

Medienmitteilung

Basel, 13. Februar 2018

Ad hoc-Publizität

Bell Food Group setzt strategisches Wachstum fort

Die Bell Food Group hat im Geschäftsjahr 2017 die eingeschlagenen strategischen Stossrichtungen konsequent fortgeführt und ist weiter gewachsen. Die Erlöse aus Warenverkäufen erhöhten sich um 5,9 % auf CHF 3,6 Mrd. Das Absatzvolumen stieg um 9,6 % auf 453,8 Mio. kg. Der Unternehmensgewinn wuchs um 5,9 % auf CHF 106,5 Mio. Mit der vollständigen Übernahme von Hilcona und Eisberg sowie dem Baubeginn eines neuen Convenience-Werks im österreichischen Marchtrenk wurde das Geschäftsfeld Convenience weiter gestärkt.

Der Warenumsatz der Bell Food Group konnte im Berichtsjahr von CHF 3,4 Mrd. auf CHF 3,6 Mrd. gesteigert werden (+5,9 %). Der Absatz wuchs um 9,6 % oder 39,6 Mio. kg auf 453,8 Mio. kg. Für das Wachstum waren neben den Akquisitionen der letzten Jahre auch operative Fortschritte in der Schweiz, in Deutschland und in Polen verantwortlich. Während die gestiegenen Rohmaterialpreise in den Divisionen Bell Deutschland und Bell International Spuren hinterliessen, konnten die Geschäftsbereiche Hilcona und Eisberg die Bruttomargen dank der Fokussierung auf margenstärkere Sortimente auf Vorjahresniveau halten. Der EBIT lag mit CHF 149,7 Mio. um 5,3 % über Vorjahr. Der Jahresgewinn konnte um 5,9 % oder CHF 5,9 Mio. auf CHF 106,5 Mio. gesteigert werden.

Steigende Rohmaterialpreise und kompetitive Märkte beeinflussen das Ergebnis in den Segmenten

Die Division **Bell Schweiz** hatte 2017 mit einem stagnierenden, teilweise rückläufigen Markt für Fleisch und Charcuterie-Produkte zu kämpfen. Verantwortlich dafür waren unter anderem der weiterhin auf hohem Niveau verharrende Einkaufstourismus und der steigende Konkurrenzkampf im Detailhandel. Die Festtagsgeschäfte an Ostern und Weihnachten blieben hinter den Erwartungen zurück, während die Grillsaison erfreulich verlief. In diesem Umfeld ist es Bell Schweiz gelungen, ihre Marktanteile auszubauen sowie Umsätze und Absatzvolumen gegenüber Vorjahr zu steigern.

In der Division **Bell Deutschland** übten die stark gestiegenen Rohmaterialpreise Druck auf die Bruttomargen aus. Dank erfolgreichen Absatzförderungsmassnahmen konnte Bell Deutschland in einem leicht zunehmenden Charcuterie-Markt überproportional wachsen und in allen Produktsegmenten Marktanteile gewinnen. Erfreulich verlief das Geschäftsjahr 2017 für die der Division Bell Deutschland angegliederte Organisationseinheit in Spanien. Der Absatz von spanischen Charcuterie-Spezialitäten konnte sowohl in Deutschland als auch in weiteren europäischen Ländern erhöht werden.

Die Division **Bell International** verzeichnete 2017 erneut ein Wachstum. Dazu beigetragen haben insbesondere die gute Performance des Geflügelspezialisten Hubers in Österreich und Deutschland

sowie die erfreuliche Steigerung der Absatzmengen in Polen und Ungarn. Im kompetitiven Marktumfeld in Frankreich drückten der stagnierende Charcuterie-Markt und hohe Rohmaterialpreise auf das Ergebnis. Die negativen Effekte konnten durch Fortschritte beim Kostenmanagement und bei der Produktivität nur teilweise wieder aufgefangen werden. Das Filialgeschäft in Tschechien wurde per Ende März 2017 veräussert.

Erhöhung der Dividende

Aufgrund der intakten Zukunftsperspektiven wird der Generalversammlung eine Erhöhung der Dividende von CHF 7 auf CHF 8 pro Aktie beantragt. Mit der angepassten Dividende erhöht die Bell Food Group die Ausschüttungsquote auf die in der Finanzstrategie angepeilten 30 %.

Investitionen in Convenience und die Modernisierung der Infrastruktur

Mit der vollständigen Übernahme von Hilcona und Eisberg sowie der Akquisition der auf vegetarische Produkte und Teigwaren spezialisierten Frostag Food-Centrum AG in Landquart wurde der strategische Ausbau des Geschäftsfeldes Convenience im Berichtsjahr weiter fortgeführt. In Österreich hat die Bell Food Group zudem mit dem Bau eines auf Frisch-Convenience-Produkte spezialisierten Werkes in Marchtrenk in der Nähe von Linz begonnen, das voraussichtlich Ende 2018 in Betrieb genommen wird. In Fuensalida in der Nähe von Madrid entsteht zurzeit ein neuer Herstellungsbetrieb für Serrano-Schinken. Im April 2017 hat die Bell Food Group zudem die Produktionsanlagen eines auf die Herstellung von Jamón Ibérico und spanischer Charcuterie spezialisierten Betriebes in der Extremadura übernommen

Übernahme der Hügli Holding AG

Am 15. Januar 2018 hat die Bell Food Group die Übernahme der Dr. A. Stoffel Holding AG bekannt gegeben, der Mehrheitsaktionärin des international tätigen Nahrungsmittelherstellers Hügli Holding AG. Mit der Freigabeentscheidung der Europäischen Kommission ist die Voraussetzung für den Vollzug dieses Kaufvertrags erfüllt. Der Vollzug wird voraussichtlich am 21. Februar 2018 stattfinden. Gleichzeitig macht die Bell Food Group ein öffentliches Übernahmeangebot für die restlichen sich im Publikum befindenden Aktien der Hügli Holding AG zum Preis von CHF 915 pro Aktie. Der entsprechende Angebotsprospekt soll wie vorgesehen am 26. Februar 2018 publiziert werden. Hügli wird mit Hilcona und Eisberg den neu geschaffenen Geschäftsbereich Convenience bilden. Die Übernahme von Hügli, die Überweisung der zweiten Tranche der Minderheitsanteile von Hilcona, das angekündigte Investitionsprogramm für die Schweizer Produktionsstandorte sowie das weitere Wachstum im Bereich Convenience werden durch eine Kombination von Eigen- und Fremdkapital finanziert. Die Ende Januar 2018 begebenen Anleihen über CHF 350 Mio. wurden im Markt sehr gut aufgenommen.

Ausblick

Für 2018 geht die Bell Food Group davon aus, dass sich die in der zweiten Jahreshälfte 2017 eingesetzte Entspannung bei den Rohmaterialpreisen fortsetzt und positiv auf die Margen auswirken wird. Der intensive Wettbewerb in den europäischen Retailmärkten wird das Unternehmen auch in diesem Jahr vor Herausforderungen stellen. Mit der Akquisition von Hügli und der vollständigen Übernahme des Frisch-Convenience-Spezialisten Hilcona setzt die Bell Food Group ihre Strategie konsequent fort, im umsatz- und ertragsmässig attraktiven Convenience-Bereich weiter zu wachsen.

Kennzahlen Bell Food Group	2017	2016	+/-
Warenumsatz in Mio. CHF	3'589,0	3'390,2	+5,9 %
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen in Mio. CHF	3'537,3	3'345,9	+5,7 %
Absatzvolumen in Mio. kg	453,8	414,3	+9,6 %
EBITDA in Mio. CHF	280,6	278,0	+0,9 %
in % vom Nettoerlös	7,9 %	8,3 %	
EBIT in Mio. CHF	149,7	142,1	+5,3 %
in % vom Nettoerlös	4,2 %	4,2 %	
Jahresgewinn in Mio. CHF	106,5	100,6	+5,9 %
in % vom Nettoerlös	3,0 %	3,0 %	
Personalbestand FTE	10'578	10'433	+1,4 %

Segmente

Warenumsatz in Mio. CHF			
- Bell Schweiz*	1'960,5	1'907,2	+2,8 %
- Bell Deutschland*	477,2	446,2	+6,9 %
- Bell International*	610,4	524,6	+16,4 %
- Hilcona/Eisberg*	618,5	577,0	+7,2 %
- Konsolidierung	-78	-65	

*inkl. Umsatz mit anderen Divisionen

Absatzvolumen in Mio. kg			
- Bell Schweiz*	125,5	124,1	+1,2 %
- Bell Deutschland*	72,4	67,8	+6,8 %
- Bell International*	159,3	131,5	+21,1 %
- Hilcona/Eisberg*	107,9	100,3	+7,6 %
- Konsolidierung	-11,3	-9,4	

*inkl. Absatz mit anderen Divisionen

Über Bell Food Group

Die Bell Food Group gehört zu den führenden Fleisch- und Convenience-Verarbeitern in Europa. Das Angebot umfasst Fleisch, Geflügel, Charcuterie, Seafood, Convenience-Produkte und Schnittsalate. Mit den Marken Bell, Hilcona und Eisberg deckt die Gruppe vielfältige Kundenbedürfnisse ab. Zu den Kunden zählen der Retail, der Food Service sowie die Lebensmittelindustrie. Über 10'000 Mitarbeitende erwirtschaften einen Jahresumsatz von CHF 3,6 Mrd. Die Bell Food Group ist an der Schweizer Börse kotiert.