

LOOK!

Personeelsmagazine van de Bell Food Group

02 2018



Alles wijst op groei

De bedrijfssegmenten Gemaksproducten en Foodservice bieden groeimogelijkheden

Geachte collega's

Met de overname van Hügli en Sylvain & CO in de eerste helft van 2018 hebben wij onze groeistrategie op het gebied van gemaksproducten voortgezet. De beide overnames vullen ons bestaande gemaksassortiment optimaal aan en versterken tegelijkertijd ons streven om een aanzienlijk marktaandeel in de gemakmarkt te bemachtigen, die een hoge marge en sterk groeipotentieel heeft. Ik heet u, geacht personeel van Hügli en Sylvain & CO, van harte welkom bij de Bell Food Group en verheug me op onze succesvolle samenwerking.

De foodservice-markt wordt steeds belangrijker als verkoopkanaal voor ons gemaksassortiment. Onze bedrijfstak, bestaande uit aanbiedingen op maat voor de consumptie buitenshuis, maar ook voor de gastronomie, de systeemcatering en grootverbruikers, is booming. Hierdoor is er voor de Bell Food Group een groot groeipotentieel ontstaan, dat we in de toekomst consequent willen benutten. De uitbreiding van deze bedrijfstak vormt daarom ons duidelijk omschreven doel. Voor een over-



zicht van de activiteiten van Bell Food Group en de verdere planning in de foodservice-sector, verwijzen wij u naar het omslagverhaal op de pagina's 18 – 21 van dit nummer.

Met de kapitaalverhoging die begin juni 2018 succesvol werd geïmplementeerd, hebben we de financiële basis voor een gezonde groei gelegd en hebben we ervoor gezorgd dat de Bell Food Group in de toekomst een solide en gezonde financieringsbasis zal behouden. Meer dan 99 procent van de voorkeurrechten werden in het kader van de kapitaalverhoging uitgeoefend en er zijn nieuwe aandelen onderschreven.

Ik ben vooral blij dat ook veel werknemers van de Bell Food Group aan de kapitaalverhoging hebben deelgenomen. Dit is een sterk teken van uw identificatie met ons bedrijf en uw vertrouwen in de gekozen strategische richting. Ik ben er daarom van overtuigd dat we gezamenlijk de tweede helft van 2018 succesvol kunnen maken, omdat we met ons allen samenwerken om als Groep ieder dag beter te worden.

Lorenz Wyss
Voorzitter van de groepsdirectie



Inhoud

Uit de onderneming

- 4 Persoonlijke gegevens en op welke manier die worden beschermd**
Het privacybeleid van de Bell Food Group
- 6 «Met specerijen smaakt alles veel beter!»**
In gesprek met CEO Lorenz Wyss
- 9 Wie schopt het tot Topvoerspeller?**
De WK-pool «Play&Win – World Cup Russia 2018»

Een overzicht

- 10 Moderne parkeergarage voor het personeel van Bell**
Opening van de nieuwe parkeergarage in Basel
- Zo eenvoudig is het!**
Nieuwe recepten voor Bell Frankrijkproducten
- 11 Inkopen met Eisberg**
In gesprek met: Maria José Canovas Pérez

Werken bij de Bell Food Group

- 12 Focus op de gezondheid van medewerkers**
Bedrijfsgezondheidsmanagement bij Bell Zwitserland
- Ter plaatse bij...
- 14 Versheid perfect georganiseerd**
De Orderpicking bij Hilcona in Schaan
- Duurzaamheid en innovatie
- 16 Een grote 'Plus'**
De nieuwe programma's van de Zwitserse gezondheidsdienst voor varkens

Titelstory

- 18 Alles wijst op groei**
Foodservice in de Bell Food Group

Mijn hobby

- 22 Leider over 35 volken**
Josef Wechsler werd door zijn vrouw een hobby-imker

Jubileums

- 24 Jubileums**
LOOK! feliciteert de jubilarissen van juni tot augustus 2018

Onze smaakvolle wereld

- 26 De kolen mogen weer gloeien**
De barbecue-trends van het jaar
- 28 Sandwich? Het liefst van de grill!**
Sandwich-recepten voor de grill
- 30 Wie wordt de Burgerkoning?**
Bell BBQ Single Masters
- De heetste strijd van Zwitserland**
«De Promi Griller» van Bell
- 31 Vers genot voor onderweg**
Nieuwe producten van Hilcona om «To go» van te genieten
- Zo gaat het met kwaliteit
- 32 Uitstekende producten**
Het Concours Générale Agricole in Frankrijk

Het privacybeleid van de Bell Food Group

Persoonlijke gegevens en op welke manier die worden beschermd

Op 25 mei 2018 treedt de nieuwe Algemene verordening gegevensbescherming van de EU in werking. Hierbij ligt de nadruk op de bescherming van persoonlijke gegevens. Deze nieuwe voorschriften zijn ook van invloed op de Bell Food Group. Bij de Bell Food Group was de bescherming van gegevens al vóór 25 mei een belangrijk onderwerp.

Het gebruik van zogenaamde persoonlijke gegevens – gegevens waarmee een persoon kan worden geïdentificeerd – is vanaf 25 mei 2018 aan strenge regels gebonden. Ze worden nu beschouwd als bijzonder gevoelige gegevens. Deze regels staan vermeld in de nieuwe Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) van de EU. De nieuwe verordening was al sinds 2016 van kracht, maar kreeg pas na een aanpassingstermijn haar volledige juridische werking vanaf 25 mei 2018. De nieuwe voorschriften zijn ook van invloed op de Bell Food Group - zowel in de EU als in Zwitserland.

“Bij de Bell Food Group was gegevensbescherming echter al vóór 25 mei 2018 een belangrijk onderwerp. De Bell Food Group heeft de veilige omgang met persoonlijke gegevens, vooral van onze medewerkers en klanten, altijd serieus genomen”, aldus Robert Divisek. Sinds begin april 2018 ondersteunt hij, als hoofd Corporate Legal op het hoofdkantoor in Basel, de verschillende vestigingen van de Bell Food Group bij de implementatie van de nieuwe EU-verordening.

De AVG vereist o.a. dataprocessoren voor het vastleggen en documenteren van de gegevensverwerkingsprocessen. Bovendien moeten personen, wiens gegevens worden verwerkt, over de rechten met betrekking tot die gegevens worden geïnformeerd.

Robert Divisek geeft aan wat een invloed dergelijke nieuwe eisen op een bedrijf hebben: “Onze huidige hoofdtak is het herzien van documentatie of privacy-verklaringen om aan de nieuwe voorschriften te kunnen voldoen.”

Ten eerste moesten hiervoor alle gegevensverwerkingsprocessen van de Bell Food Group in detail worden beschreven en geregistreerd. Vervolgens werden de afzonderlijke processen op basis van hun conformiteit met de nieuwe AVG geanalyseerd. In het geval van afwijkingen werden de processen in een volgende stap aangepast door middel van de wijziging van documenten of procesveranderingen.

De meeste werknemers hebben van deze aanpassingen echter niets gemerkt. Voor werknemers die niet direct bij de gegevensverwerking betrokken zijn, verandert er niets in hun dagelijkse werk.

“Deze veranderingen vormen voornamelijk een soort van vangnet. Ze garanderen namelijk dat wij tijdens de verwerking en beveiliging van gegevens precies aan de huidige regelgeving voldoen.”

Eén punt is desondanks erg belangrijk voor Robert Divisek: “Naast de nieuwe EU-richtlijn is de hedendaagse gegevensbescherming eigenlijk voor iedereen op de werkplek van belang. Het is niet alleen een taak voor de IT-afdeling of het management, maar voor alle werknemers.”

“De Bell Food Group heeft het onderwerp gegevensbescherming altijd serieus genomen.”



Als hoofd Corporate Legal ondersteunt Robert Divisek de verschillende vestigingen van de Bell Food Group bij de implementatie van de nieuwe EU-verordening.

De basisprincipes van gegevensbescherming omvatten ook zogenaamde toetredings- en toegangscontroles, zoals de vragen wie toegang mag krijgen tot gebouwen waar persoonlijke gegevens worden verwerkt en wie toegang heeft tot persoonlijke gegevensbestanden. Hiervoor heeft de Bell Food Group hoge beveiligingsstandaarden ontwikkeld, van batchtoegangen tot autorisatie- en wachtwoordconcepten. De zorgvuldigheid van werknemers bij de implementatie van deze veiligheidsconcepten is hierbij echter van groot belang.

“Het is belangrijk om te onthouden dat men niet alleen privacygevoelige gegevens met dit beveiligingsconcept beschermt, maar ook eigen gegevens”, aldus Robert Divisek, “Wanneer ik bijvoorbeeld mijn wachtwoord op een notitieblaadje schrijf en op het scherm plak, vormt dit een risico.”

Hetzelfde geldt voor documenten die open en bloot op het bureau liggen en voor de lunch niet worden afgedekt, of voor een Toegangsbadge die men misschien op weg naar huis kan verliezen.

In deze zin betreft de gegevensbescherming bijna alle werknemers van de Bell Food Group. En daarom is het belangrijk dat alle medewerkers zich met dit onderwerp bezighouden. • sh



In gesprek met CEO Lorenz Wyss

“Met specerijen smaakt alles veel beter!”

Met de volledige overname van Hilcona afgelopen jaar en de overname van Hügli in januari heeft de Bell Food Group haar positie in de gemakssector aanzienlijk uitgebreid. In gesprek met LOOK! legt CEO Lorenz Wyss uit in welke richting hun toekomstige koers is uitgezet.

Met Hügli is een grote internationale speler tot de Bell Food Group toegetreden. Wat betekent deze fusie voor u? Tijdens mijn stage zei mijn begeleider ooit tegen mij: “Met specerijen smaakt alles veel beter!” En ik ben het hier helemaal mee eens. Hügli vormt een ideale aanvulling op onze groep. We passen niet alleen geografisch goed bij elkaar, maar onze productportfolio's vullen elkaar ook geweldig aan.

Wat houden de volgende integratiestappen van Hügli precies in? De integratie is al aan de gang met verschillende projecten – de benutting van het synergiepotentieel speelt daarbij een belangrijke rol. In het segment Retail testen we de introductie van Hügli-producten bij onze bestaande klanten, zoals Coop. En in de Cash & Carry-groothandel zien wij momenteel grote mogelijkheden bij een nauwere samenwerking tussen Transgourmet en Hügli. We hebben echter ook synergiekansen binnen onze eigen groep ontdekt. In de toekomst willen we in toenemende mate de Hügli-assortimenten in onze eigen productie verwerken, bijvoorbeeld door het gebruik van specerijen en saladedressings. Daarna gaan we ook onze exportactiviteiten coördineren en samen de ontwikkeling van nieuwe markten onderzoeken.

Met de volledige overname van Hilcona en de samenwerking met Hügli zullen we in de toekomst ongeveer een kwart van de totale omzet met gemakproducten genereren. Wat zijn de doelstellingen van de Bell Food Group op dit gebied? Het versterken van het afzetgebied van onze gemakproducten vormt één van onze strategische drijfveren. De gemakmarkt wordt gekenmerkt door hoge groeipercentages en bovengemiddelde marges. We nemen aan dat deze ontwikkeling zich in de toekomst zal voortzetten. Met de overnames van Hilcona en Hügli streven we er daarom naar om ons marktaandeel in de Europese gemakmarkt verder te vergroten.



“We onderscheiden ons door een constant hoge productkwaliteit en het behoud van ons ambacht.”

Wat betekent dit voor de andere bedrijfseenheden van de Bell Food Group? In onze strategie beperken we ons natuurlijk niet alleen tot de gemakssector. We zijn ook ambitieus op andere zakelijke gebieden. We willen natuurlijk ook onze toonaangevende rol in de vlees-, pluimvee-, charcuterie- en zeevruchtenhandel behouden. Bovendien willen we onze positie op de belangrijke Foodservice-afzetmarkt verder uitbreiden met aanbiedingen op maat voor onze klanten. Dit geldt zowel voor onze belangrijkste markt in Zwitserland als voor de andere Europese landen. En niet op de laatste plaats met de internationale uitrol van het merk Bell Professional. Op deze manier kunnen we ons bereik op de internationale markten verder vergroten en een tweede belangrijke geografische pijler naast Zwitserland door blijven ontwikkelen.

“We moeten iedere dag weer steeds beter worden.”

Het is toch indrukwekkend wat er uit een kleine slagerij in het centrum van Basel is ontstaan. Waar ligt uw focus op ten aanzien van de vleesproducten? We willen ons onderscheiden met een constant hoge productkwaliteit en het behoud van ons ambacht, om onze klanten de grootst mogelijke genotbeleving te kunnen bieden. We richten ons daarnaast op een breed scala aan regionale specialiteiten en duurzame productie. Daarvoor investeren wij doelgericht in onze bestaande productiefaciliteiten. Onze nieuwbouw in het Spaanse Fuensalida biedt ons bijvoorbeeld de mogelijkheid om ons assortiment aan Spaanse charcuterie verder uit te breiden. Aan de andere kant nemen wij ook doelgericht bedrijven over die met hun competenties een toegevoegde waarde aan onze portfolio kunnen bieden.

Wat vindt u bijzonder belangrijk tijdens uw dagelijkse werkzaamheden? De passie voor onze producten en ons vak, gecombineerd met de wil om

van elkaar te leren en beter te worden. Maar ook de verantwoorde en zorgvuldige omgang met onze hulpbronnen en onze omgeving.

En wat wilt u het personeel van Bell Food Group voor hun dagelijkse werk meegeven? Onze werknemers zijn zeer waardevol voor ons. Een bedrijf en zijn producten vallen of staan met de goodwill van zijn werknemers. We moeten elke dag namelijk steeds beter worden. Daarbij is het belangrijk dat we met respect met elkaar omgaan en ons volledig richten op de kwaliteit. Alleen op deze manier kunnen we tegemoet komen aan de hoge eisen van onze klanten of die zelfs overtreffen. • sh



De WK-pool “Play&Win – World Cup Russia 2018”

Wie schopt het tot Topvoorspeller?

Terwijl in Rusland de beste voetballers ter wereld hun voetbaltalent laten zien, loopt ook bij de Bell Food Group de spanning hoog op: Doe mee met de WK-pool 2018 en word het ‘Voetbalorakel’.

Op 14 juni begint het: De aftrap van het Wereldkampioenschap Voetbal 2018. Een maand lang zullen de beste voetbalteams ter wereld om de felbegeerde beker strijden. En ook bij de Bell Food Group wordt dit op de juiste manier meegevierd. Deze WK-pool “Play&Win” brengt de WK-sfeer op kantoor, in de productiehallen en de kantines.

Wie de juiste voorspelling doet, krijgt waardevolle punten voor de interne ranglijst. De juiste uitslag wordt daarbij hoger gewaardeerd dan het juiste doelsaldo of de juiste winnaar. En ook de gokkers onder ons komen niets te kort: Wie de juiste voorspelling over welk team in iedere wedstrijd het eerste doelpunt maakt, krijgt er twee punten bij. Er worden echter wel twee punten afgetrokken als de voorspelling niet goed is.

Men kan zich hiervoor aanmelden via de pc, smartphone of tablet op <https://playandwin.bellfoodgroup.com>. Alle medewerkers van de Bell Food Group kunnen meedoen als individu of als groep met een maximum van vijf personen.

Wie aan het eind bovenaan de ranglijst staat, krijgt een geweldige prijs. Individuen op de 1e t/m 10e plaats kunnen zich verheugen op de reischeques ter waarde van maximaal € 2.000,-. De tien succesvolste groepen ontvangen ieder tot wel € 1.200,- voor een gezamenlijk uitje.

Ook heeft iedereen vanaf het begin kans op een geweldige prijs: Tijdens deze vier weken vinden namelijk twee extra verlotingen plaats, waarbij er 50 gelukkige winnaars worden geloot die

een aantal extra punten zullen ontvangen. Het is dus zeker de moeite waard om mee te doen.

U kunt zich vanaf 4 juni registreren. Indien u vragen heeft, kunt u die gewoon via de live chat-functie stellen en u krijgt binnen een van tijd een antwoord terug. • sh

Voorspellen, meevieren en punten in de wacht slepen.

Link:
<https://playandwin.bellfoodgroup.com>

Opening van de nieuwe parkeergarage in Basel

Moderne parkeergarage voor het personeel van Bell

Medio mei mei werd de nieuwe parkeergarage in Basel geopend. Op 19 parkeerniveaus zijn nu ongeveer 1.000 parkeerplaatsen voor het personeel beschikbaar.

Sinds 15 mei j.l. is de nieuwe parkeergarage in gebruik bij de vestiging in Basel. De parkeergarage is het eerste gebouw op de Neudorfstrasse-locatie, dat in het kader van het investeringsprogramma "Opera" is gerealiseerd. De bouwperiode bedroeg ongeveer 8 maanden en werd volgens planning voltooid.

Naast ongeveer 1.000 parkeerplaatsen hebben werknemers en geselecteerde externe huurders in de toekomst ook de beschikking over parkeerplaatsen voor fietsen en bromfietsen. Op tien parkeerplaatsen zijn er laadstations voor elektrische voertuigen geïnstalleerd.

Naast een modern parkeergeleidingssysteem heeft de parkeergarage ook een heel bijzonder kenmerk. De toegang via de slagboom vindt namelijk plaats door middel van automatische herkenning van het kenteken. • sh



Nieuwe recepten voor Bell Frankrijk-producten

Zo eenvoudig is het!

Met zeven nieuwe recepten biedt Bell Frankrijk zijn consumenten dit jaar creatief genot en inspiratie, en hierbij worden bekende klassiekers opnieuw geïnterpreteerd.

Carpaccio van rauwe ham, Involtini met Jambon D'Auvergne of Serrano-Tostadas – dit jaar nodigt Bell Frankrijk zijn consumenten uit om de regionale klassiekers door middel van herziene recepten opnieuw te ontdekken.

De recepten zijn in samenwerking met twee jonge chef-koks ontwikkeld. Het doel was om met buitengewone combinaties en eenvoudige voorbereidingsstappen oude klassiekers opnieuw onder de aandacht te brengen. Tegelijkertijd wordt hiermee ook de aandacht gericht op bepaalde producten, die niet zo vaak worden gebruikt – of die alleen in een bepaalde regio bekend zijn, zoals bijvoorbeeld Diots de Savoie.

De recepten zijn niet alleen te vinden op de nieuwe website van Bell Frankrijk www.bell1869.fr, maar worden ook in de Facebook-campagne en in samenwerking met de bekende website voor Franse recepten "Demotivateur Food" gebruikt.

In beide gevallen profiteert Bell Frankrijk van een groot bereik. "Dergelijke recepten bieden een ideale mogelijkheid om onze producten over de regionale grenzen en met name ook onder jongeren bekendheid te geven", aldus Marguerite Martin, Productmanager bij Bell Frankrijk. "Soms hebben consumenten behoefte aan inspiratie – en die bieden we in ieder geval met onze nieuwe recepten." • sh

In gesprek met: Maria José Canovas Pérez

Inkopen met Eisberg

Spanje wordt als de moestuin van Europa gezien. Daarom behoort dit land tot een van de belangrijkste leveranciers van Eisberg tijdens de winterperiode. Het inkoopbureau in Spanje bestaat al sinds 1999. Sinds het begin van het jaar heeft Maria José Canovas Pérez, als Chief Purchasing Officer van de Eisberg Groep en Managing Director van ESSP, de leiding over deze vestiging in Spanje. Look! interviewde haar over haar nieuwe functie en het belang van de Spaanse producten voor Eisberg.

Sinds het begin van het jaar bent u CPO van de Eisberg Groep en directeur van het ESSP-inkoopbureau in Spanje. Wat zijn uw belangrijkste verantwoordelijkheden in deze functie? Maria José Canovas Pérez: Ik geef op deze locatie leiding aan het team en ik ben ook de technisch manager van de inkoopteams in de andere landen. Tegelijkertijd ben ik verantwoordelijk voor de implementatie van de Eisberg-inkoopstrategie. Daarnaast zorgen mijn team en ik er o.a. voor dat onze leveranciers voldoen aan onze kwaliteits- en leveringszekerheidseisen.

Waarom is Spanje een belangrijke leverancier voor Eisberg? De regio's rond de steden Murcia, Almería, Alicante en Valencia bieden van oktober tot april unieke klimatologische omstandigheden voor de salade- en groenteteelt conform de EU-normen. Daarom komt in het winterseizoen een groot deel van de grondstoffen voor Eisberg uit Spanje. Andere landen, zoals Italië of Griekenland, verbouwen weliswaar ook salade en groenten tijdens de wintermaanden, maar de hoeveelheden daar zijn kleiner en de landen concentreren zich meer op de verkoop in hun eigen land.

Voor welke productievestigingen van de Eisberg Groep koopt u in Spanje in? Wij leveren aan alle Eisberg- en GastroStar-productiebedrijven. De afgewerkte producten gaan van daaruit naar de twaalf landen, waarin Eisberg is vertegenwoordigd. Naast Zwitserland, Oostenrijk en Duitsland zijn dat talrijke Oost-Europese markten.

Hoe zorgt u ervoor dat de leveringsbedrijven aan de vereiste normen voldoen? Onze kwaliteitsmanager bezoekt dagelijks de producenten om de kwaliteit van de producten te controleren, die voor Eisberg worden geteeld. En zelf bezoek ik ook tijdens het teeltseizoen af en toe de boeren, om mezelf ervan te overtuigen dat alles in overeenstemming is met onze richtlijnen.

Welke plannen heeft u de komende jaren met het inkoopbureau in Spanje? Ons doel is om een inkoopbureau voor de Eisberg Groep te worden, waarin alle werkzaamheden op het gebied van sla, groente en fruit worden samengebracht. Zolang de Groep blijft groeien en daarvoor natuurlijk grotere hoeveelheden grondstoffen nodig heeft, zal onze vestiging hier in Aguilas in de toekomst nog belangrijker worden. • mr



Maria José Canovas Pérez,
Chief Purchasing Officer
van de Eisberg Groep
en Managing Director van
ESSP in Spanje

"Tijdens het teeltseizoen bezoek ik ook zelf de boeren."

Bedrijfsgezondheidsmanagement bij Bell Zwitserland

FOCUS OP DE GEZONDHEID VAN MEDEWERKERS



Bell Zwitserland is sinds de herfst van 2016 gecertificeerd met het label "Friendly Work Space". De onderneming is heeft dit label ontvangen, omdat het een breed scala aan gezondheidsbevorderende maatregelen voor werknemers heeft geïmplementeerd. Met de introductie van bedrijfsmatig gezondheidsbeheer (BGM) worden deze maatregelen nu systematisch gestructureerd, geëvalueerd en uitgebreid. Het doel is om de gezondheidsvoorwaarden op de werkplek verder te verbeteren en bij gezondheidsproblemen ondersteuning te bieden.

Ongevallen, ziektes, problemen met werknemers of leidinggevenden, evenals privé- of andere sociale problemen kunnen de gezondheid van werknemers beïnvloeden en een negatieve invloed op hun vermogen hebben om te werken. De gevolgen hiervan zijn stress, ontevredenheid en in de extreemste gevallen lange afwezigheid en zelfs volledige arbeidsongeschiktheid.

Om deze reden heeft Bell Zwitserland al heel lang een hele reeks maatregelen genomen om de gezondheid en het werkplezier van zijn werknemers te vergroten. Deze

Het doel van het gezondheidsbeheersysteem is gezond en tevreden personeel.

omvatten preventieve maatregelen zoals fysiotherapie binnen het bedrijf of gratis griepvaccinaties in de winter. Tegelijkertijd worden, indien nodig, concrete verbeteringen direct op de

werkplek doorgevoerd. Indien mogelijk wordt hierbij ook rekening gehouden met de individuele behoeften van werknemers.

In samenhang met de certificering 'Friendly Work Space' introduceert Bell Zwitserland nu een bedrijfsgezondheidsbeheersysteem (BGM), waarin deze maatregelen systematisch worden gestructureerd, geëvalueerd en voortdurend uitgebreid.

In het kader van case-management worden werknemers in moeilijke situaties ondersteund. De coördinatie van de individuele maatregelen is in handen van de HR-afdeling van Bell Zwitserland, die op dit gebied nog heel wat werk te doen heeft. "We hebben als doel om werknemers die ziek worden vanwege hun gezondheid, sociale problemen of andere problemen, in het werkproces te houden of verantwoord te integreren", vertelt Johannes Meister, Hoofd HR bij Bell Zwitserland.

Belangrijke elementen van het bedrijfsgezondheidsbeheersysteem zijn de vroege erkenning van en reactie op gezondheidsproblemen of andere problemen. "We willen niet pas in actie komen als het al te laat is. Daarom is het zo belangrijk voor werknemers om tijdig naar ons toe te komen voor een gesprek over hun situatie", vertelt Julia Peyer, die verantwoordelijk is voor het gezondheidsbeheersysteem bij Bell Zwitserland.

Medewerkers kunnen zelf bepalen tot wie ze zich willen wenden. In het kader van het gezondheidsbeheersysteem hebben ze de beschikking over verschillende kosteloze counselingsmogelijkheden. De verschillende contactpunten ondersteunen medewerkers bij het vinden van oplossingen en behandelen de zaak vertrouwelijk (zie kader). • fv

Problemen snel aanpakken

Bij ongunstige werksituaties, gezondheidsbeperkingen of moeilijke privé-situaties is het belangrijk dat u zo snel mogelijk contact met ons opneemt. Bell Zwitserland heeft een aantal contactpunten waar u uw zorgen vertrouwelijk kunt delen en die samen met u naar een oplossing kunnen zoeken:

Uw leidinggevenden

Het gezondheidsbeheersysteem heeft een belangrijke managementtaak als onderdeel van het dagelijkse werkproces. Neem indien mogelijk contact op met uw leidinggevende of de volgende hogere verantwoordelijke als u problemen ervaart.

Human Resources

U kunt bij problemen altijd terecht bij uw HR-managers die samen met u naar een oplossing zullen zoeken. HR coördineert dan samen met u de verdere stappen, verwijst u door naar de specialisten en helpt u bij het aanpassen van uw werkplek of bij een re-integratie.

Vertegenwoordiging van werknemers Bell Zwitserland

Hier kunt u uw situatie bespreken en bijv. met soortgelijke situaties vergelijken die de werknemersvertegenwoordiging al heeft ondersteund. Daarna zullen de verdere mogelijkheden samen worden onderzocht.

Coöperatie met maatschappelijk werkers

Externe hulp van getrainde maatschappelijk werkers om samen nieuwe perspectieven te creëren.

Verzuimverzekering / Case-management

De verzuimverzekering SWICA kan in bepaalde gevallen ondersteuning voor fysieke of psychologische problemen bieden met behulp van case-managers en is erop gericht om medewerkers in het arbeidsproces te houden of hierin te laten re-integreren. Hierbij wordt er gezorgd voor een belangrijke coördinatie tussen verschillende andere betrokkenen zoals artsen, particuliere en openbare verzekeringsmaatschappijen, human resources en leidinggevenden.

Meer informatie en contactgegevens over het gezondheidsbeheersysteem zijn te vinden op BellNet of op het prikbord.

De Orderpicking bij Hilcona in Schaan

Versheid perfect georganiseerd

Bestellingen ontvangen, goederen samenstellen, rolkarren beladen – het orderpickteam van Hilcona in Schaan heeft er zijn handen vol aan. Zeven dagen per week zorgen zij ervoor dat pasta's, salades en andere verse producten precies op tijd bij hun klanten worden geleverd.



De hele dag door ontvangt het orderverwerkingsteam van Hilcona in Schaan bestellingen van klanten. Hiervoor hebben ze een telefoon, een fax, e-mail of de elektronische gegevensuitwisseling (electronic data interchange, EDI) tot hun beschikking. Ze beschikken over een breed assortiment aan verse gerechten, salades en verse pasta. En de benodigde hoeveelheid en samenstelling kunnen zij per order aanpassen. Op deze manier worden er ongeveer 4.000 orders per maand handmatig samengesteld. Om ervoor te zorgen dat er hierbij geen fouten worden gemaakt, wordt er vanaf deze eerste stap uiterst zorgvuldig gewerkt.

Daarna volgt de concrete verwerking van orders binnen de orderpicking-afdeling, waar medewerkers uit de administratie concrete orderpicking-opdrachten genereren. De orderpickers stellen de verschillende producten vervolgens in overeenstemming met de bestelde hoeveelheden samen en verpakken ze in boxen, ook wel herbruikbare containers genoemd, omdat ze steeds opnieuw kunnen worden gebruikt. Op de rolkarren gestapeld zijn ze nu klaar voor vertrek in de vrachtwagen die klaarstaat. In sommige gevallen worden ze al binnen twee uur na het bestelmoment naar de klant getransporteerd. De levering van verse producten begint al vroeg in de namiddag, zodat ze de volgende ochtend klaar staan voor de verkoop.

De orderpicking vindt al tientallen jaren op het hoofdkantoor van Hilcona in Schaan (Liechtenstein) plaats. In 2013 vond hier een grote verandering plaats. In september van dat jaar nam de locatie, naast de verwerking van Hilcona-producten, ook de orderpicking van ongeveer 270 nieuwe artikelen van de Bell-vestiging in Schafisheim over. Voor dit doel werd er een nieuw gebouw neergezet en de afdeling groeide aanzienlijk.

Tegenwoordig zijn er ongeveer 55 werknemers in Schaan werkzaam om klanten een verscheidenheid aan gemakproducten te bieden. De speciale kracht van deze afdeling is de snelheid, flexibiliteit en veelzijdigheid van de medewerkers. Het hele team is perfect op elkaar ingespeeld en zorgt ervoor dat alle bestellingen zorgvuldig worden verwerkt en precies op tijd worden afgeleverd.

En zelfs tijdens piekuren, zoals in de zomermaanden als er een grote vraag is naar salades, is dit team goed voorbereid. "Wij trainen onze medewerkers zodanig dat ze indien nodig

van orderpickzone kunnen wisselen. Bovendien stemmen we, afhankelijk van de dagplanning, de orderpickzones en teams op het desbetreffende seizoen af", aldus Fernandez Francisco Paris, hoofd Orderpicking bij Hilcona in Schaan.

Gemiddeld verlaten er iedere dag 140.000 artikelen de locatie in Schaan – op speciale dagen kunnen dit zelfs 180.000 artikelen zijn. Perfect gesorteerd en goed gekoeld, worden de verse producten dagelijks met bijna 20 vrachtwagens naar de distributiecentra van klanten in Duitsland en in het buitenland getransporteerd. Daarvandaan worden ze vervolgens naar de afzonderlijke filialen vervoerd, zodat ze de volgende dag al in de koelvitruines kunnen staan. Tot de afnemers behoren, naast de Zwitserse handel, ook bekende supermarkketens in Duitsland, Oostenrijk en Polen. Voor hen staat het orderpickteam van Hilcona zes dagen per week klaar.

Coop neemt hierbij een speciale positie in. Hilcona ontvangt namelijk zelfs zeven dagen per week bestellingen van zijn grootste klant. Bovendien stelt het bedrijf de bestelde goederen voor Coop al kant-en-klaar samen voor de afzonderlijke vestigingen. Dus de bevoorrading van pasta's, salades etc. arriveert al op de avond van de besteldag op de desbetreffende verkooplocatie.

"Onder het motto 'Wij nemen de leiding' geven wij dagelijks de hoogste prioriteit aan klanttevredenheid en met de efficiënte inzet van onze middelen kunnen wij aan de eisen van de Bell Food Group voldoen", verklaart Philipp Ender, logistiek distributiespecialist bij Hilcona. • mr



Fernandez Francisco Paris, hoofd Orderpicking bij Hilcona in Schaan

De kracht van ons team is snelheid en flexibiliteit.

De nieuwe programma's van de Zwitserse gezondheidsdienst voor varkens

Een grote 'Plus'

In 2016 lanceerde de Zwitserse varkensindustrie het project "Schweine Plus-Gesundheitsprogramme" (het Plus-gezondheidsprogramma voor varkens), een oplossing voor duurzame antibioticareductie in de varkensproductie. De startfinanciering in april 2018 was daarna een belangrijke stap in de richting van de duurzame implementatie ervan – en een goed moment om dit project wat meer aandacht te geven.

De gezondheidsprogramma's bevorderen de diergezondheid en het dierenwelzijn.

In de Zwitserse varkensindustrie vormde het thema antibioticareductie al langer een punt van discussie. Al meer dan vier jaar houdt de gehele varkenswaardeketen zich met deze problematiek bezig en is op zoek naar methoden en oplossingen voor duurzame antibioticareductie. Om een dergelijk project op te zetten, moet de gehele industrie samenwerken en actief deelnemen: van fokkers en varkensmesters, via de veehandel, slachtopdrachtgevers en slaggers, tot aan detailhandelaren, de wetenschap en de overheid.

Met het project "Schweine Plus-Gesundheitsprogramme" (de Plus-gezondheidsprogramma's voor varkens) pakt de varkensindustrie deze problematiek pas écht aan. De focus ligt hierbij op de beide varkensgezondheidsdiensten Suisag-SGD en Qualiporc en hun respectievelijke gezondheidsprogramma's "SuisSano" en "qualiporc Safety Plus". Met deze Plus-gezondheidsprogramma's wil de industrie niet alleen de ontwikkeling van resistentie bij vee te-

gengaan, maar ook het imago van het Zwitserse varkensvlees opschroeven.

De basis van het project bestaat uit een langdurige en uitgebreide registratie van alle relevante gegevens. Iedereen die een duurzame antibioticareductie overweegt, dient namelijk niet alleen de behandlungsgegevens te analyseren, maar ook rekening te houden met de ontwikkeling van de prestatie- en gezondheidsgegevens. Daarom worden niet alleen concrete gegevens over diergezondheid geregistreerd, maar ook prestatiegegevens, zoals het aantal geboren biggen.

Tenslotte werd in april 2017 de basis gelegd voor een naadloze en uitgebreide registratie van gegevens: het "elektronische Behandlungsjournal (EBJ)" (het elektronische behandlungs-dagboek) - een elektronisch registratiesysteem waarin fokkers en varkensmesters via een app hun gegevens kunnen invoeren.

Producenten die deelnemen aan een van beide Plus-gezondheidsprogramma's, zijn verplicht om regelmatig hun gezondheids- en prestatiegegevens in het behandlungs-dagboek in te voeren.

De daaruit afgeleide kerncijfers vormen de basis voor gerichte, bedrijfsspecifieke conferenties van de gezondheidsdiensten. Op basis hiervan ontvangen de producenten niet alleen periodiek de berekende evaluaties m.b.t. hun

eigen bedrijf, maar kunnen ze die ook vergelijken met andere deelnemers aan de Plus-gezondheidsprogramma's.

Op 1 april 2018 begon de startfinanciering voor de producenten en dit was een nieuwe mijlpaal voor het project. In het kader van een aanmoedigingssysteem ontvangen deelnemende fokkers en varkensmesters tot 2021 een toeslag van CHF 1,00 per gespeende big of geslacht varken. Deze toeslagen worden gefinancierd door een fonds dat door de branche-

vereniging Proviande wordt beheerd en door exploitanten zoals Bell wordt gespekt. Aan de ene kant wil de industrie hiermee een deel van de extra werkzaamheden door Plus-varkensproducenten dekken, maar aan de andere kant ook snel voor de hoogst mogelijke deelname zorgen. De projectmanagers verwachten dat vóór 2020 95% van alle Zwitserse varkensproducenten aan een van beide gezondheidsprogramma's zal deelnemen. • sh

De EBJ garandeert een naadloze registratie.



Foto: SUISAG



Foodservice in de Bell Food Group

ALLES WIJST OP GROEI

De buitenshuisconsumptie is booming in heel Europa. Een groeimarkt, die ook voor de Bell Food Group steeds belangrijker wordt. Het bedrijf is al jaren actief met verschillende aanbiedingen voor zijn Foodservice-klanten. Met de overname van Hügli heeft Bell zijn positie in deze branche opnieuw aanzienlijk versterkt.

Of het nu in de kantine is, in het eetcafé of in het restaurant – het eten buitenshuis hoort gewoon bij het moderne leven. En dat gebeurt voor veel mensen steeds vaker. Op deze manier biedt de buitenshuismarkt van de voedingsindustrie een veelbelovend potentieel.

Bell houdt ook de actuele voedings-trends in de gaten.

Dit geldt ook voor de Bell Food Group. Op alle afdelingen – van Bell Zwitserland, Duitsland en Internationaal tot Hilcona en Eisberg – is de ondernemingsgroep actief met verschillende aanbiedingen in de Foodservice-branche. De uitbreiding op dit gebied is dus een duidelijk omschreven doel binnen de bedrijfsstrategie. “Het feit dat we onze positie in de Foodservice-branche verder versterken, is cruciaal voor ons succes in de toekomst”, aldus Marcel Allemann, Sales

Manager Food Service bij Bell in Zwitserland. “Daarom zijn we begonnen met het creëren van de juiste structuren, bijvoorbeeld in de verkoop, om onszelf op dit gebied nog beter te kunnen positioneren.”

Een belangrijke strategische partner in de Foodservicebusiness is Transgourmet. Als de op één na grootste leverancier in de Europese groothandel van cash & carry en levering, verzorgt dit bedrijf de levering van een breed assortiment levensmiddelen aan restaurateurs en groothandels. Transgourmet maakt sinds 2011 deel uit van de Coop-groep en is daarom nauw verbonden met Bell. In Duitsland, Frankrijk en Zwitserland werken de twee partners al intensief samen. In deze landen heeft Transgourmet talrijke Bell-producten in zijn assortiment.

Een Foodservice-offensief met Bell Professional

Verdere verbetering van onze producten en diensten om het dagelijks leven voor onze klanten zo gemakkelijk mogelijk te maken – met het nieuwe Bell Professional-aanbod streeft Bell dit doel na. Dit aanbod bevat hoogwaardige charcuterie- en gemakproducten, die nu ook voor het eerst in landen zoals Duitsland, Frankrijk of Polen onder de merknaam Bell op de markt worden gebracht. Het merendeel van de assortimenten bestaat uit producten die voorheen op de afzonderlijke markten onder de daar gevestigde merknamen werden gevoerd. Het nieuwe uniforme verpakkingsontwerp met het Bell-logo brengt de hoge normen van het assortiment over. Bovendien laat het ontwerp duidelijk alle belangrijke voedselgegevens zien, zoals het aantal porties of plakjes, de bereidingstijd en –mogelijkheden, alsmede de diersoort. Deze informatie biedt klanten echt een toegevoegde waarde. En dat zowel bij de aankoop als bij het gebruik van de producten.

Bell Duitsland heeft het nieuwe assortiment sinds mei geleidelijk geïntroduceerd. Meer dan honderd bestaande artikelen van de merken Abraham, Hoppe en Zimbo zijn al naar Bell Professional geconverteerd en afgestemd op de specifieke behoeften van professionele gebruikers. Nieuwe producten zullen het assortiment verder aanvullen, zodat er nog meer variatie op tafel kan komen. Tegelijkertijd versterkte Bell Duitsland ook zijn verkoopteam in de Foodservice-branche om zijn klanten in de horeca- en hotelsector, to-go en fast-food-sector, bedrijfscatering en groothandel nog meer ondersteuning te kunnen bieden.

Daarnaast trok het bedrijf met een uitgebreide communicatiecampagne over dit nieuwe sterke merk in de Foodservice-branche de aandacht van een brede doelgroep. Zo dragen de desbetreffende artikelen sinds april stickers met informatie over de overstap naar Bell Professional. Voor de

verdere communicatieve ondersteuning zorgden advertenties in vakbladen, verkoopfolders, een speciale landingspagina en ‘last but not least’: de buitendienstvertegenwoordigers tijdens hun persoonlijke gesprekken met klanten.

“Honderd procent klantgerichtheid is ook de boodschap van de in Duitsland ontwikkelde campagne voor Bell Professional. Dit wordt duidelijk geïllustreerd door de slogan: <Food & Service made for you>. Professionals in de gehele buitenshuismarkt en groothandel moeten kunnen profiteren van de productdiversiteit en service die Bell Professional biedt”, aldus Vivian Tiemann, Marketing Manager Foodservice & Export bij Bell Duitsland.

Link

www.bellprofessional.de



4 vragen aan Daniel Stiller



Daniel Stiller is als vertegenwoordiger verantwoordelijk voor de klanten van Foodservice bij Hügli-dochter Vogeley.

Daniel Stiller brengt dagelijks een bezoek aan de Foodservice-klanten van Vogeley, een dochteronderneming van Hügli. In het Look! -interview vertelt hij hoe belangrijk betrouwbaarheid en flexibiliteit voor zijn werk zijn.

Meneer Stiller, hoe bent u vertegenwoordiger bij Vogeley geworden?

Daniel Stiller: Ik begon mijn opleiding tot industrieel zakenman bij Vogeley in 2004. Mijn leraren realiseerden zich al snel dat ik zeer geschikt was voor direct klantencontact. Dus kreeg ik al in het tweede jaar een functie in de buitendienst. Eerst werd ik in heel Duitsland als vervanger

voor zieke collega's ingezet. Later kreeg ik mijn eigen gebied op de grens tussen Oost-Westfalen en Nedersaksen, waar ik nog steeds werkzaam ben.

Hoe ziet een normale werkdag er bij u uit?

Ik begin tegen 7:00u met mijn route. In de loop van de dag bezoek ik negen tot tien klanten in restaurants, ziekenhuizen, bejaardentehuizen of bedrijfsrestaurants, met wie ik vaste afspraken heb gemaakt, meestal vier weken van tevoren. Het gebeurt vaak dat iemand me spontaan vraagt om langs te komen, omdat hij een speciaal advies of nieuwe producten nodig heeft. Naast bestaande klanten bezoek ik dagelijks ook drie tot vier potentiële nieuwe klanten om hen te overtuigen van ons aanbod. Als ik klaar ben met mijn route, dan wacht het kantoorwerk op me. Ik moet namelijk de bestellingen in het systeem invoeren, documenteren wie ik heb bezocht en wanneer, e-mails beantwoorden en nog veel meer.

Wat neemt u mee als u klanten gaat bezoeken?

De kofferbak van mijn auto ligt vol met informatiemateriaal. Naast de productcatalogi neem ik bijvoorbeeld ook flyers over speciale acties mee, zoals momenteel over de WK of over speciale assortimenten, zoals de hoogcalorische

aanvullende voeding voor senioren: CuraPlus. Om restaurateurs spannende producten te kunnen presenteren die ze nog niet kennen, neem ik bijna dagelijks verschillende producten mee om te proeven, zoals een kant-en-klare mousse of een bouillon. Deze maak ik van te voren zelf thuis klaar. Een zekere affiniteit met eten en koken is essentieel voor mijn werk.

Wat zijn volgens u de grote voordelen die Vogeley aan zijn Foodservice-klanten biedt?

Aan de ene kant zijn het de producten van hoge kwaliteit met een garantie voor succes en concepten voor specifieke seizoensgebonden gelegenheden of voor speciale doelgroepen. Aan de andere kant zijn het de directe verkopen en de grote betrokkenheid met restauranthouders. Afhankelijk van hun grootte, bezoek ik mijn klanten elke vier tot acht weken en natuurlijk ben ik altijd tussendoor bereikbaar. Het is vooral belangrijk voor mijn klanten dat ik op de afgesproken tijd voor hun deur sta en hun arbeidsprocessen niet verstoort. Of kort gezegd: Tijdige levering en betrouwbaarheid zijn van essentieel belang bij mijn werk.



Transgourmet is een belangrijke strategische partner.

Bell & McDonald's hebben al meer dan 40 jaar een goede samenwerking.

wordt de volgende ochtend vers afgeleverd. En als betrouwbare leverancier zorgt de afdeling er ook voor dat zelfs op piekmomenten alle gewenste goederen verkrijgbaar zijn. Niet voor niets wordt Bell als de grootste slager van Zwitserland beschouwd.

Maar vlees- en worstproducten vormen allang niet meer de core business van de Bell Food Group. Ook op het gebied van Convenience wordt de groep steeds meer een grote internationale speler. De fusies met Hilcona en Eisberg hebben hieraan op beslissende wijze bijgedragen. Beide divisies zijn ook zeer succesvol in de Foodservice-branche met assortimenten en producten die perfect zijn afgestemd op de behoeften van restaurants en groothandels in heel Europa.

Onlangs kreeg het Convenience-segment ook een verdere versterking: Met de overname van Hügli aan het begin van het jaar wordt er nog een bedrijf aan de Bell-familie toegevoegd, met een uitgebreid assortiment aan gemakproducten voor grote klanten in de horeca. De assortimenten van de merken Hügli, Supro en Vogeley zijn, van voorgerecht tot dessert, nauwkeurig afgestemd op de behoeften van keukenchefs. Daarbij hecht het bedrijf bij alle drie de merken veel waarde aan culinaire creativiteit. Ervaren verkoopexperts zorgen er ook voor dat klanten voldoende advies krijgen. Hun aanbod en de bedrijfsfilosofie passen dus perfect bij de Bell Food Group. Daarom staan we nu ook in het Foodservice-segment samen aan de top. • *mr*

Het is lang geleden dat Heinz Verna in 1976 hoogstpersoonlijk de eerste burgers voor de Big Mac bij de markttoetreding van de McDonald's naar Genève bracht. Zelfs toen al vond McDonald's de vleesleverancier Grieder een zeer overtuigende competente, capabele en innovatieve partner, waarmee gezamenlijke groei mogelijk was. In de tussentijd fuseerde Grieder met Bell en werd de levering naar één McDonald's restaurant uitgebreid tot 167 restaurants in heel Zwitserland. De toewijding van Heinz Verna, die tegenwoordig nog steeds voor Bell in Oensingen werkt, evenals de hoge kwaliteit van Bell's rundvleesburgers in de hamburgers van McDonald's zijn nog steeds hetzelfde gebleven.

"Wij hebben een grote waardering voor de langdurige samenwerking met Bell. Deze wordt gekenmerkt door een directe, nauwe samenwerking, een grote openheid en het hoogste kwaliteitsbegrip", aldus Deborah Murith, Communication Manager bij McDonald's Zwitserland.

Vorig jaar verwerkte Bell 4.450 ton rundvlees voor McDonald's Zwitserland; 70 procent daarvan was afkomstig uit de RAUS-veeteelt. Deze norm zorgt ervoor dat de dieren regelmatig in de weilanden te vinden zijn. De burgers zijn gemaakt van puur spiervlees van de schenkel van het rund. Elke burger bij Bell ondergaat een streng kwaliteitsproces met 80 testcriteria.

"Voor McDonald's Zwitserland zijn de basisingrediënten vanaf het begin belangrijk geweest", vertelde Deborah Murith. "Wij willen onze gasten bij ieder bezoek een smakelijk en vrolijk verblijf bieden – daarbij is de ervaring van onze gasten in de restaurants net zo belangrijk als de kwalitatief hoogwaardige ingrediënten in onze producten. Daarom hanteren wij zeer hoge kwaliteitsnormen voor onze leveranciers en zijn we verheugd over de toewijding van Bell."

En het zijn niet alleen Bell's Foodservice-experts in Zwitserland die nauw samenwerken met McDonald's. Ook Eisberg met haar dochteronderneming Gastro Star behoort tot één van de oudste leveranciers van het bedrijf. Naast de restaurants in Zwitserland leveren de versheidsspecialisten ook aan restaurants in Duitsland, Oostenrijk en zes andere Europese landen hun frisse salades voor Big Mac & Co.



Ook in het Foodservice-segment: Samen aan de top.

Nieuwe afzetmarkten zoals in Polen, Roemenië en sinds kort ook in Oostenrijk zijn in ontwikkeling.

Voor de toekomstige groei op dit gebied dient de samenwerking verder te worden versterkt. "Op de lange termijn is ons doel dat Bell de vlees- en worstproducten voor de restaurateurs produceert en dat Transgourmet deze verkoopt", aldus Marcel Allemann.

Naast de verkoop van vlees- en worstproducten via Transgourmet, levert Bell Zwitserland ook zelf aan de Foodservice-branch, waaronder o.a. aan grote restaurant- en slagerijketens. Het recept voor succes: Uitstekende producten gecombineerd met de beste service. Daar komt nog bij dat Bell aan zijn klanten een consistente productkwaliteit levert. "De res-

taurathouders kunnen erop vertrouwen dat ze bijvoorbeeld bij vers vlees altijd dezelfde stukken en afmetingen ontvangen. Dit helpt hun zowel bij de voorbereiding als bij de berekening van de gerechten. Daarnaast zijn we ook gericht op individuele klantverzoeken en leveren hen precies de producten waar ze behoefte aan hebben", vertelt Marcel Allemann.

Bell is altijd zeer betrokken met hun klanten en houdt ook de actuele voedingstrends in de gaten. Of het nu gaat om de opslag van rundvlees of vleesproducten met het dierenwelzijn- of biolabel, de Zwitserse experts op het gebied van Foodservice bieden de juiste producten voor elke gastronomische behoefte. Tegelijkertijd scoren ze ook met korte levertijden. Alles wat een klant vóór 16.00 uur bestelt,

Josef Wechsler werd door zijn vrouw een hobby-imker

LEIDER OVER 35 volken

Ten minste eenmaal per week trekt Josef Wechsler zijn bescherm pak met sluier aan om naar zijn beschermelingen te kijken. Samen met zijn vrouw zorgt deze hobby-imker voor meer dan een miljoen bijen. Ze vliegen van bloem tot bloem in het achterland van Luzern en zorgen er o.a. voor dat de boeren een goede fruitoogst hebben.



Over een persoon

Naam: Josef Wechsler

Functie bij Bell:

Teamleider Elterntiere bij de dierlijke productie in Zell

Bij Bell sinds: 1997

Leeftijd: 54



Ze zijn klein, harig en hebben de prachtige naam: "Apis mellifera mellifera". De schoonvader van Josef Wechsler had ook al volken van deze soort: "de donkere bijen". Hij gaf zijn passie voor deze 'bezige' insecten door aan zijn dochter – en die vervolgens ook aan haar echtgenoot. "Mijn vrouw heeft deze hobby al veel langer", aldus de teamleider van Elterntiere bij de dierlijke productie van Bell in Zell. "Op een gegeven moment liep ik er ook warm voor en heb ik een imkerkursus gevolgd."

Dat is nu twaalf jaar geleden en ondertussen bezitten de Wechslers 35 bijenvolken met ieder 35.000 tot 40.000 bijen. Ze wonen in het achterland van Luzern, waar hun bijenkorven in drie huizen zijn ondergebracht. Hier verzamelen ze voornamelijk hun nectar en stuifmeel uit de fruitbomen en ondersteunen hiermee de bestuiving in het voorjaar. Bovendien groeien er op de omliggende weilanden ook paardenbloemen en andere bloemen waar ze in het warme seizoen naartoe kunnen vliegen. "In onze regio hebben de bijen goede omstandigheden, omdat de boeren hier niet zoveel pesticiden sproeien en de weilanden ook niet zo vaak maaien", aldus Josef Wechsler.

Eén- of tweemaal per week bezoekt de imker zijn bijenkorven en controleert of het goed met de bijen gaat. Daarbij houdt hij ook in de gaten wat er rond deze bijenkorven gebeurt. "Door mijn hobby ben ik veel in de natuur en ik houd bijvoorbeeld in het voorjaar in de gaten wat er al bloeit", vertelt Josef Wechsler.

Omdat de bijen vanaf het voorjaar tot aan de herfst in de omgeving voldoende voeding vinden, moeten ze in het koele najaar op hun voorraden terugvallen. Als die niet toereikend zijn, helpt Josef Wechsler hen met suikerwater de winter door. Vooraf aan de bloeitijd in het voorjaar krijgen ze bovendien een speciaal voederdeeg bestaande uit poedersuiker, die ze voor het komend seizoen sterker maakt.

Zelfs als Josef Wechsler de bijen voldoende bijvoeding voor hunzelf en hun nakomelingen in de honingraat geeft, blijven deze vlijtige verzamelaars hem nog steeds ieder jaar lekkere



Honingbijen

De mens gebruikt de honingbijen al duizenden jaren. Na de runderen en varkens worden ze als de belangrijkste dieren voor de landbouw beschouwd. Ze zorgen immers voor de bestuiving van het merendeel der gewassen. Zonder hen kunnen het fruit, de groenten en andere voedingsmiddelen niet ontstaan. Bovendien zijn ze de leverancier van andere geliefde producten, zoals honing, maar ook bijenwas of propolis, dat onder meer als ontstekingsremmend wordt beschouwd.

Afhankelijk van het ras en het seizoen, bestaat een bijenkolonie uit 10.000 tot meer dan 70.000 bijen. Naast de koningin, die als enige de eitjes legt, bestaat een volk vooral uit werksters. Van april tot juni groeien de mannelijke drones die als enige taak hebben om de koningin te bevruchten.



bloesem- en boshoning geven. "Maar hoeveel dat is, blijft een goed bewaard geheim onder ons imkers", zegt de Bell-werknemer met een glimlach. Zijn "Hemelse Honing" is in ieder geval populair onder zijn vrienden en bekenden, maar ook bij bedrijven in de regio die deze kostbare honing bijvoorbeeld als geschenk aan hun klanten geven.

Hoewel hij zichzelf van top tot teen beschermt voordat hij zijn beschermelingen bezoekt, wordt hij toch af en toe gestoken. De "donkere bij" is immers een steekgrage soort. "Deze steken zijn echter onschuldig. Ik heb tot nu toe nog geen slechte ervaring gehad", aldus de imker. Hij weet dan ook precies waar hij op moet letten, want vooral als de bijen zich bedreigd voelen of als het weer slecht is, moet je op je hoede zijn. • mr

"In onze regio hebben de bijen het goed."



Jubileums

LOOK! feliciteert de jubilarissen van juni tot augustus 2018

Bell Zwitserland

20 Dienstjaren

Andre Anker, 1. juni, Bell, Oensingen

Saban Kerimi, 1. juni, Bell, Basel

Maria de Fatima Marques de Oliveira,

1. juni, Bell, Zell

Lingathas Thangavelayutham, 2. juni, Bell, Zell

Ramazan Dervisovski, 10. juni, Bell, Zell

Maria Fernandes, 15. juni, Bell, Zell

Mark Ransi, 15. juni, Bell, Zell

Frédéric Karth, 29. juni, Bell, Cheseaux

Yannick Henaph, 1. juli, Bell, Basel

Uthayakumar Kanagasingam, 1. juli, Bell, Zell

Sarathadevi Jayarajan, 2. juli, Bell, Zell

Sasa Filipovic, 13. juli, Bell, Oensingen

Micha Roth, 13. juli, Bell, Basel

Michaela Wüthrich, 14. juli, Bell, Basel

Bernard Gillmann, 20. juli, Bell, Basel

Lud Marleku, 20. juli, Bell, Zell

Renate Griner, 1. augustus, Bell, Basel

Joseph Koenig, 1. augustus, Bell, Basel

Christophe Wassermann, 3. augustus, Bell, Basel

Sandra Böhm, 7. augustus, Bell, Basel

Christian Foltz, 10. augustus, Bell, Basel

Landrit Ibrahim, 31. augustus, Bell, Oensingen

25 Dienstjaren

Veysel Cicek, 1. juni, Bell, Basel

Thierry Girardin, 1. juni, Bell, Cheseaux

Isabel Sofia Azevedo Saraiva Da Silva,

14. juni, Bell, Zell

Denise Bieli, 16. juni, Bell, Oensingen

Martin Lujic, 1. juli, Bell, Zell

Marcel Jordi, 5. juli, Bell, Zell

Dominique Bornèque, 19. juli, Bell, Oensingen

Fabienne Donelli, 19. juli, Bell, Basel

30 Dienstjaren

Lulzim Shabiji, 6. juni, Bell, Basel

Alain Ziegler, 21. juni, Bell, Basel

Peter Kunimuench, 1. juli, Bell, Basel

José-Manuel Seabra, 11. juli, Bell, Basel

Simone Hertrich, 12. juli, Bell, Basel

Walter Arnold, 1. augustus, Bell, Zell

Dominique Firmin, 1. augustus, Bell, Basel

Doris Ignaczak, 1. augustus, Bell, Basel

Christian Peter, 8. augustus, Bell, Basel

Thierry Viron, 8. augustus, Bell, Basel

45 Dienstjaren

François Jaegly, 2. juli, Bell, Basel

Voortijdige pensionering (Bijlage)

Jean-Jacques Frantz, 31. maart, Bell, Basel

Dominique Stehlin, 31. maart, Bell, Basel

Hasan Uenluetepe, 30. april, Bell, Basel

Pascal Musch, 31. mei, Bell, Basel

Voortijdige pensionering

Mahi Balaj, 30. juni, Bell, Oensingen

Lothar Magnus, 30. juni, Bell, Basel

Hans-Jörg Hochuli, 31. juli, Bell, Oensingen

Bahri Nebihi, 31. juli, Bell, Oensingen

Zef Palushaj, 31. augustus, Bell, Zell

Gepensioneerden

Victor Montes, 30. juni, Bell, Oensingen

Berta Hodel, 31. juli, Bell, Zell

Roland Ichtters, 31. juli, Bell, Basel

Sadik Menes, 31. juli, Bell, Basel

Overledenen

Isabelle Strohmeier, 2. februari, Bell, Basel

Benno Schär, 13. februari, Bell, Zell

Marcel Imboden, 21. februari, Bell, Oensingen

Eisberg

20 Dienstjaren

Marek Bagiński, 1. juni, Eisberg Polen, Lengnica

Mirivete Miftaraj-Sopi, 17. juni, Eisberg,

Dänikon

Julio Martinez, 1. juli, Gastrostar, Dällikon

25 Dienstjaren

Silvana Vella-Tufo, 17. juni, Gastrostar, Dällikon

40 Dienstjaren

Alberto Joaquim Guerreiro, 1. juni,

Gastrostar, Dällikon

Pensionering

Eugenia Bordei, 1. juni,

Eisberg Roemenië, Pantelimon, Ilfov

Hilcona

20 Dienstjaren

Anton Krasniqi, 1. juni, Hilcona, Schaan

Carlos Carvalho Miranda, 1. juli, Hilcona, Schaan

Belinda Caser, 13. juli, Hilcona, Schaan

Ana Sofia Duarte Mendes, 28. juli, Hilcona,

Schaan

Alexander Gugele, 1. augustus, Hilcona, Schaan

Thomas Walser, 1. augustus, Hilcona, Schaan

25 Dienstjaren

Manuel Fernandez Pereira, 1. juni,

Hilcona, Schaan

Nathalie Ory, 16. augustus,

Hilcona Gourmet, Orbe

30 Dienstjaren

Peter Keckeis, 20. juni, Hilcona, Schaan

Bell Duitsland

Bij de jubileums van Bell Duitsland is in de vorige uitgave een fout geslopen. Wij bieden hiervoor onze verontschuldigen aan.

Om deze reden worden de correcte jubilarissen in deze uitgave nogmaals vermeld. • *De redactie LOOK!*

20 Dienstjaren

Carola Röss, 2. maart, Bell, Suhl

Rita de Vries, 16. maart, Bell, Harkebrügge

Tanja Heselmeyer, 23. maart, Bell, Harkebrügge

Luise Just, 1. april, Bell, Börger

Torsten Kühlers, 1. april, Bell, Harkebrügge

Waldemar Wernergold, 15. april,

Bell, Bad Wünnenberg

Alex Reisich, 1. mei, Bell, Börger

Holger Materne, 11. mei, Bell, Harkebrügge

Alexander Steinhauer, 18. mei, Bell, Edewecht

Woldemar Falkenberg, 25. mei,

Bell, Bad Wünnenberg

Jens Krämer, 15. juni, Bell, Suhl

Olga Stoll, 1. augustus, Bell, Harkebrügge

Emma Bertram, 1. augustus, Bell, Harkebrügge

Tatjana Schulz, 1. augustus, Bell, Börger

Bell International

20 Dienstjaren (Bijlage)

Miklós Fodor, 1. mei, Bell Hongarije, Perbál

Zoltán Fodor, 1. mei, Bell Hongarije, Perbál

István Kovács, 1. mei, Bell Hongarije, Perbál

Árpád Nagy, 1. mei, Bell Hongarije, Perbál

Imre Molnár, 4. mei, Bell Hongarije, Perbál

20 Dienstjaren

Paula Winkler, 1. juni, Hubers Landhendl,

Pfaffstätt

Alexander von Bothmer, 1. juli,

Hügli Duitsland, Radolfzell

Reiner Brodersen, 1. juli,

Hügli Duitsland, Radolfzell

Roman Konrad, 13. juli, Hügli Zwitserland,

Steinach

Martin Krutzler, 19. juli, Hügli Oostenrijk, Hard

Christelle Blanchard, 1. augustus,

Bell Frankrijk, Val de Lyon

Kerry Dipple, 10. augustus, Hügli UK, Redditch

Montserrat Bonnard, 22. augustus,

Bell Frankrijk, Val de Lyon

25 Dienstjaren

Petra Teubner, 5. april, Bell, Suhl

Waldemar Quast, 13. april,

Bell, Bad Wünnenberg

Ines Hegler, 27. april, Bell, Suhl

Olga Herner, 5. mei, Bell, Harkebrügge

Elisabeth Remche, 5. mei, Bell, Harkebrügge

Viktor Remche, 5. mei, Bell, Harkebrügge

Ferzan Agirman, 10. mei, Bell, Harkebrügge

Werner Jungsthöfel, 17. mei, Bell, Harkebrügge

Petra Schlegel, 17. mei, Bell, Suhl

Martina Krebs, 24. mei, Bell, Suhl

Petra Schmidt, 24. mei, Bell, Suhl

Frank Büchner, 14. juni, Bell, Suhl

Martina Schulz, 1. juli, Bell, Seevetal

30 Dienstjaren

Helmut Eden, 5. april, Bell, Edewecht

Gerhard Köller, 8. april, Bell, Harkebrügge

35 Dienstjaren

Monika Bieling, 5. april, Bell, Börger

Ewald Brinkmann, 5. april, Bell, Edewecht

Alfred Czombera, 6. juni, Bell, Edewecht

30 Dienstjaren

Robert Pichler, 1. juni, Frisch Express, Pfaffstätt

Karin Konold, 1. juli, Hügli Duitsland, L

angenaslach

Nicolás Montoya Domínguez, 1. juli,

Hügli Spanje, La Vall d'Uixó

Debbie Newmann, 11. juli,

Hügli UK, Redditch

Jean-Jacques Ott, 1. augustus,

Hügli Zwitserland, Steinach

Marie-Cecile Ligeon, 8. augustus,

Bell Frankrijk, Maison de Savoie

40 Dienstjaren

Barbara Schiaffo, 20. juli,

Hügli Duitsland, Radolfzell

Pensionering

Vlasta Staňková, 10. augustus,

Hügli Tsjechië, Zásmuky

De barbecue-trends van het jaar

DE KOLEN MOGEN WEER GLOEIEN

Vlees-fetisjist? Groente-goeroe? Deze zomer komen ze allebei aan hun trekken. Of het nu om een fris bijgerecht gaat of om deels plantaardige worstjes en hamburgers – dit grillseizoen zijn de groenten heel trendy. De nieuwe producten van de Bell Food Group bewijzen dit met veel meer smaak en power.



Nieuwe Meat-Power-creaties van Bell Zwitserland.

Een kleurrijk trio voor de barbecue-avond

Wij presenteren u de Spinach Cottage Sausage, Beetroot Sausage en Beetroot Burger – dit zijn de nieuwe Meat-Power-creaties van Bell Zwitserland. Naast het beste vlees zijn deze krachtgevers ook nog uitgerust met Powerfood-ingredienten, die deze drie nieuwe vleesproducten niet alleen super-

lekker maken, maar ook voor extra voedingsstoffen zorgen. Zo bevat de Spinach Cottage Sausage naast varkensvlees ook nog Hüttenkäse, boerenkool en spinazie. In de Beetroot Sausage zit naast rundvlees ook rode bietjes. En het rundvlees in de Beetroot Burger is met kikkererwten en rode bietjes nog smaakvoller gemaakt. Dit nieuwe assortiment, dat sinds april in de Zwitserse supermarkten ligt, heeft bovendien een opvallende nieuwe look gekregen: Wat dacht u van een groene worst? Of een rode hamburger? Perfect voor alle barbecuefans die van een beetje extra kleur houden.



Snelle oplossing voor onverwachts genieten

Iedereen wil toch zijn eigen ingrediënten meenemen voor een spontane barbecue op het strand? Gastro Star zorgt er met een nieuwe salade-assortiment voor dat niemand vitamines tekort komt. Samen met het bekende Zwitserse foodlabel Betty Bossi hebben de salade-experts vijf heerlijke creaties ontwikkeld die sinds april bij de Coop in Zwitserland en Liechtenstein verkrijgbaar zijn: "Cottage Cheese & Chicken", "Asian Salad", "Greek Style Salad", "Couscous Oriental" en "Vegi Bowl". Naast kleurrijke sla- en groentemixen bevatten de serveerschalen ook toppings, zoals kaas- of kippenreepjes en bovendien een bijpassende dressing. Hiermee heeft u niet alleen in een handomdraai een fris bijgerecht voor uw BBQ-feest, maar ook een lichte lunch voor tijdens de middagpauze.

Kleine worstjes in de hoofdrol

Bell Frankrijk gebruikt het barbecuseizoen om landelijk een regionale specialiteit op de markt te brengen. De "Mini Diots BBQ" zijn de kleinere versies van de in de Savoye geliefde kookworst "Diot". Klanten in Frankrijk kunnen uit vier zomers gekruide versies kiezen: met kruiden, zoals chorizo, met Espelette-peper en als een mix met de variaties naturel, gerookt, met kool en met prei en spinazie. De worstballetjes kunnen gewoon aan de bijgeleverde houten stokjes worden geprikt. Wie het nog afwisselender wil, kan hier gelijk meerdere soorten vlees en misschien ook nog andere ingrediënten zoals uien of paprika's aan vastprikken. 15 tot 20 minuten op het rooster en de mini's uit de Alpen worden de grillsterren van de zomer.



Het beste uit twee werelden

Cross-Kitchen is ook op de grill mogelijk. Het beste Franse rundvlees in een Amerikaans hamburgerbroodje! Bell Duitsland heeft zijn nieuwe product van bijzonder zacht en smaakvol vlees van het Franse Charolais-rund "Le French Burger" genoemd. Het gehakt is verwerkt als Franse "steak haché" ongekruid en luchtig van vorm. Bell Duitsland brengt deze exclusieve diepvriesspecialiteit sinds april onder het merk Gourmet naturel op de markt. Kruislings gegrild en met spekreepjes, kaas, sauzen en salades tussen de broodjes gestapeld, ontstaat er een ultieme multi-culturele hamburgertraktatie.

Kruidiger kan het niet

Met de BBQ-innovaties voor restaurants en de consument zorgt Hügli voor extra veel smaak tijdens de het barbecue- seizoen. Het assortiment "Stein's Best" is door koks voor koks ontwikkeld en bestaat uit gevarieerde grillsauzen, trendy vleeskruiden en een geavanceerde booster, die men opgelost in vloeistof direct in het vlees kan injecteren. Voor koks bij de tuinbarbecue biedt Hügli sinds april bovendien in een grote Duitse discounter een assortiment met producten voor marinades en dips aan. De kruidenmixen voor marinades kunnen met olie worden gemengd en voor de dips heeft men ook natuuryoghurt, crème fraîche of zure room nodig. Of je nu een professionele of hobby-kok bent – met beide nieuwe producten van Hügli staat niets een creatief barbecue-seizoen meer in de weg. •

mr





Sandwich-recepten voor de grill

SANDWICH? Het liefst van de grill!

Snel, gemakkelijk en zeer gevarieerd – LOOK! geeft inspiratie voor sandwiches van de grill. U kunt ze ook naar eigen smaak aanpassen!

John Montagu was, anders dan zijn adellijke titel “Vierde Earl of Sandwich” doet vermoeden, nogal arm. Financieel zat hij niet op rozen en hij was voortdurend aan het werk om rond te komen. Hij had zo weinig tijd voor het eten, dat hij thuis de restjes (van bij voorkeur rundvlees) tussen twee sneetjes brood legde om niet teveel tijd aan de voorbereiding te verliezen. Als hij had geweten dat zijn naam op een dag wereldberoemd zou worden, dan zou dit voor hem geen

opluchting zijn geweest, maar slechts een lichte troost. Zo zwaar was zijn leven.

Maar één ding is zeker: Als John Montagu een barbecue had gehad, dan zou zijn favoriete gerecht op zondag niet alleen uit een eenvoudig belegde boterham bestaan, maar dan had hij die zeker op de grill gelegd. Want ook voor broodjes geldt: Op de grill smaakt alles beter.

Daarom geven wij het recept voor twee heerlijke sandwich-ideeën voor de grill. En hoe verschillend ze ook zijn, deze twee recepten hebben één ding gemeen: Ze zijn allebei ontzettend lekker! • *Michael Martin, uitgever van GRILL & CHILL*

Kalfsribeye in een ciabatabroodje met tartaar en peppadews

Klinkt moeilijk, maar dat is het niet.
Ingrediënten per persoon:

- 1 ciabatabroodje (vers of als afbakbroodje)
- 2 dunne kalfsribeye-steaks (elk ca. 75 g)
- Marinade (3 eetlepels olijfolie, Provençaalse kruiden, een beetje mosterd)
- 4 eetlepels tartaarsaus
- 6 peppadews (wilde pepers uit een pot)
- 2 eetlepels vloeibare boter
- Peterselie voor garnering

Meng de ingrediënten voor de marinade en marineer hiermee de kleine steaks gedurende ca. 30 minuten. Snij het ciabatabroodje door en bestrijk de binnenkant met vloeibare boter. De peterselie grof en de peppadews in reepjes snijden. Grill de kleine biefstukjes op ca. 200 °C gedurende 1 minuut aan elke zijde. De beide helften van het broodje aan de binnenkant op de grill roosteren. Bestrijk de binnenkant van de onderste helft van het broodje met 2 eetlepels tartaarsaus en bestrooi de steaks met zout. Beleg het onderste broodje met de steaks, peterselie en peppadews. Ook de binnenkant van de bovenste helft met tartaarsaus bestrijken, daarna op het vlees leggen en het broodje doormidden snijden. De peppadews zorgen hierbij voor de extra smaak-kick. Als knapperige pittige groente en een zoete smaak zorgen deze wilde paprikavruchtjes voor een echte belevenis voor de smaakpapillen – en maken het geheel nog aantrekkelijker voor het oog. Ze zijn niet alleen geschikt voor salade, raclette en pizza, maar dus ook perfect voor sandwiches.



Pitabroodje met oosterse kip en humus

Een bijzonder kruidige sandwich.
Ingrediënten per persoon:

- 1 pitabroodje
- Gehalveerde kipfilet
- Marinade (3 eetlepels zonnebloemolie, Ras-el-Hanout kruidenmix, korianderzaad en rode paprika, grof gesneden)
- 4 eetlepels humus (kikkererwtenspuree naturel en/of met bietjes als variatie)
- 2 eetlepels natuurlijke yoghurt
- Citroensap
- Duca (kruidenmix; niet noodzakelijk)
- 2 eetlepels vloeibare boter
- Zout, rode peper
- Chilisaus
- Koriander

Meng de ingrediënten voor de marinade en en laat de kipfilets hier ongeveer 30 minuten in marinieren. Snij het pita-broodje doormidden en bestrijk de helften met de vloeibare boter. De kipfilet op ongeveer 185 °C ca. 4 minuten per zijde grillen en warmhouden. De beide zijden van het broodje aan de binnenkant licht op de grill roosteren. Bestrijk daarna de binnenkant van de onderste helft van het broodje met 2 eetlepels humus en leg het vlees erop. De yoghurt licht op smaak brengen met zout, citroensap, rode peper en eventueel Duca en chilisaus, en samen met de gesneden koriander op de kipfilet leggen. Bestrijk ook de binnenkant van de bovenste helft van het broodje met humus, leg die op het vlees en snij het broodje doormidden.



Bell BBQ Single Masters

Wie wordt de Burgerkoning?

Dit jaar draait alles bij Bell BBQ Masters alles om de burger. De voorronden zijn al in volle gang. De winnaar wordt begin september bekend gemaakt en kan zich verheugen op een reis naar de V.S.

Wie maakt de ultieme burger? Sinds eind april vragen de juryleden van Bell BBQ Single Masters zich dit keer op keer af. Het motto dit jaar luidt "Barbecue voor makers". De opdracht voor de toekomstige "hamburgerkampioenen": Een hamburger met de ter beschikking gestelde waren bereiden. Voor het hoofdbestanddeel gehakt kunnen de deelnemers kiezen uit Bell's biologisch rundvlees of biologisch varkensvlees.

Als je mee wilt doen, geef je dan op voor de respectievelijke voorronde-evenementen en toon je vaardigheden op de grill. Als kleine stimulans ontvangt iedere deelnemer onder meer een Bell burgerpers. Bovendien kunnen de toeschouwers ook aantrekkelijke prijzen verwachten. Naast de Bell-goodies, zoals de populaire badhanddoek in spekstijl, zijn er ook Weber-grills.

De finale vindt samen met het Zwitserse kampioenschap van de professionele en amateurteams

plaats op 1 en 2 september op de beef.ch in Wil. Grillfans onder de Bell-medewerkers zijn ook van harte welkom op dit evenement. De favorieten uit de voorrondes zullen dan proberen de jury opnieuw van hun burgerkunsten te overtuigen. De winnaar ontvangt dan uiteindelijk op het podium niet alleen de begeerde Gouden Worst. Hij ontvangt ook een grillreis onder begeleiding naar de V.S.

Bell BBQ Single Masters vindt dit jaar voor de zesde keer plaats. Als hoofdsponsor ligt de algemene verantwoordelijkheid voor de serie ook in 2018 bij Bell. Het bedrijf toont hiermee nogmaals aan dat de betrokkenheid bij het barbecuen aanzienlijk verder gaat dan het assortiment BBQ-producten. • *mr*

Link:
www.bbq-singlemasters.ch

"De Promi Griller" van Bell De heetste strijd van Zwitserland

Honderdduizenden Zwitters zitten op donderdagavond weer voor de beeldbuis. De reden: Op Sat.1 Schweiz wordt het volgende seizoen van "Die Promi Griller" uitgezonden.

Twee prominenten, een kist met ingrediënten, een grill en één uur de tijd. Ook in de zesde aflevering van het kookprogramma "Die Promi Griller" worden dezelfde regels als in de vorige afleveringen toegepast. Nieuw zijn natuurlijk weer de prominenten die het tegen elkaar opnemen om in de finale de Cervelat trofee te bemachtigen. In de ronde met beroemdheden verschijnen dit keer onder anderen de dialect-popzanger Trauffer, de ski-legende Brigitte Oertli en de burleske kunstenares Zoe Scarlett. Hun doel: De tegenstander te overtreffen en de jury van hun vaardigheden op de grill te overtuigen.

En ook aan dit trio wordt dit jaar een nieuw lid toegevoegd: De bekende kokkin, kookboekschrijfster en restauranthoudster Meta Hiltbrand die vanaf nu aan de jurytafel gaat zitten. Samen met de gevestigde juryleden, boblegende Hausi Leutenegger en stijlconsulent Clifford Lilley, kent zij de punten toe voor de grillcreaties van de sterren. Ook weer van de partij is de grillschef Freddy Camerer, die de hoofdrolspelers uit de problemen helpt als er iets misgaat en geeft per duel een minuut de tijd om hen met raad en daad bij te staan.

"De serie is voor ons een belangrijke aanvulling op onze grillcampagne", verklaart Micha Roth, projectleider van de Marketing Services bij Bell. "Buiten de klassieke reclame om bereiken wij een groot TV-publiek dat in het thema grillen is geïnteresseerd."

Het nieuwe seizoen van "Die Promi Griller" begint eind juni. Tot eind augustus worden er in totaal negen afleveringen uitgezonden op donderdag vanaf 19:55 bij Sat.1 Schweiz. • *mr*



Link:
www.diepromigriller.ch

Nieuwe producten van Hilcona om 'To go' van te genieten.

Vers genot voor onderweg

Steeds meer mensen eten buitenshuis en letten daarbij steeds meer op verse, hoogwaardige kwaliteit en gezonde ingrediënten. Trends, die Hilcona geïnspireerd hebben tot interessante nieuwe producten. Met "Hilcona Plus" bestaat nu in Zwitserland een assortiment van verse producten voor onderweg. In Duitsland vult de nieuwe Hilcona "To Go"-range de actuele lifestyle aan attractieve Ready-to-eat- en Ready-to-heat-producten uit de koelvitrine.

Voeding van hoogwaardige kwaliteit, die een bewust dieet ondersteunt en tegelijkertijd zonder complicaties honger en dorst op kantoor of in de vrije tijd stilt, is de absolute trend. Met "Hilcona Plus" hebben de experts in Zwitserland in verse voeding een nieuw assortiment geïntroduceerd dat perfect tegemoet komt aan de eisen van de levensstijl van de consumenten.

"Hilcona Water" is een innovatie van "Hilcona Plus". Het geheim erachter is de combinatie van bronwater, verse vruchten en kruiden. Met "Hilcona Water" presenteert Hilcona een nieuwe generatie van verkoeling in de frisdrankschappen die zich onderscheidt van het aanbod van de klassieke frisdanken. De vier soorten – gegarandeerd zonder suiker en calorieën – zijn sinds begin juni in de koelvitrites van veel kiosken, trein- en bezinestations verkrijgbaar. Zo onderweg wordt voor genot en verfrissing gezorgd.

Gezondheidsbewuste consumenten wensen steeds meer producten met een hoog proteïnegehalte. De "High Protein"-Sandwich, de salade met tonijn of kip en de Quinoa-Muesli zorgen op elk moment van de dag voor een extra hoeveelheid eiwit.

Met "Superfood" zoals rode bieten, goji-bessen of chia-zaden zorgen de verse sandwiches en wraps op ieder moment en overal voor een wow-effect. Kip en kaas zorgen voor een fascinerend assortiment dat door het hoge gehal-

te aan voedingsstoffen extra Energie.

Hilcona "To Go" zorgt ervoor dat Duitse klanten sinds mei gewoon lekker eten. Het nieuwe verse assortiment bestaat enerzijds uit ready-to-eat-producten, die zonder verdere bereiding dankzij de meegeleverde "Göffels" – een combinatie van vork en lepel – onmiddellijk genuttigd kunnen worden. Smulpapen hebben daarbij de keuze uit verschillende pasta-, salade- en oosterse saladeschotels alsmede Mueslivarianten als ontbijt of als tussendoortje.

Wanneer de voorkeur wordt gegeven aan een warme maaltijd dan komt de kant-en-klare range in beeld. De maaltijden van pasta met saus, groente en – naar gelang het soort – vlees kunnen in een handomdraai in de microwave worden bereid. Typisch voor Hilcona:

Het volledige assortiment wordt gekenmerkt door verse, knapperige ingrediënten en bevat geen smaakversterkers, geen conserveermiddelen en geen toegevoegde aroma's. De fabrieksoptiek van de verpakking met haar handgemaakte look weerspiegelt ook de originaliteit en authenticiteit waar veel consumenten in de convenience-sector naar op zoek zijn. • *mr*



Vers genot "zoals zelfgemaakt" is volledig in Trend.

Het Concours Générale Agricole in Frankrijk

Uitstekende producten

Elk jaar bekroont de Franse Landbouwkamer op het gerenommeerde Concours Générale Agricole in Parijs hoogwaardige Franse producten. Sinds 2015 mocht Bell Frankrijk ieder jaar minstens één medaille mee naar huis nemen – een bevestiging van de hoge kwaliteit en smaakvolle samenstelling van de Bell-producten in Frankrijk.

Op het Concours Générale Agricole 2018 bevestigde Bell Frankrijk nogmaals de uitstekende kwaliteit van hun producten – en dat tweemaal: De “Saucisson sec de Savoie recette à l'ancienne” werd door de deskundige jury bekroond met een bronzen medaille en de “Jambon sec supérieur de Savoie” zelfs met een gouden medaille.

Het is niet de eerste keer dat de producten van Bell Frankrijk bij dit Concours in de prijzen viel. Sinds 2015 werd ieder jaar minstens één product bekroond met de felbegeerde onderscheiding van de Franse Landbouwkamer – een prestigieuze prijs.

“We zijn ieder jaar weer erg trots op onze bekroonde producten”, vertelt Marguerite Martin, produktmanager bij Bell Frankrijk. “Deze prijzen zijn een bewijs voor de uitstekende kwaliteit van onze producten en de hoge standaard van onze productie.”

Bekroonde producten mogen bovendien een jaar lang de medaille op hun verpakking dragen. Dit zegel in de vorm van een gouden, zilveren of bronzen eikenblad, biedt de consument een waardevolle oriëntatie.

Per jaar consumeert meer dan 50 procent van de Franse bevolking minstens één product dat bij het Concours Générale Agricole werd bekroond.

“De medailles spelen ook een belangrijke rol in de detailhandel”, vervolgt Marguerite Martin. “Ze vormen namelijk een belangrijk criterium dat ons van onze concurrenten onderscheidt. Tijdens de deelname richten wij ons dan ook op producten die een belangrijke strategische positie voor ons innemen.”

Het Concours Générale Agricole bekroont ieder jaar in 26 categorieën de levensmiddelen die op het gebied van de landbouw uitblinken. De producten moeten aan verschillende criteria voldoen om in aanmerking te kunnen komen voor de competitie. De focus ligt op de “Savoir-faire” (knowhow) en de Franse afkomst.

De producten worden getest door middel van onaangekondigde bezoeken aan het productieproces door een vertegenwoordiger van de regionale Landbouwkamer. Uiteindelijk worden de producten door een jury beoordeeld die bestaat uit 5.000 experts. • sh



De medailles bevestigen de hoge kwaliteit van de producten.

