

Metzger Center Zürich

## Mit einem Plus in die Zukunft



Das Metzger Center Aarau Basel Zürich erweitert nicht nur sein virtuelles Sortiment und seine Dienstleistung, sondern ändert auch seinen Namen.

Das neue Metzger Center soll nicht nur eine Einkaufsgenossenschaft sein, sondern ein Marktplatz für Metzger. Neu wird das Unternehmen «Metzger Center +» heissen. Das Plus steht einerseits für das breitere Sortiment, das die Zürcher dank ihrem Webshop und der Zusammenarbeit mit Pistor und Pacovis bieten. Immerhin stehen nun statt 7000 Artikeln 20 000 im virtuellen Regal.

Einen Drittel seines Umsatzes machte das Metzger Center letztes Jahr schon über den Webshop. Ziel ist, den Wert dieses Jahr auf 50 Prozent zu steigern. Andererseits bedeutet das Plus aber auch, dass das Metzger Center nicht nur Lieferant sein will, sondern ein Marktplatz für Metzger. Diese können sich hier mit Produkten eindecken, gleichzeitig wird aber auch der Austausch gefördert. Der Neubau verfügt über einen grossen Raum, der Partnern für Schulungen, Präsentationen



Das neue «Metzger Center +» ist ein Marktplatz für Metzger, wo der Kunde dank der Zusammenarbeit mit Partnern ein grosses Sortiment findet. (Bild: zVg)

und andere Anlässe zur Verfügung stehen wird.

Das Metzger Center will laufend seine Prozesse und den Webshop optimieren, um seinen Kunden marktkonforme Preise und kundenfreundliche Abläufe bieten zu können. Zudem werden diese durch eine verbesserte Logistik schneller bedient werden können.

Parallel dazu laufen auch die Arbeiten am Neubau in Niederglatt,

und sie kommen gut voran. Es bleibt allerdings noch die Finissage vor dem Umzug, der vom 2. bis am 4. März über die Bühne gehen wird. «Es macht Sinn, all diese Arbeiten gleichzeitig auszuführen, denn der Webshop und die neue bauliche Infrastruktur gehen Hand in Hand», kommentiert CEO Nush Rrasi, der sich sichtlich auf den Abschluss der Bauarbeiten und das Eröffnungsfest vom 29. April freut. **ew**

Delicarna AG

## Wohlverdienter Ruhestand

Am 31. März 2018 wird nach vielen erfolgreichen Berufsjahren unser Geschäftsführer Werni Tschannen in den wohlverdienten Ruhestand treten.

Im Jahr 1994 übernahm Werni Tschannen die Geschäftsführung der Delicarna und bewies unternehmerischen Mut. Er steckte viel Zeit und Herzblut in das Unternehmen. Verbunden mit der erfolgreichen Entwicklung unseres Unternehmens hat Werni Tschannen zusammen mit seinem Team eine nicht alltägliche und einmalige Geschichte geschrieben. Wir danken ihm für alles, was er geleistet hat sowie für die stets kollegiale Zusammenarbeit, und wünschen ihm für die Zukunft alles Gute.

Der Verwaltungsrat der Delicarna hat Dieter Währy zum neuen Geschäftsführer gewählt und freut sich auf die Zusammenarbeit. Dieter Währy ist bereits seit September 2016 als Verkaufsleiter bei der Delicarna tätig und wird seine neue Position per 1. April 2018 übernehmen. **Claude Fischer, Präsident**

Bell Food Group

## Strategisches Wachstum setzt sich fort

Die Bell Food Group hat im Geschäftsjahr 2017 die eingeschlagenen strategischen Stossrichtungen konsequent fortgeführt und ist weiter gewachsen.

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.

Die Division Bell Schweiz hatte 2017 mit einem stagnierenden, teilweise rückläufigen Markt für



Bell geht davon aus, dass sich die eingesetzte Entspannung bei den Rohmaterialpreisen im Jahr 2018 fortsetzt. (Bild: Bell Food Group)

Fleisch- und Charcuterie-Produkte zu kämpfen. Verantwortlich dafür waren unter anderem der weiterhin auf hohem Niveau verharrende Einkaufstourismus und der steigende Konkurrenzkampf im Detailhandel. Im Grillgeschäft ist es Bell Schweiz gelungen, ihre Marktanteile auszubauen sowie Umsätze und Absatzvolumen 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 Marktanteile gewinnen.

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.

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.

Am 15. Januar 2018 hat die Bell Food Group zudem die Übernahme der Dr. A. Stoffel Holding AG bekanntgegeben, der Mehrheitsaktionärin des international tätigen Nahrungsmittelherstellers Hügli Holding AG. **Bell Food Group**