



Eisberg Österreich GmbH – Eröffnung des neuen Produktionsbetriebes für Convenience-Produkte in Marchtrenk

- **Zeremonielle Eröffnungsfeier mit hochkarätigen Vertretern aus Politik und Wirtschaft am 18. März 2019**
- **Bekanntnis zum Standort Österreich – Investition von über 70 Millionen Euro führen zu rund 250 neuen Arbeitsplätzen**
- **Breite, innovative Produktpalette an frischen und ultrafrischen Convenience-Produkten durch die Zusammenführung mehrerer Marken der Bell Food Group unter ein Produktionsdach**
- **Hochautomatisierter Produktionsbetrieb mit Innovationskraft, State-of-the-Art-Hygienedesign und einem eigenen Forschungs- und Entwicklungszentrum**
- **Spendensammlung für die Ronald McDonald Kinderhilfe: Scheckübergabe am Eröffnungsabend**

(Marchtrenk). Nach 18-monatiger Bauzeit erfolgt die Inbetriebnahme des neuen Produktionsbetriebes für Convenience-Produkte von Eisberg am Standort in Marchtrenk. Den feierlichen Startschuss des Neubaubetriebes gibt das am 18. März stattfindende Eröffnungsereignis unter Teilnahme hochkarätiger Vertreter aus Politik und Wirtschaft. Die offizielle Veranstaltung, einhergehend mit dem Produktionsstart Anfang März, legt einen wichtigen Meilenstein für die Eisberg Österreich GmbH und die gesamte Unternehmensgruppe. Zusätzliche strategische Aktivitäten der Bell Food Group am Standort und die positive Entwicklung gemeinsamer Kundenprojekte lassen die Österreich-Tochter bereits vor Produktionsstart überdurchschnittlich wachsen.

Verstärkung der Synergien innerhalb der Unternehmensgruppe: Die Kompetenz mehrerer Bell-Food-Group-Marken unter einem Dach vereint

„Mit der Eisberg Österreich GmbH geht auch die Bell Food Group neue, innovative Wege. Erstmals in der Unternehmensgeschichte werden mehrerer Marken der Gruppe am Standort in Marchtrenk unter einem gemeinsamen Dach vereint. Dadurch können wir nicht nur die bestehenden Synergien innerhalb der Bell Food Group und das daraus gewonnene Wissen besser nutzen, sondern den Markt und unsere Kunden auch zielgerichteter und mit einer breiten Produktpalette an frischen und ultrafrischen Convenience-Produkten versorgen“, freut sich Lorenz Wyss, CEO der Bell Food Group, auf die Frage nach den Besonderheiten des neuen Standorts.

Folgende Produkte und Sortimente werden in Zukunft in vier separaten Produktionshallen am Standort in Marchtrenk produziert:

- **Fresh-Cut Salat, Fresh-Cut Früchte und Fresh-Cut Gemüse** (*Beutelsalate; Schalensalate; Schichtsalate; Mono- und Mixsalatmischungen; geschnittene Früchtemischungen, -becher und -schalen; geschnittene Gemüse-Convenience*), des Eisberg-Sortiments.
- **Snack-Produkte und Bircher-Müsli-Kreationen** (*Wraps; Dreieck-Sandwiches; belegte Brote und Baguettes; marinierte, essfertige/marinierte Feinkost-Salate; Fresh Waters & Juices; Snack-Fertiggerichte (Ready to Eat, Ready to Heat)* des Hilcona-Sortiments.
- **Geflügel-Convenience-Produkte des Hubers-Sortiments** (*Hühner-Schnitzel, Hühner-Cordon Bleu, Hühner Nuggets*) sowie **Fleisch-Convenience-Produkte des Bell-Sortiments** (*Frikadellen, Burger*).



- Gemüse-Convenience Hilcona (*Gemüselaibchen, Käselaiibchen*).

Unternehmensdynamik und Marktentwicklungen führen zu frühzeitigem Wachstum

Die Nutzung der Unternehmens-Synergien und die damit verbundenen Aktivitäten, als auch die positiven Kundengespräche und -projekte wirken sich letztlich auch auf das Standortinvestment aus. Wurden anfangs noch 30 Millionen Euro für die Eisberg Tochter in Marchtrenk eingeplant, so hat sich das Investitionsvolumen und die Produktionsfläche durch den erweiterten Ausbau auf 70 Millionen Euro mehr als verdoppelt. Einhergehend mit dem höheren Investitionsvolumen benötigt der Standort eine Mehrzahl an Mitarbeitern, mit vielseitigen Qualifikationen – von Verwaltungsangestellten, TechnikerInnen, Reinigungskräften, bis zu Produktions- und LagermitarbeiterInnen an den Linien. Dadurch erhöht sich die Anzahl an benötigten MitarbeiterInnen von anfangs 100 Mitarbeiter auf 250 Mitarbeiter im Vollbetriebsmodus.

Auf dem 24'000 m² großen Betriebsareal der Eisberg Österreich GmbH werden somit zukünftig in 4 Hallen à 6'000 m² an insgesamt 19 Linien Convenience-Produkte hergestellt, die bislang von den genannten Bell-Food-Group-Marken produziert wurden. Der Betrieb wird linienweise über das Jahr 2019 hinweg in Betrieb genommen.

High-Tech-Betrieb mit modernstem Hygienekonzept & Innovationskraft

„Die Zusammenführung unterschiedlicher Produktmarken der Bell Food Group unter einem Dach stellt jedoch nicht die einzige Besonderheit des Betriebes dar. Der Standort in Marchtrenk wurde nach dem neuesten Stand der Technik ausgestattet“, ergänzt Franco Mühlgrabner, Geschäftsführer der Eisberg Österreich GmbH. Zur Gewährleistung der höchstmöglichen Produktsicherheit & -qualität setzt das neue Werk beispielsweise optische Sortierer zur Fremdkörperdetektion ein. Ausgestattet mit zwei Laser und sechs Kameras messen die Anlagen jede einzelne Produktkomponente (beispielsweise: jedes geschnittene Salatblatt) mittels 6.000 Bilder pro Komponente und Sekunde nach Dichte, Farbe, Größe und Struktur ab. Die automatisierten Anlagen entfernt Fremdkörper bzw. Komponenten die nicht den vorab definierten Parameter entsprechen mittels eines Luftdruckstoßes.

Neben dem höchst möglichen Automatisierungsgrad unter Einsatz hochautomatisierter Anlagen und Robotik wurde auf modernstes Hygienedesign geachtet. Hier wurde mit den Herstellern ein eigens für den Standort optimiertes Hygienekonzept entwickelt, womit eine größtmögliche Produktsicherheit gewährleistet wird“, so Mühlgrabner.

„Speziell im Hinblick auf neue und innovative Produkte zählt neben Holland und England vor allem auch die Schweiz zu den Vorreitern in Punkto Convenience. Unsere Expertise am Schweizer Markt hilft uns, den noch vergleichsweise unerschlossenen Convenience-Markt in Österreich mit Innovationen mitaufzubauen und zu prägen“, fügt Christian Guggisberg, CEO von Eisberg hinzu. Am Österreich-Standort wird dafür ein eigenes, 400 m² großes hochmodernes Kompetenzzentrum für frische Convenience-Produkte mit einer eigenen Forschungs- und Entwicklungsabteilung angesiedelt, welches neben neuen Produkten auch an nachhaltigen Verpackungslösungen für ganz Eisberg forscht.



Für den Standort in Österreich spielt neben Innovation vor allem das Thema Regionalität eine weitere wichtige Rolle. Durch eine lokale Produktion mit saisonbedingt höchstmöglichen Einsatz heimischer Rohstoffe werden die Bedürfnisse nach heimischen Produkten gestillt. Franco Mühlgrabner betont diesbezüglich: „Speziell im Hinblick auf die Rohwarenbeschaffung ist uns eine gute Zusammenarbeit mit heimischen, österreichischen Produzenten wichtig. Hier möchten wir bestehende Partnerschaften ausbauen und neue Kooperationen eingehen. Die Gesprächstüren für heimische Rohwarenlieferanten stehen bei Eisberg Österreich immer offen“, so Mühlgrabner.

Die Politik freut sich über die Standortstärkung des Wirtschaftsraumes Oberösterreich durch die Betriebsansiedelung der Eisberg in Marchtrenk. „Die Investition der Bell Food Group in Höhe von 70 Mio. Euro am Standort der Fa. Eisberg in Marchtrenk zeigt, dass Oberösterreich attraktive Rahmenbedingungen für Betriebsansiedlungen auch von internationalen Unternehmen bietet. Mit der Errichtung des neuen Werks der Bell Food Group in Marchtrenk werden nicht nur 250 neue Arbeitsplätze geschaffen, sondern es wird auch der Wirtschaftsstandort Oberösterreich insgesamt weiter gestärkt. Wir hoffen natürlich, dass dem Beispiel der Bell Food Group noch viele weitere internationale Konzerne folgen, damit die erfolgreiche Ansiedlungspolitik in Oberösterreich weiter fortgesetzt wird: Denn nicht weniger als 16 Unternehmen konnten 2018 von außerhalb nach Oberösterreich geholt werden. Aktuell betreuen unsere Experten der öö. Standortagentur Business Upper Austria 47 internationale Ansiedlungsinteressenten bei der Standortsuche in Oberösterreich“, unterstreicht Wirtschafts-Landesrat Markus Achleitner.

Soziales Engagement kommt nicht zu kurz

„Neben unserer wirtschaftlichen Ausrichtung sind wir uns gleichermaßen unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst. Es freut uns natürlich sehr, dass eine Vielzahl unserer Partner unserem Aufruf für die Beteiligung an unserem Spendenprojekt für die Ronald-McDonald-Kinderhilfe Österreich gefolgt sind.“, freut sich Franco Mühlgrabner.

Im Rahmen eines groß angelegten Spendenaufwurfes durch den Österreich-Geschäftsführer an die am Bau beteiligten Partner konnte ein Betrag von 31'000 Euro gesammelt werden. Durch die weitere Beteiligung der Eisberg Österreich GmbH mit 19'000 Euro kann ein Spendencheck mit einer Gesamtsumme in der Höhe von 50'000 Euro an die Ronald-McDonald-Kinderhilfe überreicht werden. Die Übergabe an das Vorstandsteam der Kinderhilfeorganisation erfolgte noch am Abend des Eröffnungsevents.

Die Ronald-McDonald-Kinderhilfe macht es sich seit 30 Jahren zur Aufgabe, betroffenen Familien zu helfen und schwer kranken Kindern das Wichtigste zu schenken, um schneller wieder gesund zu werden: die Nähe ihrer Eltern und Geschwister. In den von der Ronald-McDonald-Kinderhilfe erbauten Häusern finden betroffene Familien ein Zuhause auf Zeit in unmittelbarer Nähe der Klinik, solange ihr Kind im Spital behandelt wird. So können sie jeden Tag bei ihren kleinen Patienten sein und ihnen in einer schwierigen Zeit beistehen. In Österreich beherbergen die derzeit fünf Ronald-McDonald-Häuser rund 1'100 Familien im Jahr.

„Wie wichtig unsere Arbeit für betroffene Familien ist, erleben wir täglich in unseren derzeit fünf Kinderhilfe Häusern in Österreich. Wir danken Eisberg für die großartige Spendeninitiative und allen Unternehmen, Lieferanten und Partnern für ihren Beitrag. Das Geld kommt dem neuen Kinderhilfe Haus in Salzburg zugute, das dieses Jahr am LKH Gelände entstehen wird,“ freuen sich Karin Schmidt und Robert Schedl, Vorstandsteam der Ronald McDonald Kinderhilfe Österreich.



Pressefotos zum Eröffnungsevent:

Die Pressefotos, sowie Pressemitteilung finden Sie zu Ihrem Download und zur Publikationsverwendung mit Klick auf: [Presse Eröffnungsevent](#) der Eisberg Österreich GmbH, Homepage Pressebereich.

Über Eisberg:

Eisberg ist in der Produktion von ultrafrischen Convenience-Salaten, -Gemüsen, -Früchten, Wraps und Sandwiches eines der führenden Unternehmen Europas. Rund 1'400 Mitarbeiter engagieren sich für die Versorgung von Kunden in 14 Ländern. Ab sofort wird die Unternehmensgruppe, zugehörig der Bell Food Group, durch einen neuen Produktionsbetrieb in Österreich gestärkt. Mit weiteren Produktionsbetrieben in der Schweiz, je einem Produktionsbetrieb in Polen, Rumänien und Ungarn sowie einem Einkaufsbüro in Spanien bedient die Gruppe Kunden aus dem Retail, Food Service und Systemgastronomie.

Mehr Informationen unter www.eisberg-oesterreich.at

Über die 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. Mehr Informationen unter: <https://www.bellfoodgroup.com>

Rückfragehinweise:

Eisberg Österreich GmbH
Manuel Kropfmüller
Kontaktpartner für Presse- und Medienarbeit
Mobil: +43 664 | 88 14 98 74
E-Mail: manuel.kropfmueller@eisberg.com



Anlage 1: Rohtext Megatrend „Convenience“:

Der Trend zu Convenience-Produkten hält weiter an und gewinnt überdurchschnittlich an Bedeutung im globalen Konsumverhalten. Das belegen auch die Zahlen des aktuellen Nielsen Reports „The Quest for Convenience“ (2018). Die Studie untersuchte die sich ändernden, globalen Verbraucherbedürfnisse und die weltweit wachsende Nachfrage nach Convenience-Produkten. Laut der durchgeführten Studie suchen immer mehr Verbraucher weltweit nach komfortablen Produkten und Lösungen, die das Leben vereinfachen und bequemer machen. Faktoren wie ein hektischer Alltag und die zunehmende Vernetzung spielen dabei eine immer wichtigere Rolle bei Kaufentscheidungen. Mehr als ein Viertel der weltweiten Verbraucher geben dabei an, nach Produkten Ausschau zu halten, die ihnen das Leben erleichtern (27%) und bequem zu bedienen sind (26%), während etwa jeder fünfte Verbraucher nach Produkten sucht, die für kleine Haushalte geeignet (20%) oder auf einen bestimmten Bedarf zugeschnitten sind (19%).

Die Studie von Nielsen ergänzt weiter: Diese Treiber und die steigende Nachfrage nach Convenience-Lösungen haben Auswirkungen auf zahlreiche Branchen, insbesondere jedoch auf den stark verbraucherabhängigen FMCG-Sektor. Hier hat die steigende Nachfrage nach Convenience zu einer Reihe von Produkten geführt, die das Leben vereinfachen, wie z.B. Fertig- und To-Go-Gerichte für unterwegs, Lebensmittel-Lieferdienste und technologiegetriebene On-Demand-Services. Ein Drittel (33%) der weltweiten Verbraucher nutzen Restaurants oder Lieferdienste (11% mindestens einmal pro Woche). Auch die Zahl der Schnellimbisse, Fastfood- und Straßenverkäufer steigt: 57% der Verbraucher weltweit haben in den letzten sechs Monaten ein Fastfood-Restaurant besucht. Mittag- und Abendessen sind dabei die Mahlzeiten, die am ehesten durch Außer-Haus-Essen ersetzt werden, wobei 39% der weltweiten Online-Konsumenten sich dafür entscheiden, wöchentlich außerhalb der eigenen vier Wände zu essen.

Innerhalb der Convenience-Welt scheinen dabei die gesunde Alternativen mehr denn je den Puls der Zeit zu treffen. Der aktuelle, in sechster Ausgabe publizierte Food Report (2019) der renommierten Ernährungsexpertin Hanni Rützler bekräftigt diese Entwicklung unter anderem durch das Aufzeigen der zukünftigen Megatrends „Plant Based Food“ und „Healthy Hedonism“.

Im Rahmen des „Plant Based Food“-Trends ist eine kulinarische Aufwertung von pflanzlichen Nahrungsmitteln voll im Gange. Gesundheit und Fitness stehen im Vordergrund, anstelle der reinen Imitation von tierischen Produkten. Gemüse- und Getreideprodukte verstehen sich dabei als Hauptakteure. Durch den weiteren Trend, „Healthy Hedonism“ findet ein Wandel im Gesundheitsverständnis statt. Dabei löst der Gesundheitsgedanke die reine Verzichts- und Verbotsannahme ab hin zu sinnlichem Genießen. Lebensmittel müssen Spaß machen in Verbindung mit sinnlichem Genuss, anstatt asketischem Leiden. Der ein Jahr zuvor publizierte Food Report (2018) beschreibt mit der Entwicklung „Kopernikanische Welle der Esskultur“ zusätzlich die zunehmende Bedeutung von Gemüse. Hierbei findet eine Rollentransformation statt, in welcher für Gemüse das Ende der Beilagen Ära hin zur Hauptspeise aufgezeigt wird. Gemüse avanciert dabei zum neuen Star am Teller.