

Produktion

Zum Geschäftsbereich Grosshandel/Produktion zählen auch die zahlreichen Produktionsbetriebe der Coop-Gruppe, allen voran die Bell Food Group, an der Coop Mehrheitsaktionärin ist. Mit der Bell Food Group verfügt Coop über ein starkes internationales Standbein.

41,2%

mehr Nachhaltigkeitsumsatz
in der Produktion

Der Nettoerlös der Produktionsbetriebe der Coop-Gruppe wuchs 2017 auf 759 Millionen, der Nettoerlös der Bell Food Group auf 3,5 Milliarden Franken. Der Gesamtumsatz in der Produktion mit nachhaltigen Sortimenten belief sich 2017 auf 1,1 Milliarden Franken. Somit konnte Coop den Nachhaltigkeitsumsatz im Bereich Produktion um 41,2% gegenüber dem Vorjahr steigern.

Bell Food Group

Als einer der führenden Fleisch- und Convenience-Verarbeiter in Europa sah sich Bell in der ersten Jahreshälfte 2017 mit einem starken Anstieg der Rohmaterialpreise bei Fleisch in ganz Europa sowie bei pflanzlichen Rohstoffen aus Spanien konfrontiert. Die Preisentwicklung übte Druck auf die Margen aus, da Preiserhöhungen nur sehr eingeschränkt an die Kunden weitergegeben werden konnten. Im zweiten Halbjahr entspannte sich die Situation. Insbesondere im Fleisch- und Charcuteriebereich wird sich diese Entwicklung jedoch teilweise erst verzögert auf die Margen auswirken. Dennoch konnte die Bell Food Group im Jahr 2017 erneut Nettoerlöse von mehr als 3,5 Milliarden Franken erzielen.

An der Generalversammlung vom 11. April 2017 wurde die Umfirmierung der Bell AG in Bell Food Group AG beschlossen. Damit trägt das Unternehmen der Strategie der vergangenen Jahre Rechnung, durch die sich das Unternehmen vom Schweizer Fleischverarbeiter zu einem der führenden Fleisch- und Convenience-Spezialisten in Europa entwickelt hat. Mittlerweile macht der Bereich Convenience fast ein Fünftel des Umsatzes der Bell Food Group aus. Mit der Namensänderung wurde ein neues Logo und ein neues Corporate Design für die Bell Food Group entwickelt. Die Bell Food Group gliedert sich nun in die Geschäftsbereiche Bell, Hilcona und Eisberg.

Vollständige Übernahme von Hilcona und Übernahme von Hügli

Zum 1. Januar 2017 übernahm die Bell Food Group von der Toni Hilti Familientreuhänderschaft die restlichen 49% des Aktienpaktes an Hilcona, die damit vollständig in die Bell Food Group übergeht. Rückwirkend zum 1. Januar hat Hilcona das auf die Herstellung von Teigwaren und vegetarischen Produkten spezialisierte Unternehmen Frostag vollständig übernommen. Hilcona arbeitet bereits seit Jahren eng mit Frostag zusammen und war zuvor bereits mit zehn Prozent am Unternehmen beteiligt. Am 15. Januar 2018 übernahm die Bell Food Group zudem die Mehrheitsbeteiligung an der Hügli Holding AG und kündigte ein Übernahmeangebot für die restlichen im Publikum befindlichen Aktien an.

Gruppenübergreifende Nachhaltigkeitsstrategie

Aufgrund der geänderten Unternehmensstruktur wurde die seit 2013 bestehende Nachhaltigkeitsstrategie im April 2017 überarbeitet und vom Verwaltungsrat verabschiedet. Diese Strategie gilt nun erstmals für alle Unternehmen der Bell Food Group. Zudem wurden neu verbindliche Ziele mit konkreten Massnahmen zur Zielerreichung definiert. Die Nachhaltigkeitsstrategie umfasst die drei Säulen «Produkte und Beschaffung», «Umwelt und Ressourcen» sowie «Mitarbeitende und Gesellschaft» und spiegelt dabei die Unternehmensstrategie der Bell Food Group wider. Neben strategischen Zielen wie der Einsparung von CO₂ oder der Müllvermeidung sieht die Strategie auch eine «Don'ts-Liste» vor, mit Produkten und Produktformen, die das Unternehmen aktiv meidet.

Auch 2017 engagierte sich die Bell Food Group in Sachen Nachhaltigkeit und orientierte sich am Vorgehen von Coop, um auf die gestiegenen Erwartungen der Schweizer Konsumenten an das Tierwohl zu reagieren. In enger Zusammenarbeit mit den ausländischen Lieferanten sowie dem Schweizer Tierschutz (STS) startete Bell mehrere Projekte, damit auch die im Ausland gehaltenen Nutztiere der Lieferbetriebe unter vergleichbaren Bedingungen wie in der Schweiz gehalten werden. Bei Geflügel (Poulet und Truten) begann Bell mit dem Aufbau einer Tierhaltung nach Vorbild des Schweizer Bundes-

programms BTS (Besonders tierfreundliche Stallhaltungssysteme). Dieses Programm sieht mehr Platz, Tageslicht, erhöhte Sitzgelegenheiten in den Ställen sowie einen Auslauf an die frische Luft in einem Wintergarten vor. Nach der Umstellung des für Coop importieren frischen Trutenfleisches stammt seit Mai 2017 auch das importierte Pouletfrischfleisch aus Betrieben nach BTS-Standard (exklusive Prix Garantie und Aktionen). Mittelfristig sollen auch die Aktionen auf die Anforderungen des BTS-Programms umgestellt und entsprechend ausgelobt werden.

In der Schweiz ist die Auslobung von Geflügelfleischprodukten mit der Haltungsform durch die Geflügelkennzeichnungsverordnung geregelt. Mit der erfolgreichen Zertifizierung der ausländischen Truten- und Pouletfleischproduktion aus BTS-Haltung Anfang 2016 wurden im Frühling 2017 erstmals importierte Geflügelprodukte nach Schweizer Geflügelkennzeichnungsverordnung zertifiziert. Damit nimmt die Bell Food Group hier eine Vorreiterrolle ein.

Highlights aus der Bell Food Group

In der folgenden Tabelle finden Sie die Highlights aus dem Berichtsjahr zu den einzelnen Geschäftsbereichen der Bell Food Group AG. Weitere Informationen zur Bell Food Group finden Sie auch im unten stehenden Factsheet sowie auf www.bellfoodgroup.com.

BELL FOOD GROUP Bell Food Group AG

 Factsheet

Geschäftsbereich Bell



- Grundsteinlegung für einen neuen Herstellungsbetrieb für Serrano-Schinken in Fuensalida nahe Madrid im April 2017; Investitionsvolumen 40 Millionen Euro
- Baubeginn für einen neuen Produktionsbetrieb in Marchtrenk (Oberösterreich); Produktion von Schnittsalaten, küchenfertig aufbereitetem Obst und Gemüse, Sandwiches und Convenience-Produkten mit einem Investitionsvolumen von 30 Millionen Euro
- Übernahme der Produktionsanlagen eines auf die Herstellung von Jamón Ibérico und spanischen Embutidos spezialisierten Betriebes im April 2017 in der spanischen Ibérico-Hochburg Extremadura
- Am 31.03.2017 Veräusserung des Filialgeschäfts in Tschechien per Management-Buy-out an den bisherigen Geschäftsführer; das Retailgeschäft in Tschechien ist kein strategisches Geschäftsfeld der Bell Food Group
- Positive Entwicklung des Geflügelspezialisten Hubers und Gewinn von Marktanteilen; Zuwachs sowohl im Retail als auch im Foodservice-Bereich; positive Entwicklung beim Absatz von Bio-Poulet und Bio-Truten
- Volumensteigerung bei Bell in Polen wurde 2017 fortgesetzt; positive Entwicklung sowohl im Retail- als auch im Gastronomie-Markt
- Neu- und Umbauprojekt an den beiden grössten Schweizer Standorten in Basel und Oensingen auf Kurs; Baubeginn eines Parkhauses in Basel; Planung in Oensingen weiter fortgeschritten

Geschäftsbereich Hilcona



- Übernahme der auf die Herstellung von Teigwaren und vegetarischen Produkten spezialisierten Frostag Food-Centrum AG in Landquart per 01.01.2017
- Weiterhin erfreuliche Entwicklung der Nachfrage nach Convenience-Produkten in allen Absatzmärkten; Trend zu ultrafrischen Convenience-Sortimenten
- Erfolgreiche Zusammenarbeit mit Transgourmet im Bereich Food Service

Geschäftsbereich Eisberg



- Erfolgreiches Geschäftsjahr 2017 in der Schweiz, Rumänien und Ungarn
- Stark gestiegene Preise und eingeschränkte Verfügbarkeit von Rohmaterial wegen schlechten Wetters in Spanien zu Jahresbeginn; Entspannung ab April
- Spatenstich für ein neues Werk für frische, regionale Convenience-Produkte in der Nähe von Linz in Österreich am 15.09.2017