke Marke Bell noch konsequenter nutzen, um unsere Marktleistungen zu transportieren und zu positionieren. Davon versprechen wir uns eine zusätzliche verkaufsfördernde Wirkung.

BELL INTERNATIONAL

Die Bell-Gruppe konnte 2011 die Marktposition in Europa weiter ausbauen. Sowohl das Absatzvolumen als auch der Warenumsatz haben zugelegt. Die deutlich gestiegenen Rohmaterialpreise belasten jedoch die Rechnung.



Mitarbeiter per 31.12.2011; Werte gerundet
Absatzvolumen nicht konsolidiert

INHALT

- Bell International erschliesst neue Absatzmärkte
- Preiskampf und Innovationen im deutschen Markt
- Moderates Wachstum in Osteuropa
- Spürbarer Margendruck in Frankreich
- Fokus auf Regionalität in West- und Nordeuropa
- Ausblick 2012 – Effizienz steigern und Synergien fördern



BELL INTERNATIONAL ERSCHLIESST NEUE ABSATZMÄRKTE

Bell International hat seine Marktstellung in Europa beim Absatzvolumen weiter ausbauen können. Das Absatzvolumen nahm um über 5 Prozent auf insgesamt 103'551 Tonnen zu. Der Warenumsatz wuchs in Lokalwährungen um 5,7 Prozent auf Euro 625 Millionen. Davon sind rund Euro 14 Millionen auf die Akquisition Hoppe zurückzuführen. In Schweizer Franken ausgewiesen, liegt der Warenumsatz aufgrund des durchschnittlich tieferen Euro-Wechselkurses mit CHF 771 Millionen unter Vorjahreshöhe (-4,8 % bzw. CHF -38,7 Mio.).

Die Ergebniserwartungen haben sich insgesamt nicht erfüllt. Hauptgrund dafür sind die stark angestiegenen Rohmaterialpreise, die nur teilweise und wenn, dann nur mit Verzögerungen weitergegeben werden konnten. Durch die verstärkte Nachfrage aus Russland und China nach Schweinefleischkomponenten haben sich die Preise dieser für uns wichtigen Rohmaterialbestandteile innert kürzester Zeit teilweise verdoppelt. Auch die Preise für Verpackungsmaterialien sowie Hilfs- und Zusatzstoffe haben massiv zugelegt. Der Handel hat die dadurch notwendigen Preiserhöhungen nur bedingt und mit grosser Zeitverzögerung zugelassen. Insbesondere bei der Brühwurst und bei der Rohwurst hat das Margenbild gelitten, während sich die Situation beim Rohschinken im zweiten Halbjahr zwar etwas stabilisiert hat, sich aber noch nicht auf dem notwendigen Niveau befindet.

Weitere Fortschritte hat Bell bei der Realisierung erster Synergie-Effekte erzielt. Dank dem Gruppennetzwerk konnten neue Absatzmärkte für bestimmte regionale Spezialitäten erschlossen werden. Die regional etablierten Vertriebsorganisationen hatten zudem die Möglichkeit, ihr Produktportfolio in verschiedenen Märkten durch die Sortimente anderer Gruppenbetriebe zu ergänzen. Ebenfalls in Arbeit ist eine internationale Markenstrategie. Künftig reduzieren wir das internationale Markenportfolio und konzentrieren uns auf die starken Marken, um diese gezielt auszubauen.

PREISKAMPF UND INNOVATIONEN IM DEUTSCHEN MARKT

Seit Juni 2010 steigen die Preise für Packaged Goods im Einzelhandel kontinuierlich an. Verantwortlich dafür sind im Wesentlichen die steigenden Rohstoffkosten. Diese Mehrkosten über erhöhte Herstellerabgabepreise weiterzugeben, ist aber nur teilweise möglich und führt zu verstärktem Margendruck bei den Herstellern. Insbesondere im Discount fallen die Rohstoffkosten aufgrund des insgesamt niedrigen Preisniveaus stark ins Gewicht.

Die Entwicklung im Selbstbedienungs-Wurstmarkt war verhalten. Der Anteil der Handelsmarken am Gesamtmarkt legte auf dem bereits hohen Niveau noch weiter zu und kam auf knapp 47 Prozent.

Bei Bell Deutschland ist der Umsatz bei den Produktgruppen Brüh- und Rohwurst sowie Koch-

+5,4%

Zunahme des Absatzvolumens
bei Bell International

schinken weniger stark gestiegen als der Absatz, da der durchschnittliche Verkaufspreis tiefer lag. Zurückzuführen ist dies zum einen auf markt- und kundenbedingte Mixverschiebungen der Segmente und Sortimentsgruppen und zum anderen auf einen weiteren Anstieg des Anteils der Handelsmarken und Discounter. Umgekehrt ist bei der Produktgruppe Rohschinken der Umsatz stärker gestiegen als der Absatz. Bedingt ist dies durch die Veränderung des Produktmix in Richtung höherwertiger Artikel. Die im Vergleich zum Vorjahr um 10 bis 15 Prozent massiv gestiegenen Rohstoffpreise für Fleisch und Fette haben das Ergebnis erheblich beeinflusst. Bereits zu Jahresbeginn war das Niveau deutlich höher als im Vorjahr. Dazu kam, dass die erwartete saisonale Erholung zum Jahresende nicht eintraf. Die ab September umgesetzte Preiserhöhung reichte deshalb für die notwendige Kostenkompensation nicht aus. Um dieser Situation frühzeitig aktiv entgegenzuwirken, starten wir Initiativen zur weiteren Effizienzverbesserung – insbesondere bei der Brühwurstproduktion und bei den administrativen Prozessen.

Der Markt für Rohschinken zeigte sich in Deutschland gegenüber dem Vorjahr stabil mit einer nahezu unveränderten Tonnage. Beim Category-Leader Abraham entwickelten sich speziell die internationalen Rohschinkenspezialitäten positiv – insbesondere der spanische Serrano-Schinken sowie Prosciutto crudo und Parma-Schinken aus Italien. In diesen beiden Segmenten haben wir unsere Leaderposition weiter ausgebaut. Die im Jahr 2010 eingeleiteten Effizienzmassnahmen führten 2011 dazu, dass die budgetierten Kosten trotz erhöhter Absätze tiefer ausfielen. Die zentrale Investition stellte der Ausbau des Reife- und Logistiklagers im deutschen Harkebrügge (Bundesland Niedersachsen) dar. Eine weitere wichtige Investition haben wir in der Produktionstechnik in Form einer neuen Servierschnitt-Linie getätigt, um die gestiegenen Absätze im Bereich der Faltpackungen bedienen zu können. Der Trend zu mehr kleineren Haushalten

hält an. Den Bedürfnissen dieser Konsumenten-Gruppe kommt Abraham mit dem speziell angepassten Verpackungskonzept für hochwertige Schinkenprodukte – den Faltpackungen – entgegen. Das platzsparende Format, die Wiederverschliessbarkeit sowie die Transparenz der Verpackungen setzen starke Kaufanreize. Mit sechs bestehenden und zwei neuen Produkten, darunter Savoyer Schinken aus dem Hause Polette, erfüllt das Sortiment zeitgemässe Verbraucherwünsche. Diese Verpackungsvariante setzt sich am Markt weiter durch und generiert so Wachstum. Damit können wir die leicht negative Entwicklung bei klassischen deutschen Rohschinken, die in Standardverpackungen angeboten werden, kompensieren. Weiter erwähnenswert ist der im Februar 2011 gestartete Export von Rohschinkenspezialitäten nach Japan.

Im Bereich Convenience hat Bell im vergangenen Jahr die Firma Hoppe GmbH übernommen. Da diese in Deutschland über eine moderne Produktionsstätte und ausreichend Ausbaufäche verfügt, haben wir beschlossen, den bisherigen Produktionsbetrieb von ZIMBO darin zu integrieren. Die Verlegung vom nordrhein-westfälischen Steinheim ins nahegelegene Bad Wünnenberg ist im Dezember 2011 abgeschlossen worden. Zukünftig werden die Convenience-Aktivitäten am gemeinsamen Standort gebündelt. Die Produktion in Steinheim wurde per 31. Dezember 2011 stillgelegt. Anfang 2012 startete Hoppe mit einem überarbeiteten Markenkonzept und erfolgsversprechenden Produktinnovationen eine neue Marktoffensive.

Der Vertrieb der in Lizenz hergestellten Artikel der Marken «Du darfst» und «Becel» liegt auf einem stabilen Niveau mit konstant hoher Distribution. Die stagnierende Marktentwicklung ist spürbar. Ihr wird jedoch mit Neuproduktentwicklungen entgegengewirkt. Die bestehende Lizenzpartnerschaft mit Unilever wurde Ende 2011 um Wurst- und Aufschnittprodukte unter der internationalen Marke «Bertolli» erweitert. Diese Marke steht für

Bei den Rohschinken-spezialitäten konnte Bell Deutschland die Leaderposition weiter ausbauen.

italienische Lebensfreude, besitzt einen hohen Bekanntheitsgrad und ist bei den Konsumenten sehr angesehen. Ab Anfang 2012 werden zunächst in Deutschland und in den Niederlanden frische Wurst-Spezialitäten wie zum Beispiel Salami Milano oder Mortadella unter dieser Marke angeboten.

MODERATES WACHSTUM IN OSTEUROPA

In den meisten Ländern Osteuropas sind die gravierenden Auswirkungen der weltweiten Wirtschaftskrise noch nicht überwunden, und bereits wirft die Schuldenkrise einen Schatten auf die weitere Entwicklung. Dazu kommen die steigenden Nahrungsmittelpreise. All dies verunsichert die Konsumenten und lässt sie preissensibel reagieren. Die Tendenz zu niedrigpreisigen Artikeln und Discountern bleibt in allen osteuropäischen Ländern unverändert hoch. Die ungünstige Währungskursentwicklung des polnischen Zloty und des ungarischen Forints verteuerte 2011 ausserdem den Import von Rohstoffen für unsere Produktionsstandorte in Polen und Ungarn. Notwendige Preiserhöhungen konnten in beiden Ländern zwar umgesetzt werden, aber nicht in der erforderlichen Grössenordnung.

Polen hat 2011 wie bereits im Vorjahr ein stabiles Wirtschaftswachstum verzeichnet. Im Markt setzte sich die dynamische Entwicklung der Discounter fort. In diesem Umfeld haben wir unsere Marktposition, insbesondere mit einzelnen Schlüsselkunden, weiter ausbauen können. Im dritten Tertial belasteten hauptsächlich der ungünstige Wechselkurs sowie die höheren Rohstoffpreise das Ergebnis.

Die Konjunktorentwicklung in Ungarn hat sich im zweiten Halbjahr verdüstert. Mit einer schwachen Gesamtsituation muss weiterhin gerechnet werden. In diesem Umfeld wächst sowohl das Preiseinstiegssegment als auch der Anteil der Private-Labels weiter. Unsere Geschäftsentwicklung war von mehreren negativen Faktoren beeinflusst:

Zum Jahresstart verhängte Ungarn aufgrund des Dioxinskandals in Deutschland einen Importstopp für deutsche Fertig- und Rohwaren, was zu Leistungs- und Ertragsverlusten führte. 80 Prozent der in Ungarn verarbeiteten Rohstoffe werden importiert. Dazu kommen Verluste durch die ungünstige Währungskursentwicklung. Nichtsdestotrotz gab es auch Fortschritte: Die Neuausrichtung des Management-Teams und die Verstärkung des Vertriebs in Ungarn konnten umgesetzt werden. Dazu führten wir per 1. Juli 2011 ein neues ERP-System ein, das die IT-Prozesse deutlich verbesserte.

In Tschechien nahm der private Konsum trotz ansprechendem Wirtschaftswachstum nicht zu. Die Verbraucher zeigen eine anhaltend hohe Preissensibilität, was das weitere Wachstum von Handelsmarken und Discountern begünstigt. In diesem Umfeld verläuft die Geschäftsentwicklung unserer Belieferungs- und Einzelhandelsaktivitäten weiterhin sehr erfreulich. Als Folge der höheren Wertschöpfung pro Kilogramm liegt der Ertrag deutlich über Vorjahresniveau. Die Expansion des Verkaufstellennetzes in Tschechien, der Slowakei und Rumänien konnten wir mit weiteren Neueröffnungen fortsetzen. Die Anzahl Verkaufspunkte wuchs um 23 Einheiten auf total 94.

SPÜRBARER MARGENDRUCK IN FRANKREICH

In Frankreich sind die Konsumenten nach wie vor sehr zurückhaltend; der Markt bleibt umkämpft. Der Bereich Charcuterie ist insgesamt gewachsen. Dies ist hauptsächlich auf die Warengruppe Kochschinken zurückzuführen. Rohschinken und Rohwurst entwickelten sich hingegen rückläufig. Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern verloren in Frankreich die Preiseinstiegsprodukte bereits im zweiten Jahr hintereinander, während Markenartikel und Handelsmarken weiteres Wachstum verzeichneten. Vor allem Selbstbedienungartikel legten zu, während Bedienungsware und schwerere, teurere Produkte erneut Einbussen verzeichnet haben.

Die Polette-Gruppe konnte in diesem Umfeld den Warenumsatz auf EUR 76 Millionen ausbauen. Das Absatzvolumen lag insgesamt über Vorjahresniveau und erreichte rund 11'900 Tonnen. Verantwortlich für dieses Wachstum sind zwei Faktoren: der erhöhte Absatz von Produkten mit hoher Wertschöpfung und die Gewinnung von Neukunden. Bei der Rohwurst ist der Absatz insgesamt gestiegen. Eine Ausnahme bilden die schwereren Produktspezialitäten ab 400 Gramm, da diese im Endverkaufspreis höher ausfallen. Die Absatzvolumen beim Rohschinken haben vor allem gegen Ende des Berichtsjahres wieder angezogen.

Die enorme Teuerung bei den Rohmaterialien – verbunden mit der Zurückhaltung des Handels, die Verkaufspreise entsprechend anzupassen – übten einen sehr starken Druck auf die Margen aus. Verschiedene Rohmaterialkomponenten haben Teuerungen von über 20 Prozent erfahren. Im Einzelfall haben sich die Beschaffungspreise mehr als verdoppelt. Mit den höheren Absatzvolumen und weiteren Effizienzverbesserungen konnten wir dem Margendruck etwas entgegenwirken. Aber es führte kein Weg daran vorbei, die Rohmaterialteuerung auf die Verkaufspreise zu überwälzen.

FOKUS AUF REGIONALITÄT IN WEST- UND NORDEUROPA

In Spanien ist unsere Entwicklung erfreulich. Der Rohschinkenbetrieb Sanchez Alcaraz in Casarrubio del Monte in der Nähe von Madrid hat den Warenumsatz steigern können und das beste Unternehmensergebnis seit langem erzielt. Dabei ist Sanchez Alcaraz nicht nur durch den Export nach Deutschland gewachsen, sondern dank Neukundengewinnung auch im Inland. Trotz des schwierigen wirtschaftlichen Rahmens im Heimmarkt ist und bleibt Rohschinken der Favorit auf den Tellern der Spanier. Der Preisverfall beim Ibérico-Schinken, der eine Reifezeit von bis zu 36 Monaten hat, scheint gestoppt.

Die Entwicklung der stark exportorientierten Volkswirtschaften der BENELUX-Länder wird erheblich von der Krise der Euro-Währung belastet. Der ohnehin schon preis- und wettbewerbsintensive Markt hat sich noch weiter verschärft. In diesem schwierigen Umfeld ist es uns gelungen, die Verkäufe bei unseren grossen, wichtigen Kunden zu halten oder gar auszubauen. Das Absatzvolumen der in der Gruppe hergestellten Sortimente ist stabil bis leicht über Vorjahr. Demgegenüber haben die Handelsprodukte eher nachgegeben.

In den west- und nordeuropäischen Ländern setzt die Bell-Gruppe vor allem auf regional spezialisierte Produktionsbetriebe, um ihre Marktpräsenz zu verteidigen und weiter auszubauen. Zudem bauen wir auf unser Renommee als etablierter Spezialist für internationale Charcuterie und Convenience. Der Fokus liegt auf der Kombination von Angebot, Kundennähe, optimalen Serviceleistungen, einem starken Netzwerk und effizienten Kostenstrukturen. All dies macht Bell zu einem kompetenten und unabhängigen Servicepartner für internationale Frischespezialitäten.

AUSBLICK 2012 – EFFIZIENZ STEIGERN UND SYNERGIEN FÖRDERN

Die Rohstoffpreisentwicklung wird auch 2012 von hoher Bedeutung sein. Dabei wird es essenziell sein, dass entsprechende Preiserhöhungen auf der Abnehmerseite zeitnah durchgesetzt werden können. Die Bell-Gruppe widmet sich verstärkt strategischen Überlegungen, um die Abhängigkeit von volatilen Rohmaterialpreisen zu reduzieren.

Wir konzentrieren uns vor allem auf die Sortimente mit höherer Wertschöpfung. Sortimentsteile mit geringer Wertschöpfung werden weiter signifikant abgebaut. Damit schaffen wir eine optimale Sortimentsbreite und -tiefe, insbesondere bei der Brüh- und Rohwurst. Dazu fördern wir neue, innovative Produktkonzepte und planen wirkungsvolle Verkaufsaktivitäten.

Die Rohstoff- preisentwicklung wird auch 2012 von hoher Bedeu- tung sein.

Wir sind zuversichtlich, dass unsere Stärken in Form konzeptioneller und innovativer Lösungen mögliche exogene Effekte wie zunehmenden Wettbewerbsdruck überkompensieren werden. Dazu beitragen werden auch die getätigten Investitionen, Effizienzsteigerungsprogramme und nicht zuletzt die Synergieprojekte innerhalb der Bell-Gruppe, die im Jahr 2012 weiter Fahrt aufnehmen. Der Fokus liegt insbesondere in den Bereichen Beschaffung von Waren und Dienstleistungen, internationaler Vertrieb, Logistik sowie administrative Dienste.

Gute Chancen rechnen wir uns auch bei der Belieferung des Gastronomie, Abhol- und Belieferungsgrosshandels aus. Mit spezifisch ausgerichteten Sortimenten und den guten Erfahrungen aus unseren Kernmärkten wollen wir bestehende Kundenbeziehungen intensivieren und das Absatzgebiet auch geografisch ausdehnen.

Neben der weiteren Optimierung der operativen Geschäftstätigkeit werden wir uns 2012 sehr intensiv mit dem Themenkomplex der Nachhaltigkeit beschäftigen, um hier die notwendigen Weichenstellungen für mehr Differenzierung und Wertschöpfung in Zukunft zu vollziehen.

Umsatz und Produktionsvolumen Bell International	Umsatz [in EUR Millionen]	Absatzvolumen [in Tonnen]
Abraham-Gruppe	193	26'300
ZIMBO-Gruppe	356	65'800
Polette-Gruppe	76	11'900
Total Bell International	625	104'000

BELL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Ein saftiges Steak auf dem Teller – das ist Genuss pur und geht bei Produkten von Bell mit gutem Gewissen. Wir setzen uns ein für tierfreundliche Haltung und kurze Transportwege, verfügen über modernste Schlacht- und Verarbeitungsanlagen und sorgen stets für grösstmögliche Frische und Verfügbarkeit. So ist die Nachvollziehbarkeit in jedem einzelnen Glied der Wertschöpfungskette garantiert: Vom glücklichen Weiderind bis zum saftigen Steak auf dem Teller, denn wir nehmen unsere Verantwortung wahr.

Tierproduktion

Tiertransport Schweiz

Schlachten, Zerlegen und Verarbeiten



Rückwärtsintegration

Mit umweltgerechten und nachhaltigen Lösungen sichert Bell den wachsenden Bedarf an nachhaltig produziertem Fleisch, Fisch und Geflügel. Wir setzen auf die Anbindung vorgelagerter Stufen, unter anderem auch auf exklusive Zusammenarbeit mit ausgesuchten Schweizer Geflügelmästern, nachhaltigen Fang von Gelbflossenthunfisch auf den Philippinen, Qualitätsrindfleisch aus Mutterkuhhaltung im Baltikum (Projekt).

Kompromisslos

Bell schlachtet ausschliesslich in der Schweiz und nur inländische Schlacht-tiere an den Standorten Basel, Oensingen und Cheseaux-sur-Lausanne. Strenge amtliche Vorschriften und klare Einkaufsbedingungen der Vermarkter/Verarbeiter regeln jedes Detail eines Tiertransports.

Energie und Ressourcen

Energetische Vorgänge analysiert Bell systematisch auf ihre Effizienz, um daraus entsprechende Massnahmen abzuleiten und umzusetzen.

20%

des Jahresbedarf an Fernwärme wurden im Schlachtbetrieb Basel eingespart – dank Anpassungen und Nutzung des städtischen Dampfnetzes.

49%

Anteil Fleisch aus Labelprogrammen.



Verkauf

Konsum

Kommunikation

Warenverfügbarkeit garantiert

An bis zu 6 Tagen pro Woche beliefert Bell den Detailhandel – so garantieren wir Frische.

200 Camions

stehen täglich im Einsatz, um den Detail- und Grosshandel sowie Industriekunden in der Schweiz zu beliefern.

Sichere Lebensmittel

Durch ein umfassendes Qualitätsmanagement gewährleistet Bell die Lebensmittelsicherheit. So wird sichergestellt, dass alle relevanten gesetzlichen Vorgaben, alle Vorgaben von verschiedenen Standards, Labels und Kunden sowie alle internen Vorgaben bezüglich Hygiene und Prozesse geprüft, dokumentiert und eingehalten werden.

Transparent

Bell kommuniziert offen und transparent – über die gesamte Wertschöpfungskette.

> 3'000 Anfragen

aller Anspruchsgruppen wurden 2011 über die verschiedenen Kommunikationskanäle registriert und bearbeitet.

INHALT

- **Verantwortung leben**
Die drei Pfeiler der Nachhaltigkeit
Ausblick – die Strategie 2012
- **1. Pfeiler: Beschaffung und Leistung**
Qualitätsmanagement und Lebensmittelsicherheit
Beschaffung
Fleischgewinnung
Verpackung
- **2. Pfeiler: Ressourceneffizienz**
Energie
Wasser
Verwertung von Reststoffen
Arbeitssicherheit
- **3. Pfeiler: Soziale Verantwortung**
Personalbetreuung
Personalentwicklung
- **Kommunikation**
Dialog mit den Anspruchsgruppen

Jede einzelne unserer Unternehmensaktivitäten hat Auswirkungen auf Mensch und Umwelt.

VERANTWORTUNG LEBEN

Für Bell hat Qualität erste Priorität. Wir messen sie aber nicht nur am Endprodukt, sondern auf dem ganzen Weg dorthin. Jede einzelne unserer Unternehmensaktivitäten hat Auswirkungen auf Mensch und Umwelt. Dieser Verantwortung sind wir uns seit langem bewusst und bringen sie täglich zum Ausdruck. So hat Bell beispielsweise eine Vorreiterrolle eingenommen bei der Entwicklung und Förderung von Produkten aus artgerechter Haltung.

Mit einer ökonomisch erfolgreichen, ökologisch einwandfreien und sozial verantwortungsbewussten Verarbeitung und Herstellung von Fleisch und Fleischprodukten erfüllt Bell die Bedürfnisse und hohen Erwartungen der Anspruchsgruppen.

DIE DREI PFEILER DER NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeit beinhaltet verschiedene Aspekte. Wird ein Prozess der Wertschöpfungskette auf seine Nachhaltigkeit geprüft und beurteilt, so kann dies nicht nur anhand eines einzelnen Kriteriums geschehen. Zur objektiven Beurteilung muss ein Prozess stets aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet und nach verschiedenen Kriterien bewertet werden. Diese Kriterien bilden ökologische, ökonomische und soziale Aspekte ab. Bei Bell basiert das Konzept der Nachhaltigkeit auf drei Pfeilern: Beschaffung und Leistung, Ressourceneffizienz und Soziale Verantwortung.

Beschaffung und Leistung: Nachhaltigkeit beginnt bereits bei der Beschaffung – vom Rohmaterial über Hilfsstoffe und Verpackung bis zur Energie. Zusätzlich zu den gesetzlichen Vorschriften setzen wir eigene Massstäbe an, um unseren Vorstellungen von nachhaltigem Sourcing gerecht zu werden. Wir denken dabei an Haltung und Fütterung der Nutztiere, an einen schonenden Umgang mit knappen Ressourcen oder an die gezielte Auswahl von nachhaltig hergestellten Hilfs- und Verbrauchsmaterialien. Mit diesen wertvollen Rohstoffen stellen wir genussvolle Nahrungsmittel für eine Vielzahl Menschen her. Dabei wollen wir höchsten Ansprüchen gerecht werden. Ein umfassendes Qualitätsmanagement sorgt dafür, dass die relevanten Bestimmungen für Lebensmittelsicherheit und Hygiene eingehalten werden.

Ressourceneffizienz: Energetische Vorgänge werden bei Bell systematisch auf ihre Effizienz analysiert, um daraus entsprechende Massnahmen abzuleiten und umzusetzen. Ebenso verhält es sich beim Einsatz von stofflichen Elementen, wie zum Beispiel Verpackungsmaterialien. Die Einsparung von Ressourcen und die Verwertung von Reststoffen ist ein kontinuierlicher Prozess, der aus zahlreichen Aktivitäten besteht. Sie alle haben zum Ziel, die Energie- und Ressourceneffizienz zu erhöhen und Emissionen sowie Abfälle zu reduzieren.

Die Nachhaltigkeitsstrategie muss als fester Bestandteil sämtlicher Prozesse in der Unternehmensstrategie verankert sein.

Soziale Verantwortung: Das Unternehmen hat eine Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern. Diese ist vielfältig, genauso wie jeder Mitarbeiter einzigartig ist. In der Personalstrategie sind die wichtigsten Aspekte der sozialen Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern geregelt. Darin sind auch Verhaltens- und Führungsgrundsätze definiert, die für die Werthaltung der Firma stehen. Diese Strategie deckt sehr viel ab, entbindet die Vorgesetzten aber nicht von ihrer Aufgabe, auf den einzelnen Menschen einzugehen. Soziale Verantwortung trägt Bell aber nicht nur gegenüber den eigenen Mitarbeitern, sondern auch gegenüber weiteren Anspruchsgruppen unserer Gesellschaft.

In allen drei Bereichen bzw. Pfeilern der Nachhaltigkeitsstrategie möchte Bell im Branchenvergleich eine führende Rolle einnehmen. Auch dieses Ziel ist für uns Bestandteil der Unternehmensverantwortung. Nicht nur im Heimmarkt Schweiz, sondern in allen Ländern, in denen Bell tätig ist. Vor dem Hintergrund der internationalen Expansion müssen deshalb auch die gesetzlichen Rahmenbedingungen sowie die sozialen und ethischen Normen des jeweiligen Landes berücksichtigt werden.

Um diese Verantwortung wahrnehmen zu können, sind wir ständig im Dialog mit unseren Anspruchsgruppen. Dazu gehören Verbraucher, Geschäftspartner und Kapitaleigner – und natürlich unsere Mitarbeiter. Auch die Tiere, der Ursprung unserer Marktleistung, verdienen ein Unternehmen, das verantwortungsvoll und mit Respekt handelt.

Bell erkennt die Zeichen der Zeit. Wir sind uns bewusst, dass die Einhaltung der Nachhaltigkeitsprinzipien zunehmend wichtiger wird. Wir wollen aber nicht der Spielball einzelner Interessengruppen werden, welche die Öffentlichkeit mit mehr oder minder lauterer Aktionen suchen, um ihre eigenen Ziele zu verfolgen anstatt diejenigen der interessierten Kreise. Wir wollen nicht den kurzfristigen Effekt erhaschen, sondern das tun, was auch mittel- und langfristig relevant ist. Der verantwortungsvolle Umgang mit Kunden, Mitarbeitern und Ressourcen ist ein Erfolgsfaktor, der sich in messbaren Geschäftsergebnissen widerspiegelt. Wenn uns die Gesellschaft als verantwortungsbewusstes und nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen wahrnimmt, trägt dieses positive Image zur Sicherung eines beständigen Unternehmenswachstums bei.

Wirklich nachhaltig ist aber nur jenes Wachstum, das nebst den hervorragenden neuen Produkten

auch die stetige Optimierung des Portfolios und der bestehenden Prozesse beinhaltet – gestützt auf soziales Miteinander und Effizienz sowie den schonenden Verbrauch und die Planung von Ressourcen.

In Zeiten des Wandels, in denen ständig neue Herausforderungen warten, wissen wir eines mit Sicherheit: Wir wollen noch mehr über die Auswirkungen unseres Handelns lernen. Denn je mehr wir darüber wissen, desto besser können wir die kommenden Herausforderungen managen. Im Fokus steht nicht nur das innerbetriebliche Umweltmanagement, sondern die gesamte Wertschöpfungs- und Prozesskette – von der Fleischgewinnung und den Lieferanten über die Verarbeitung bis zum Konsumenten. Deshalb sammeln wir alle verfügbaren Informationen und leiten daraus – zum Beispiel im Rahmen von Studien – konkrete Aussagen ab.

AUSBLICK – DIE STRATEGIE 2012

In allen Unternehmen der Bell-Gruppe laufen Arbeiten im Bereich der Nachhaltigkeit. Dabei unterscheidet sich die Vorgehensweise und Verankerung von Unternehmen zu Unternehmen. Um dies zu vereinheitlichen, arbeiten wir an einer Nachhaltigkeitsstrategie für die gesamte Bell-Gruppe. Denn die Bedeutung von Nachhaltigkeit wird immer wichtiger: Es genügt nicht mehr, einfach etwas zu tun; man muss sich eingehend mit dem Thema befassen. Ziel ist es, in allen Unternehmen in allen Ländern nach denselben Vorgaben zu handeln. Die Nachhaltigkeitsstrategie muss zudem als fester Bestandteil sämtlicher Prozesse in der Unternehmensstrategie verankert sein. Direkt beeinflussbare Prozesse wollen wir umsetzen und kontrollieren. Nicht direkt beeinflussbare Prozesse wollen wir beobachten und besser verstehen. Diese Aufgaben sind Teil unserer Agenda 2012 und tragen dazu bei, dieses Jahr ebenfalls zu einem Erfolgswort zu werden zu lassen: für unser Geschäft, aber auch für Mensch und Umwelt.

1. PFEILER: BESCHAFFUNG UND LEISTUNG

QUALITÄTSMANAGEMENT UND LEBENSMITTELSICHERHEIT

Die Bell-Gruppe verfügt über ein umfassendes Qualitätsmanagement. Mit dem Qualitätsmanagementsystem wird sichergestellt, dass alle relevanten

Bell bekennt sich zur Produktion aus artgerechter Haltung und Fütterung.

ten gesetzlichen Vorgaben, alle Vorgaben von verschiedenen Standards, Labels und Kunden sowie alle internen Vorgaben bezüglich Hygiene und Prozesse geprüft, dokumentiert und eingehalten werden. Dadurch gewährleistet Bell die Lebensmittelsicherheit.

Das Qualitätsmanagement bereitet die Betriebe und ihre Mitarbeiter mit internen Audits, Schulungen in Hygiene, GHP (gute Herstellpraxis), HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) und weiteren Massnahmen kontinuierlich vor auf die Kontrollen und Audits durch die Behörden (EU, Lebensmittelinspektorate etc.), Kunden und Zertifizierungsgesellschaften (IFS, Labels wie Bio Knospe, MSC, Berg-Alp etc.).

Alle Standorte wurden im Berichtsjahr wieder auf den GFSI-Standard IFS Version 5 (Global Food Safety Initiative) geprüft. Alle bestehenden Zertifikate wurden wieder bestätigt. In einigen Betrieben wurde zusätzlich der BRC Standard (British Retail Consortium) geprüft und erneut bestätigt.

Dasselbe gilt für Labels wie Bio Knospe und Qualitätslabels wie QS, Suisse Garantie, MSC (Marine Stewardship Council) sowie die Berg- und Alpenverordnung zur Kennzeichnung «Pro Montagna». Auch diese Zertifikate wurden an allen betroffenen Standorten durch externe Audits bestätigt.

Die Betriebsbewilligungen werden durch die Behörden risikobasiert kontrolliert und wurden im Berichtszeitraum ebenfalls geprüft. An den einzelnen Standorten wurde mindestens einmal ein Audit durchgeführt. Zwei Betriebe haben wiederum die Zulassung für den Export von Fleischwaren in die USA erhalten. Insgesamt vier Betriebe dürfen nach Japan exportieren.

Eine Reihe von Kundenaudits an verschiedenen Standorten vervollständigt das Spektrum der erfolgreichen Prüfungen und Zertifizierungen.

BESCHAFFUNG

Unser Kerngeschäft sind sichere und qualitativ hochwertige Fleischerzeugnisse. Bell bekennt sich zur Produktion aus artgerechter Haltung und Fütterung. Der Weg des Fleisches ist teilweise bis auf Stufe Produzent rückverfolgbar. Im Rahmen der Gesetzgebung und internen Kundenvorgaben deklarieren wir die Herkunft transparent als Information für Kunden und Konsumenten.

Für den Einkauf von Schlachttieren, Fleisch und Fisch hat Bell klare Rahmenbedingungen definiert und in entsprechenden Richtlinien festgehalten. Diese orientieren sich an länderspezifischen Gesetzen sowie an unternehmens- und kundenspezifischen Anforderungen.

Genauso strikt kontrolliert werden die Partner im Ausland, von denen Bell Fleisch importiert. Sie werden nach strengen Kriterien ausgesucht, im Rahmen von Audits regelmässig überprüft und verpflichten sich zur Dokumentation aller Massnahmen sowie zur Einhaltung der von Bell definierten Vorgaben. Bei Abweichungen leiten wir entsprechende Massnahmen ein.

Bei der schweizerischen Geflügelmast arbeitet Bell exklusiv mit ausgesuchten Vertragspartnern zusammen. Die Bestimmungen werden gemeinsam mit der Interessenvertretung der Poulet-Mäster MOSEG festgelegt.

Für andere Handelswaren und Non-Food-Artikel gilt: Der Einkauf erfolgt nicht nur nach artikelspezifischen Kaufbedingungen, sondern auch nach sozialem ethischen Kriterien.

Für Primärverpackungsmaterialien bestehen Konformitätsbescheinigungen. Zudem verlangen wir von allen Primärverpackungs- und Nahrungsmittellieferanten eine Zertifizierung nach IFS, BRC, HACCP oder das Vorweisen eines gleichwertigen Zertifikats.

Bevor wir mit einem neuen Lieferpartner zusammenarbeiten, muss er sich einem speziellen Evaluationsverfahren unterziehen. Erst dann wird er in die Liste der freigegebenen Lieferanten aufgenommen.

Um den wachsenden Bedarf an nachhaltig produziertem Fleisch, Fisch und Geflügel zu sichern, setzt Bell konsequent auf umweltgerechte und nachhaltige Lösungen und geht zuweilen neue, unkonventionelle Wege. So investieren wir beispielsweise in ein zukunftsweisendes und konsequent nachhaltiges Projekt für Qualitätsrindfleisch aus Mutterkuhhaltung auf der Basis von Grasland im Baltikum. Das Qualitätsrindfleisch ist für den Schweizer sowie für den EU Markt bestimmt. Dieses Projekt etablieren wir in Zusammenarbeit mit Coop (Schweiz), der Internationalen Klimaschutz-Initiative, dem baltischen Retailer IKI und der Estonian-ACB-VIANCO OÜ, einer Niederlassung der Schweizer Viehhandelsunternehmung VIANCO AG.

Bell Seafood ist Mitglied der WWF Seafood Group und hat die gemäss WWF am stärksten bedrohten Fischarten aus dem Sortiment genommen. Für das Angebot an nachhaltig produziertem Fisch arbeitet Bell Seafood mit dem Marine Stewardship Council (MSC) zusammen. Das Label garantiert die Rückverfolgbarkeit des Fisches und gibt die Gewissheit, dass der Fisch aus nachhaltiger Fischerei stammt. Auch in Zukunft hat der Ausbau der nachhaltigen Sortimente bei Bell Seafood einen hohen Stellenwert.

Ende 2010 haben der WWF, die Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft DEG und Blueyou Consultancy gemeinsam mit Coop(Schweiz), Bell Seafood und Seafresh eine Partnerschaft für nachhaltigen Thunfisch mit Kleinfischern auf den Philippinen initiiert. Das Projekt umfasst zwei Regionen mit rund 5'000 Fischern und insgesamt 2'700 traditionellen Holzbooten. Die Fischer setzen Handleinen ein. Durch diese schonende Methode wird jeder Thunfisch einzeln gefangen. Auf diese Weise gibt es kaum Beifang, und die Auswirkungen auf die Meeresumwelt sind gering. Die Handleinenfischerei ist eine der wichtigsten Einkommensquellen dieser Fischereigemeinden. Ziel des Projekts ist es, innerhalb von vier Jahren jene Nachhaltigkeit zu erlangen, die erforderlich ist, um im Jahr 2014 die MSC-Zertifizierung zu erhalten.

FLEISCHGEWINNUNG

Im Ausland wird Rohmaterial ausnahmslos verarbeitungsfertig zugekauft. In der Schweiz hingegen betreibt Bell eigene Schlachthöfe und Zerlegebetriebe. Bei der Fleischgewinnung legen wir sehr viel Wert auf einen schonenden Umgang mit den Tieren. Dafür arbeiten wir mit verschiedenen Interessenvertretern, zum Beispiel dem Schweizer Tierschutz (STS), eng zusammen und setzen bei Um- und Neubauten auf modernste Technologien.

So setzt Bell seit April 2011 als erstes Unternehmen in der Schweiz bei der Geflügelschlachtung auf Betäubung in kontrollierter Atmosphäre anstelle der herkömmlichen Betäubung im Elektro-Wasserbad. Dieses Verfahren erfüllt die hohen Ansprüche an das Tierwohl und wirkt sich positiv auf die Qualität des Fleisches aus.

VERPACKUNG

Die Verpackung des Fleisches muss besonderen Ansprüchen genügen: Hygienebestimmungen und Konsumentenerwartungen legen die Messlatte

hoch. Die aktuellen Verpackungslösungen stellen den besten derzeit möglichen Kompromiss dar, motivieren Bell aber immer auch zur weiteren Optimierung. Unser erklärtes Ziel ist und bleibt die Entwicklung einer Verpackung, die ökologisch sinnvoll ist und gleichzeitig den Ansprüchen von Verbrauchern und Kunden entspricht.

Bell prüft zurzeit über alle Produktionsbetriebe der Gruppe die Materialreduktion bei Verpackungen sowie die Beschaffung von Verpackungen aus nachwachsenden Rohstoffen oder Rezyklat. Der Betrieb Suhl im deutschen Bundesland Thüringen nimmt an einem Förderprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie zur Verbesserung der Materialeffizienz teil. Unterstützt werden wir durch die technologischen Fortschritte bei unseren Zulieferern. So können wir heute dünnere Folien einsetzen bei gleicher Schutzwirkung.

2. PFEILER: RESSOURCENEFFIZIENZ

Energetische Vorgänge werden bei Bell systematisch analysiert, um auf dieser Basis entsprechende Massnahmen abzuleiten und umzusetzen. Die Einsparung von Ressourcen und die Verwertung von Reststoffen ist ein kontinuierlicher Prozess, der sich aus zahlreichen Aktivitäten zusammensetzt.

ENERGIE

Die signifikante Verringerung des CO₂-Ausstosses der gesamten Gruppe ist eines der wichtigsten Ziele von Bell. Die länderspezifischen Rahmenbedingungen und Zielsetzungen sind richtungsweisend für die Einleitung konkreter Schritte.

Eine umweltbewusste Energiepolitik gehört zu den Schwerpunkten von Bell. Die Verarbeitung von Fleisch ist sehr energieintensiv, müssen doch beispielsweise die meisten Arbeitsräume gekühlt werden. In den letzten Jahren haben wir unsere Anstrengungen weiter intensiviert. Heute verfügen wir über ein aktives Energiecontrolling, das Menge und Kosten sämtlicher Energien, des Wasserverbrauchs, der Reststoffe und der tierischen Nebenprodukte monatlich zentral erfasst. So können wir unmittelbar auf Abweichungen reagieren. Dieses aktive Controlling und die daraus resultierenden Verbesserungen haben den Energieverbrauch bereits spürbar optimiert.

Eine umweltbewusste Energiepolitik gehört zu den Schwerpunkten von Bell.

Bei der Beschaffung legen wir grossen Wert auf nachhaltige Energieträger.

Die Energie für die Bell-Standorte stammt von verschiedenen Versorgern. Bei der Beschaffung legen wir grossen Wert auf nachhaltige Energieträger und beziehen zum Beispiel in grossem Mass Fernwärme. Überdies nutzen wir konsequent die Abwärme aus den Kälteanlagen, sodass keine zusätzliche Energie zum Heizen benötigt wird.

Im Berichtszeitraum sorgten verschiedene Massnahmen für weitere Energieeinsparungen: Durch Anpassungen an den Salamireifanlagen in Basel konnte der Dampfbedarf um 1'500 MWh pro Jahr reduziert werden, was 10 Prozent des Gesamtbedarfs entspricht. Für den gesamten Reifeprozess der Rohwurst wird nun die Abwärme der Kälteanlage mittels Hochdruckwärmepumpe genutzt. Zusätzliche Wärmeenergie wird nicht mehr benötigt.

Durch die Verbindung von zwei dezentralen Kälteanlagen und die Nutzung des städtischen Dampfnetzes können wir im Schlachtbetrieb Basel die Wärmerückgewinnung der ganzen Anlage nutzen. Dadurch werden 1'000 Mwh an Fernwärme eingespart. Dies entspricht rund 20 Prozent des Jahresgesamtbedarfs.

Dank gemeinsamen Investitionen in Energie-sparmassnahmen konnten Bell Geflügel und die Geflügelproduzenten den CO₂-Ausstoss bereits um 10 Prozent gegenüber Vorjahr reduzieren. Eine optimierte Lüftung und Beleuchtung verbessert ausserdem die Energieeffizienz der Produktion.

Auch künftig investiert Bell Geflügel zusammen mit den Geflügelproduzenten in der Schweiz in ökologisch nachhaltige Produktionsprozesse: Die grossen, meist nach Süden ausgerichteten Dachflächen der Geflügelställe eignen sich hervorragend für die Installation von Solaranlagen. Geflügelhalter können so gemeinsam mit Bell einen grossen Beitrag zu einer ökologischen und nachhaltigen Mastgeflügelaufzucht leisten. Zurzeit werden die einzelnen Ställe auf ihre Tauglichkeit für Solaranlagen geprüft.

In Deutschland können wir durch den Neubau des Logistik- und Reifelagers im Abraham-Produktionsbetrieb Harkebrügge (Bundesland Niedersachsen) den CO₂-Ausstoss signifikant reduzieren. 365 Tonnen CO₂ werden durch den Einsatz eines neuen Kältemittels eingespart, 63 Tonnen durch die Wärmerückgewinnung.

WASSER

Mithilfe gezielter Massnahmen konnte Bell den

Verbrauch auch beim Wasser reduzieren. Trotzdem sind einige Arbeitsprozesse nach wie vor sehr wasserintensiv, weshalb wir in diesem Bereich zusätzliche Anstrengungen unternehmen werden. Bell überprüft laufend die Arbeitsprozesse und achtet bei der Beschaffung von Anlagen nebst anderen Kriterien konsequent auf einen niedrigen Wasserverbrauch.

Bei ZIMBO sind die Optimierung des Wasser- und Energieverbrauchs sowie die Reduzierung der Abwasserbelastung in den Herstellungsbetrieben die Schwerpunkte in Sachen Nachhaltigkeit. So konnten beispielsweise durch verbesserte Abläufe bei der Anlagenreinigung signifikante Einsparungen von Wasser und Abwasser erreicht werden.

VERWERTUNG VON RESTSTOFFEN

Die Nebenprodukte, die bei der Fleischgewinnung in unseren Schweizer Schlacht- und Zerlegebetrieben anfallen, sammelt jeder Betrieb sicher und hygienisch in einem getrennten Warenstrom. Verwertet werden die Nebenprodukte meist von Centravo, einem auf die Entsorgung von tierischen Nebenprodukten spezialisierten Unternehmen. Bell ist gemeinsam mit anderen Schweizer Fleischverarbeitern an Centravo finanziell beteiligt. In der kleinräumigen Schweiz ermöglicht die Bündelung der Nebenprodukte von mehreren Unternehmen eine ökologisch und ökonomisch sinnvolle Verwertung.

Im Rahmen des Umweltmanagements verfügt Bell auch über ein differenziertes Reststoff-Verwertungskonzept. Dabei gilt folgendes Prinzip: Reststoffe sollen möglichst vermieden, unvermeidbare Reststoffe minimiert und umweltverträglich einer stofflichen, biologischen oder thermischen Verwertung zugeführt werden.

Im Schlachthof Oensingen (Kanton Solothurn) werden Abfälle neu mithilfe einer Pressschnecke entwässert. Dadurch sinkt das Transportgewicht, was die notwendige Anzahl Transporte und somit die Entsorgungskosten reduziert. Eine Studie wird zeigen, wie der Energie-Inhalt des Kuttlereiabwassers genutzt werden kann.

ARBEITSSICHERHEIT

Nebst umwelt- und ressourcenbewusstem Handeln stellt Bell die Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter ins Zentrum. In jedem Betrieb sorgen Sicherheitskonzepte und Sicherheitsbeauftragte dafür, dass diesem Anliegen immer und überall konsequent entsprochen wird. Unfälle werden systema-

tisch analysiert, daraus entsprechende Massnahmen definiert und umgesetzt. An den grösseren Standorten werden zudem Arbeitsausschüsse für die Sicherheit eingesetzt.

Neue Anlagen hat Bell stets einer gezielten Gefahrenermittlung unterzogen und konnte so den Sicherheitsstandard optimieren. Der «Faktor Mensch» wurde dabei ebenfalls berücksichtigt – durch fortgesetzte Ausbildung der Mitarbeiter sowie Präventionsmassnahmen auch mit Blick auf Nichtbetriebsunfälle. Zur Optimierung des Sicherheits- und Umweltstandards werden an allen Standorten jährlich interne Audits durchgeführt.

Die Mehrheit der Mitarbeiter ist mit dem Arbeitsumfeld bei Bell zufrieden und arbeitet gerne für das Unternehmen.

3. PFEILER: SOZIALE VERANTWORTUNG

Im Rahmen der Personalstrategie hat Bell Zielsetzungen und Verhaltensgrundsätze für alle Mitarbeiter sowie Führungsgrundsätze für die Führungsverantwortlichen neu definiert. Es gilt nun, die Personalstrategie in allen Unternehmen der Bell-Gruppe zu verankern. Die Herausforderung besteht darin, die Harmonisierung der Ziele und Grundsätze in den verschiedenen Unternehmen sicherzustellen. Die grundlegende Haltung der Bell-Gruppe gegenüber ihren Mitarbeitern ist in allen Ländern, in denen sie vertreten ist, einheitlich. Bestehende Systeme und Kulturen sowie nationale und regionale Gegebenheiten und Bedürfnisse werden dabei mitberücksichtigt. Bei den Anstellungsbedingungen betrachten wir die Arbeitsgesetze des jeweiligen Landes als Minimalanforderung.

Das Recht auf freie Meinungsäusserung sowie die Gleichbehandlung aller sind nur zwei Gründe für die Loyalität, auf die wir bei unseren Mitarbeitern zählen dürfen. Ausserdem setzen wir auf eine leistungsorientierte Entlohnung sowie eine transparente, zeit- und stufengerechte Informationspraxis.

PERSONALBETREUUNG

Mitarbeiterzufriedenheit: Es interessiert uns, wie zufrieden unsere Mitarbeiter sind. Deshalb haben wir 2011 die Mitarbeiterzufriedenheit zum zweiten Mal schweizweit an allen Standorten systematisch gemessen. Dabei wurden Aussagen zu Wichtigkeit und Zufriedenheit nach 14 verschiedenen Kriterien gesammelt und ausgewertet. Daraus leitet sich der Handlungsbedarf für Bell Schweiz und die einzelnen Geschäftsbereiche ab. Nach der ersten Umfrage im Jahr 2010 hat Bell bereits entsprechende

Massnahmen zur Verbesserung der Situation ausgearbeitet. Mit Erfolg: Die Umfrage 2011 verzeichnete gegenüber dem Vorjahr eine doppelt so hohe Rücklaufquote und wesentlich bessere Resultate. Die Mehrheit der Mitarbeiter ist mit dem Arbeitsumfeld bei Bell zufrieden und arbeitet gerne für das Unternehmen. Handlungsbedarf gibt es bei jenen Kriterien, bei denen die grösste Differenz zwischen Wichtigkeit und Zufriedenheit besteht. Hier können wir ansetzen, indem wir die entsprechenden Punkte intensiv analysieren und Verbesserungen anstreben. Die nächste Mitarbeiterumfrage soll im Frühjahr 2013 durchgeführt werden. Die 2011 bei Abraham durchgeführte Mitarbeiterumfrage brachte ein vergleichbares Ergebnis wie bei Bell Schweiz. Wir beabsichtigen eine Ausweitung der Mitarbeiterumfrage auf alle Betriebe von Bell International an. Zurzeit wird geprüft, wie sich die erprobte Systematik multiplizieren lässt.

Dialog mit den Mitarbeitern: Jedes Jahr finden an sämtlichen Standorten der Bell-Gruppe individuelle Mitarbeitergespräche statt. Darin werden die Schwerpunkte der bisherigen Zusammenarbeit diskutiert und festgehalten. Zudem dienen die Gespräche der individuellen Zieldefinition und -erreichung sowie der Bestimmung von Entwicklungs- und Schulungsmassnahmen.

Für alle Mitarbeiter des Oberen und Mittleren Managements führte Bell im Herbst 2011 gruppenübergreifend Zielsetzungsworkshops durch. Dabei wurden sowohl übergeordnete Themen und Ziele behandelt, als auch die Massnahmen für die persönlichen Zielsetzungen erarbeitet.

Den Mitarbeitern stehen verschiedene interne und externe Anlaufstellen zur Verfügung. So hat jeder nebst seinem direkten Vorgesetzten einen Ansprechpartner in der Personalabteilung. Weitere Dialogplattformen stellen interne Kommunikationsinstrumente wie Intranet und Mitarbeiterzeitungen dar.

PERSONALENTWICKLUNG

Aus- und Weiterbildung: Für Bell ist die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter ein wichtiger und vor allem förderungswürdiger Aspekt der sozialen Verantwortung. In der Schweiz wie auch in Deutschland bieten wir eine berufliche Grundausbildung für über 15 Berufsbilder an. Das Spektrum reicht vom Fleischfachmann über den Kaufmann und den Informatiker bis zum Mechatroniker. Darüber hinaus prüft Bell kontinuierlich die

Mitarbeiterzahlen Bell-Gruppe	2011	2010
Mitarbeiterbestand		
Durchschnittlicher Personalbestand auf Vollzeitbeschäftigte umgerechnet	6'059	6'179
Personalbestand am 31.12. in Anzahl Personen	6'470	6'488
Personalbestand nach Ländern		
Schweiz	3'324	3'497
Deutschland	1'445	1'461
Frankreich	404	399
Tschechien	557	618
Ungarn	226	200
Polen	182	178
Andere	332	135
Anteil Vollzeit		
Anteil Vollzeit	79 %	75 %
Anteil Teilzeit	21 %	25 %
Anteil Männer		
Anteil Männer	60 %	59 %
Anteil Frauen		
Anteil Frauen	40 %	41 %
Frauenanteil im Management	17 %	20 %
Anzahl Nationalitäten		
Anzahl Nationalitäten	74	77
Altersstruktur		
bis 19 Jahre	2 %	3 %
20 - 29 Jahre	18 %	20 %
30 - 39 Jahre	26 %	27 %
40 - 49 Jahre	30 %	29 %
50 - 59 Jahre	21 %	19 %
über 60 Jahre	3 %	2 %
Aus- und Weiterbildung		
Auszubildende	83	76
Anzahl Ausbildungstage	7'430	7'295

Jeder Bell-Mitarbeiter soll sich in sämtlichen Bereichen weiterentwickeln können.

Einführung weiterer Ausbildungsberufe sowie die Weiterentwicklung der Ausbildungsbedingungen bei etablierten Berufen.

Talentmanagement: Bell betreibt aktive und systematische Nachwuchsförderung und Mitarbeiterentwicklung. Wir unterstützen den Ausbau und die Förderung der Fähigkeiten und Kenntnisse der Mitarbeiter zur erfolgreichen Funktionsausübung, -erweiterung oder -änderung. Die Potenziale von Mitarbeitern erkennen und individuell fördern – das bedeutet für uns Talentmanagement. Jeder Bell-Mitarbeiter soll sich in sämtlichen Bereichen weiterentwickeln können. Die zunehmende Internationalisierung der Bell-Gruppe bietet Talentern noch interessantere Karrierechancen. Eine Möglichkeit, diese zu nutzen, sind grenzüberschreitende Praktika. In diesem Bereich möchten wir in Zukunft gruppenweit einheitlich vorgehen. Die Vereinheitlichung und Vereinfachung dieser Prozesse unterstützt diesen Schritt.

KOMMUNIKATION

DIALOG MIT DEN ANSPRUCHSGRUPPEN

Für den Unternehmenserfolg von Bell ist der regelmässige Austausch mit Kunden und anderen Anspruchsgruppen sehr wichtig. Dabei spielt der Dialog eine entscheidende Rolle. Er gibt uns die Möglichkeit, unsere Leistungen auch aus der Aus-

senperspektive zu beurteilen sowie Chancen und Gefahren rechtzeitig zu erkennen. Wichtigste Informationsträger für externe Anspruchsgruppen sind die Website, der Geschäfts- und der Halbjahresbericht sowie die Medienmitteilungen. Eine zentrale Medienstelle steht für individuelle Anfragen der Anspruchsgruppen zur Verfügung. Über die verschiedenen Kommunikationskanäle wurden 2011 insgesamt über 3'000 Anfragen registriert und bearbeitet.

Instrumente der internen Kommunikation sind neben dem persönlichen Gespräch das Intranet sowie Mitarbeiterzeitungen beziehungsweise interne Newsletter. Für den kontinuierlichen Kontakt mit Behörden, Verbänden und verschiedenen Interessensvertretungen sorgen regelmässige Treffen sowie – im Fall einiger Verbände – das aktive Engagement.

Im Bereich der elektronischen Medien haben wir erfolgreich eingeführte Massnahmen fortgesetzt. Ein internes Redaktionsteam pflegt die Inhalte der Unternehmens-Website und die Internetauftritte der verschiedenen Bell-Marken. In mehreren regelmässigen Newsletter werden die Abonnenten über aktuelle Kampagnen und Initiativen informiert.

Bell unterhält auch eigene Profile in den gängigsten Social Networks. Auf diesem Weg verfügen wir über eine weitere Dialog-Plattform für unsere Anspruchsgruppen.

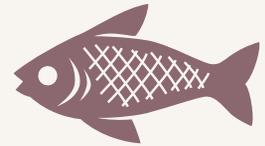
Verweis

Weitere Informationen zur Corporate Social Responsibility sind auf www.bell.ch in der Rubrik «Über Bell» abrufbar, insbesondere auch Angaben zur Vision, zum Leitbild sowie zu den Stakeholdern und unserer Beziehung zu ihnen.



Spezialfleisch

Absatzvolumen
800 t



Seafood

Absatzvolumen
5'100 t



Charcuterie Bell Schweiz

Absatzvolumen
32'300 t



Geflügel

Absatzvolumen
27'400 t



Charcuterie Bell International

Absatzvolumen
103'600 t



Frischfleisch

Absatzvolumen
54'800 t

GRAFIK:

Absatzvolumen nach Produktgruppe;
gerundet

Finanzielle Berichterstattung und Corporate Governance

BELL IN ZAHLEN

Bell-Gruppe	44_ Finanzbericht
	46_ Konsolidierte Bilanz
	47_ Konsolidierte Erfolgsrechnung
	48_ Geldflussrechnung
	49_ Eigenkapitalnachweis
	50_ Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze
	52_ Anhang zur konsolidierten Bilanz
	59_ Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung
	64_ Ergänzende Angaben
	65_ Wesentliche Beteiligungen
	66_ Mehrjahresübersicht
	67_ Aktieninformationen
	68_ Bericht der Revisionsstelle
Corp. Governance	69_ Corporate Governance
Bell AG	82_ Bilanz
	83_ Erfolgsrechnung
	84_ Verwendung Bilanzgewinn/Anhang
	85_ Bericht der Revisionsstelle
	86_ Kontakte
	87_ Impressum

Alle Werte einzeln gerundet

Finanzbericht

BELL-GRUPPE AUF KURS

Martin Gysin,
Leiter Direktion Finanzen/Services

Infolge der Dekonsolidierung der Geschäftseinheit Convenience sowie der Währungsentwicklung im Euro-Raum weist die Bell-Gruppe für 2011 einen Umsatzrückgang von rund CHF 100 Millionen aus. Bereinigt um diese beiden Effekte beträgt das Wachstum CHF 44 Millionen oder 1,8 Prozent. Das Schweizer Geschäft verlief erfreulich: Die Volumina konnten auf hohem Niveau nochmals um 1,5 Prozent gesteigert werden. Margen und Kosten entwickelten sich ebenfalls günstig. In den EU-Märkten war das Berichtsjahr hingegen äusserst angespannt. Die im ersten Halbjahr deutlich gestiegenen Rohmaterialpreise konnten erst mit grosser Verzögerung weitergegeben werden. Gegen den Herbst hin verteuerten sich gewisse Rohmaterialien infolge grosser Nachfrage einzelner grosser Abnehmerländer nochmals stark. Hinzu kam die ungünstige Währungsentwicklung in Ungarn und Polen. Dies führte zu einem Gesamtergebn, das trotz einem erfreulichem Volumenzuwachs von 5,2 Prozent nicht zu befriedigen vermochte.

Die Bruttogewinnmarge geht von 33,4 auf 33,2 Prozent zurück. Dies, weil die Vorjahresmarge durch einen Einmaleffekt begünstigt war. Bereinigt um diesen Effekt blieb die Bruttogewinnmarge trotz Dekonsolidierung von Bell Convenience unverändert. Die Betriebskosten verringerten sich von 25,2 auf 24,9 Prozent der Nettoerlöse, wobei die Reduktion ebenfalls auf Einmaleffekte zurückzuführen sind. So haben wir CHF 8 Millionen aus der Versicherungsleistung für den Frigo-Brandfall von 2010 nach Abschluss der rechtlichen Beurteilung den Betriebskosten gutgeschrieben. Ferner sind Schliessungskosten von insgesamt rund CHF 1,2 Millionen für die Stilllegung des Werkes Steinheim auf diversen Positionen der Betriebskosten verbucht. Der Betriebserfolg vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) beträgt somit unverändert 8,2 Prozent.

Die angespannte Lage in Deutschland führte zu einer grundsätzlichen Neubeurteilung unserer Position bei ZIMBO. Der aggressive Wettbewerb, kombiniert mit einem ungünstigen Verlauf der Rohmaterialpreise führten zur Überzeugung, dass das Unternehmen die ursprünglich geplanten Erträge auf absehbare Zeit nicht generieren können. Entsprechend sind der noch aktivierte Goodwill sowie der Markenwert nicht mehr gerechtfertigt. Wir haben deshalb den vor 2011 erworbenen Goodwill sowie den Markenwert vollständig wertberichtigt. Bereinigt um Wertberichtigungen und Sondereinflüsse läge der EBIT 2011 bei CHF 111 Millionen gegenüber bereinigt CHF 105 Millionen im Vorjahr.

Im Finanzertrag kommen Gewinne aus Fremdwährungstransaktionen von CHF 14,5 Millionen zum Ausdruck. Wir hatten Anfang August beschlossen, den Euro-Bedarf für mehrere Quartale zu decken. Infolge der Mindestkursfixierung der Nationalbank wurde diese Absicherung jedoch hinfällig und konnte aufgelöst werden. Der Beteiligungserfolg umfasst anteilige Gewinne aus Hilcona AG und Centravo Holding AG. Im Gewinnanteil von Hilcona AG wurden Goodwillabschreibungen von CHF 2,1 Millionen verrechnet.

Die Nettoverschuldung per Ende 2011 lag bei rund CHF 253 Millionen und damit um mehr als CHF 63 Millionen über Vorjahr. Ursache für diesen Anstieg sind CHF 115 Millionen Investitionen in Beteiligungen sowie ein hoher Anstieg des Nettoumlaufvermögens um rund CHF 54 Millionen.



Martin Gysin
Leiter Direktion Finanzen/Services

Per Mai wurde die erworbene Hoppe GmbH in die Bell-Rechnung konsolidiert. Die Fleischrocknerei Kocherhans und Schär AG wurde per 1. Juli in die Bell Schweiz AG fusioniert. Ebenfalls per 1. Juli hat Bell die bisher als Minderheitsbeteiligung gehaltene SBA Schlachtbetrieb Basel AG vollständig erworben und ab 1. Juli vollkonsolidiert. Die beiden letztgenannten Erwerbungen hatten keinen wesentlichen Einfluss auf Umsatz und Ergebnis. Im Oktober hatten wir mit den bisherigen Miteignern der Abraham Schinken GmbH eine per Ende 2012 wirksame Abschlussvereinbarung zum Erwerb der verbleibenden Anteile getroffen. Die Ausgestaltung dieser Vereinbarung führte dazu, dass wir Abraham bereits ab Oktober 2011 zu 100 Prozent konsolidiert haben.

Das Eigenkapital vor Minderheiten stieg trotz eines weiteren negativen Währungseinflusses um CHF 50 Millionen auf rund CHF 627 Millionen an.

Konsolidierte Bilanz

in Tausend CHF	Anhang	31.12.2011		31.12.2010	
Flüssige Mittel	1	22 708		33 674	
Wertschriften	2	5 582		4 513	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3	149 004		146 526	
Forderungen Nahestehende	4	111 027		93 121	
Sonstige kurzfristige Forderungen		45 007		47 366	
Vorräte	5	170 109		152 401	
Rechnungsabgrenzung		16 885		17 834	
Umlaufvermögen		520 322	41.6%	495 436	42.4%
Finanzanlagen	12	103 305		39 152	
Immaterielle Anlagen	13	76 692		76 303	
Grundstücke und Gebäude	14	322 096		325 610	
Technische Anlagen und Einrichtungen	15	229 723		230 885	
Anlagevermögen		731 815	58.4%	671 950	57.6%
Aktiven		1 252 138	100.0%	1 167 386	100.0%
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	9	116 696		107 329	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		142 472		145 667	
Verbindlichkeiten Nahestehende	6	21 912		14 822	
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	7	38 885		49 403	
Kurzfristige Rückstellungen	11	9 726		10 356	
Rechnungsabgrenzung	8	61 925		58 409	
Kurzfristiges Fremdkapital		391 616	31.3%	385 986	33.2%
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	9	164 998		121 134	
Langfristige Rückstellungen	11	68 940		69 811	
Langfristiges Fremdkapital		233 939	18.7%	190 945	16.4%
Fremdkapital		625 555	50.0%	576 931	49.4%
Aktienkapital		2 000		2 000	
Gewinnreserven		630 698		584 299	
Währungsdifferenzen		-75 406		-67 352	
Abzüglich eigene Aktien		-3 113		-6 992	
Jahresgewinn		71 618		64 519	
Eigenkapital vor Minderheiten		625 797	50.0%	576 474	49.4%
Anteil Dritter		786		13 982	
Gesamtes Eigenkapital		626 583	50.0%	590 456	50.6%
Passiven		1 252 138	100.0%	1 167 386	100.0%

Konsolidierte Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	Anhang	2011		2010	
Erlöse aus Warenverkäufen	16	2 516 953		2 617 574	
Andere betriebliche Erträge	16	59 848		51 355	
Bruttoerlös aus Lieferungen und Leistungen		2 576 801		2 668 929	
Erlösminderungen	16	-94 213		-84 652	
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	16	2 482 588	100.0%	2 584 277	100.0%
Waren- und Materialaufwand	24	1 659 306	66.8%	1 720 353	66.6%
Bruttoerfolg aus Betriebstätigkeit		823 282	33.2%	863 923	33.4%
Personalaufwand	17	391 416	15.8%	405 671	15.7%
Mieten	18	21 759		24 607	
Energie, Betriebs- und Hilfsmaterial	19	49 214		49 275	
Reparaturen und Unterhalt		46 096		47 731	
Fremdtransporte		62 471		66 021	
Werbung		20 989		22 821	
Sonstiger Betriebsaufwand	20/24	27 046		35 101	
Betriebsaufwand	21	618 991	24.9%	651 228	25.2%
Betriebserfolg vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)		204 291	8.2%	212 695	8.2%
Abschreibungen auf Sachanlagen	14/15/24	72 144	2.9%	74 220	2.9%
Abschreibungen auf immateriellen Anlagen*	13/24	11 608		4 817	
Abschreibungen auf Goodwill*	13/24	30 691		32 422	
Betriebserfolg vor Zinsen und Steuern (EBIT)		89 849	3.6%	101 236	3.9%
Finanzertrag (inkl. Ergebnis assoziierter Gesellschaften)	22	25 754		11 058	
Finanzaufwand	22/24	14 342		13 144	
Unternehmensgewinn vor Steuern (EBT)		101 261	4.1%	99 150	3.8%
Steuern	23/24	28 865		33 083	
Unternehmensgewinn nach Steuern		72 396	2.9%	66 067	2.6%
Anteile Dritter am Gewinn		-778		-1 548	
Jahresgewinn		71 618	2.9%	64 519	2.5%

* ausserplanmässige Abschreibung auf Goodwill und Markenwert von TCHF 26 016 (Vorjahr TCHF 17 166)

Geldflussrechnung

in Tausend CHF	2011		2010	
Unternehmensgewinn nach Steuern		72 396		66 067
Abschreibungen Sachanlagen	70 294		73 038	
Ausserplanmässige Abschreibungen Sachanlagen	1 850		1 183	
Abschreibungen immaterielle Anlagen	16 282		20 072	
Ausserplanmässige Abschreibungen immaterielle Anlagen	26 016	114 442	17 166	111 459
Gewinne (-) Verluste (+) aus Veräusserung von Anlagen		-929		-530
Gewinne (-) Verluste (+) aus Zugang von Beteiligungen		-		-1 584
Gewinne aus Bewertung von nicht konsolidierten Beteiligungen		-6 273		-576
Gewinne (-) Verluste (+) auf Aktiven der Vorsorge		390		-89
Zunahme (-) Abnahme (+) der aktiven latenten Steuern		1 133		568
Veränderung der Rückstellungen		849		4 878
Geldfluss vor Veränderung Netto-Umlaufvermögen		182 008		180 193
Zunahmen (-) Abnahmen (+) der Vorräte	-19 180		1 087	
Zunahmen (-) Abnahmen (+) der Forderungen	-27 470		-16 908	
Zunahmen (-) Abnahmen (+) der aktiven Abgrenzungen	1 957		-10 078	
Zunahmen (+) Abnahmen (-) der Verbindlichkeiten	-23 101		31 709	
Zunahmen (+) Abnahmen (-) der passiven Abgrenzungen	13 585	-54 209	-6 414	-604
Geldfluss aus Unternehmenstätigkeit		127 799		179 589
Investitionen in technische Anlagen und Einrichtungen	-52 664		-50 756	
Devestitionen von technischen Anlagen und Einrichtungen	9 850	-42 814	498	-50 258
Investitionen in Grundstücke und Gebäude	-10 554		-11 129	
Devestitionen von Grundstücken und Gebäuden	2 059	-8 495	639	-10 490
Investitionen in Beteiligungen und Finanzanlagen	-116 883		-49	
Devestitionen von Beteiligungen und Finanzanlagen	1 624		2 771	
Investitionen (-) / Devestitionen (+) von Wertschriften	-1 070	-116 329	2 536	5 258
Investitionen in immaterielle Anlagen	-6 839		-7 481	
Devestitionen von immateriellen Anlagen	3	-6 836	53	-7 428
Geldfluss aus Investitionstätigkeit		-174 474		-62 918
Veränderung Finanzverbindlichkeiten		51 418		-146 800
Investition (-) / Devestition (+) in eigene Aktien		5 515		2 365
Dividende		-20 680		-16 546
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit		36 253		-160 981
Saldo Geldfluss		-10 422		-44 310
Flüssige Mittel am 01.01.		33 674		81 395
Einfluss der Währungsumrechnungen auf die flüssigen Mittel		-544		-3 411
Veränderung flüssige Mittel		-10 422		-44 310
Flüssige Mittel am 31.12.		22 708		33 674

Eigenkapitalnachweis

in Tausend CHF	Aktien- kapital	Gewinn- reserven	Währungs- differenzen	Eigene Aktien	Ergebnis	Eigen- kapital	Anteil Dritte	Gesamtes Eigenkapital
Bestand per 01.01.2011	2 000	584 299	-67 352	-6 992	64 519	576 474	13 982	590 457
Änderung im Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-	-	-	-
Übernahme Minderheiten	-	-	-	-	-	-	-13 006	-13 006
Gewinnverwendung	-	64 519	-	-	-64 519	-	-	-
Dividende	-	-19 755	-	-	-	-19 755	-925	-20 680
Kauf/Verkauf eigene Aktien	-	1 635	-	3 879	-	5 514	-	5 514
Jahresgewinn	-	-	-	-	71 618	71 618	778	72 396
Umrechnungsdifferenzen	-	-	-8 054	-	-	-8 054	-43	-8 097
Bestand per 31.12.2011	2 000	630 698	-75 406	-3 113	71 618	625 797	786	626 584
Bestand per 01.01.2010	2 000	544 175	-16 545	-9 019	55 563	576 175	18 604	594 779
Änderung im Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-	-	-	-
Übernahme Minderheiten	-	-	-	-	-	-	-2 954	-2 954
Gewinnverwendung	-	55 563	-	-	-55 563	-	-	-
Dividende	-	-15 778	-	-	-	-15 778	-768	-16 546
Kauf/Verkauf eigene Aktien	-	338	-	2 027	-	2 365	-	2 365
Jahresgewinn	-	-	-	-	64 519	64 519	1 548	66 067
Umrechnungsdifferenzen	-	-	-50 807	-	-	-50 807	-2 448	-53 255
Bestand per 31.12.2010	2 000	584 299	-67 352	-6 992	64 519	576 474	13 982	590 457

Titel	Anzahl Aktien am 01.01.	Zugang eigene Aktien	Abgang eigene Aktien	Zugang eigene Aktien Mitarbeiter- beteiligung	Abgang eigene Aktien Mitarbeiter- beteiligung	Anzahl Aktien am 31.12.
Aktien ausgegeben		400 000	-	-	-	400 000
Titel im Eigenbesitz		-5 316	-400	3 147	-160	-2 206
Titel im Umlauf 2011		394 684	-400	3 147	-160	397 794
Aktien ausgegeben		400 000	-	-	-	400 000
Titel im Eigenbesitz		-6 938	-325	1 323	-8	-5 316
Titel im Umlauf 2010		393 062	-325	1 323	-8	394 684

Konsolidierungs- und Bewertungsgrundsätze

Grundsätze Die Grundsätze zur Konsolidierung, Bewertung, Gliederung und Darstellung richten sich nach den gesamten Fachempfehlungen zur Rechnungslegung (Swiss GAAP FER). Sie kommen für alle Gesellschaften des Konsolidierungskreises zur Anwendung.

Konsolidierungskreis In der vorliegenden Konzernrechnung sind sämtliche Beteiligungen der Bell AG voll mit einbezogen, an denen Bell direkt oder indirekt mehr als 50 Prozent der Stimmen hält oder durch vertragliche Vereinbarung die Leitung ausübt. Anteile an Gesellschaften von über 20 Prozent, aber unter 50 Prozent der Stimmen wurden zum tatsächlichen Eigenkapitalanteil bewertet und bilanziert. Beteiligungen mit einem Anteil von weniger als 20 Prozent wurden zum Kurswert vom 31. Dezember bilanziert. War ein solcher nicht verfügbar, erfolgte die Bewertung zum Anschaffungswert abzüglich einer Wertberichtigung bei entsprechender Wertminderung. Die Beteiligungsübersicht und die Behandlung derselben im vorliegenden Konzernabschluss geht aus Seite 65 des Geschäftsberichtes hervor.

Fremdwährungsumrechnung Die Bilanzen der Gesellschaften in fremden Währungen wurden zum Jahresendkurs per 31. Dezember, die Erfolgsrechnungen dieser Gesellschaften zum Jahresdurchschnittskurs umgerechnet. Differenzen aus Umrechnung der Eingangs- und Schlussbilanz sowie Differenzen aus der Anwendung unterschiedlicher Umrechnungskurse in Bilanz und Erfolgsrechnung wurden erfolgsneutral ausgeglichen.

Umrechnungskurse

		2011	2010
Bilanz	EUR 1	= CHF 1,2200	= CHF 1,2500
	CZK 1	= CHF 0,0480	= CHF 0,0500
	HUF 100	= CHF 0,3900	= CHF 0,4500
	PLN 1	= CHF 0,2730	= CHF 0,3150
	USD 1	= CHF 0,9400	= CHF 0,9350
ER	EUR 1	= CHF 1,2333	= CHF 1,3700
	CZK 1	= CHF 0,0502	= CHF 0,0543
	HUF 100	= CHF 0,4426	= CHF 0,4967
	PLN 1	= CHF 0,2999	= CHF 0,3428
	USD 1	= CHF 0,8804	= CHF 1,0383

Konsolidierung der Guthaben und Verbindlichkeiten, Innenumsätze und Zwischengewinne Sämtliche konzerninternen Guthaben und Verbindlichkeiten wurden im Rahmen der Konsolidierung gegenseitig verrechnet und eliminiert. Differenzen aus Anwendung unterschiedlicher Umrechnungskurse auf der Nettoinvestition in ausländische Unternehmen werden erfolgsneutral über das Eigenkapital verrechnet. Sämtliche konzerninternen Lieferungen und Leistungen wurden im Rahmen der Konsolidierung

gegeneinander aufgerechnet und eliminiert. Auf eine Elimination von Zwischengewinnen konnte verzichtet werden, da die Auswirkungen auf die Gruppenerfolgsrechnung unbedeutend sind.

Kapitalkonsolidierung Die Kapitalkonsolidierung erfolgte nach der Purchase-Methode. Das heisst, das Kapital einer Gesellschaft wird zum Zeitpunkt des Erwerbs mit dem Kaufpreis verrechnet, wobei die Erwerbskosten dem Kaufpreis zugeschlagen werden. Kaufpreisanpassungen in Abhängigkeit künftiger Ergebnisse werden geschätzt. Der so ermittelte Goodwill wird aktiviert und über eine Laufzeit von fünf bis acht Jahren über die Erfolgsrechnung abgeschrieben. Ein allfälliger negativer Goodwill wird bei Erstkonsolidierung erfolgswirksam verbucht. Falls der definitive Kaufpreis von der Schätzung abweicht, wird der Goodwill entsprechend angepasst.

Bewertung Im Grundsatz wurden historische Wertansätze gewählt. Dabei wird das Umlaufvermögen zum Anschaffungswert oder zum tieferen Marktwert bewertet. Das Sachanlagevermögen wurde zu Anschaffungswerten abzüglich der betriebswirtschaftlich notwendigen Abschreibungen bilanziert. Die Bewertung erfolgte für alle Konzerngesellschaften nach denselben Grundsätzen. Auf den Grundstücken und Gebäuden der erstmals konsolidierten Gesellschaften wurde anlässlich der Übernahme eine Neubewertung vorgenommen und in der Konzernrechnung erfasst. Bei den übrigen Sachanlagen wurden nach den Bell-Abschreibungskriterien auf Basis historischer Anschaffungswerte die Restwerte neu berechnet und entsprechend in der Konzernrechnung angepasst.

Flüssige Mittel enthalten Festgelder und Geldmarktforderungen mit einer Laufzeit unter 90 Tagen.

Wertschriften Die Wertschriften umfassen marktgängige Titel; diese werden zum Kurswert vom 31. Dezember bilanziert.

Forderungen Erkennbare und eingetretene Verluste werden im Jahr ihres Eintretens der Erfolgsrechnung belastet. Die Wertberichtigung für das Delkreder beträgt 1 Prozent des Forderungsbestandes aufgrund Erfahrungswerten. Die Gesamtsumme der Wertberichtigung ist im Anhang ausgewiesen.

Vorräte Die Bewertung der Vorräte erfolgt nach der Fifo-Methode zu Herstellkosten. Bei Vorräten mit sehr langer Reifedauer erfolgt die Bewertung zu gleitenden Durchschnittswerten der Beschaffung. Den Wertminderungen gegenüber dem Einstandswert wurde Rechnung getragen. Risiken aus der Lagerhaltung sind, soweit erkennbar, berücksichtigt.

Aktive latente Steuern resultieren aus Verlustvorträgen bei Erstkonsolidierung. 2011 haben wir CHF 2,6 Millionen infolge geänderter steuerlicher Ausgangslage wertberichtigt, respektive mit passiven latenten Steuern verrechnet. Die verbleibenden aktiven

latentem Steuern stufen wir als werthaltig ein. Bezüglich Steuersätze verweisen wir auf die Ausführungen bei Rückstellungen/Vorsorgeverpflichtungen.

Sonstige Finanzanlagen Die sonstigen Finanzanlagen enthalten nicht kotierte Wertschriften. Diese werden zum Anschaffungswert oder zum tieferen Verkehrswert bilanziert.

Anlagevermögen Die 2011 nicht konsolidierten Beteiligungen gehen aus der Beteiligungsübersicht auf Seite 65 hervor.

Die Bewertung der Sachanlagen erfolgte zu Anschaffungswerten abzüglich der betriebswirtschaftlich notwendigen Abschreibungen und dauerhaften Wertminderungen. Die Abschreibungen wurden linear entsprechend der Nutzungsdauer vorgenommen. Die Bewertungskorrekturen entstehen aus der Fremdwährungsumrechnung. Anlagen im Leasing wurden im Rahmen der Konsolidierung aktiviert und über die reguläre Nutzungsdauer abgeschrieben. Die entsprechenden Passiven sind in der Rubrik Finanzverbindlichkeiten aufgeführt.

Nutzungsdauer Anlagevermögen:

Produktions- und Verwaltungsgebäude	30-40 Jahre
Maschinen und Anlagen	8-10 Jahre
Installationen	10-15 Jahre
Fahrzeuge	5-7 Jahre
Mobiliar	5-10 Jahre
Informatik Hardware	4 Jahre
Software	4 Jahre
Markenrechte	8 Jahre
Goodwill	5-8 Jahre

Immaterielle Anlagen Das immaterielle Anlagevermögen enthält nebst IT-Software erworbene Markenrechte sowie Goodwill. Auf den Erwerbungen 2011 wurde insgesamt Goodwill von CHF 39,4 Millionen geleistet. Die Abschreibungen auf dem Goodwill «Hilcona» werden mit dem anteiligen Jahresergebnis innerhalb der Finanzrechnung verrechnet. Die Überprüfungen der Werthaltigkeit ergab bei ZIMBO einen zusätzlichen Abschreibungsbedarf von rund CHF 20 Millionen auf dem Konsolidierungsgoodwill sowie rund CHF 6 Millionen auf dem Markenwert. Aggressiver Wettbewerb verunmöglicht die gewünschten zukünftigen Erträge. Im Rahmen der Abschlussvereinbarung mit den Verkäufern der Abraham Schinken GmbH wurde der Restkaufpreis ermittelt, dieser erhöhte sich infolge der verbesserten Ertragslage, woraus sich auf dieser Restkauftranche ein Goodwill von rund CHF 8 Millionen ergab, welcher über die nächsten fünf Jahre abgeschrieben wird. Weiteren Berichtigungsbedarf hatte die Überprüfung keinen ergeben.

Rückstellungen/Vorsorgeverpflichtungen Abgrenzungen und Rückstellungen wurden nach objektiven sowie betriebswirtschaftlichen Grundsätzen gebildet und bewertet; den Risiken wurde ausreichend

Rechnung getragen. Die latenten Steuern sind nach der «Liability Methode» auf sämtlichen Differenzen zwischen den FER-Werten und den steuerlich massgebenden Buchwerten zum durchschnittlichen für unsere Unternehmensgruppe massgebenden Steuersatz von 23,5 Prozent für die Schweiz, 27 Prozent für Deutschland und Frankreich und 25 Prozent für die übrigen Länder zurückgestellt. Die Steuersätze sind unverändert gegenüber Vorjahr.

Die Mitarbeiter von Bell Schweiz sind der CPV/CAP Pensionskasse Coop angeschlossen. Die CPV/CAP weist per Ende 2011 einen Deckungsgrad nach Art. 44 BVV2 von 98,8 Prozent (Vorjahr 100,1 %) aus. Weitere Verpflichtungen für das Personal sind nur soweit bilanziert, als diese nicht über die CPV/CAP getragen werden.

Die Personalvorsorgestiftung der Bell Schweiz AG befindet sich in Liquidation. Das freie Stiftungskapital ist in den Finanzanlagen erfasst.

Eigenkapital Die Kapitalveränderungen aus Umrechnung werden seit 2008 als separate Unterposition des Eigenkapitales ausgewiesen. Transaktionsergebnisse und Dividenden auf eigene Aktien wurden direkt den Gewinnreserven zugeordnet.

Mitarbeiterbeteiligung Sämtliche Mitarbeiter der Bell-Gruppe können ab dem dritten Dienstjahr pro Kalenderjahr fünf (Verwaltungsrat, Geschäftsleitung und Mitglieder des Managements zehn) Aktien der Bell AG zum Preis von 80 Prozent des dem Bezug vorangegangenen Kalendermonats beziehen. Dazu kann für die Geschäftsleitung und die Mitglieder des Oberen Managements die Erfolgsbeteiligung zur Hälfte in Titeln der Bell AG entrichtet werden. Die innerhalb dieses Mitarbeiterbeteiligungsprogramms abgegebenen Titel unterliegen einem vierjährigen Veräusserungsverbot. Im Rahmen dieses Programms wurden im Jahr 2011 insgesamt 523 Aktien an Mitarbeiter abgegeben (Vorjahr 632) und 160 zurückgenommen (Vorjahr 8). Die Verbuchung erfolgte über den Personalaufwand zum Aktienkurs gemäss Auszahlungszeitpunkt.

Rabatte, Rückvergütungen und Skonti werden der entsprechenden Anlageklasse direkt in Abzug gebracht und der Einstandswert entsprechend reduziert.

Anzahlungen an Lieferanten werden der entsprechenden Anlageklasse zugeordnet.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag keine

Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF	2011	Anteil	2010
1. Flüssige Mittel			
Kassen	1 658	7.3%	1 047
Postguthaben	330	1.5%	587
Bankguthaben auf Sicht	16 721	73.6%	31 306
Festgelder und Geldmarktforderungen	3 999	17.6%	734
Flüssige Mittel	22 708	100.0%	33 674
Flüssige Mittel nach Währungen			
CHF	10 319	45.4%	7 705
EUR	9 152	40.3%	19 888
Übrige Währungen	3 237	14.3%	6 080
Flüssige Mittel	22 708	100.0%	33 674
2. Wertschriften			
Aktien und ähnliche Anlagen	5 582	100.0%	4 513
Obligationen und ähnliche Anlagen	-	-	-
Wertschriften	5 582	100.0%	4 513
3. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen			
In den Forderungen saldierte Wertberichtigungen	-3 277		-1 758
4. Forderungen Nahestehende			
Gesellschaften der Coop-Gruppe	104 706	94.3%	73 692
Übrige Nahestehende	6 321	5.7%	19 429
Forderungen Nahestehende	111 027	100.0%	93 121
5. Vorräte			
Rohmaterialien und Fabrikate	162 225	95.4%	145 676
Hilfsmaterialien und Handelsware	16 599	9.8%	15 652
Wertberichtigungen aufgrund Wertbeeinträchtigungen	-8 715	-5.1%	-8 927
Vorräte	170 109	100.0%	152 401
6. Verbindlichkeiten Nahestehende			
Verbindlichkeiten Coop-Gruppe	21 844	99.7%	13 701
Verbindlichkeiten übrige Nahestehende	68	0.3%	1 121
Verbindlichkeiten Nahestehende	21 912	100.0%	14 822
7. Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten			
Aktionäre	12	0.0%	10
Mehrwertsteuer	11 902	30.6%	6 904
Kapital- und Ertragssteuern	23 895	61.4%	21 837
Andere Steuern	543	1.4%	1 428
Diverse Dritte	2 533	6.5%	19 225
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	38 885	100.0%	49 403

Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF

	2011	Anteil	2010
8. Rechnungsabgrenzung			
Diverse transitorische Passiven	44 049	71.1%	40 572
Abgrenzungen Personal und Sozialwerke	17 875	28.9%	17 837
Rechnungsabgrenzung	61 925	100.0%	58 409
9. Finanzverbindlichkeiten			
Kurzfristige Bankdarlehen und Kredite	112 885	40.1%	107 052
Kurzfristige Darlehen von Nahestehenden	3 695	1.3%	277
Kontokorrente mit Dritten	116	0.0%	-
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	116 696	41.4%	107 329
Langfristige Bankdarlehen und Kredite	164 998	58.6%	109 134
Langfristige Darlehen von Nahestehenden	-	-	12 000
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	164 998	58.6%	121 134
Finanzverbindlichkeiten	281 694	100.0%	228 462
Fälligkeitsstruktur Finanzverbindlichkeiten			
Fällig innert 360 Tagen	116 696	41.4%	107 329
Fällig innert zwei Jahren	36 164	12.8%	33 733
Fällig innert drei und mehr Jahren	128 835	45.7%	87 400
Finanzverbindlichkeiten	281 694	100.0%	228 462
Finanzverbindlichkeiten nach Währungen			
CHF	185 487	65.8%	121 258
EUR	95 125	33.8%	107 054
Übrige Währungen	1 082	0.4%	150
Finanzverbindlichkeiten	281 694	100.0%	228 462

10. Unternehmenszusammenschlüsse/-verkauf	Bell Convenience ¹	Hilcona AG ²	Hoppe GmbH ³	Kocherhans + Schär AG ⁴	SBA Schlacht- betrieb Basel AG ⁵
	01.01.2011	01.01.2011	01.05.2011	27.06.2011	01.07.2011
Liquide Mittel	-	17 504	1 155	157	576
Forderungen	-	49 842	3 694	331	1 382
Vorräte	1 734	49 167	1 195	82	-
Sachanlagen	5 289	177 692	13 551	4 918	5 213
Verbindlichkeiten	1 022	27 810	3 297	238	786
Finanzverbindlichkeiten	-	115 849	6 248	1 728	1 257

¹ Unternehmensverkauf

² Neuzugang im Konsolidierungskreis per 01.01.2011 zum anteiligen Eigenkapital; Werte inklusive eingebrachte Bell Convenience

³ Erstkonsolidierung per 01.05.2011

⁴ Fusion mit Bell Schweiz AG

⁵ Vollkonsolidierung ab 01.07.2011

Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF	Vorzeitige Alterspensionierung	Dienstaltersgeschenke	Ferien- und Überzeitguthaben	Latente Steuern	Sonstige	Restrukturierung	Gesamt
11. Rückstellungen							
Rückstellungen am 01.01.2011	21 926	3 027	4 708	44 073	5 069	1 364	80 167
Änderung im Konsolidierungskreis	-	-	207	690	-	-	897
Umgliederung von aktiv latenten Steuern	-	-	-	-1 439	-	-	-1 439
Umgliederung	-427	427	-	-	500	-500	-
Bildung	1 871	1 120	3 824	989	1 345	-	9 148
Auflösung	-2 119	-1 439	-4 050	-116	-315	-260	-8 299
Verwendung	-	-	-	-	-1 521	-	-1 521
Währungseinflüsse	-107	-	-14	-69	-97	-	-287
Rückstellungen am 31.12.2011	21 144	3 135	4 674	44 128	4 981	604	78 666
Langfristig 2011	20 266	2 096	-	44 128	2 451	-	68 940
Kurzfristig 2011	878	1 040	4 674	-	2 530	604	9 726
Rückstellungen am 01.01.2010	21 147	3 195	5 222	39 442	8 274	300	77 580
Änderung im Konsolidierungskreis	-	-	-	-	-	-	-
Umgliederung in passive Abgrenzungen	-	-	-	-	-	-	-
Umgliederung	397	-397	-134	-	134	-	-
Bildung	2 227	1 398	3 708	9 344	77	1 364	18 118
Auflösung	-1 104	-1 169	-4 012	-4 137	-2 518	-300	-13 240
Währungseinflüsse	-741	-	-76	-576	-898	-	-2 291
Rückstellungen am 31.12.2010	21 926	3 027	4 708	44 073	5 069	1 364	80 167
Langfristig 2010	19 522	1 958	-	44 073	4 259	-	69 811
Kurzfristig 2010	2 404	1 070	4 708	-	810	1 364	10 356

Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF	Nicht konsolidierte Beteiligungen	Darlehen an Nahestende*	Darlehen an Dritte	Freies Stiftungsvermögen	Aktive latente Steuern	Sonstige Finanzanlagen	Gesamt
12. Finanzanlagen							
Nettobuchwert am 01.01.2011	27 639	610	449	5 119	5 106	228	39 151
Anschaffungswert bis 01.01.2011	27 639	610	449	5 119	5 106	228	39 151
Änderung im Konsolidierungskreis	-1 136	-	-	-	-	-	-1 136
Investitionen	59 921	1 560	-	-	-	134	61 614
Devestitionen	-43	-1 100	-205	-276	-	-	-1 624
Umgliederung in Rückstellungen	-	-	-	-	-1 439	-	-1 439
Neubewertungen	8 405	-	-	-390	-1 133	-	6 882
Umgruppierungen	-	-	-	-	-	-	-
Währungseinflüsse	-3	-47	-	-	-95	-	-144
Nettobuchwert am 31.12.2011	94 783	1 023	244	4 453	2 440	362	103 305
Nettobuchwert am 01.01.2010	40 851	2 628	667	6 037	6 690	228	57 101
Anschaffungswert bis 01.01.2010	40 851	2 628	667	6 037	6 690	228	57 101
Änderung im Konsolidierungskreis	-13 707	-	-	-	-	-	-13 707
Investitionen	-	-	-	-	-	-	-
Devestitionen	-53	-1 495	-218	-1 006	-	-	-2 771
Neubewertungen	576	-	-	89	-568	-	97
Umgruppierungen	537	-537	-	-	-	-	-
Währungseinflüsse	-566	14	-	-	-1 015	-	-1 567
Nettobuchwert am 31.12.2010	27 639	610	449	5 119	5 106	228	39 152

*Es bestehen keine Darlehen für die Organe der Gesellschaft.

Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF	Software	Marken- rechte	Andere Rechte	Goodwill	Gesamt
13. Immaterielle Anlagen					
Nettobuchwert am 01.01.2011	10 447	7 391	822	57 644	76 303
Anschaffungswert bis 01.01.2011	31 166	10 293	1 324	130 287	173 071
Änderung im Konsolidierungskreis	252	-	-	39 382	39 634
Investitionen	5 838	-	1 001	-	6 839
Devestitionen	-481	-	-9	-	-490
Umgruppierung	724	-	-221	-	503
Währungseinflüsse	-205	-247	-50	-3 136	-3 638
Anschaffungswert am 31.12.2011	37 295	10 046	2 045	166 533	215 920
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2011	20 719	2 902	502	72 644	96 767
Änderung im Konsolidierungskreis	209	-	-	-	209
Planmässige Abschreibungen*	4 161	1 216	150	12 887	18 414
Ausserplanmässige Abschreibungen	-	6 081	-	19 935	26 016
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	-478	-	-9	-	-487
Umgruppierung	189	-	-189	-	-
Währungseinflüsse	-91	-154	-20	-1 428	-1 692
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2011	24 709	10 046	435	104 038	139 227
Nettobuchwert am 31.12.2011	12 586	-	1 611	62 495	76 692
*Die Abschreibung des Goodwill auf Hilcona wird im Beteiligungserfolg ausgewiesen.					
Nettobuchwert am 01.01.2010	6 148	10 266	973	97 130	114 518
Anschaffungswert bis 01.01.2010	26 776	12 228	1 492	143 000	183 497
Änderung im Konsolidierungskreis	-10	-	-1	12 465	12 454
Investitionen	7 215	-	33	233	7 481
Devestitionen	-2 740	-	-	-	-2 740
Anpassung Verkaufspreis	-	-	-	-5 480	-5 480
Umgruppierung	883	-	42	-	925
Währungseinflüsse	-959	-1 935	-242	-19 931	-23 067
Anschaffungswert am 31.12.2010	31 166	10 293	1 324	130 287	173 071
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2010	20 628	1 962	519	45 870	68 979
Änderung im Konsolidierungskreis	-17	-	-1	255	237
Planmässige Abschreibungen	3 389	1 370	30	15 283	20 072
Ausserplanmässige Abschreibungen	-	-	-	17 166	17 166
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	-2 687	-	-	-	-2 687
Umgruppierung	-42	-	42	-	-
Währungseinflüsse	-552	-430	-87	-5 931	-7 000
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2010	20 719	2 902	502	72 644	96 767
Nettobuchwert am 31.12.2010	10 447	7 391	822	57 644	76 303

Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF

	Bebaute Grundstücke	Betriebliche Gebäude	Bauten in Fremdliegenschaften	Gebäude im Bau	Gesamt
14. Grundstücke und Gebäude					
Nettobuchwert am 01.01.2011	48 268	272 621	781	3 940	325 610
Anschaffungswert bis 01.01.2011	48 348	554 039	2 456	3 940	608 784
Änderung im Konsolidierungskreis	1 747	19 865	1 083	-	22 695
Investitionen	1 000	2 537	-	7 017	10 554
Devestitionen	-790	-2 316	-204	-22	-3 332
Umgruppierung	-994	3 328	-21	-3 048	-735
Währungseinflüsse	-401	-7 550	-4	-78	-8 033
Anschaffungswert am 31.12.2011	48 911	569 902	3 311	7 809	629 932
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2011	80	281 418	1 676	-	283 173
Änderung im Konsolidierungskreis	-	5 565	470	-	6 035
Planmässige Abschreibungen	11	20 060	135	-	20 207
Ausserplanmässige Abschreibungen	-	1 850	-	-	1 850
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	-	-1 069	-204	-	-1 273
Umgruppierung	-10	10	-3	-	-3
Währungseinflüsse	-2	-2 148	-3	-	-2 153
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2011	79	305 686	2 071	-	307 836
Nettobuchwert am 31.12.2011	48 832	264 216	1 239	7 809	322 096
Nettobuchwert am 01.01.2010	50 333	300 227	930	4 376	355 866
Anschaffungswert bis 01.01.2010	50 428	587 159	2 468	4 376	644 431
Änderung im Konsolidierungskreis	780	3 595	37	-	4 412
Investitionen	-	9 037	-	2 092	11 129
Devestitionen	-215	-14 901	-	-22	-15 139
Umgruppierung	-	1 363	-	-2 198	-835
Währungseinflüsse	-2 644	-32 213	-49	-308	-35 214
Anschaffungswert am 31.12.2010	48 348	554 039	2 456	3 940	608 784
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2010	95	286 932	1 538	-	288 564
Änderung im Konsolidierungskreis	-	247	3	-	251
Planmässige Abschreibungen	-	21 350	175	-	21 525
Ausserplanmässige Abschreibungen	-	1 010	-	-	1 010
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	-	-15 030	-	-	-15 030
Umgruppierung	-	-844	-	-	-844
Währungseinflüsse	-15	-12 248	-40	-	-12 303
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2010	80	281 418	1 676	-	283 173
Nettobuchwert am 31.12.2010	48 268	272 621	781	3 940	325 610

In «Grundstücke und Gebäude» sind aktivierte Leasings im Buchwert von TCHF 6 158 (Vorjahr TCHF 6 741) enthalten.

Anhang zur konsolidierten Bilanz

in Tausend CHF	Maschinen und masch. Anlagen	Installat- tionen	Informatik Hardware	Mobiliar und Fahrzeuge	Anzah- lungen	Gesamt
15. Technische Anlagen und Einrichtungen						
Nettobuchwert am 01.01.2011	117 108	73 504	6 902	22 536	10 835	230 885
Anschaffungswert bis 01.01.2011	376 268	183 682	30 999	89 175	10 835	690 959
Änderung im Konsolidierungskreis	18 125	11 290	689	3 263	345	33 713
Investitionen	27 965	4 138	4 406	8 440	7 716	52 664
Devestitionen	-27 695	-4 990	-480	-13 482	-909	-47 555
Umgruppierung	6 361	933	855	388	-8 305	232
Währungseinflüsse	-5 536	-182	-48	-1 339	-201	-7 306
Anschaffungswert am 31.12.2011	395 488	194 871	36 420	86 445	9 481	722 706
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2011	259 160	110 178	24 097	66 639	-	460 075
Änderung im Konsolidierungskreis	15 664	7 626	676	2 123	-	26 089
Planmässige Abschreibungen	25 733	12 889	3 341	8 124	-	50 087
Ausserplanmässige Abschreibungen	-	-	-	-	-	-
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	-22 099	-3 981	-459	-12 095	-	-38 634
Umgruppierung	62	-2	265	-322	-	3
Währungseinflüsse	-3 515	-111	-25	-985	-	-4 636
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2011	275 006	126 599	27 895	63 484	-	492 984
Nettobuchwert am 31.12.2011	120 483	68 272	8 526	22 961	9 481	229 722
Nettobuchwert am 01.01.2010	127 565	76 627	6 904	26 376	4 600	242 072
Anschaffungswert bis 01.01.2010	388 453	175 484	30 495	96 373	4 600	695 405
Änderung im Konsolidierungskreis	-374	-	38	120	-	-217
Investitionen	20 614	10 331	3 039	5 426	11 346	50 756
Devestitionen	-8 411	-1 973	-2 644	-6 844	-	-19 873
Umgruppierung	1 933	1 260	273	837	-4 393	-90
Währungseinflüsse	-25 947	-1 419	-202	-6 736	-718	-35 023
Anschaffungswert am 31.12.2010	376 268	183 682	30 999	89 175	10 835	690 959
Kumulierte Abschreibungen am 01.01.2010	260 888	98 857	23 592	69 997	-	453 333
Änderung im Konsolidierungskreis	-438	-	15	34	-	-390
Planmässige Abschreibungen	26 677	13 075	3 232	8 529	-	51 513
Ausserplanmässige Abschreibungen	-	172	-	-	-	172
Kumulierte Abschreibungen auf Devestitionen	-8 197	-1 972	-2 644	-6 561	-	-19 374
Umgruppierung	-	844	25	-24	-	844
Währungseinflüsse	-19 768	-798	-122	-5 334	-	-26 023
Kumulierte Abschreibungen am 31.12.2010	259 160	110 178	24 097	66 639	-	460 075
Nettobuchwert am 31.12.2010	117 108	73 504	6 902	22 536	10 835	230 885

In «Technische Anlagen und Einrichtungen» sind aktivierte Leasings im Buchwert von TCHF 1 518 (Vorjahr TCHF 2 599) enthalten.

Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	2011	Veränderung	2010
16. Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen			
Nach Produktgruppen			
Frischfleisch	815 819	0.8%	809 552
Charcuterie Eigenproduktion	360 661	-1.0%	364 284
Charcuterie Handelswaren	82 008	1.5%	80 791
Geflügel	344 769	3.0%	334 583
Spezialfleisch (Wild, Kaninchen u. a.)	17 564	-10.3%	19 588
Seafood	115 131	10.9%	103 809
Convenience	-	-100.0%	84 085
Übriger Umsatz	9 927	-10.4%	11 081
Produktgruppen Schweiz	1 745 879	-3.4%	1 807 773
Charcuterie	704 650	-5.0%	742 012
Übriger Umsatz	66 424	-2.0%	67 789
Produktgruppen International	771 074	-4.8%	809 801
Erlöse aus Warenverkäufen nach Produktgruppen	2 516 953	-3.8%	2 617 574
Nach Absatzkanälen			
Umsatz mit Unternehmen der Coop-Gruppe	1 299 527	9.9%	1 182 242
Umsatz mit übrigen nahestehenden Unternehmen	15 133	-91.7%	181 536
Umsatz mit sonstigen Grossabnehmern	423 974	-2.5%	434 960
Umsatz mit Endverbrauchern	7 245	-19.8%	9 035
Absatzkanäle Schweiz	1 745 879	-3.4%	1 807 773
Umsatz mit Unternehmen der Coop-Gruppe	5 013	-	-
Umsatz mit sonstigen Grossabnehmern	699 637	-5.7%	742 012
Umsatz mit Endverbrauchern	66 424	-2.0%	67 789
Absatzkanäle International	771 074	-4.8%	809 801
Erlöse aus Warenverkäufen nach Absatzkanälen	2 516 953	-3.8%	2 617 574
Geographische Umsatzverteilung*			
Schweiz	1 745 879		1 807 773
Deutschland	440 460		449 771
Frankreich	105 777		100 209
Übriges Westeuropa	92 220		110 903
Osteuropa	132 617		148 917
Erlöse aus Warenverkäufen nach Ländern	2 516 953	-3.8%	2 617 574
*2010 Umsatzstruktur nach Herstellungsort			
Sonstiger Erlös mit Unternehmen der Coop-Gruppe	2 558	49.4%	1 712
Sonstiger Erlös mit übrigen nahestehenden Unternehmen	1 857		124
Sonstiger Erlös mit Dritten	46 598	20.5%	38 672
Andere betriebliche Erträge Schweiz	51 014	25.9%	40 508
Andere betriebliche Erträge International	8 834	-18.6%	10 847
Andere betriebliche Erträge	59 848	16.5%	51 355
Erlösminderungen mit Unternehmen der Coop-Gruppe	32 465	4.4%	31 101
Sonstige Erlösminderungen	5 731	-36.9%	9 079
Erlösminderungen Schweiz	38 196	-4.9%	40 180
Erlösminderungen International	56 016	26.0%	44 472
Erlösminderungen	94 213	11.3%	84 652

Mit Coop besteht seit 1. Januar 2001 ein Liefer- und Abnahmevertrag mit einer Laufzeit von zehn Jahren. Dieser wurde 2010 um weitere fünf Jahre verlängert. Die Belieferung von Coop erfolgt zu marktüblichen Bedingungen unter Berücksichtigung der Abnahmeverträge. Die Erlösminderungen beinhalten Mengen- und Umsatzboni, welche auf Jahresbasis mit einem Businessplan im Voraus vereinbart werden.

Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in Tausend CHF

	2011	Veränderung	2010
17. Personalaufwand			
Löhne und Gehälter	256 322	-5.4%	270 963
Sozialleistungen	63 639	-0.9%	64 219
Übrige Personalkosten	11 936	-22.8%	15 470
Fremdlöhne	59 519	8.2%	55 019
Personalaufwand	391 416	-3.5%	405 671

In den Sozialleistungen sind Leistungen an die CPV/CAP Pensionskasse Coop und anderen Vorsorgeeinrichtungen von TCHF 19 587 (Vorjahr TCHF 19 333) enthalten.

Entschädigungen an Verwaltungsrat und Mitglieder der Gruppenleitung

		Aktienbesitz per 31.12. Stück	Bar-Entschädigung fix	Aktienbezug Stück	TCHF	Gesamt TCHF
Verwaltungsrat						
Hansueli Loosli, VR-Präsident*	2011	30	90	3	6	96
	2010	17	90	4	7	97
Irene Kaufmann-Brändli, Mitglied*	2011	31	60	4	8	68
	2010	17	60	4	7	67
Jörg Ackermann, Mitglied*	2011	63	60	3	6	66
	2010	55	60	4	7	67
Werner Marti, Mitglied	2011	21	60	3	6	66
	2010	8	60	4	7	67
Joachim Zentes, Mitglied	2011	105	60	3	6	66
	2010	92	60	4	7	67
† Hans Peter Schwarz, Vizepräsident*	2011	-	53	3	6	58
	2010	104	70	4	7	77
Verwaltungsrat gesamt	2011	250	383	19	37	420
	2010	293	400	24	41	441

*Bar-Entschädigung wird an Mandatsgeber Coop weitergeleitet.

		Bar-Entschädigung		Aktienbezug	Sachleistungen und Beiträge für berufliche Vorsorge	Gesamt TCHF
		fix	variabel	Stück	TCHF	
Gruppenleitung						
Lorenz Wyss, Vorsitzender der Gruppenleitung; seit 01.04.2011	2011	326	33	21	33	446
Martin Gysin, Leiter Dir. Finanzen/Services; Stv. Vorsitzender der Gruppenleitung	2011	419	38	24	41	571
	2010	393	46	31	46	533
Thorid Klantschitsch, Leiterin Dir. Bell Schweiz; Austritt am 30.06.2011	2011	360	4	3	7	424
	2010	354	37	27	41	512

	2011	2010
Aktienbesitz am 31.12. (Stück)		
Lorenz Wyss	3	-
Martin Gysin	119	133
Übrige Mitarbeiter	2 186	2 337

Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in Tausend CHF

		Über/ Unterdeckung	Wirtschaftlicher Nutzen/ Verpflichtung	Veränderung zum Vorjahr	Arbeitgeber- beiträge	Vorsorge- aufwand
Personalvorsorge						
Wirtschaftliche Auswirkungen						
Patronale Fürsorgestiftung	2011	4 453	4 453	-667	-	-667
	2010	5 120	5 120	-917	-	-917
CPV/CAP Pensionskasse Coop*	2011	-	-	-	19 587	19 587
	2010	-	-	-	19 333	19 333
Gesamt	2011	4 453	4 453	-667	19 587	18 920
	2010	5 120	5 120	-917	19 333	18 416

*Der Deckungsgrad beträgt per 31. Dezember 2011 98,8 Prozent (Vorjahr: 100,1 Prozent).

	2011	Veränderung	2010
18. Mieten			
Gebäudemieten	8 327	-27.5 %	11 484
Maschinen- und Mobiliarmieten	7 167	-18.1 %	8 753
Fremdeinlagerung	6 265	43.4 %	4 370
Mieten	21 759	-11.6 %	24 607
19. Energie, Betriebs- und Hilfsmaterial			
Strom	24 502	5.2 %	23 298
Wasser	5 863	10.0 %	5 331
Treibstoffe/Betriebsmittel	1 946	7.8 %	1 805
Sonstige Energie	6 502	6.6 %	6 099
Betriebs- und Hilfsmaterial	10 401	-18.4 %	12 742
Energie, Betriebs- und Hilfsmaterial	49 214	-0.1 %	49 275
20. Sonstiger Betriebsaufwand			
Verwaltungsaufwand	14 520	-16.5 %	17 396
Sachversicherungen und Abgaben	7 288	-15.7 %	8 642
Kapitalsteuern und sonstige betriebliche Steuern	2 016	2.0 %	1 976
Übriger Aufwand	3 222	-54.5 %	7 087
Sonstiger Betriebsaufwand	27 046	-22.9 %	35 101

In den Betriebsaufwendungen enthalten:

21. Betriebsaufwand mit Nahestehenden			
Gebäudemieten	578	-87.1 %	4 497
Maschinen- und Mobiliarmieten	4 631	-13.5 %	5 354
Reparaturen und Unterhalt	1 665	93.4 %	861
Energie- und Betriebsmaterial	2 387	2.9 %	2 319
Werbung	3 300	-22.8 %	4 272
Sonstiger Betriebsaufwand	857	11.7 %	767
Betriebsaufwand mit Nahestehenden	13 418	-25.7 %	18 070

Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	2011	2010
22. Finanzrechnung		
Festgeld- und übrige Zinsen	821	634
Zinsen von nahestehenden Unternehmen	115	341
Gewinne aus Fremdwährungstransaktionen	17 989	7 964
Realisierte und nicht realisierte Gewinne auf Wertschriften	291	1 207
Ergebnis aus assoziierten Gesellschaften*	6 273	576
Übriger Beteiligungserfolg	265	336
Finanzertrag	25 754	11 058
Zinsen an nahestehende Unternehmen	376	314
Übrige Kapitalzinsen	7 624	10 186
Bankspesen und Kommissionen	891	915
Verluste aus Fremdwährungstransaktionen	3 976	1 602
Realisierte und nicht realisierte Verluste auf Wertschriften	1 476	127
Finanzaufwand	14 342	13 144
Finanzrechnung	11 412	-2 086
Durchschnittlicher Zinssatz des verzinsbaren Fremdkapitals	3.49 %	3.73 %

*Netto, nach Verrechnung der Goodwillabschreibung.

Die Zinssätze der Bankkredite variieren zwischen 1,08 Prozent und 3,23 Prozent in CHF und zwischen 2,03 Prozent und 4,94 Prozent in Fremdwährungen (EUR).

Anhang zur konsolidierten Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	2011	Veränderung	2010
23. Steuern			
Bezahlte Steuern und Veränderung der geschuldeten Steuern	26 859		27 876
Erfolgswirksame Veränderung der latenten Steuern	2 006		5 207
Steuern	28 865	-12.8%	33 083
Gruppenergebnis	72 396		66 067
Steuerlich nicht absetzbarer Aufwand	10 953		29 706
darin enthaltener Steueraufwand	28 865		33 083
Ergebnis vor Steuern	112 214		128 856
Zum durchschnittlich massgebenden Steuersatz entfallene Ertragssteuern auf das Ergebnis vor Steuern	26 370		29 638
Einfluss unterschiedlicher Steuersätze und Steuerhoheiten	-1 881		-901
Einfluss nicht Aktivierung latenter Steuer	3 769		4 437
Auflösung aktiver latenter Steuer	1 133		-
Periodenfremde und sonstige Steuern	-526		-92
Steuern (wie ausgewiesen)	28 865		33 083

24. Einmal- und periodenfremde Aufwendungen (+) und Erträge (-)

In den Positionen der ordentlichen Rechnung enthaltene, einmalige oder periodenfremde Aufwendungen oder Erträge:

Warenkosten	Warenkosten Vorjahr		-6 648
Sonstige Kosten	Anteil Versicherungsleistung für Sachanlagen aus Brandfall Frigo	-8 042	
	Schliessungskosten Steinheim	1 233	
	Sonstige Kosten Vorjahr		-2 450
Abschreibungen Sachanlagen	Sonderabschreibungen Vorjahr		1 182
	Sonderabschreibung Steinheim	1 850	
Immaterielle Anlagen	Sonderabschreibungen Vorjahr		17 587
	Sonderabschreibung Goodwill/Marke ZIMBO	26 016	
Finanzertrag	Währungsgewinn auf Eurodarlehen		-6 643
	Währungsgewinn auf Euroabsicherung	-14 500	
Steuern	Anteil Steuer aus Sondereffekten	-4 636	1 529

Ergänzende Angaben

in Tausend CHF	2011	2010
Gesamtbetrag der Bürgschaften, Garantien, Pfandbestellungen zu Gunsten Dritter	16 598	18 614
Gesamtbetrag der verpfändeten Aktiven zu handelsrechtlichen Buchwerten	26 381	22 750
Nichtbilanzierte Leasingverpflichtungen	4 761	2 966
davon fällig im laufenden Geschäftsjahr	1 723	1 079
Derivative Finanzinstrumente Devisen (Zweck: Absicherung)		
Kontraktwert	-	-
Wiederbeschaffungswert positiv	-	-
Derivative Finanzinstrumente Zinsen (Zweck: Absicherung)		
Kontraktwert	139 650	140 628
Wiederbeschaffungswert negativ	6 793	4 357
übrige derivative Finanzinstrumente (Beteiligungstitel)	p.m.*	1 875
Brandversicherungswert der Gebäude	821 746	711 521
Brandversicherungswert der Einrichtungen	932 542	605 212
Aufwendungen für Vorsorgeverpflichtungen	19 587	19 333
Verpflichtungen aus Verträgen gegenüber Dritten	48 673	25 025
davon fällig im laufenden Geschäftsjahr	9 759	1 867
davon fällig im Folgejahr	7 001	3 946
davon später fällig	31 913	19 212
Verpflichtungen aus Verträgen gegenüber Nahestehenden	1 945	6 742
davon fällig im laufenden Geschäftsjahr	488	1 349
davon fällig im Folgejahr	488	1 349
davon später fällig	969	4 044
Gesamtbetrag der bedingten Aktienkapitalerhöhung	1 000	1 000
Gesamtbetrag der genehmigten Aktienkapitalerhöhung	500	500

*Bell besitzt Optionen zur Übernahme von weiteren Anteilen an assoziierten Gesellschaften (2 % an Hilcona). Diese Optionen können nicht zweckmässig bewertet werden, weshalb sie nicht bilanziert wurden.

Wesentliche Aktionäre	Coop Genossenschaft, Basel; 66,29 Prozent Sarasin Investmentfonds AG, Basel; 4,55 Prozent Keine weiteren Aktionäre mit über 3 Prozent der Aktien
Dividendenberechtigte Aktien	Alle
Stimmrechtsbestimmungen	Alle eingetragenen Aktionäre besitzen volles Stimmrecht. Jede Aktie berechtigt zu einer Stimme.

Angaben zur Risikobeurteilung

Die Bell-Gruppe verfügt über ein standardisiertes Risikomanagement. Im Dreijahresrhythmus wird die Risikosituation neu beurteilt. Infolge der neuen Konzernstruktur führten wir 2009 erneut eine grundlegende Neubeurteilung durch. Dabei wurden die Top-Risiken identifiziert, analysiert, bewertet und Massnahmen definiert.

Jährlich befasst sich die Geschäftsleitung mit dem Stand der Umsetzung der Massnahmen und einer Aktualisierung der Risikobeurteilung. Der Verwaltungsrat wurde anlässlich seiner Sitzung vom 8. Dezember 2011 darüber informiert. Weitere Angaben zum Risikomanagement sind im Kapitel Corporate Governance aufgeführt (Seite 73).

Im Rahmen der institutionalisierten jährlichen Bewertung der Qualität des internen Kontrollsystems auf Ebene Geschäftsprozesse erfolgt eine Beurteilung der operationellen Risiken sowie der Risiken im Zusammenhang mit der finanziellen Berichterstattung und der Einhaltung von Vorschriften. Die neuerworbenen Tochtergesellschaften von Bell verfügen über ein eigenes internes Kontrollsystem, welches weiter harmonisiert wird.

Wesentliche Beteiligungen der Bell-Gruppe

Gesellschaft	Sitz	Tätigkeitsfelder	Konsolidierungs- methode	Grundkapital	Kapital- anteil der Gruppe
Bell Schweiz AG ¹	Basel	Frischfleisch, Charcuterie, Geflügel, Seafood	■ CHF	20 000 000	100.0%
Frigo St. Johann AG	Basel	Logistik, Kühlhausbetrieb	■ CHF	2 000 000	100.0%
Hilcona AG	Schaan / FL	Convenience	○ CHF	10 000 000	49.0%
SBA Schlachtbetrieb Basel AG ²	Basel	Schlachthof	⊗ CHF	250 000	100.0%
Centravo Holding AG ³	Zürich	Verarbeitung Nebenprodukte	* CHF	2 400 000	29.8%
GVFI International AG	Basel	Fleischhandel	● CHF	3 000 000	17.7%
Pensionsstiftung der Bell Schweiz AG (in Liquidation)	Basel	Stiftung	▲	-	-
Bell France SAS	Teilhède /FR	Subholding	■ EUR	20 000 000	100.0%
Salaison Polette & Cie SAS	Teilhède /FR	Rohwurst	■ EUR	2 600 000	100.0%
Saloir de Mirabel SARL	Riom /FR	Rohschinken	■ EUR	152 000	100.0%
Val de Lyon SAS	St-Symphorien-sur-Coise/FR	Rohwurst	■ EUR	825 000	100.0%
Saloir de Virieu SAS	Virieu-Le-Grand /FR	Rohschinken	■ EUR	1 200 000	100.0%
Maison de Savoie SAS	Aime /FR	Rohwurst	■ EUR	1 560 000	100.0%
St-André SAS	St-André-sur-Vieux-Jonc /FR	Rohwurst	■ EUR	1 096 000	100.0%
Bell Deutschland GmbH	Bochum /DE	Subholding	■ EUR	25 000	100.0%
FreshCo. Vertriebsgesellschaft mbH	Bochum /DE	Handel mit Fleischwaren	■ EUR	38 400	100.0%
ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG	Bochum /DE	Fleisch und Wurstwaren	■ EUR	28 097 970	100.0%
Feine Kost Böttcher GmbH	Bochum /DE	Management	■ EUR	2 862 603	100.0%
Hoppe GmbH ⁴	Bad Wünnenberg /DE	Convenience	□ EUR	200 000	100.0%
ZIMBO International GmbH	Bochum /DE	Handel mit Fleischwaren	■ EUR	1 840 700	100.0%
ZIMBO Polska Sp. z o.o.	Niepolomice /PL	Handel mit Fleischwaren	■ PLN	500 000	100.0%
ZIMBO Húsipari Termelő Kft.	Perbál /HU	Fleisch und Wurstwaren	■ HUF	375 000 000	99.7%
Marco Polo N.V.	Zellik /BE	Subholding	■ EUR	4 258 000	99.9%
The Fresh Connection N.V.	Zellik /BE	Handel mit Fleischwaren	■ EUR	620 000	99.9%
Coldlog N.V.	Zellik /BE	Lagerbetrieb	■ EUR	62 000	99.9%
The Fresh Connection Nederland B.V.	Dr Houten /NL	Handel mit Fleischwaren	■ EUR	18 000	76.0%
Interfresh Food Retail Easteurope GmbH	Bochum /DE	Handel mit Fleischwaren	■ EUR	100 000	100.0%
ZIMBO Czechia s.r.o.	Prag-Holesovice /CZ	Einzelhandel	■ CZK	10 000 000	70.0%
Abraham Schinken GmbH ⁵	Seevetal /DE	Subholding	■ EUR	104 100	75.02%
Gebr. Abraham GmbH & Co. KG	Seevetal /DE	Rohschinken	■ EUR	1 750 000	100.0%
Abraham Benelux S.A.	Libramont-Chevigny /BE	Rohschinken	■ EUR	250 000	100.0%
Abraham Polska Sp. z o.o.	Warschau /PL	Grosshandel	■ PLN	100 000	100.0%
Sanchez Alcaraz S.L.U.	Casarrubios del Monte /ES	Rohschinken	■ EUR	648 587	100.0%
Abraham France SARL	Bussy Saint-Georges /FR	Grosshandel	■ EUR	40 000	100.0%

¹Umfirmierung von Bell AG zu Bell Schweiz AG, Übernahme und Fusion der Fleischrocknerei Kocherhans und Schär AG per 01.07.2011.

²Die SBA wurde per 01.07.2011 vollständig übernommen und zu 100 % konsolidiert.

³Der Kapitalanteil bezieht sich auf den Anteil der sich im Umlauf befindenden Aktien.

⁴Die Hoppe GmbH wurde per 01.05.2011 übernommen und konsolidiert.

⁵2011 wurde mit den Verkäufern der Abraham GmbH eine Abschlussvereinbarung für die vollständige Übernahme der Anteile getroffen. Diese wird per Ende 2012 wirksam. Aufgrund dieser Vereinbarung ist die Abraham GmbH bereits per 2011 zu 100 % konsolidiert.

■ Voller Einbezug in die Konsolidierung (einheitliche Leitung)

* Einbezug mit dem tatsächlich anteiligen Kapital und Gewinn

● Anschaffungswert

▲ Einbezug nach Swiss GAAP FER 16

□ Voller Einbezug in die Konsolidierung ab 01.05.2011

○ Einbezug mit dem tatsächlich anteiligen Kapital und Gewinn, per 01.01.2011

⊗ Voller Einbezug in die Konsolidierung ab 01.07.2011

Mehrjahresübersicht

in Tausend CHF	2011	2010	2009	2008	2007
Nahestehende Unternehmen	1 319 673	1 363 778	1 332 881	1 292 236	1 162 587
Sonstige Grossabnehmer	1 123 611	1 176 972	1 151 593	586 867	439 462
Endverbraucher	73 669	76 824	113 238	53 696	27 869
Erlöse aus Warenverkäufen	2 516 953	2 617 574	2 597 712	1 932 799	1 629 918
Nettoerlös aus Lieferungen und Leistungen	2 482 588	2 584 277	2 547 877	1 939 635	1 636 472
Finanzdaten					
Bruttoerfolg aus Betriebstätigkeit	823 282	863 923	858 515	610 241	528 089
Personalaufwand	391 416	405 671	412 215	307 445	259 653
Abschreibungen Sachanlagen	72 144	74 220	79 903	55 689	57 395
Betriebserfolg vor Zinsen und Steuern (EBIT)	89 849	101 236	95 047	78 932	72 954
Jahresgewinn (vor Drittanteilen)	72 396	66 067	56 192	58 198	56 669
EBITDA	204 291	212 695	189 449	142 731	136 911
Finanzergebnis	11 412	-2 086	-11 021	-2 867	1 363
Umlaufvermögen	520 322	495 436	537 731	363 010	308 478
Anlagevermögen	731 815	671 950	769 557	774 824	480 186
Gesamtvermögen	1 252 138	1 167 386	1 307 288	1 137 834	788 664
Verzinsbares Fremdkapital	281 694	228 462	383 795	299 073	69 523
Eigenkapital	626 583	590 456	594 779	538 709	522 981
Margen					
Bruttoerfolg in % vom Nettoerlös	33.2%	33.4%	33.7%	31.5%	32.3%
EBITDA in % vom Nettoerlös	8.2%	8.2%	7.4%	7.4%	8.4%
EBIT in % vom Nettoerlös	3.6%	3.9%	3.7%	4.1%	4.5%
Unternehmensgewinn in % vom Nettoerlös	2.9%	2.6%	2.2%	3.0%	3.5%
Finanzergebnis in % der verzinsbaren Schulden	-4.1%	0.9%	2.9%	1.0%	-2.0%
Eigenkapital in % des Vermögens	50.0%	50.6%	45.5%	47.3%	66.3%
Rendite des EK (ROE)*	12.3%	11.1%	10.7%	11.1%	11.8%
Personalbestand am 31.12.					
Anzahl Personen	6 470	6 488	6 561	6 810	3 341
Durchschnittlicher Personalbestand					
auf Vollzeitbeschäftigte umgerechnet	6 059	6 179	6 497	3 794	3 249

*Gewinn/Eigenkapital am Anfang des Jahres

Aktieninformationen

		2011	2010	2009	2008	2007
Titelkennzahlen						
Kurs der Aktie am 31.12.	CHF	1 762	1 766	1 551	1 300	1 925
Jahreshöchst	CHF	2 300	1 875	1 750	1 950	2 250
Jahrestiefst	CHF	1 665	1 480	1 267	1 101	1 410
Ø Handelsvolumen	Stück	93	75	65	117	129
Börsenkapitalisierung						
Jahresende	Mio. CHF	705	706	620	520	770
Jahreshöchst	Mio. CHF	920	750	700	780	900
Jahrestiefst	Mio. CHF	666	592	507	440	564
Eigenkapitalanteil je Aktie	CHF	1 573	1 461	1 466	1 357	1 302
Reingewinn je Aktie	CHF	180	163	141	151	142
EBITDA je Aktie	CHF	514	539	482	364	344
EBIT je Aktie	CHF	226	257	242	202	183
Rentabilität der Aktie*		10.2%	9.3%	9.1%	11.6%	7.4%
Ausschüttung	CHF	60	50	40	40	40
Ausschüttungsquote		33.3%	30.6%	28.3%	26.5%	28.2%
Dividendenrendite**		3.4%	2.8%	2.6%	3.1%	2.1%

*Reingewinn je Aktie/Jahresschlusskurs

**Ausschüttung je Aktie/Jahresschlusskurs

Kapitalstruktur am 31.12.

		2011	2010	2009	2008	2007
Aktienkapital	TCHF	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
eingeteilt in Anzahl Namenaktien	Stück	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000
Nominalwert je Namenaktie	CHF	5	5	5	5	5

Kapitalveränderungen

		2011	2010	2009	2008	2007
Titel im Eigenbesitz	Stück	2 206	5 316	6 938	8 335	1 812
Eingetragene Aktien	Stück	365 016	369 794	366 309	365 558	364 294
Eingetragene Aktionäre	Anzahl	3 751	3 659	3 606	3 197	3 153

Valoren-Nr. 441 041
 ISIN CH0004410418
 Handel SIX Swiss Exchange
 Symbol SIX BELL
 Aktuelle Kurse www.bell.ch

Bericht der Revisionsstelle zur Konzernrechnung

Bericht der Revisionsstelle an die Generalversammlung der Bell AG, Basel

Als Revisionsstelle haben wir die Konzernrechnung der Bell AG (vormals Bell Holding AG), bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung, Eigenkapitalnachweis, Geldflussrechnung und Anhang (Seiten 46 bis 65), für das am 31. Dezember 2011 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Verwaltungsrates

Der Verwaltungsrat ist für die Aufstellung der Konzernrechnung in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und den gesetzlichen Vorschriften verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Konzernrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Verwaltungsrat für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

Verantwortung der Revisionsstelle

Unsere Verantwortung ist es, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die Konzernrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die Konzernrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der Konzernrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstigen Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der Konzernrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der Konzernrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prüfungshandlungen festzulegen, nicht aber um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der Konzernrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung vermittelt die Konzernrechnung für das am 31. Dezember 2011 abgeschlossene Geschäftsjahr ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in Übereinstimmung mit den Swiss GAAP FER und entspricht dem schweizerischen Gesetz.

Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften

Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen an die Zulassung gemäss Revisionsaufsichtsgesetz (RAG) und die Unabhängigkeit (Art. 728 OR und Art. 11 RAG) erfüllen und keine mit unserer Unabhängigkeit nicht vereinbare Sachverhalte vorliegen.

In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und dem Schweizer Prüfungsstandard 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Verwaltungsrates ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Konzernrechnung existiert.

Wir empfehlen, die vorliegende Konzernrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG

Dr. Rodolfo Gerber
Revisionsexperte
Leitender Revisor

Andreas Wolf
Revisionsexperte

Basel, 13. Februar 2012

Corporate Governance

VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Die Bell AG orientiert sich an den generellen Richtlinien des «Swiss Code of Best Practice» der *economiesuisse* und hält sich an die Richtlinie der SIX Swiss Exchange betreffend Informationen zur Corporate Governance (RLCG). Die Disziplinen und Regeln der Bell AG zur Corporate Governance sind in Gesetz, Statuten der Gesellschaft sowie im Organisations- und Geschäftsreglement festgelegt. Statuten, Organisations- und Geschäftsreglement werden regelmässig durch den Verwaltungsrat überprüft und den Erfordernissen angepasst.

Die Statuten der Bell AG sind auf der Bell-Website ersichtlich unter www.bell.ch/statuten. Ein Auszug aus dem Organisations- und Geschäftsreglement ist unter www.bell.ch/organisation-de zu finden.

Angaben wo nicht anders vermerkt per 31.12.2011.

Konzernstruktur

Die Bell-Gruppe ist weder an kotierten Unternehmen beteiligt noch bestehen Kreuzbeteiligungen. Die Beteiligungsübersicht ist auf Seite 65 aufgeführt.

Kapitalstruktur und Rechte der Aktionäre

Bedeutende Aktionäre Siehe Seite 64.

Kapitalstruktur Die Gesellschaft hat keine Wandelanleihen, Optionen oder Genussscheine ausstehend. Das Aktienkapital der Gesellschaft ist voll liberiert und beträgt CHF 2'000'000. Es bestehen 400'000 auf den Namen lautende Aktien zu CHF 5 Nennwert. Die Namenaktien können durch Statutenänderung in Inhaberaktien umgewandelt werden.

Genehmigte Kapitalerhöhung (Statuten Art. 3a)

Der Verwaltungsrat ist ermächtigt, bis zum 14. April 2012 das Aktienkapital in einem oder mehreren Schritten durch Ausgabe von höchstens 100'000 voll zu liberierenden Namenaktien im Nennwert von je CHF 5 um bis zu CHF 500'000 zu erhöhen. Der jeweilige Ausgabebetrag, der Zeitpunkt der Dividendenberechtigung und die Art der Einlagen werden vom Verwaltungsrat bestimmt.

Die neuen Namenaktien unterliegen nach dem Erwerb den Übertragungsbeschränkungen nach Artikel 5 der Statuten.

Grundsätzlich erfolgt die Kapitalerhöhung unter Wahrung der Bezugsrechte der Aktionäre im Zeitpunkt der Beschlussfassung, wobei der Verwaltungsrat berechtigt ist, die Kapitalerhöhung auch mittels

Festübernahme durch eine Bank oder ein Bankenkonsortium abzuwickeln und dabei die Bezugsrechte der Aktionäre indirekt zu wahren. Nicht ausgeübte Bezugsrechte stehen der Gesellschaft zu, welche sie zu Marktkonditionen im Publikum platziert. Für den Fall einer Verwendung von Aktien für die Übernahme von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen ist der Verwaltungsrat ermächtigt, das Bezugsrecht der Aktionäre auszuschliessen.

Bedingte Kapitalerhöhung (Statuten Art. 3b) Das Aktienkapital der Gesellschaft wird im Maximalbetrag von CHF 1'000'000 erhöht durch Ausgabe von voll zu liberierenden Namenaktien im Nennwert (gemäss Artikel 3 der Statuten), davon

- a. bis zu einem Betrag von CHF 750'000 durch Ausübung von Options- und Wandelrechten, welche die Gesellschaft mit künftigen Anleihe- oder ähnlichen Obligationen verbindet;
- b. bis zu einem Betrag von CHF 100'000 durch Ausübung von Optionsrechten, die den Aktionären eingeräumt werden;
- c. bis zu einem Betrag von CHF 150'000 durch Ausübung von Optionsrechten von Mitarbeitern der Gesellschaft oder ihrer Konzerngesellschaften, welche gemäss einem vom Verwaltungsrat zu beschliessenden Plan Anrecht auf neue Aktien zu einem vom Verwaltungsrat festzusetzenden Bezugspreis haben.

Das Bezugsrecht der Aktionäre ist ausgeschlossen. Der Erwerb der Namenaktien durch die Ausübung von Options- oder Wandelrechten und die weitere Übertragung der Namenaktien unterliegen den Übertragungsbeschränkungen gemäss Art. 5 der Statuten.

Das Vorwegzeichnungsrecht der Aktionäre kann bei Options- und Wandelanleihen durch Beschluss des Verwaltungsrates zur

weiter auf Seite 72

Corporate Governance

Mitglieder des Verwaltungsrates



Hansueli Loosli, 1955, Schweizer
Präsident des Verwaltungsrates

Eidg. dipl. Experte für Rechnungslegung
und Controlling
Präsident des Verwaltungsrates Coop
Genossenschaft; seit 2011



Jörg Ackermann, 1958, Schweizer
Mitglied des Verwaltungsrates

Betriebsökonom HWV
Mandate VGL Coop Genossenschaft; seit 2008



Irene Kaufmann-Brändli, 1955, Schweizerin
Mitglied des Verwaltungsrates

Dr. oec. publ.
Vizepräsidentin des Verwaltungsrates Coop
Genossenschaft; seit 2011

Verwaltungsratsmandate

- Transgourmet Holding AG, Basel; Präsident
- Coop Mineraloel AG, Allschwil; Präsident
- Swisscom (Schweiz) AG, Bern; Präsident

Beruflicher Werdegang

- Coop Genossenschaft, Basel; Vorsitzender der Geschäftsleitung Coop; 2001 - 2011
- Coop Schweiz, Basel; Vorsitzender der Geschäftsleitung und der Coop-Gruppenleitung; 1997 - 2000
- Coop Zürich, Zürich; Geschäftsführender Direktor; 1992 - 1997
- Coop Schweiz, Wangen; Direktor Warenbeschaffung Non-Food; 1992 - 1996
- Waro AG, Volketswil; zuletzt als Geschäftsführender Direktor; 1985 - 1992
- Mövenpick Produktions AG, Adliswil; Controller, stv. Direktor; 1982 - 1985
- BBC AG, Baden; Leiter Treuhandabteilung; 1979 - 1982
- Intertest AG, Baden; Revisionsassistent; 1978 - 1979
- Huba-Control AG, Würenlos; Hauptbuchhalter; 1974 - 1978

Verwaltungsratsmandate

- Transgourmet Holding AG, Basel
- HiCoPain AG, Dagmersellen
- Coop-ITS-Travel AG, Wollerau
- Coop Patenschaft für Berggebiete, Basel
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- GS1 Schweiz, Bern

Beruflicher Werdegang

- Stv. Vorsitzender der Geschäftsleitung Coop, Leiter Direktion Logistik/Informatik/Produktion, Basel; 2004 - 2008
- Mitglied der Geschäftsleitung Coop, Leiter Direktion Informatik/Produktion, Basel; 2001 - 2003
- Mitglied der Geschäftsleitung Coop Schweiz, Leiter Direktion Informatik/Produktion, Basel; 1998 - 2001
- Leiter Unternehmensentwicklung Coop Schweiz, Basel; 1997
- Leitende Funktionen bei Coop Winterthur, Winterthur:
 - Stellvertreter des Direktors; 1995 - 1996
 - Bereichsleiter Marketing, Mitglied der Geschäftsleitung; 1992 - 1994
 - Bereichsleiter Produktmarketing und Logistik, Mitglied der Geschäftsleitung; 1989 - 1991
 - Assistent des Bereichsleiters Kundenmarketing; 1984 - 1988

Verwaltungsratsmandate

- Coop Immobilien AG, Bern
- Bank Coop AG, Basel
- Coop Mineraloel AG, Allschwil
- Dipl. Ing. Fust AG, Oberbüren
- Transgourmet Holding AG, Basel
- CPV/CAP Pensionskasse Coop, Basel; Stiftungsratsmitglied
- ETH Zürich Foundation, Zürich; Stiftungsratsmitglied
- Juventus-Schulen Zürich, Zürich; Stiftungsratsmitglied

Beruflicher Werdegang

- Präsidentin des Verwaltungsrates Coop Genossenschaft; 2009 - 2011
- Vizepräsidentin des Verwaltungsrates Coop; 2000 - 2009
- Nabholz Beratung, Zürich; Projektleitungen in der Beratung von öffentlichen Verwaltungen und Betrieben mit Schwergewicht Finanzen und Organisation; 1985 - 2008
- Revisionsmandate und Beratungsaufträge für privatwirtschaftliche Unternehmen im Auftrag der Dr. Nabholz Treuhand AG, Zürich; 1980 - 2002



Werner Marti-Kamm, 1957, Schweizer
Mitglied des Verwaltungsrates

Rechtsanwalt
Anwaltskanzlei; seit 1988

Verwaltungsratsmandate

- Alp Transit Gotthard AG, Luzern; Präsident
- Billag AG, Fribourg; Präsident
- Service 7000 AG, Netstal
- Weitere Verwaltungsratsmandate in verschiedenen KMU

Beruflicher Werdegang

- Eigene Anwaltskanzlei in Glarus; seit 1988
- Nationalrat des Kantons Glarus; 1991 - 2008
In dieser Funktion Mitglied der Finanzkommission (Präsident 2004/2005), der Kommission für Kommunikation, Verkehr und Fernmeldewesen sowie diverser Ad-hoc-Kommissionen
- Preisüberwacher; 1996 - 2004
- Regierungsrat des Kantons Glarus, Vorsteher der Direktion des Innern (Volkswirtschaftsdirektion); 1990 - 1998
- Mitarbeiter/Partner in einer Anwaltskanzlei; 1983 - 1987



Joachim Zentes, 1947, Deutscher
Mitglied des Verwaltungsrates

Dr. rer. oec
Professor für Betriebswirtschaftslehre
Direktor Institut für Handel & Internationales Marketing (H.I.M.A.) und Direktor Europa-Institut, Sektion Wirtschaftswissenschaft, Universität des Saarlandes; seit 1991

Verwaltungsratsmandate

- Goodyear Dunlop Tires Germany GmbH, Hanau (Deutschland); Aufsichtsratsvorsitzender
- Transgourmet Holding AG, Basel

Beruflicher Werdegang

- Gastprofessor an den Universitäten Metz und E.M. Lyon (Frankreich), Regensburg (Deutschland), Fribourg und Basel, Warschau (Polen), Santiago (Chile), Craiova (Rumänien)
- Ruf an den Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre der Universität Basel; 1993
- Ruf an den Lehrstuhl für Marketing der Universität Fribourg; 1988
- Inhaber der Professur für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing, der Universität Essen (Deutschland); 1982 - 1991
- Inhaber der Professur für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Produktion und Absatz, der Johann-Wolfgang-Goethe-Universität, Frankfurt am Main (Deutschland); 1980 - 1981

Corporate Governance

Finanzierung des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen oder von neuen Investitionsvorhaben der Gesellschaft oder zur Emission der Options- und Wandelanleihen auf internationalen Kapitalmärkten eingeschränkt oder ausgeschlossen werden.

Soweit das Vorwegzeichnungsrecht ausgeschlossen ist, sind die Anleiheobligationen zu Marktbedingungen im Publikum zu platzieren, die Ausübungsfrist der Optionsrechte auf höchstens fünf Jahre und jene der Wandelrechte auf höchstens zehn Jahre ab dem Zeitpunkt der Anleiheemission anzusetzen und der Preis für die neuen Aktien mindestens entsprechend den Marktbedingungen im Zeitpunkt der Anleiheemission festzulegen.

Weitere Details zur Kapitalstruktur und zur Aktie sind auf Seite 64 und 67 ersichtlich.

Übertragbarkeit Die Übertragung von Namenaktien zu Eigentum oder Nutzniessung bedarf der Genehmigung des Verwaltungsrates, der seine Befugnisse ganz oder teilweise delegieren kann (Statuten Art. 5).

Eintragungsbeschränkungen Gemäss Statuten (Art. 5) ist die Verweigerung nur aus wichtigem Grund möglich und wenn ein einzelner Aktionär über 5 Prozent der Stimmen auf sich vereinigt.

Verwaltungsrat

Wahl und Amtszeit Die Wahl des Verwaltungsrates erfolgt durch die Generalversammlung. Die Mitglieder des Verwaltungsrates werden einzeln gewählt. Die Nomination von Mitgliedern des Verwaltungsrates obliegt dem Präsidenten. Der Verwaltungsrat besteht aus mindestens drei Mitgliedern, die von der Generalversammlung für die Dauer von vier Jahren gewählt werden und wieder wählbar sind. Die Wahlperiode endet am Schluss der ordentlichen Generalversammlung des betreffenden Jahres.

Verwaltungsratsmitglieder, die das 65. Altersjahr vollendet haben, scheiden an der nächstfolgenden ordentlichen Generalversammlung aus.

Zusammensetzung des Verwaltungsrates

	Präsident des Verwaltungsrates	Mitglied des Verwaltungsrates	Ende der Amtszeit
Hansueli Loosli	seit 2009	-	2015
Jörg Ackermann	2001-2009	seit 2000	2015
Irene Kaufmann-Brändli	-	seit 2009	2015
Werner Marti	-	seit 2009	2015
Joachim Zentes	-	seit 1997	2013

Der langjährige Verwaltungsrat Hans Peter Schwarz ist im September 2011 verstorben. An der Generalversammlung 2012 wird der Verwaltungsrat ein neues Mitglied zur Wahl vorschlagen.

Grundlage und Elemente der Entschädigung

Die Mitglieder des Verwaltungsrates erhalten für ihre Tätigkeit eine angemessene Entschädigung gemäss Artikel 23 der Statuten.

Honorar brutto pro Jahr:

Präsident	CHF 90'000
Vizepräsident	CHF 70'000
Mitglieder	CHF 60'000

Sonderfälle

Die Zahlung des Honorars erfolgt:

- bei Ausscheiden eines Mitgliedes des Verwaltungsrates: anteilig
- bei Krankheit/Unfall: 100 %

Diese Entschädigung schliesst eine Spesenpauschale von 10 Prozent ein, die separat ausgewiesen wird. Von 90 Prozent der Entschädigung werden die gesetzlichen Sozialabzüge (Arbeitnehmeranteil) abgezogen.

Neben der Entschädigung erhalten die Mitglieder des Verwaltungsrates je Sitzung ein Sitzungsgeld in Höhe einer halben Aktie der Bell AG.

Die Vertreter der Coop Genossenschaft im Verwaltungsrat arbeiten im Mandat. Ihr Honorar wird an den Mandatsgeber weitergeleitet. Gesamtbezüge und Aktienbesitz siehe Geschäftsbericht Seite 60.

Interne Organisation und Kompetenzregelung

Der Verwaltungsrat der Bell AG legt die strategischen Richtlinien fest, erteilt die erforderlichen Anweisungen und überwacht die Gesamtaktivitäten des Konzerns, während die Gruppenleitung für das operative Geschäft zuständig ist. Der Verwaltungsrat überprüft die grundlegenden Pläne, insbesondere Jahres-, Mehrjahres- und Investitionspläne sowie die Zielsetzungen der Unternehmung. Er stellt Chancen und Risiken fest und leitet die notwendigen Massnahmen ein. Ein detailliertes Organisations- und Geschäftsreglement legt die Kompetenzen und Verantwortlichkeiten des Verwaltungsrates und der Gruppenleitung fest. Es ist auszugsweise auf der Bell-Website einsehbar unter www.bell.ch/organisation-de.

Neben den unübertragbaren Verantwortlichkeiten und Kompetenzen entscheidet der Verwaltungsrat insbesondere über Zusammenschlüsse, Rechtsstreitigkeiten, Verträge mit besonderer Bedeutung, bei Investitionsprojekten über CHF 3 Millionen; bei Liegenschafts- und Unternehmenskäufen und -verkäufen. Er bestimmt die Organisation des Konzerns und ernennt, entlässt und überwacht die mit der operativen Leitung betrauten Personen. Er legt die Entlohnungs-, Sozial-, Investitions- und Anlagepolitik fest und wacht über deren Einhaltung. Weiter entscheidet er über die Vertretung in Interessengemeinschaften und Verbänden, wie auch über die Darlehensvergabe ab CHF 100'000 an Dritte und Bürgschaften allgemein. Die in den Richtlinien enthaltenen Empfehlungen bezüglich Funktion und Aufgaben einzelner Ausschüsse werden in der Bell-Gruppe durch den Gesamtverwaltungsrat

wahrgenommen. Dies ist sowohl bezüglich der Überschaubarkeit als auch bezüglich der besonderen Verhältnisse von Bell als beherrschter Gesellschaft zweckmässig.

Der Gesamtverwaltungsrat tagt in der Regel siebenmal pro Jahr, die Sitzungsdauer liegt üblicherweise zwischen vier und sechs Stunden. Daneben werden jährlich ein bis zwei ausserplanmässige Tagungen für strategische Geschäfte und Geschäfte von grosser Tragweite abgehalten. Zu den Sitzungen werden die Mitglieder der Bell-Gruppenleitung eingeladen. 2011 wurden keine externen Berater beigezogen.

Im Jahr 2011 hielt der Verwaltungsrat sieben ordentliche Sitzungen ab. Nebst den ordentlichen Geschäften befasste sich der Verwaltungsrat vertieft mit folgenden Themen und Projekten:

- Erstellung der Geschäftsfeldstrategien für die Unternehmen von Bell International: ZIMBO, Abraham und Polette
- Übernahme des deutschen Convenuespezialisten Hoppe
- Übernahme der Bündner Fleischtrocknerei Kocherhans und Schär AG in Churwalden (Kanton Graubünden)
- Diverse grössere Investitionsvorhaben wie der Ausbau des Abraham-Betriebes in Harkebrügge (Niedersachsen) oder der neue Charcuteriebetrieb am Standort Cheseaux (Kanton Waadt)
- Finanzstrategie
- IT-Strategie
- Personalstrategie inklusive Führungsgrundsätze und Managementstruktur
- Markenstrategie Bell Schweiz

Details zu diesen Themen und Projekten siehe Berichtsteil des Geschäftsberichtes.

Informations- und Kontrollinstrumente

Die Gruppenleitung informiert den Verwaltungsrat regelmässig über den Geschäftsgang. Der Präsident des Verwaltungsrates steht in engem Kontakt mit der Gruppenleitung und trifft sich in der Regel monatlich mit deren Mitgliedern zu einer Arbeitssitzung.

Das Reporting des Managements (MIS) wird zweimonatlich durch die Gruppenleitung erstellt und umfasst einen Bericht mit Gesamt- und Bereichserfolgsrechnung, Bilanz sowie umfangreichen Kennzahlen und Auswertungen. Die finanzielle Berichterstattung bildet einen festen Bestandteil der Sitzungen des Verwaltungsrates. Abweichungen werden besprochen und gegebenenfalls Massnahmen eingeleitet.

Internes Kontrollsystem Auf Basis des international anerkannten COSO-Frameworks betreibt die Bell ein umfassendes Internes Kontrollsystem (IKS) welches einen integrierten Bestandteil der Qualitätssicherung (QS) bildet. Besonderes Gewicht wird dabei auf die finanzielle Sicherheit der Prozesse gelegt, da Themen wie Produktsicherheit, Qualitätssicherung und Rückverfolgbarkeit durch diverse

Standards (ISO 9001, IFS etc.) bereits abgedeckt sind. Nebst der Sicherung des Unternehmens vor Delikten oder fahrlässiger Handlung bildet der Vermögensschutz innerhalb der Verarbeitungsprozesse ein Schwergewicht. Das IKS wurde weiter ausgebaut und wird auch im kommenden Jahr laufend erweitert und aktualisiert. Das IKS von Bell dient der fortlaufenden Verbesserung der Geschäftstätigkeiten und hat das Ziel, die nötigen Abläufe und Instrumente zur Erkennung und Steuerung von Risiken sicherzustellen.

Interne Revision Nebst der statutarischen Revisionsstelle überprüft die Interne Revision im Auftrag des Verwaltungsrates als unabhängige Instanz die Einhaltung von Richtlinien und Reglementen, die Zweckmässigkeit der Kontrollinstrumente und der Aufbau- und Ablauforganisation sowie die Effektivität des Internen Kontrollsystems. Sie begleitet prüfend oder beratend den Aufbau neuer oder die Veränderung bestehender Geschäftsprozesse und unterstützt die Geschäftsleitung bei der Erreichung ihrer Ziele, indem sie Vorschläge zur Verbesserung der Geschäftsprozesse aufzeigt. Die Interne Revision verfolgt dabei einen risikoorientierten Prüfungsansatz. Feststellungen werden dokumentiert und dem Verwaltungsratspräsidenten kommuniziert. Die Massnahmenumsetzung wird überwacht.

Die Interne Revision koordiniert ihre Prüfungstätigkeiten und pflegt einen engen Informationsaustausch mit der externen Revision.

Risikomanagement Im Rahmen des Risikomanagements setzen sich der Verwaltungsrat und die Gruppenleitung jährlich mit der Beurteilung der grossen Risiken auseinander. Die Bearbeitung der risikoeinschränkenden Massnahmen erfolgt laufend.

Als grosse Risiken sind jene definiert, die den Reinertrag um mehr als 20 Prozent beeinflussen könnten und bei denen eine hohe Eintretenswahrscheinlichkeit vorliegt. Gegen nicht oder nur bedingt beeinflussbare Risiken wurden soweit möglich Vorkehrungen und Massnahmen getroffen. Grössere Risiken sieht das Management insbesondere bei plötzlich stark steigenden Rohmaterialpreisen, bei landwirtschaftspolitischen Entscheidungen, Seuchen sowie Produkt- und Prozesssicherheit.

Als Unternehmen der Nahrungsmittelbranche kann die Risikosituation insgesamt als stabil bezeichnet werden, wobei wir international etwas stärker vom konjunkturellen Umfeld abhängig sind als in der Schweiz. Direktere Auswirkungen auf die Ertragslage verspüren wir hingegen in allen Bereichen von den Rohmaterialpreiszyklen, welche weitgehend eigenen Gesetzmässigkeiten folgen und durch uns nicht beeinflussbar sind.

Corporate Governance

Mitglieder der Gruppenleitung



Lorenz Wyss, 1959, Schweizer
Vorsitzender der Gruppenleitung (CEO)
Leiter Direktion Bell International i. P.
Leiter Direktion Bell Schweiz a.i.
bei Bell seit 2011; Funktion seit 2011

Martin Gysin, 1960, Schweizer
Leiter Direktion Finanzen/Services (CFO)
Stv. Vorsitzender der Gruppenleitung
bei Bell seit 1992; Funktion seit 1994

Metzger
Dipl. Kaufmann
Staatl. gepr. Techniker der Fleischwirtschaft
Master of Business Administration ZFH

Eidg. dipl. Experte für Rechnungslegung
und Controlling

Verwaltungsratsmandate

- Centravo Holding AG, Zürich
- GVFI International AG, Basel
- Hilcona Aktiengesellschaft, Schaan, Liechtenstein
- Tropenhaus Frutigen AG, Frutigen
- Tropenhaus Wolhusen AG, Wolhusen
- Proviande Genossenschaft, Bern

Beruflicher Werdegang

- Leitende Funktionen bei Coop:
 - Leiter Category Management Frischprodukte/Gastronomie; 2008 - 2011
 - Leiter Beschaffung/Disposition Food; 2004 - 2008
 - Leitung Einkaufspool Frischprodukte; 1998 - 2004
 - Marktgruppenleiter Fleisch/Traiteur und Tiefkühl-Produkte; 1995 - 1998
- Leitende Funktionen bei Gehrig AG, Klus:
 - Leiter Verkauf/Betrieb (stv. Geschäftsführer); 1992 - 1995
 - Technischer Leiter; 1987 - 1991
 - Betriebsleiter/Personalchef; 1983 - 1984
- Abteilungsleiter Jenzer AG, Arlesheim; 1978 - 1981

Verwaltungsratsmandate

- Hilcona Aktiengesellschaft, Schaan, Liechtenstein
- CPV/CAP Pensionskasse Coop, Basel; Stiftungsratsmitglied

Beruflicher Werdegang

- Leiter Finanz-/Rechnungswesen Bell AG, Basel; 1992 - 1994
- Controller Valora AG, Bern; 1990 - 1991
- Kfm. Leiter R. Vix AG, Basel; 1984 - 1989

Mitglieder der Geschäftsleitungen*

Bell Schweiz

Leiter Geschäftsbereiche

Markus Bänziger, 1955, Schweizer
Leiter Geschäftsbereich Seafood/Logistik
bei Bell von 1975 bis 1985 und seit 1995;
Funktion seit 2011

Eidg. dipl. Marketingleiter

Josef Dähler, 1955, Schweizer
Leiter Geschäftsbereich Frischfleisch
bei Bell seit 1996; Funktion seit 2007

Eidg. dipl. Metzgermeister
Kaufmann

Adolf Maassen, 1964, Deutscher
Leiter Geschäftsbereich Charcuterie
bei Bell seit 1990; Funktion seit 2007

Metzgermeister
Staatl. gepr. Lebensmitteltechniker
Technischer Betriebswirt IHK

Beruflicher Werdegang

- Leitende Funktionen bei Bell AG, Basel:
 - Leiter Geschäftsbereich Convenience; 2009 - 2010
 - Leiter Geschäftseinheit Convenience; 2000 - 2008
 - Leiter Verkauf Engros; 1995 - 2000
- Aussendienst Fleischtrocknerei Churwalden AG; 1988 - 1995
- Leiter Spedition GNZ Schlieren; 1987
- Verkauf Gebr. Niedermann, Schlieren; 1985 - 1987
- Leiter Bestellbüro Wallisellen, Bell AG; 1983 - 1985
- Filialleiter Bell AG; 1980 - 1983
- Filialmetzger Bell AG; 1975 - 1980

Verwaltungsratsmandate

- Identitas AG, Bern
- Proviande Genossenschaft, Bern
- Estonia-ACB-Vianco OÜ, Võrumaa, Estland

Beruflicher Werdegang

- Leiter Geschäftsbereich Romandie, Bell AG; 1996 - 2006
- Leitende Funktionen bei Micarna SA, Courtepin; 1983 - 1996
- Bell Romandie: Verkauf Filialen; 1979 - 1983

Beruflicher Werdegang

- Leitende Funktionen bei Bell AG, Basel:
 - Leiter Charcuterie Basel; 2001 - 2006
 - Leiter Produktion Charcuterie; 2000 - 2001
 - Leiter Technologie/Qualitätsmanagement; 1994 - 1999
 - Leiter Entwicklung; 1991 - 1994
- Leiter Produktion «Fleischwaren Maassen», Korschenbroich (Deutschland); 1987 - 1990

Christine Schlatter, 1965, Schweizerin
Leiterin Geschäftsbereich Geflügel
bei Bell seit 1997; Funktion seit 2008

Eidg. dipl. Marketingplanerin

Beruflicher Werdegang

- Leitende Funktionen in der Bell-Gruppe:
 - Leiterin Verkauf/Marketing Bell Geflügel; 2003 - 2008
 - Leiterin Marketing/Verkauf SEG Poulets AG und Geschäftsführerin GWI AG; 1998 - 2003
 - Leiterin Marketing/Verkauf GWI AG; 1997 - 1998
- Leiterin Marketing der Fromageries Bel (Suisse), Cham; 1996 - 1997
- Product-Managerin der Fabio Import AG, Oberarth; 1996

*Gemäss Informationsstand bei Redaktionsschluss

Corporate Governance

Bell International

Geschäftsführer

Abraham-Gruppe

Christian Schröder, 1971, Deutscher
Sprecher der Geschäftsführung
Geschäftsführer Vertrieb/Marketing und
Verwaltung
bei Abraham seit 2007; Funktion seit 2009

Kaufmann

Beruflicher Werdegang

- Geschäftsführende Funktionen in der Reinert-Unternehmensgruppe, Vermold:
 - Schinken-Einhaus GmbH (Friesoythe/ Brunsbek/Lörrach): Geschäftsführer; 2002 - 2007
 - Orig. Holst. Katenschinken GmbH: Geschäftsführer; 2000 - 2001
- Geschäftsführender Gesellschafter H. & C. Schröder Schinkenveredelung GmbH; 1994 - 1999

Markus von der Pütten, 1970, Deutscher
Geschäftsführer Produktion und Technik
bei Abraham seit 2010; Funktion seit 2011

Fachkraft für Lebensmitteltechnik

Beruflicher Werdegang

- Schinken-Einhaus GmbH, Friesoythe; Prokurist; 2006 - 2010
- Bernard Matthews, Oldenburg; Werksleiter; 2001 - 2006
- Oldenburger Fleischwaren GmbH, Oldenburg; Werksleiter; 1995 - 2001

Polette-Gruppe

Philippe Polette, 1960, Franzose
Vorsitzender der Geschäftsleitung
bei Polette seit Firmengründung 1980;
Funktion seit 1980

Dipl. Kaufmann

Verwaltungsratsmandate

- Consortium des Salaisons d'Auvergne, Aubière
- Fédération des Industriels Charcutiers, Traiteurs et Transformateurs de Viande (FICT), Paris

Ludovic Jouanneau, 1974, Franzose
Leiter Verwaltung und Finanzen
bei Polette seit 2008; Funktion seit 2008

Diplom der Höheren Handelsschule von Clermont-Ferrand

Beruflicher Werdegang

- Geschäftsführer der Vertriebsgesellschaften Nord/Nordost und Leiter Finanzen bei Batest-Rot; 2001 - 2008
- Finanzcontroller bei Bosch Systèmes de Freinage (France/Turquie/Espagne); 1997 - 2001

Gilles Patient, 1961, Franzose
Leiter Verkauf
bei Polette seit 1994, Funktion seit 1994

Lizentiat der Wirtschaftswissenschaften

Beruflicher Werdegang

- Selbstständiger Verkaufsleiter; 1990 - 1994
- Verkaufsleiter bei Souchon d'Auvergne; 1987 - 1990
- Verkaufsleiter bei Salaison Prost; 1985 - 1987
- Bereichsleiter GMS bei Continent; 1981 - 1985

Bell International

ZIMBO-Gruppe

Christof Queisser, 1969, Deutscher
Vorsitzender der Geschäftsführung
Geschäftsführer Marketing und Vertrieb
Geschäftsführer Produktion, Einkauf, Logistik
und Technik a.i.
bei ZIMBO seit 2008; Funktion seit 2008

.....
Diplom-Betriebswirt

Beruflicher Werdegang

- VARTA Consumer Batteries GmbH & Co. KGaA, Frankfurt am Main; 2000 - 2007:
 - Geschäftsführer Headquarter Europe/ROW: Vertrieb und Marketing Europa, Mittlerer Osten, Afrika, Asien und Pazifik; Globales Innovationsmanagement, Produktentwicklung VARTA, Remington
 - Geschäftsführer der Konzerntöchter in England und Irland, London (Vereinigtes Königreich)
 - Internationaler Vertriebs- und Marketingdirektor, Global
- Tengelmann OHG Unternehmensgruppe; 1995 - 2000:
 - Bereichsleiter Category Management Getränke und Genussmittel, Viersen
 - Leiter Strategie-Unit Category Management/ECR, München
 - Filial- und Sortimentskonzeptentwicklung, Wiesbaden
- Unilever Deutschland/England; 1991 - 1995:
 - Category Development Manager, London (Vereinigtes Königreich)
 - Sales und Marketing, Mannheim/Hamburg

Manfred Dahmen, 1958, Deutscher
Geschäftsführer Finanzen und Controlling
Stv. Vorsitzender der Geschäftsführung
bei ZIMBO seit 2005; Funktion seit 2006

.....
Diplom-Ökonom

Beruflicher Werdegang

- Steuerberater in Schmitt (Taunus) und Projektleiter bei mittelständischen Banken und Handelsunternehmen in Mainz und Mülheim an der Ruhr; 2003 - 2004
- Geschäftsführer der Metallbank GmbH und deren Rechtsnachfolger Gontard & Metallbank AG in Frankfurt am Main; 1996 - 2003
- Generalbevollmächtigter der Metallbank GmbH in Frankfurt am Main; 1993 - 1996
- Financial Controller der Metallgesellschaft AG in Hongkong (Volksrepublik China); 1988 - 1992
- Prüfungsleiter und Steuerberater bei Arthur Andersen GmbH, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Steuerberatungsgesellschaft in Frankfurt am Main; 1984 - 1988

Corporate Governance

Die Finanzmarktrisiken beschränken sich auf das Fremdwährungs-exposure vorwiegend im Euro-Raum. Diese übersteigen jedoch die Risikoschwelle zu den Grossrisiken nicht. Aus den Verpflichtungen der CPV/CAP Pensionskasse Coop könnten bei starken Turbulenzen an den Aktienmärkten Risiken entstehen, welche den definierten Rahmen übersteigen.

Weitere Angaben zur Risikobeurteilung auf Seite 64 dieses Geschäftsberichtes.

Grundlage und Elemente der Entschädigung

Die Entschädigungen teilen sich in ein Basissalär und eine variable Komponente auf. Das Basissalär beruht auf arbeitsvertraglicher Vereinbarung, welche jährlich überprüft und gegebenenfalls angepasst wird. Daneben wird der Gruppenleitung eine pauschale Spesenentschädigung entrichtet und ein Geschäftswagen zur Verfügung gestellt. Die variable Komponente (Erfolgsbeteiligung) steht in Abhängigkeit zur Ertragszielerreichung der Gruppe und kann bis maximal 25,4 Prozent des Basissalärs ausmachen, wobei der Verwaltungsrat Grundsatz und Höhe der Erfolgsbeteiligung jährlich festlegt. Die Erfolgsbeteiligung kann bis zur Hälfte in Aktien der Bell AG bezogen werden, wobei die Aktien zum Durchschnittskurs des der Ausrichtung vorangegangenen Monats (in der Regel März) mit einem Einschlag von 20 Prozent angerechnet werden und einem vierjährigen Veräusserungsverbot unterliegen. Aufgrund der Erreichung der Ertragsziele wurde für die Gruppenleitung 2011 eine Erfolgsbeteiligung von 20 Prozent (Vorjahr 20,9 %) eingerechnet. Gesamtbezüge und Aktienbesitz siehe Anhang zum Geschäftsbericht Seite 60.

Mitwirkungsrechte der Aktionäre

Entsprechend Art. 11 der Statuten ist jede Aktie zu einer Stimme berechtigt.

Gemäss Statuten (Art. 8) und Obligationenrecht (OR 12 und 13) kann sich jeder Aktionär an der Generalversammlung durch einen anderen Aktionär vertreten lassen. Zulässig ist auch die Vertretung durch die Depotbank und durch einen unabhängigen Stimmrechtsvertreter.

Weitere Mitwirkungsrechte sind in den Statuten der Bell AG geregelt. Die Statuten sind auf der Bell-Website einsehbar unter www.bell.ch/statuten. Bei fehlender Regelung durch die Statuten gilt das Schweizer Obligationenrecht.

Der Stichtag der Eintragung im Aktienbuch im Hinblick auf die Teilnahme an der Generalversammlung wird auf der Bell-Website unter www.bell.ch/agenda-de veröffentlicht.

Der Aktionär hat keinen Anspruch auf Druck und Auslieferung von Urkunden für Namenaktien.

Einschränkungen im Zusammenhang mit Kapitalerhöhungen: siehe Kapitel Corporate Governance auf Seite 69.

Kontrollwechselklausel

Es bestehen keine statutarischen Einschränkungen und Regelungen.

Revisionsstelle

Revisionsstelle	PricewaterhouseCoopers; seit 1998
Leitender Revisor	Dr. Rodolfo Gerber, leitender Revisor seit 2010
Dauer des Mandats	Die Revisionsstelle wird jährlich gewählt

Die Aufsicht über die externe Revision wird durch den Verwaltungsrat wahrgenommen. Die Revisionsstelle orientiert den Verwaltungsratspräsidenten zweimal jährlich über die anlässlich ihrer Durchsicht der Bücher gemachten Feststellungen. Zusätzlich rapportiert sie einmal jährlich dem Gesamtverwaltungsrat.

Die Beurteilung der Revisionsstelle wird mittels umfassenden Beurteilungskriterien durch den Präsidenten des Verwaltungsrates, den Vorsitzenden der Gruppenleitung sowie dem Leiter Direktion Finanzen/Services vorgenommen. Dabei stellen die fachliche Befähigung, die Durchsetzungsstärke, die Unabhängigkeit sowie der Umgang der Expertenteams mit unseren internen Stellen Schwergewichte dar. Ferner fliessen auch externe Überlegungen in die Beurteilung mit ein.

Die Revisionstätigkeit der externen Revision konzentrierte sich im 2011 auf die statutarischen Pflichten inklusive der Beurteilung der Existenz des IKS.

Revisions- und zusätzliche Honorare

in Tausend CHF	2011	2010
Revisionsdienstleistungen	1'023	1'172
Steuerberatung	-	-
Rechtsberatung	-	-
Transaktionsberatung (inkl. Due Diligence)	-	-
Total	1'023	1'172

Informationspolitik

Bell veröffentlicht jedes Jahr einen Geschäftsbericht und einen Halbjahresbericht, die über den Geschäftsverlauf und die Ergebnisse der Bell-Gruppe informieren. Zudem informiert Bell über aktuelle Entwicklungen mittels Medienmitteilungen und über die eigene Website. Auf der Website von Bell kann auf ein Archiv zugegriffen werden, das die Geschäftsberichte, Halbjahresberichte und Ad-hoc-Medienmitteilungen enthält. www.bell.ch

Wichtige Termine

Rechnungsabschluss	31. Dezember
Generalversammlung Bell AG	17. April 2012
Veröffentlichung Ergebnis 1. Halbjahr 2012	9. August 2012
Veröffentlichung Umsatz 2012	1. Hälfte Januar 2013
Veröffentlichung Ergebnis 2012	Februar 2013

Weitere beziehungsweise aktualisierte Termine auf der Bell-Website unter www.bell.ch/agenda-de.

Ansprechpersonen und Kontaktmöglichkeiten für weitere Informationen zur Bell-Gruppe sind auf Seite 86 dieses Geschäftsberichtes aufgeführt.

Corporate Governance

Mitglieder des Oberen Managements*

Gruppenleitung

Lorenz Wyss Vorsitzender der Gruppenleitung, Leiter
Direktion Bell International i. P., Leiter Direktion
Bell Schweiz a.i.

Martin Gysin Leiter Direktion Finanzen/Services, stv. Vorsitzender
der Gruppenleitung

Stab Gruppenleitung

Michael Gloor Leiter Interne Revision

Elisabeth Wegeleben Leiterin Generalsekretariat/Aktienbüro,
Sekretärin VR

Direktion Finanzen/Services

Martin Gysin Leiter Direktion Finanzen/Services

Rolf Anti Leiter Organisation

Thomas Denne Leiter Controlling GB Charcuterie/GB Frischfleisch

Peter Kunimünch Leiter IT

Johannes Meister Leiter Personal/Ausbildung

Marc Pittino Leiter Controlling

Thomas Studer Leiter Projekte

Ulrich Süss Leiter Rechnungswesen

Direktion Bell Schweiz

Lorenz Wyss Leiter Direktion Bell Schweiz a.i.

Stab Leitung Direktion Bell Schweiz

Davide Elia Leiter Marketing/Kommunikation

Geschäftsbereich Frischfleisch

Josef Dähler Leiter Geschäftsbereich

Jean-Luc Aebischer Leiter Verkauf/Marketing Romandie

Roderich Christoph Balzer Leiter Betrieb Oensingen

Christian Gremion Leiter Frischfleisch Romandie

Guillod Thierry Leiter Betriebe Romandie

Michel Lerch Leiter Betrieb Basel

Joachim Messner stv. Leiter Betrieb Basel

Elvira Meyer Leiterin Verkauf/Marketing

Martin Reinhard Leiter Einkauf

Stefan Seiler Leiter Einkauf/Verkauf

Josef Zuber Leiter Verkauf Handel/Gastro Deutschschweiz

Geschäftsbereich Geflügel

Christine Schlatter Leiterin Geschäftsbereich

Walter Bieri Leiter Verkauf/Einkauf

Thomas Graf Leiter Betrieb

Sara Patrizia Kraettli Leiterin Verkauf/Marketing

Christoph Schatzmann Leiter Integrierte Tierproduktion

Geschäftsbereich Charcuterie

Adolf Maassen Leiter Geschäftsbereich

Thomas Abt Leiter Logistik

Frank Bechler Leiter Marketing/Verkauf

Daniel Fässler Leiter Betrieb Gossau

Hanspeter Gysin Leiter Planung/Technik

Ursula Kuhn Leiterin QM/Labor

Francesco Nicastro Leiter Betrieb Basel

Roland Rufener Leiter Einkauf Non-Food/Handelswaren

Hanspeter Treichler Leiter Betrieb Churwalden

Kurt Zenger stv. Leiter Betrieb Basel

*Gemäss Informationsstand bei Redaktionsschluss

Geschäftsbereich Seafood/Logistik

Markus Bänziger Leiter Geschäftsbereich

Seafood

José-Manuel Seabra Leiter Geschäftseinheit

Marco Märsmann Leiter Einkauf/Verkauf

Frigo St. Johann AG

Bruno Flückiger Geschäftsführer

Direktion Bell International

Lorenz Wyss Leiter Direktion Bell International i. P.

Abraham Schinken GmbH

Christian Schröder Sprecher der Geschäftsführung, Geschäftsführer Vertrieb/Marketing und Verwaltung

Markus von der Pütten Geschäftsführer Produktion und Technik

Jürgen Emtmann Leiter Finanzen

Salaison Polette & Cie SAS

Philippe Polette Vorsitzender der Geschäftsleitung

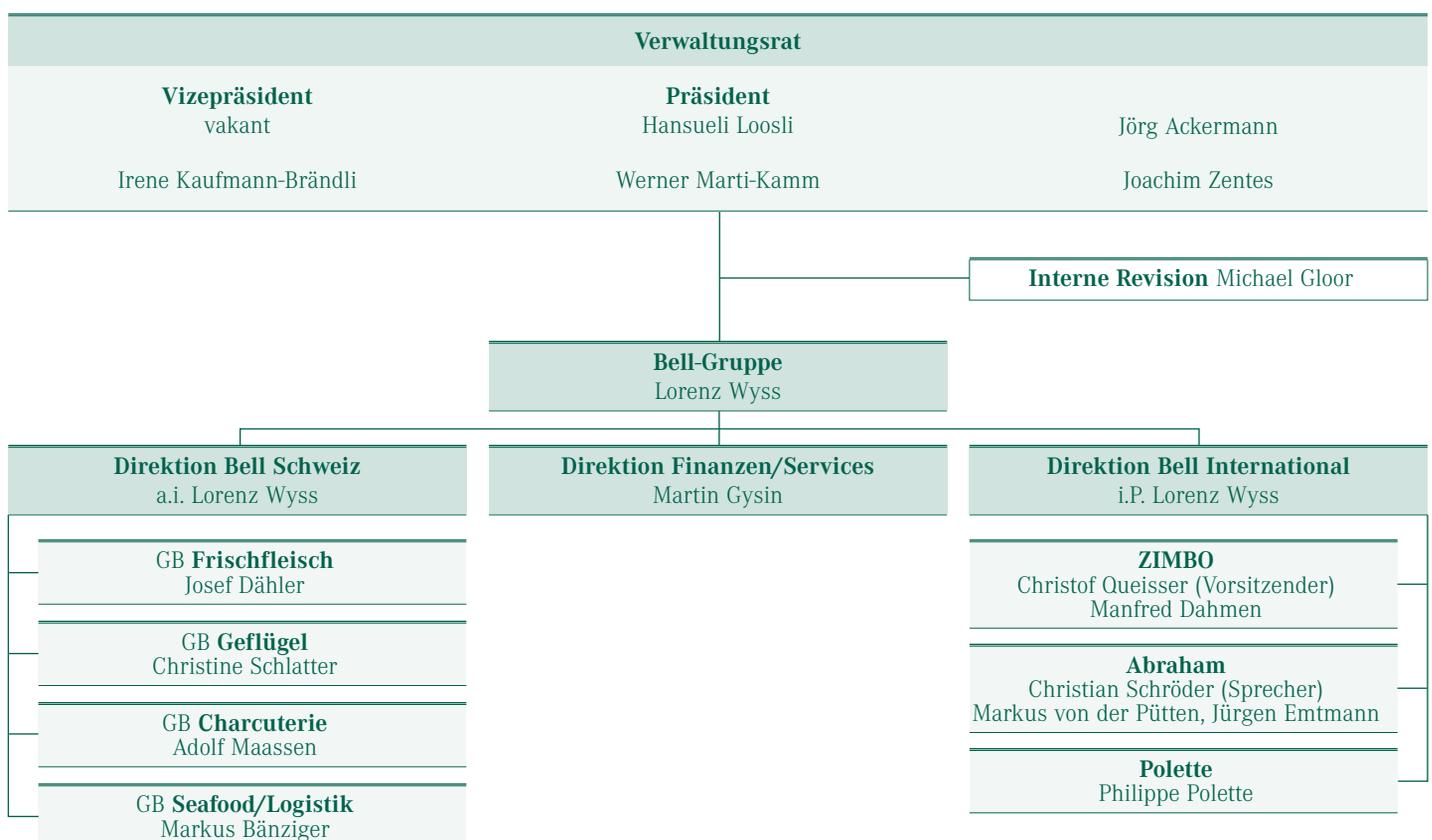
Gilles Patient Leiter Verkauf

Ludovic Jouanneau Leiter Verwaltung und Finanzen

ZIMBO Fleisch- und Wurstwaren GmbH & Co. KG

Christof Queisser Vorsitzender der Geschäftsführung, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, Geschäftsführer Produktion, Einkauf, Logistik und Technik a.i.

Manfred Dahmen Geschäftsführer Finanzen und Controlling, stv. Vorsitzender der Geschäftsführung



Bell AG

Bilanz

in Tausend CHF		31.12.2011		31.12.2010	
Flüssige Mittel		172		45	
Wertschriften		3 739		2 025	
Forderungen Konzern		-		22 475	
Sonstige Forderungen		141		133	
Umlaufvermögen		4 052	1.1%	24 678	7.4%
Finanzanlagen	Mehrheitsbeteiligungen	146 373		147 373	
	Minderheitsbeteiligungen	83 820		9 051	
	Darlehen Konzern/Sonstige Finanzanlagen	148 247		151 992	
Sachanlagen	Grundstücke	153		392	
	Gebäude	722		1 133	
Anlagevermögen		379 315	98.9%	309 941	92.6%
Aktiven		383 367	100.0%	334 619	100.0%
Sonstige Verbindlichkeiten		198		902	
Verbindlichkeiten Nahestehende		42 514		17	
Rechnungsabgrenzung		91		66	
Kurzfristiges Fremdkapital		42 803	11.2%	985	0.3%
Langfristiges Fremdkapital		-		-	
Fremdkapital		42 803	11.2%	985	0.3%
Aktienkapital		2 000		2 000	
Gesetzliche Reserven		10 000		10 000	
Reserven für eigene Aktien		3 113		6 993	
Freie Reserven		298 520		257 012	
Jahresgewinn		26 931		57 629	
Eigenkapital		340 564	88.8%	333 634	99.7%
Passiven		383 367	100.0%	334 619	100.0%

Bell AG

Erfolgsrechnung

in Tausend CHF	2011	2010
Beteiligungserträge	50 558	50 518
Sonstige Finanzerträge	7 692	6 983
Sonstige Erträge	3 027	3 089
Ertrag	61 278	60 590
Verwaltungsaufwand	1 331	1 582
Sonstiger Aufwand	327	317
Zinsaufwand	1 613	240
Sonstiger Finanzaufwand	30 833	-
Aufwand für Abschreibung Sachanlagen	411	411
Aufwand	34 515	2 550
Ordentliches Ergebnis vor Steuern	26 763	58 039
Ertrag aus Veräusserung von Anlagen	168	280
Unternehmensgewinn vor Steuern	26 931	58 319
Steuern	-	690
Unternehmensgewinn nach Steuern	26 931	57 629

Bell AG

Verwendung Bilanzgewinn

Anträge des Verwaltungsrates an die Generalversammlung

in Tausend CHF	2011	2010
Verwendung Bilanzgewinn		
Bilanzgewinn	26 931	57 629
Dividende CHF 60 (Vorjahr CHF 50)	24 000	20 000
Zuweisung an die freien Reserven	2 931	37 629
Verwendung	26 931	57 629

Anhang

in Tausend CHF	2011	2010
Gesamtbetrag der Bürgschaften, Garantieverpflichtungen, Pfandbestellungen zu Gunsten Konzerngesellschaften *	225 000	331 109
Gesamtbetrag der verpfändeten Aktiven zu handelsrechtlichen Buchwerten	-	-
Brandversicherungswert der Gebäude	4 194	4 194
Wesentliche Beteiligungen	Seite 65	-
Eigene Aktien gemäss Eigenkapitalnachweis der Konzernrechnung	Seite 49	-
Wesentliche Aktionäre: Coop Genossenschaft, Basel	66.29%	66.29%
Sarasin Investmentfonds AG, Basel	4.55%	4.09%
Gesamtbetrag der bedingten Aktienkapitalerhöhung	1 000	1 000
Gesamtbetrag der genehmigten Aktienkapitalerhöhung	500	500
Angaben zur Risikobeurteilung	Seite 64/73	-

* Die Gesellschaft haftet solidarisch und unbeschränkt für alle aus der MwSt. entstehenden Steuern inkl. Zinsen und allfälliger Bussen der MwSt.-Gruppe für die Zeit der Einführung als Gruppenmitglied in der Schweiz.

Bell AG

Bericht der Revisionsstelle zur Jahresrechnung

Bericht der Revisionsstelle an die Generalversammlung der Bell AG, Basel

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung der Bell AG (vormals Bell Holding AG), bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang (Seiten 82 bis 84) für das am 31. Dezember 2011 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Verwaltungsrates

Der Verwaltungsrat ist für die Aufstellung der Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Jahresrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Verwaltungsrat für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

Verantwortung der Revisionsstelle

Unsere Verantwortung ist es, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die Jahresrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die Jahresrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der Jahresrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstigen Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der Jahresrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der Jahresrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prüfungshandlungen festzulegen, nicht aber um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der Jahresrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung für das am 31. Dezember 2011 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften

Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen an die Zulassung gemäss Revisionsaufsichtsgesetz (RAG) und die Unabhängigkeit (Art. 728 OR und Art. 11 RAG) erfüllen und keine mit unserer Unabhängigkeit nicht vereinbaren Sachverhalte vorliegen.

In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und dem Schweizer Prüfungsstandard 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Verwaltungsrates ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Jahresrechnung existiert.

Ferner bestätigen wir, dass der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entspricht und empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

PricewaterhouseCoopers AG

Dr. Rodolfo Gerber
Revisionsexperte
Leitender Revisor

Andreas Wolf
Revisionsexperte

Basel, 13. Februar 2012

IMPRESSUM

Allgemeine Hinweise

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde nur die männliche Sprachform verwendet.
Alle Werte einzeln gerundet.
Redaktionsschluss: 14.02.2012.

Zukunftsgerichtete Aussagen

Der Geschäftsbericht enthält zukunftsweisende Aussagen. Sie basieren einerseits auf Annahmen und Einschätzungen und andererseits auf Informationen, die Bell zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses zur Verfügung standen. Dies kann zur Folge haben, dass die tatsächlichen Ergebnisse und Ereignisse wesentlich von den Erwartungen abweichen, die in den zukunftsgerichteten Aussagen enthalten oder impliziert sind.

Unser Geschäftsbericht erscheint in deutscher Sprache sowie in französischer und englischer Übersetzung. Massgebend ist in jedem Fall die gedruckte deutsche Version. Zusätzliche Druckversionen des Geschäftsberichts sind beim Hauptsitz erhältlich oder können im Internet bestellt werden. Er ist ebenfalls unter www.bell.ch/geschaeftsbericht abrufbar.

Weiterführende Informationen zum Geschäftsbericht sowie aktuelle Informationen zur Bell-Gruppe stellen wir im Internet unter www.bell.ch zur Verfügung.

Herausgeber

Bell AG
Elsässerstrasse 174
4056 Basel
Schweiz

Gesamtverantwortung

Davide Elia, Bell Schweiz AG, Marketing/Kommunikation

Konzept, Gestaltung

Grayling Schweiz AG; Walter Stähli

Fotos

Photoart, Zürich
Eugen Leu & Partner AG, Riehen
Heiner H. Schmitt, Basel
Yannick Andrea, Filisur

Druck

Werner Druck AG, Basel



