

Medienmitteilung

Basel, 24. Juni 2019

Ad hoc-Publizität

Bell Food Group fokussiert sich in Deutschland auf ihre starke Position bei Rohschinken und trennt sich vom deutschen Wurstwarengeschäft

Die Bell Food Group fokussiert sich auf ihre starke Position im Rohschinkensegment und wird dieses weiter ausbauen. Dafür trennt sie sich vom Wurstwarengeschäft in Deutschland und verkauft dieses an die Zur Mühlen Gruppe. Mit der Zur Mühlen Gruppe wurde die ideale Käuferschaft gefunden, welche die Werke in Suhl und Börger inklusive Mitarbeitende übernimmt. Durch den Wegfall des Wurstwarengeschäfts sind Anpassungsmassnahmen im Bereich der Verwaltung und der zentralen Dienste erforderlich.

Der Markt für Fleisch- und Wurstwaren in Deutschland ist im Retailbereich rückläufig. Aufgrund eines Überangebots auf dem Markt ist es schwierig, die stark steigenden Schweinepreise im erforderlichen Umfang auf die Verkaufspreise zu überwälzen. Im Wurstwarengeschäft hat die Bell Food Group mit einem Marktanteil von weniger als 1 Prozent eine untergeordnete Marktposition und entsprechend schwache Perspektiven. Deshalb hat die Bell Food Group entschieden, sich vom deutschen Wurstwarengeschäft zu trennen. Der geschäftliche Fokus in Deutschland liegt künftig auf dem Ausbau der Position im Bereich hochwertiger deutscher und internationaler Rohschinken.

Mit der Zur Mühlen Gruppe wurde der ideale Käufer gefunden, da die Gruppe über eine entsprechende Marktposition verfügt. Alle rund 400 Mitarbeitenden der betroffenen Standorte Suhl und Börger werden im Rahmen eines Betriebsüberganges von der Zur Mühlen Gruppe übernommen. Die Transaktion erfolgt vorbehaltlich der Zustimmung der zuständigen Wettbewerbsbehörden. Über die Kaufmodalitäten wurde Stillschweigen vereinbart.

Der Verkauf des Wurstwarengeschäfts betrifft in der Folge Arbeitsplätze in der Verwaltung und bei den zentralen Diensten der Bell Deutschland. Mit den Arbeitnehmervertretungen werden Verhandlungen mit dem Ziel des Abschlusses eines Sozialplans zeitnah eingeleitet und die gesetzlichen Beteiligungsrechte umfassend beachtet.

Durch den Verkauf verringert sich der Nettoerlös um rund CHF 85 Mio. Der Wegfall des Wurstwarengeschäfts in Deutschland wird ab 2020 einen positiven Einfluss auf Cashflow und EBIT der Bell Food Group von etwa CHF 10 Mio. pro Jahr haben. Zudem nimmt die Abhängigkeit von den Schwankungen der Rohmaterialpreise ab. Für das Geschäftsjahr 2019 werden durch den Verkauf mehrheitlich nicht geldwirksame Einmalkosten von rund CHF 35 Mio. anfallen.

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 und Convenience-Produkte. Mit den Marken Bell, Eisberg, Hilcona und Hügli deckt die Gruppe vielfältige Kundenbedürfnisse ab. Zu den Kunden zählen der Retail, der Food Service sowie die Lebensmittelindustrie. Rund 12'500 Mitarbeitende erwirtschaften einen Jahresumsatz von über CHF 4 Mrd. Die Bell Food Group ist an der Schweizer Börse kotiert.