

LOOK!

Personeelsmagazine van de Bell Food Group

03 2018



— 1869 —

Samuel Bell

MÂITRE CHARCUTIER

—
Het ambacht leeft

BELL
FOOD
GROUP



Vol vertrouwen in de toekomst

Geacht personeel

We hebben een turbulent eerste helft van het jaar achter de rug met veel hoogtepunten, maar helaas ook een paar dieptepunten. Om maar eerst met de positieve gebeurtenissen te beginnen: Op het gebied van Convenience maakt de Bell Food Group, dankzij de succesvolle acquisitie van Hügli, een uitstekende ontwikkeling door. Die divisies Bell Duitsland en Bell Internationaal konden deze positieve trend voortzetten en laten een verheugende groei zien. Een uitzondering daarop vormt de pluimveetak in Oostenrijk en Duitsland. Die bleef helaas in de eerste helft van 2018 onverwachts achter. Dit was voornamelijk te wijten aan de hogere prijzen van diervoeders en grondstoffen en bovendien aan de stagnerende verkoop van biologische pluimveeproducten. Bovendien zorgde de ingebruikname van de nieuwbouw van Süttag in Ampfing voor hogere kosten dan we hadden ingecalculleerd. De divisie Bell Zwitserland is daarnaast gegroeid en gelukkig heeft de zwakkere detailhandel ten aanzien van vers vlees dit niet kunnen beïnvloeden.

Deze factoren hebben er toe geleid dat de Bell Food Group in de eerste helft van 2018 over het algemeen weer een groei heeft kunnen laten zien, maar op het gebied van winst helaas een terugval heeft moeten incasseren.

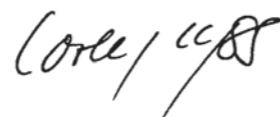
Maar we hebben nog een aantal maanden in 2018 voor de boeg. We hebben de oorzaken geïdentificeerd en hierop de nodige actie ondernomen. Deze veranderingen moeten we nu consequent implementeren, zodat we de gestelde doelen voor de tweede helft van dit jaar kunnen behalen. Ik ben ervan overtuigd, dat we hier met z'n allen in zullen slagen. Want van één ding ben ik overtuigd en dit wordt ook bevestigd door de voor het eerst gehouden enquête onder het personeel: We hebben gemotiveerd en toegewijd personeel dat plezier in het werk heeft.

Onze pijn met nieuwe producten is dan ook tot barstens toe gevuld. Dit laat de verscheidenheid aan noviteiten zien die wij in alle divisies van ons bedrijf kunnen aanschouwen. Hierbij springt vooral het nieuwe assortiment van Samuel Bell in het oog, die eind augustus in Zwitserland wordt gelanceerd. Met het oog op ons 150-jarige jubileum in 2019 hebben wij de traditionele en kwalitatief hoogwaardige slagerklassiekers met dit assortiment een nieuw 'jasje' gegeven. Volledig getrouw aan de titel van dit nummer: "Ambacht leeft."

Dit alles maakt me heel trots op ons bedrijf met zijn producten en daarom kijk ik met veel optimisme naar de tweede helft van 2018. Er is veel te doen, dus laten we aan de slag gaan!

Lorenz Wyss

Voorzitter van de groepsdirectie




Inhoud

Uit de onderneming

- 4 Goed uitgerust voor de toekomst**
Twee nieuwe verpakkinglijnen in Harkebrügge
- 5 Sharing is Caring**
Medewerkersparticipatieprogramma van de Bell Food Group
- 6 Belangrijke inzichten voor de toekomst**
Personeelsenquête Bell Food Group
- 8 Een onderscheiding voor Zimbo in Hongarije**
Tweede plaats bij de HSV Sponsors-Cup
Succesvolle voetbalstrijd
- 9 Het succes van het product samen verhogen**
In gesprek: Sophie Lucas
Bell Food Group met de voetbalkoorts
Play&Win 2018

Een overzicht

- 11 Gefeliciteerd en van harte welkom**
Leren bij de Bell Food Group
- 10 Met het oog op de instromers**
In gesprek met: Andreas Begré
- 12 Voor het bieden van gezonde en smakvolle gerechten**
Sylvain & CO wordt onderdeel van de Bell Food Group
- 14 Verzamelen, analyseren, beslissen en handelen**
Business Intelligence en Analytics in de Bell Food Group
- 16 De all-rounder met een lange traditie**
Bell zet zich in voor de bescherming van de Simmentaler-koe
- 18 Een investering met een vooruitziende blik**
Bell Food Group investeert in Mosa Meat

Werken bij de Bell Food Group

- 11 Gefeliciteerd en van harte welkom**
Leren bij de Bell Food Group
- 10 Met het oog op de instromers**
In gesprek met: Andreas Begré
- 12 Voor het bieden van gezonde en smakvolle gerechten**
Sylvain & CO wordt onderdeel van de Bell Food Group
- 14 Verzamelen, analyseren, beslissen en handelen**
Business Intelligence en Analytics in de Bell Food Group
- 16 De all-rounder met een lange traditie**
Bell zet zich in voor de bescherming van de Simmentaler-koe
- 18 Een investering met een vooruitziende blik**
Bell Food Group investeert in Mosa Meat

Duurzaamheid en innovatie

- 11 Gefeliciteerd en van harte welkom**
Leren bij de Bell Food Group
- 10 Met het oog op de instromers**
In gesprek met: Andreas Begré
- 12 Voor het bieden van gezonde en smakvolle gerechten**
Sylvain & CO wordt onderdeel van de Bell Food Group
- 14 Verzamelen, analyseren, beslissen en handelen**
Business Intelligence en Analytics in de Bell Food Group
- 16 De all-rounder met een lange traditie**
Bell zet zich in voor de bescherming van de Simmentaler-koe
- 18 Een investering met een vooruitziende blik**
Bell Food Group investeert in Mosa Meat

Titelstory

- 20 Het ambacht leeft**
Nieuwe productlijn Samuel Bell 1869
- Onze smaakvolle wereld**
- 23 U kunt aan tafel!**
We starten het najaar met een nieuw assortiment
- 26 Ondanks oude vooroordelen**
Wetenswaardigheden over wild

Mijn hobby

- 28 VISSEN MET DE HELE FAMILIE!**
Na het werk komt Montsé Bonnard tot rust langs de rivier

Jubileums

- 30 Jubileums**
LOOK! feliciteert de jubilarissen van september tot december 2018

Zo gaat het met kwaliteit

- 32 Eden**
My Veggie Paradise

Twee nieuwe verpakkingslijnen in Harkebrügge

GOED UITGERUST VOOR DE TOEKOMST

De vestiging Harkebrügge is voorbereid op het leveren van maximale prestaties op het gebied van verpakkingen. Het logistieke centrum en slice-centrum van Bell Duitsland beschikt sinds kort over twee nieuwe verpakkingslijnen voor ham en andere specialiteiten in vouwverpakkingen en ovaltrays. Deze innovatieve systemen, die zijn vervaardigd door bestaande lijnen te vervangen of om te bouwen, maken het mogelijk om de productiehoeveelheid ten opzichte van voorgaande modellen te verdubbelen.

De Duitse klanten zien de ham van het merk Abraham graag verpakt in praktische vouwverpakkingen. En de ovale schalen – de zogenaamde 'ovaltrays' – waarin Bell Duitsland bijvoorbeeld de nieuwe Iberico-specialiteiten aanbiedt, zijn erg gewild.

Aangezien beide soorten verpakkingen de afgelopen jaren een stijgende verkoop hebben laten zien, was de capaciteit van het slice-centrum in Harkebrügge vaak ontoereikend. Er dienden nieuwe faciliteiten te komen, maar daar was geen ruimte voor. Ze hebben dit opgelost door met het oog op de toekomst de bestaande lijn voor vouwverpakkingen te vervangen en de lijn voor de ovaltrays om te bouwen.

„Voor de vouwverpakkingen hebben we een lijnconcept ontwikkeld, dat in deze vorm een wereldprimeur is”, meldt Stefan Potgeter, die bij Bell Duitsland o.a. verantwoordelijk is voor de procesautomatisering. „De standaardlijnen met een slicer, een verpakkingsmachine en een vouwsysteem, werden aangevuld met innovatieve componenten.”

Zo beschikt de high-performance slicer nu ook over een nieuwe „Interleaver-module”, die automatisch de folies tussen de hamschijven legt. Samen met speciale grijpers, die afzonderlijk met de „Interleaver-module” werken, zijn de slicers in Harkebrügge wereldwijd uniek in zijn soort.

Het systeem bevat ook een moderne grijprobot die de porties op de verpakkingsfolies plaatst. De uitgebreide controlesystemen voor portie-hoeveelheden of voor het detecteren van vreemde ingrediënten garanderen ook de constante kwaliteit en veiligheid van de producten.

Bij het ombouwen van de lijn voor de ovaltrays maakte Bell gebruik van de mogelijkheden die de automatisering tegenwoordig biedt. Een speciaal voor dit project ontwikkelde grijprobot legt bijvoorbeeld de afgesneden porties op de verpakkingsschalen. Een buffer garandeert dat deze continu kan werken, zelfs als de slicer met een nieuw stuk ham of chorizo wordt aangevuld.

„In Harkebrügge kunnen we iedereen die beschikbaar is gebruiken”, aldus Stefan Potgeter. „Daarom is het voor ons een extra groot voordeel dat we voor de nieuwe lijn minder dan de helft van het vorige personeel nodig hebben.” En niet in de laatste plaats mag de capaciteit van de nieuwe installatie er ook wezen, want beide toevoegingen zijn tweemaal zo efficiënt als voorheen. • *mr*

De nieuwe slicer in Harkebrügge is een wereldprimeur.



Medewerkersparticipatieprogramma van de Bell Food Group

Sharing is Caring

Met het programma voor werknemersparticipatie geeft de Bell Food Group aan het personeel de mogelijkheid om onder gunstige voorwaarden aandelen in het bedrijf te kopen. De volgende referentieperiode loopt van 1 november tot 30 november 2018. De Bell Food Group biedt werknemers een gratis effectenrekening.

In november 2018 is het weer zo ver. Een maand lang hebben werknemers van de Bell Food Group de mogelijkheid om aandelen in het bedrijf te kopen met een korting van 20 procent op de actuele koers. De enige voorwaarde is dat de aandelen vanaf de dag van aankoop gedurende vier jaren niet mogen worden doorverkocht. Aan het eind van deze vierjarige blokkeringsstermijn mogen de aandelen

worden verkocht of naar een particuliere effectenrekening bij een bank worden overgeheveld.

De overige voorzieningen, die een aandeelhouder kan verwachten, gelden ook voor houders van personeelsaandelen. Zij ontvangen elk jaar dividend en hebben de mogelijkheid om als aandeelhouder deel te nemen aan de jaarlijkse algemene vergadering van de Bell Food Group AG. Bovendien biedt het bedrijf een gratis effectenrekening voor de personeelsaandelen.

Het werknemersparticipatieprogramma van de Bell Food Group werd in 2001 geïntroduceerd. Met dit programma wil het bedrijf bereiken dat het personeel zich beter met de Bell Food Group kan identificeren en actief bij het succes van het bedrijf wordt betrokken.

Nieuwe online effectenrekening in ontwikkeling
Het is de bedoeling om aan alle huidige en toekomstige houders van personeelsaandelen een nieuwe online effectenrekening met een per-



Alle werknemers van de Bell Food Group worden eind oktober geïnformeerd over de verdere procedure voor de aankoop van werknemersaandelen.

Als u vragen hebt, kunt u contact opnemen met de afdeling aandelen van de Bell Food Group:

Etienne Petitjean

Tel.: 0041 (0)58 326 2020

E-mail: share.registry@bellfoodgroup.com

soonlijke logincode beschikbaar te stellen. Met de nieuwe effectenrekening kunnen werknemers zelf hun aandelen beheren, nieuwe aandelen in het kader van het werknemersparticipatieprogramma kopen en, na afloop van de vierjarige blokkeringsstermijn, de aandelen vrij verhandelen. • *fv*

Personeelsenquête Bell Food Group

Belangrijke inzichten voor de toekomst

De resultaten van de eerste enquête onder alle medewerkers van de Bell Food Group zijn beschikbaar. Wij verheugen ons over de hoge deelname en de over het algemeen positieve resultaten. De personeelsenquête liet echter ook ruimte zien voor verbetering. Deze punten van verbetering worden hierna behandeld.

In het voorjaar van 2018 werd voor het eerst een personeelsenquête onder alle medewerkers van de Bell Food Group (exclusief Hügli) uitgevoerd. We waren heel blij met de hoge deelname hieraan. Bijna 60 procent van alle Bell-, Hilcona- en Eisberg-medewerkers vulden hem in en dat is een relatief hoog aantal.

De personeelsenquête werd voor het eerst in deze vorm uitgevoerd om ervoor te zorgen dat er een bevredigend aantal deelnemers hieraan deel zouden nemen. Volgens Johannes Meister, hoofd HR van de Bell Food Group, zal het ook niet bij deze ene personeelsenquête blijven: "We zijn heel blij met de positieve reacties, deze nieuwe onderzoeksmethode valt uitstekend in goede aarde. Het is de bedoeling om deze personeelsenquête onder alle medewerkers van de Bell Food Group in de toekomst om het jaar te herhalen."

Veel licht – weinig schaduw

De reacties zijn over het algemeen bemoedigend, ook al zijn er nog enkele gebieden die voor verbetering vatbaar zijn. Dit laten de resultaten van de personeelsenquête bij de Bell Food Group zien.

In het onderzoek werden zowel de algemene tevredenheid onder het personeel als de betrokkenheid met de werkgever (commitment) geëvalueerd. In beide categorieën kreeg de Bell Food Group een goede beoordeling, waarbij de commitment over het algemeen iets hoger werd ingeschaald dan de tevredenheid met het werk (zie rechter grafiek). Hierbij werden er ook inhoudende vragen

over de arbeidssituatie gesteld. Deze gingen over een aantal onderwerpen, waaronder Werktijd, Werksfeer en Loon/Nevenwerkzaamheden. Omdat deze onderwerpen de beoordeling van de werktevredenheid en de commitment beïnvloeden, dienen deze als indicatie voor de verbetermogelijkheden.

De resultaten in detail

Een nadere blik op de beoordeling van de afzonderlijke onderwerpen laat zien wat de medewerkers van de Bell Food Group waarderen en waar er nog ruimte is voor verbetering. "Werkinhoud", "Werksfeer", "Directe leidinggevende", "Informatie en Communicatie", alsmede "Bewustzijn van de bedrijfsdoelstellingen" worden bovengemiddeld beoordeeld.

De onderwerpen "Werkvereisten" en "Werkprocessen" kregen over het algemeen ook een goede beoordeling, maar lagen iets onder het gemiddelde.

Hetzelfde beeld vertoonde het onderwerp "Werkplek". Over de werkmiddelen was men ook positief, terwijl de omstandigheden op de werkplek (bijv. het licht, de lucht, het geluid en de ruimtelijke omstandigheden) over het algemeen wat minder goed in de Bell Food Group werden beoordeeld.

Waar licht is, zijn er immers ook schaduwen. Deze oude wijsheid geldt ook voor de Bell Food Group. De resultaten van de personeelsenquête tonen aan dat er op sommige gebieden nog verbeteringen mogelijk zijn.

Bijna 60% van het gehele personeel heeft de enquête ingevuld.

Dit laten bijvoorbeeld de onderwerpen "Werktijd" en de "Suggesties voor verbetering" zien. Hierbij gaven de balans tussen werk en privé en de vraag of men een verbeteringsvoorstel hiervoor kan geven, een resultaat die onder het gemiddelde lag. Het onderwerp "Personeelsontwikkeling" liet zien dat het personeel op het gebied van loopbaanontwikkelingsmogelijkheden ook nog ruimte voor verbetering zag. Aan de andere kant werd op de vraag of werknemers de opleiding en nascholing krijgen die benodigd zijn voor hun werk, weer iets positiever beoordeeld.

Over het algemeen kreeg het onderwerp "Loon/Nevenwerkzaamheden" de laagste beoordeling. Zowel de billijkheid van de lonen als de aantrekkelijkheid van sociale en aanvullende werkzaamheden kregen slechts middelmatige cijfers.

Analyse en actiepunten

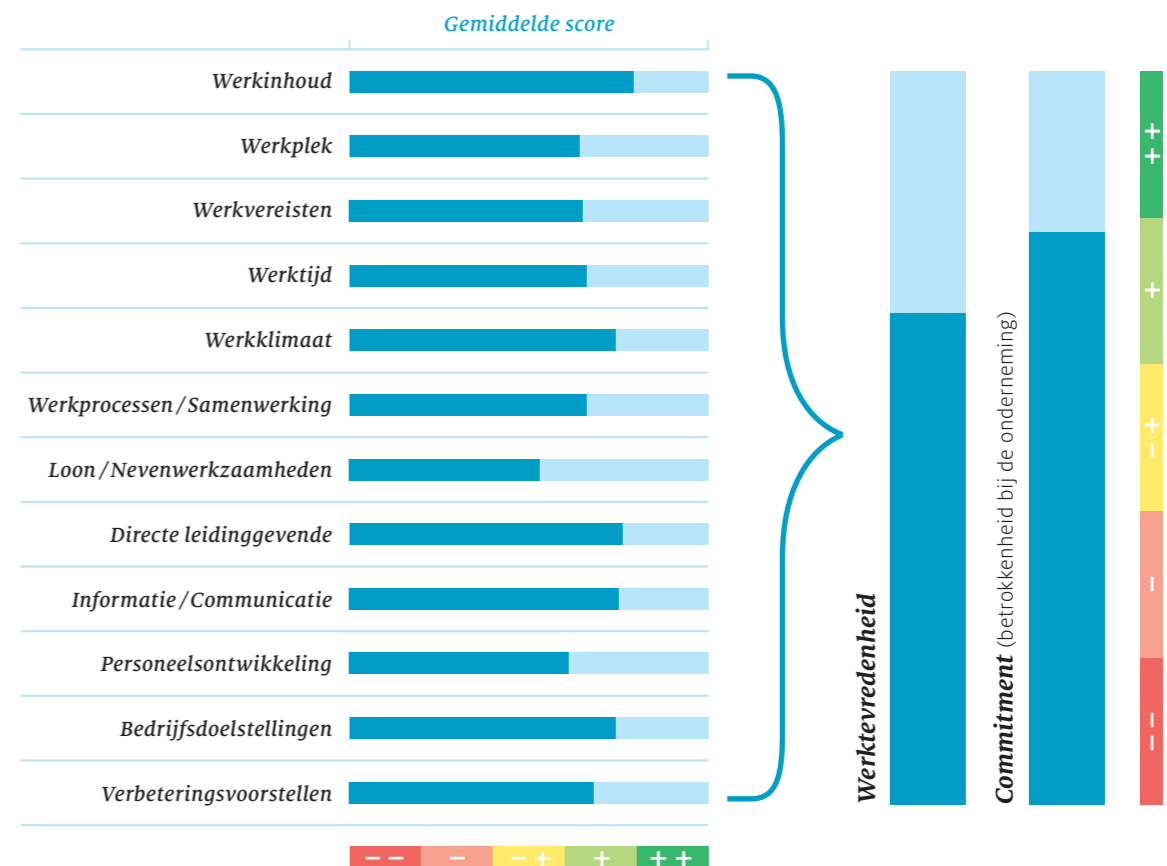
De hier gepresenteerde resultaten vormen een samenvatting voor de gehele Bell Food Group. Bij individuele vragen kunnen de resultaten van de verschillende afdelingen of organisatie-eenheden in sommige gevallen

relatief sterk van het gehele groepsresultaat afwijken. Hier werd bij de bepaling van de actiepunten speciaal rekening mee gehouden.

Eind augustus werden de resultaten aan de afzonderlijke afdelingen en organisatie-eenheden gepresenteerd. In een tweede stap worden de resultaten geanalyseerd en de mogelijke actiepunten bepaald. Op basis van deze actiepunten worden uiteindelijk in een derde stap de maatregelen gedefinieerd en geïmplementeerd.

"Ik vind het een belangrijk onderdeel van de bedrijfscultuur dat het personeel feedback kan geven en dat deze feedback door het bedrijf serieus wordt genomen", aldus Johannes Meister. Vervolgens worden de maatregelen op het niveau van de desbetreffende afdelingen en organisatie-eenheden geïmplementeerd. De afzonderlijke afdelingen en organisatie-eenheden worden dan van deze implementatie constant op de hoogte gehouden. Op deze manier kan ervoor worden gezorgd dat deze maatregelen ook daadwerkelijk daar worden uitgevoerd, waar ze het meeste effect hebben. • fv

Resultaten van de diverse onderwerpen





Een onderscheiding voor Zimbo in Hongarije

Zimbo Hongarije heeft het predicaat "Betrouwbare werkgever" gekregen. Deze titel wordt door de Duits-Hongaarse Kamer van Koophandel toegekend en geeft elk jaar aan bedrijven een onderscheiding die zich in bijzondere mate inzetten voor het creëren van voorbeeldige arbeidsomstandigheden. Hedvig Szakács, bedrijfsleider van Zimbo Hongarije, heeft het certificaat op de prijsuitreiking ter gelegenheid van de algemene vergadering van de Kamer van Koophandel in mei 2018 in ontvangst genomen. De titel 'Betrouwbare werkgever' kunnen bedrijven via een aanvraag ontvangen. Ze worden dan op zeven punten van hun HR-beleid beoordeeld. Deze omvatten met name vragen met betrekking tot beloning, sociale uitkeringen, gezondheids- en arbeidsvoorwaarden, onderwijs en nascholing, en personeelsontwikkeling. • fv

Succesvolle voetbalstrijd

Tweede plaats bij de HSV Sponsoren-Cup

Voor Bell Duitsland begon de belangrijke voetbalzomer al eind mei. Bij de HSV Sponsoren-Cup betraden de Kickers het "heilige gras" van het Volksparkstadion om het tegen 23 andere teams op te nemen.



Terwijl "Die Mannschaft" dit jaar bij het Wereldkampioenschap Voetbal in Rusland niet zo overtuigend speelde, was een ander Duits team zeer succesvol. Voor de derde maal behaalden onze voetbalfanaten van Bell bij de HSV Sponsoren-Cup de tweede plaats!

Onder de stralende zon kwam het team samen in het Volksparkstadion van Hamburg op het grote Sponsoren-toernooi, waarmee HSV ieder jaar samen met zijn partners het Bundesliga-seizoen beëindigt. Aangemoedigd door hun meereizende fans, lieten de Bell-collega's hun geweldige balgevoel in de groepsfase zien en hun wil om te winnen bij de eindstrijd. En ook in de knock-out ronde werd er gepasseerd, geflankeerd en gekopt alsof hun leven er vanaf hing.

Tijdens de pauzes konden alle spelers en gasten zich gratis opfrissen en op krachten komen met het uitgebreide buffet. Hier heeft Bell Duitsland ook een bijdrage aan geleverd door ZIMBO-grillworsten voor dit evenement te doneren.

Uiteindelijk moest het zeer gemotiveerde team tijdens de finale de eerste plaats uit handen geven en eindigde als tweede achter het modebedrijf Wellensteyn.

Bell Duitsland levert HSV al drie jaar hun "Stadion Griller". Met groot succes, want vorig seizoen gingen er bijna 400.000 van deze populaire ZIMBO-worsten in het Volksparkstadion over de toonbank. • mr

In gesprek: Sophie Lucas

Het succes van het product samen verhogen

Sinds juli is Sophie Lucas bij Bell Frankrijk de voorzitter van het "Consortium des Salaisons d'Auvergne". In Look! praat ze over het belang van dit samenwerkingsverband en haar doelstellingen als voorzitter.

Wat houdt het "Consortium des Salaisons d'Auvergne" precies in?

Sophie Lucas: 'Het consortium is een samenwerkingsverband van zowel lokale producenten van rauwe ham en luchtgedroogde salami, als van fokkers en slachthuizen in de Auvergne. Dit consortium definieert o.a. de specificaties voor de rauwe gepekelde producten en worsten om de traditie en de reputatie van deze producten te behouden en te beschermen. Daarnaast bevordert het consortium de bekendheid van de producten in Frankrijk en in het buitenland met een verscheidenheid aan communicatiemaatregelen. Deze omvatten de verkoopbevordering op de POS (verkooppunten) of bij beurspresentaties, evenals advertentiecampagnes op tv of op sociale mediakanalen.'



Hoe belangrijk is het consortium voor Bell Frankrijk? De producten uit de Auvergne met g.g.A.-etikettering zijn erg belangrijk voor ons. Zo behoren bijvoorbeeld de g.g.A.-gecertificeerde Salami-worsten, die in de Auvergne aan de voet van de vulkaan zijn gerijpt, tot de top 10 van bestsellers van Bell Frankrijk.

Wat zijn uw taken als voorzitter? Aangezien wij bedrijven uit verschillende sectoren en van allerlei soorten en omvang vertegenwoordigen, is het mijn belangrijkste taak om de behoeften van alle bedrijven in gedachten te houden en ervoor te zorgen dat onze beslissingen voor alle partijen aanvaardbaar zijn.

Wat zijn uw doelstellingen als voorzitter? Ik wil graag een belangrijke bijdrage leveren aan het promoten van het succes van onze hoogwaardige en heerlijke producten uit de Auvergne, zowel nationaal als internationaal. Ik ben er ook erg trots op dat ik deze producten mag vertegenwoordigen en dus ook om het productiewerk voor deze vleeswaren te mogen waarderen, dat door zo'n 2.000 mensen in ons land op verschillende manieren wordt uitgevoerd. Daarnaast zal ik me volledig inzetten voor het behoud, de bescherming en de promotie van g.g.A.-salami en -hamproducten uit de Auvergne. • mr



Play&Win 2018

Bell Food Group met de voetbalkoorts

Een nieuwe naam en nieuwe kansen De Bell Food Group heeft voor het Wereldkampioenschap Voetbal in Rusland voor het gehele personeel weer een grote WK-pool onder de nieuwe naam Play&Win georganiseerd. LOOK! stelt de gelukkige winnaars en winnaressen van deze pool aan u voor!

De Bell Food Group verandert in een snel tempo, maar één ding bleef dit jaar bijna hetzelfde. Ter gelegenheid van het Wereldkampioenschap Voetbal in Rusland heeft de Bell Food Group opnieuw de nu bijna traditionele WK-pool georganiseerd. Deze pool met de nieuwe naam Play&Win was een groot succes. Er hebben zich hiervoor 1648 individuele spelers en 269 groepen geregistreerd – en dat is een record! En de deelname hieraan is ook dit jaar zeer de moeite waard geweest. De succesvolste individuele voorspellers kregen namelijk naast een vermelding in de geschiedenisboeken van Play&Win een reisevoucher van maximaal € 2.000,- en de beste groepen wonnen een voucher voor een gezamenlijk uitje van maximaal € 1.200,-. • fv



Ranglijst individuele deelnemers

1. Sebastian Block, Bell Frankrijk, reisevoucher met een waarde van € 2.000,-
2. Damian Czerzak, Bell Polen, reisevoucher met een waarde van € 1.500,-
3. Marc-Oliver Tappe, Bell Duitsland, reisevoucher met een waarde van € 1.000,-

Ranglijst groepsdeelnemers

1. Team de Coach, Bell Zwitserland, voucher van € 1.200,-
2. MT, Hilcona Schaan, voucher van € 1.000,-
3. Werder WerkII, Bell Duitsland, voucher van € 800,-

Leren bij de Bell Food Group

Gefeliciteerd en van harte welkom

In de afgelopen maanden hebben veel jonge medewerkers succesvol hun opleiding bij de Bell Food Group afgerond en daarmee hun eerste stap in het bedrijfsleven gezet. Wij willen daarom deze afgestudeerden van harte feliciteren. Sommigen ronden hiermee iets af en anderen beginnen weer aan iets nieuws. We willen daarom ook de nieuwe studenten verwelkomen, die in augustus aan hun opleiding bij de Bell Food Group zijn begonnen.

De Bell Food Group feliciteert de jonge medewerkers met de succesvolle afronding van hun opleiding



V.l.n.r.: Ganimet Dushku, Estefano Dias Ferreira Soares, Marco Raimondi, Emine Temel, Fernando Marchelli Quintanilla, Riccardo Calabrese, Kevin Correia. Op de foto ontbreken: Alexander Blinkov, Erich Diethelm, Dino Gombar, Jasmin Kissling, Jan Parpart

Bell

Alexander Blinkov, productiemonteur EFZ, Zell
 Riccardo Calabrese, onderhoudsmonteur EFZ, Bazel
 Kevin Correia, vleesspecialist EFZ, Bazel
 Estefano Dias Ferreira Soares, vleesspecialist EFZ, Bazel
 Erich Diethelm, kantoorbediende EFZ, Bazel
 Ganimet Dushku, IT-er en applicatieontwikkelaar EFZ, Bazel
 Dino Gombar, vleesspecialist, EFZ, Bazel
 Isabell Haaks, industrieel medewerkster, Seevetal
 Jasmin Kissling, vleesspecialist EFZ, Bazel
 Fernando Marchelli Quintanilla, vleesspecialist EFZ, Bazel
 Jan Parpart, kantoorbediende EFZ, Bazel
 Lioba Peters, B. A. bedrijfskundige en industrieel medewerkster, Seevetal
 Andreas Petrow, specialist in levensmiddelentechnologie, Bad Wünnenberg
 Marco Raimondi, kantoorbediende EFZ, Bazel
 Felix Schmied, machine- en fabrieksoperator, specialist levensmiddelentechnologie, Suhl
 Emine Temel, investment manager EFZ, Zell
 Romina Waldvogel, pluimveespecialiste EFZ, Zell



V.l.n.r.: Marxer Caroline, Filipic Ratko, Benz Sarah, Seger Luke, Girstmair Selina. Op de foto ontbreekt: Luca Bon

Hilcona en Frostag

Sarah Benz, kantoorbediende EFZ, Schaan
 Luca Bont, logistiek medewerker EFZ, Schaan
 Diego Coti, logistiek medewerker EFZ, Landquart
 Ratko Filipic, levensmiddelentechnoloog EFZ, Schaan
 Selina Girstmair, levensmiddelentechnoloog EFZ, Schaan
 Caroline Marxer, kantoorbediende EFZ, Schaan
 Luke Seger, kantoorbediende EFZ, Schaan
 Simona Tettamanti, kantoorbediende EFZ (M-profiel), Landquart

Eisberg

Luana Mancini, kantoorbediende EFZ, Gastro Star Dällikon
 Lars Heidelberger, levensmiddelentechnoloog EFZ, Gastro Star Dällikon

Hügli

Marco Mattes, industrieel medewerker*
 Jessica Savaglia, industrieel medewerkster*
 Sercan Cakir, specialist integratie computersystemen
 Anne Störk, DH-studie BWL – industrie

* certificaat: « Internationales Wirtschaftsmanagement »

Hartelijk welkom bij de Bell Food Group

Bell Zwitserland en Duitsland

Cedric Bechler, kantoorbediende EFZ, Bazel
 Joshua Borer, levensmiddelentechnoloog EFZ, Oensingen
 Mandy Buchner, specialist levensmiddelentechnologie
 Niki Cardoso Da Cunha, logistiek medewerkster EFZ, Oensingen
 Aziz Ullah Eqbali, beroepsvoorbereidend jaar logistiek
 Susanne Gkagkani, specialist levensmiddelentechnologie, Suhl
 Delia Germain, vakassistente vlees EBA, Bazel
 Karima Nassar Harambasic, levensmiddelentechnoloog EFZ, Oensingen
 Vanessa Hoffmann, pluimveespecialist EFZ, Zell
 Jan-Luca Huszarik, industrieel medewerker, Seevetal
 Yasin Can Ipek, vleesspecialist EFZ, Bazel
 Kevin Kohnert, slager, Suhl
 Alen Kozarac, productiemonteur EFZ, Zell
 Maximilian Lorenz, machine- en fabrieksoperator, vakrichting levensmiddelentechnologie, Suhl
 Abdulsalam Mohamed, integratiestagiaire vleesindustrie
 Luca Petersen, automatisatietechnicus EFZ, Bazel
 Jérôme Schaub, vleesspecialist EFZ, Bazel
 Tobias Schmidt, machine- en fabrieksoperator, vakrichting levensmiddelentechnologie, Suhl
 Cindy Schweng, machine- en fabrieksoperator, vakrichting levensmiddelentechnologie, Suhl
 Janjira Suwanthong, kantoorbediende EFZ, Bazel
 Tobias Warnke, duale studie BWL/Industrieel medewerker, Seevetal
 Paul-Philippe Wortmann, IT-er en applicatieontwikkelaar EFZ, Bazel
 Kevin Zbinden, vleesspecialist EFZ, Bazel

Hilcona en Frostag

Stefan Braun, logistiek medewerker, Schaan
 Noah De Marco, kantoorbediende, Schaan
 Laurin Ehrenzeller, kantoorbediende, Schaan
 Jordan Falk, levensmiddelentechnoloog, Schaan
 Mara Gomes Silva, kantoorbediende, Schaan
 Ismet Güler, levensmiddelentechnoloog, Schaan
 Kristina Ivanova, fabrieksoperator, Schaan
 Victoria Kloser, fabrieksoperator, Schaan
 Patrick Marxer, logistiek medewerker, Schaan
 Luisa Walser, levensmiddelentechnoloog, Schaan

Eisberg

Visar Bajrami, kantoorbediende EFZ, Landquart

Hügli

Yannick Brake, industrieel medewerker*
 Adrian Christ, DH-studie Food Management
 Gabriel Glätsch, industrieel medewerker*
 Jana Lederle, industrieel medewerkster*
 Kirstin Mattes, DH-studie economische informatica
 Sven Radermacher, specialist levensmiddelentechnologie
 Marvin Schulte-Bäuminghaus, specialist levensmiddelentechnologie
 Lisa Stark, industrieel medewerkster*
 Mareike Stump, DH-studie Food Management
 Theresa Zirell, specialist levensmiddelentechnologie

* certificaat «Internationales Wirtschaftsmanagement»

In gesprek met: Andreas Begré

Met het oog op de instromers

Andreas Begré heeft bij Bell Zwitserland een spannende taak op zich genomen. Als hoofd Beroepsopleidingen coördineert hij de opleiding van de technische en commerciële beroepen binnen het bedrijf.



«Het is niet voldoende om alleen de bekendheid te verbeteren.»

Wat zijn uw belangrijkste verantwoordelijkheden als hoofd Beroepsopleidingen? Andreas Begré: 'Ik ben vooral bezig met de verdere ontwikkeling van ons opleidingssysteem. Daarnaast zie ik mij zelf als intermediair tussen de interne actoren van Bell en de externe instanties, zoals scholen, beroepsverenigingen, universiteiten en kantons. Bovendien heb ik ook te maken met de permanente educatie en verdere ontwikkelingsmogelijkheden voor leerlingen.'

Waarom is deze nieuwe functie binnen Bell zo belangrijk?

'De vleesindustrie staat momenteel en in de toekomst voor grote uitdagingen. We hebben hiervoor een professioneel opleidingsconcept nodig om de technische en commerciële beroepen op het gebied van productie voor schoolverlaters aantrekkelijker te maken. Een dergelijk concept ontstaat niet vanzelf. Daar is speciaal iemand voor nodig die dit geheel coördineert en met de verschillende instanties samenwerkt.'

Hoe gaat u Bell als onderwijsinstelling nog populairder voor schoolverlaters maken?

'Door mijn jarenlange ervaring op dit gebied – o.a. als plaatsvervangend hoofd Beroepsopleidingen bij Coop – weet ik hoe belangrijk het is om niet alleen de bekendheid te verbeteren, maar ook om de opleidingen intern te professionaliseren. Als men ziet hoe Bell zijn jonge mensen opleidt en wat hen tijdens de opleiding wordt aangeboden, dan kunnen wij ons imago als goed opleidingsbedrijf hiermee versterken. Naar mijn mening heeft Bell de beste voorwaarden om tot de beste opleidingsbedrijven in Zwitserland te gaan behoren.' • mr

Sylvain & CO wordt onderdeel van de Bell Food Group

Voor het bieden van gezonde en smaakvolle gerechten

Of het nu gaat om klanten de beste salade, groenten en fruit te kunnen bieden of om het motiveren van het personeel – voor Sylvain & CO staat de mens in het middelpunt. Met deze aanpak past het bedrijf, dat sinds april 2018 deel uitmaakt van Eisberg, perfect bij de Bell Food Group.

Al 80 jaar is het verlangen naar verdere ontwikkeling onze drijfkracht.

Sylvain & CO doet er alles aan om hun klanten regelmatig te laten genieten van verse, kwalitatief hoogwaardige en gezonde groenten en fruit, met name salades. Om dit voor elkaar te krijgen, maakt het Zwitserse bedrijf, dat zijn hoofdkantoor in Vaud Essert-sous-Champvent heeft, het eten van de belangrijkste vitamines bijzonder eenvoudig. Of het nu om kant-en-klare salades gaat, schoongemaakte en gesneden groenten of fruitbekers met yoghurt en andere ingrediënten – met het assortiment van Sylvain & CO wordt het volgen van een bewust voedingspatroon kinderspel.

De grootvader van de huidige managing director specialiseerde zich al in de jaren '40 in de groenteteelt. Het verlangen naar verdere ontwikkeling was voor hem de beslissende en drijvende kracht en zo kwam er de eerste koelkast om de producten langer te kunnen bewaren en werden voor het eerst de wortelen en aardappelen in netten verkocht.

Bijna 60 jaar later nam Sylvain Agassis de leiding over. Ook hij bleek

als moestuinier een innovatieve kracht te bezitten en zo kreeg het familiebedrijf nieuwe impulsen. Tot de modernisering, waarmee de toenmalig 26-jarige begon, behoorde o.a. de bouw van een nieuwe fabriek naast de bestaande in Essert-sous-Champvent, waardoor een industriëler productieproces mogelijk werd.

Vanaf het begin had duurzaamheid voor Sylvain Agassis ook een hoge prioriteit. "Ik ben ervan overtuigd dat een verantwoordelijke instelling perfect verenigbaar is met het succes van een onderneming", legt hij uit. "Ons doel is om de huidige behoeften en eetgewoonten van de klanten met het respect voor de natuur en de mensen in overeenstemming te brengen." Dit is bijvoorbeeld een blijvende vereiste voor het bedrijf en om dit te kunnen bereiken worden er met leveranciers duurzaamheidscontracten afgesloten. Tien jaar geleden heeft het bedrijf ook zijn eigen velden aangepast voor de biologische landbouw, waarvoor het o.a. met het pretentieuze "Demeter"-keurmerk is gecertificeerd.

Tot de speciale hoogtepunten binnen het assortiment behoort de biologische jonge bladsla. Eerst worden alleen de stengels en de jonge bladeren geoogst. De rest van de plant blijft dan staan om opnieuw uit te kunnen



Het 180-koppige team vormt een belangrijke pijler van het bedrijf.



schieten. Het bedrijf specialiseerde zich in deze methode en opende hiermee een echte nichemarkt. Ook zeer succesvol zijn de "BIO-manden" – een abonnementsdienst voor zakelijke klanten, die hun personeel willen verwennen met het beste biologische fruit.

Een belangrijke pijler voor de onderneming vormt het 180-koppige, zeer gemotiveerde team. Want ondanks het hoge mechanisatie-niveau, is er nog steeds veel zorgvuldig handwerk te verrichten. "Ons bedrijf zou niet zonder deze mensen, die onder de '& Co'-noemer vallen en onze werknemers zijn, kunnen bestaan", aldus Sylvain Agassis. Ze zijn loyaal en betrouwbaar tegenover hun werkgever, hetgeen door hun langdurig dienstverband en lage personeelsverloop wordt bevestigd.

Met Sylvain & CO kan de Bell Food Group een nieuw lid verwelkomen die de waarden van de groep deelt. "Sylvain & CO en Eisberg vormen een geweldige match. Dit bedrijf voegt veel ervaring, innovatie en nieuwe ideeën aan onze internationale onderneming toe", aldus Christian Guggisberg, CEO bij Eisberg, en Sylvain Agassis voegt daar aan toe: "Omdat we bij Eisberg en daarmee ook bij de internationaal gevestigde Bell Food Group horen, zijn we verzekerd van een rooskleurige toekomst en worden we in staat gesteld om onze strategie voor het aanbieden van kwaliteitsproducten verder te ontwikkelen en te blijven groeien." •mr



Business Intelligence en Analytics in de Bell Food Group

VERZAMELEN, ANALYSEREN, BESLISSEN EN HANDELEN

Elke dag genereren we een immense hoeveelheid aan gegevens. Deze bevatten waardevolle informatie die een belangrijke bijdrage kan leveren aan het succes van een bedrijf. Bij de Bell Food Group zorgt het team onder leiding van Valéry Thomas er in het kader van “business intelligence” voor dat deze informatie toegankelijk wordt gemaakt.

Door middel van data-analyse de toekomstige gebeurtenissen voorspellen – dat is allang geen toekomstmuziek meer. Dit laat bijvoorbeeld de fileprognose van Google Maps zien die op dit moment al zeer indrukwekkend is. Het enige wat hiervoor nodig is, zijn veel gegevens.

In ons dagelijks werk gebruiken we programma's zoals SAP of CSB, die we constant met informatie voeden. Tegelijkertijd rusten wij in het kader van Industry 4.0 steeds meer apparaten uit met sensoren die in staat zijn om te communiceren, van de Smart Watch tot voertuigen en productie-installaties. Iedere dag genereren we een immense hoeveelheid gegevens – en daarmee ook waardevolle informatie die een cruciale rol kan spelen voor het succes van een bedrijf.

Om deze informatie te verkrijgen, moeten de gegevens eerst worden verzameld, verwerkt en geanalyseerd.

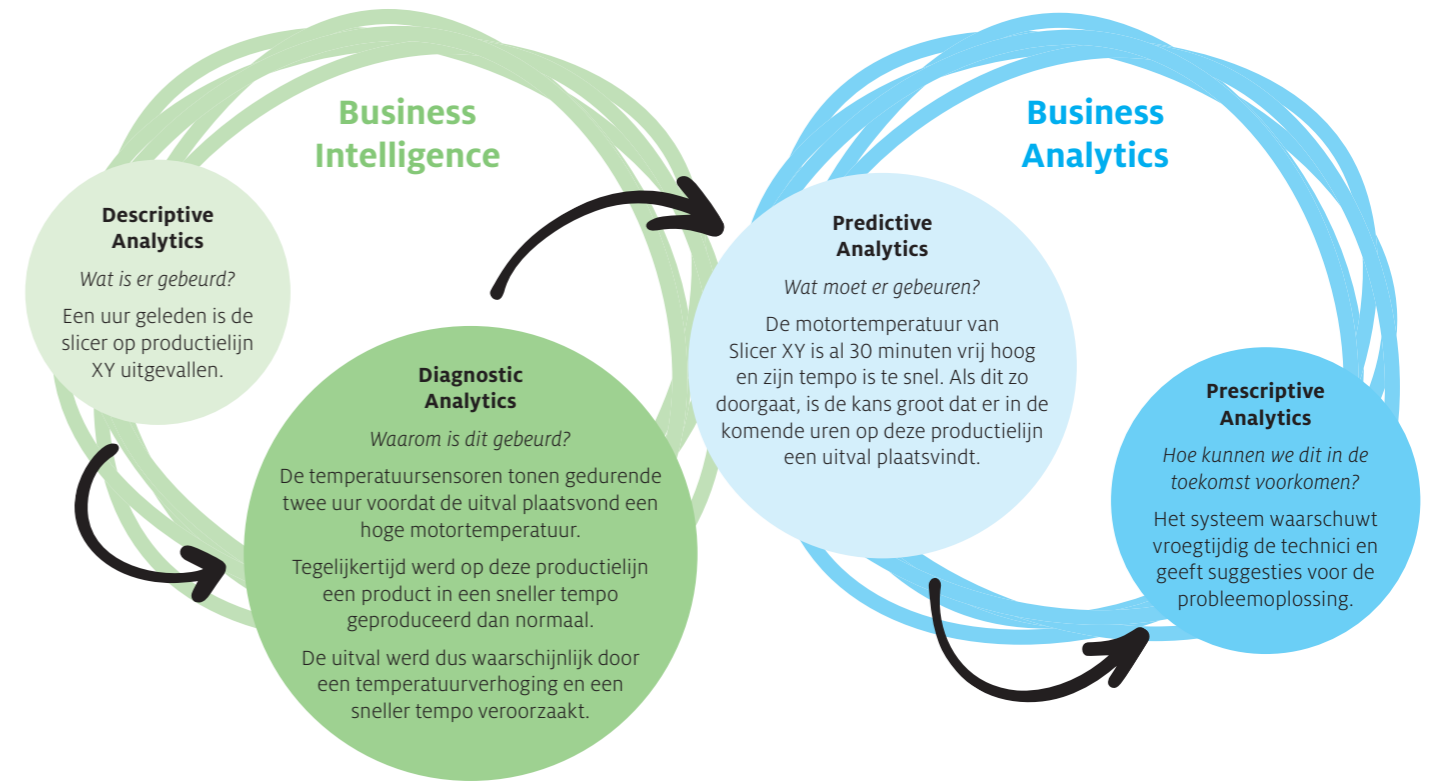
Bij de Bell Food Group is de afdeling Business Intelligence (BI) onder leiding van Valéry Thomas met deze taak belast. “Er wordt altijd een beroep op ons gedaan als het gaat om het analyseren van grote hoeveelheden onbekende gegevens, het berekenen van prestatieindicatoren, het opstellen van rapporten of het vervaardigen van dashboards”, aldus Valéry Thomas. Business Intelligence ontwikkelt oplossingen, verzamelt gegevens uit verschillende interne en externe bronnen, bereidt ze voor en maakt ze beschikbaar voor analyse. De uitdaging bestaat uit het op elkaar afstemmen van de vele verschillende systemen en software binnen de Bell Food Group.

Als onderdeel van het project “Elixir” moet het gelijknamige platform verlichting geven. Sinds begin 2018 werkt het Business Intelligence-team aan het groepoverschrijdende

Gegevens zijn momenteel onmisbaar voor bedrijven.

De vier fasen van data-analyse

Voorbeeld van een productiefout



platform om de Bell Food Group op zijn digitaliseringsweg te ondersteunen.

Individuele deelprojecten zijn al gestart: Bell Zwitserland test sinds juni 2018 een zogenaamde “Verkaufscube”, een platform waarop klantgegevens, verkoopcijfers en informatie uit productbeheer en SAP worden samengebracht. Bij Bell Germany wordt vanaf 2019 een vergelijkbare oplossing getest. Business intelligence beperkt zich echter niet alleen tot de verkoop. Voor de vestiging in het Spaanse Azuaga werkt het team van Valéry Thomas aan een BI-oplossing voor het uitvoeren van productieanalyses, zoals het meten van het waterverlies tijdens het rijpingsproces van Ibérico-ham.

“Ons doel is om inzichten uit de gegevens te halen”, legt Valéry Thomas uit. “Gegevens die uit diverse systemen afkomstig zijn, moeten als basis worden gebruikt voor organisatorische en vooral strategische bedrijfsbeslissingen.”

Momenteel is het 5-koppige team bezig met het verzamelen en harmoniseren van alle

noodzakelijke gegevens binnen de Bell Food Group. Met deze basis kan de Bell Food Group zelfs een stap verder gaan, volgens Valéry Thomas: “Met Analytics, de evolutie van Business Intelligence, analyseren we niet alleen wat en waarom er iets gebeurde. Door te leren van gegevens kunnen we anticiperen op toekomstige gebeurtenissen en hier al vooraf op reageren - zo zouden we op basis van weergegevens, de verkoopaantallen, informatie over vakantiedagen of producttrends van het afgelopen jaar de productie veel nauwkeuriger kunnen inplannen.” • sh

Bell zet zich in voor de bescherming van de Simmentaler-koe

De all-rounder met een lange traditie

Robuust, zuinig en weerbaar – als ras voor tweeledig gebruik zijn de Simmentaler-koeien een geschenk van de natuur. Ze vertegenwoordigen namelijk de natuurlijke, hulpbronnenbesparende en diervriendelijke Zwitserse landbouw. Met hun inzet voor de “Verein Original Simmentaler” levert Bell een belangrijke bijdrage aan het behoud van dit traditionele rundvee-ras.

Ze zijn de alleskunnners binnen de veehouderij: het Simmentaler-vee uit Zwitserland. Als traditioneel tweeledig ras leveren ze niet alleen de beste melk, maar ook vlees van

Simmentaler-koeien vormen een traditioneel ras voor tweeledig gebruik.

hoge kwaliteit. Dit maakt de Simmentalers uniek en onderscheidt ze van andere op alleen vlees- of melkproductie gespecialiseerde runderrassen, de zogenaamde prestatierassen. Simmentaler koeien, die bekend staan om hun zuinige aard en gezonde en robuuste lichaamsbouw, worden vooral gekenmerkt door het feit dat ze zelfs onder moeilijke omstandigheden uit basisvoer hoogwaardige melk en vlees kunnen produceren. De Simmentaler is dus dubbel zo waardevol.

De Simmentaler als exportsucces

Deze uitstekende eigenschappen – met name de lage vatbaarheid voor ziekten – zorgden ervoor dat fokkers uit Duitsland en Oostenrijk al in de middeleeuwen interesse hadden voor het Simmentaler vlekvee-ras. In 1930 begon de werkelijke exporthausse. Als exportproduct kregen de koeien wereldfaam. Omdat ze vooral populair waren voor de kruising met andere rassen, waren de dieren snel op alle continenten te vinden. Tegenwoordig is de Simmentaler een van de belangrijkste kwaliteitsrassen. Wereldwijd zouden er wel 50 miljoen exemplaren moeten rondlopen.

Maar de pure veredeling van de Simmentaler, zoals men die uit Zwitserland kent, is echt uniek. Daarom werd door de op veredeling gerichte fokkers in 1978 de “Schweizerische Vereinigung zur Erhaltung und Förderung der reinen Simmentaler Fleckviehrasse” opgericht (de Zwitserse vereniging voor het behoud en de promotie van

het pure Simmentaler vlekvee-ras). Daarmee hebben ze een belangrijke bijdrage geleverd aan de verdere ontwikkeling en verbetering van de Simmentaler-fokkerij in Zwitserland.

Hoge prestaties vs tweeledig gebruik

In tegenstelling tot het wereldwijde succes zorgde de introductie van kunstmatige inseminatie en de kruising van het Red Holstein-ras voor een snelle achteruitgang van de rasechte Simmentaler in Zwitserland. Het klassieke Simmentaler-ras, met zijn uitstekende oorsprongskenmerken als tweeledig ras, komt daarom in Zwitserland steeds meer onder druk te staan. Ten gevolge van de specialisatie in de landbouw van de vlees- of melkproductie neemt de hoeveelheid Simmentaler-vlekvee vanaf de jaren vijftig snel af. Kruisingen met geïmporteerde rassen en de focus op prestatierassen hebben ertoe geleid dat het tweeledige Simmentaler-ras steeds meer op de achtergrond is komen te staan.

Dankzij de inzet van enkele toegewijde boeren en fokkers, die vastbesloten zijn om



De Simmentalers vertegenwoordigen een duurzame en hulpbronnefficiënte landbouw.

de raszuivere Simmentaler te behouden, zijn er vandaag nog steeds ongeveer 38.000 raszuivere Simmentaler-koeien en -runderen in Zwitserland.

Renaissance in Zwitserland

Door de daling van de melkprijzen en de veranderende eisen van klanten kwam het thema duurzaamheid en de vraag naar een hulpbronnenbesparende en semi-natuurlijke Zwitserse landbouw op de voorgrond, zoals de Bundesrat in 2017 naar buiten heeft gebracht. Als zuinig ras voor tweeledig gebruik voldoet het Simmentaler-vlekvee perfect aan deze vereisten.

In 2017 hebben negen Zwitserse boeren hun krachten gebundeld met als doel het Simmentaler-ras in Zwitserland te verdubbelen. Met het kwaliteitszegel “Original Simmentaler” diende de premium melk- en vleesproducten van het originele Simmentaler-vlekvee te worden gekenmerkt. In augustus 2018 hebben ze hiervoor de vereniging “Original Simmentaler” opgericht. Bell besloot dit boereninitiatief te ondersteunen en actief deel te nemen aan de marketing en verwerking van de Simmentaler-producten. • sh



Bell Food Group investeert in Mosa Meat

EEN INVESTERING MET EEN VOORUITZIENDE BLIK

In juli investeerde de Bell Food Group in de Nederlandse start-up Mosa Meat, een wereldwijd toonaangevend bedrijf op het gebied van gekweekt rundvlees. Over een paar jaar zou daaruit een alternatief kunnen ontstaan voor de consument, die om ethische redenen op zoek is naar een vervanging voor vlees.



Wat bijna niemand tien jaar geleden had kunnen bedenken, is nu realiteit geworden: Met behulp van een nieuw ontwikkeld proces is het momenteel mogelijk om kweekvlees te produceren, zonder dat hiervoor een dier geslacht hoeft te worden. Hierbij worden er bij een dier door middel van een biopsie een paar stamcellen afgenomen, die vervolgens in het laboratorium uit-

groeien tot spiervlees. Het groeiproces is daarbij vrijwel identiek aan de normale spiergroei van het dier, behalve dat het bij kweekvlees buiten het dier in het laboratorium plaatsvindt. De structuur en samenstelling van kweekvlees verschilt niet van conventioneel vlees.

Marktleider in onderzoek en productie van gekweekt rundvlees is de Nederlandse start-up



Mosa Meat will kweekvlees op de markt brengen.

Mosa Meat. De Bell Food Group heeft in juli 2018 aangekondigd dat zij ongeveer 2 miljoen euro in deze vooruitstrevende onderneming gaan investeren. Voor de Bell Food Group is dit een investering met vooruitziende blik, aldus CFO Marco Tschanz: "Voor ons is kweekvlees een alternatief voor iedere consument, die om ethische redenen op zoek is naar een vervanging voor vlees. Bovendien biedt het ook de mogelijkheid om op een duurzame manier aan de groeiende vraag naar vlees te voldoen."

Met de investering in Mosa Meat verschaft de Bell Food Group zichzelf een vroegtijdige toegang tot een interessante en alternatieve productiemethode voor vlees. Bovendien ondersteunt de Bell Food Group hiermee met zijn expertise de ontwikkeling en het onderzoek als een van de toonaangevende vleesverwerkers in Europa.

In de toekomst zou kweekvlees een aanvullend alternatief kunnen zijn voor de conventionele vleesproductie. De voorwaarden hiervoor zijn zeer veelbelovend. Professor Mark Post, medeoprichter en onderzoeksdirecteur van Mosa Meat, presenteerde al in 2013 de eerste gekweekte rundvleesburger ter wereld in Londen. Op dat moment kostte de productie hiervan nog ongeveer 325.000 USD.

Dankzij de verdere ontwikkeling van het productieproces heeft Mosa Meat deze productiekosten ondertussen al een stuk omlaag kunnen brengen. Maar de productie van kweekvlees blijft nog steeds erg bewerkelijk en duur. Om deze reden richt Mosa Meat zich de komende jaren op het ontwikkelen van een verbeterd productieproces om kweekvlees in grotere hoeveelheden en tegen een redelijke prijs te kunnen produceren. Ze hebben hierbij als doel gesteld om tegen het jaar 2021 burgers voor ongeveer € 8,- aan te kunnen bieden. • sh



Hoe wordt kweekvlees vervaardigd?

In tegenstelling tot conventioneel vlees, wordt kweekvlees niet geproduceerd door de groei van een dier, maar door middel van weefseltechnologie in het laboratorium. Daarvoor wordt er onder verdoving een biopsie genomen van de stamcellen van een dierlijke spier, bijvoorbeeld van een koe.

Een bioreactor is dan verantwoordelijk voor de celgroei, zoals dat ook het geval is bij de productie van andere voedingsmiddelen zoals bier of kaas. De cellen vermenigvuldigen zich hierbij op dezelfde manier als bij een dier. Op deze manier worden er uit een klein monster stamcellen triljoenen cellen aangemaakt. Tijdens een volgende stap komen er uit deze cellen spiercellen tot ontwikkeling. Hieruit ontstaan vervolgens spierstrengen. Het eindproduct kan onder de microscoop niet worden onderscheiden van conventioneel gehakt rundvlees. Uit een monster stamcellen van één koe kunnen 800 miljoen spierstrengen worden ontwikkeld – genoeg voor de productie van 80.000 Big Macs.



NIEUWE PRODUCTLIJN SAMUEL BELL 1869

HET AMBACHT LEEFT



In de levensmiddelenindustrie heeft iedereen het over de moderne productiefaciliteiten en 'Industrie 4.0' met de computergestuurde processen. Maar bij de productie van voedsel is nog steeds één ding belangrijk, nl. het goede oude ambacht. LOOK! treedt in de voetsporen van het ambacht bij Bell en introduceert de nieuwe productlijn Samuel Bell 1869, die met de vernieuwde slagerklassiekers het ambacht op een voetstuk plaatst.

Ondanks al deze innovaties blijft hun grote troef: het ambacht.

In het begin was er het ambacht. Toen Samuel Bell 150 jaar geleden zijn slagerij in het oude centrum van Basel opende, gebeurde bijna alles met de hand. Er waren bovendien maar weinig machines en technische hulpmiddelen die het zware fysieke werk voor Samuel Bell en zijn staf gemakkelijker maakten. Echter, dit veranderde tegen de eeuwwisseling. Tijdens de beginjaren van Bell in de tweede helft van de 19e eeuw kwam de industrialisatie tot bloei. De technische vooruitgang in die tijd ging zo snel als nooit tevoren in de geschiedenis. En Samuel Bell wist hoe hij van deze vooruitgang kon profiteren. Hij en zijn opvolgers hadden namelijk een flinke dosis ondernemerszin en een innovatieve geest. Er kwam een filiaal bij, eerst in Basel en daarna verspreid over heel Zwitserland. Het hoofdkantoor in Basel werd naar een nieuw, groter pand verhuisd en werd uitgerust met de nieuwste technische apparatuur van die tijd. Zo groeide de kleine slagerij in Basel tot de eeuwwisseling uit tot de grootste vleeswarenonderneming van Zwitserland.

Naast al deze innovaties bleef hun grootste troef: het ambacht. De kwaliteit van de producten van Bell kan men nog steeds vergelijken met het echte vakmanschap van slagers. Hier hebben de moderne installaties van het productieproces geen verandering in gebracht. Er is namelijk geen enkele computer of machine in staat om deze

Prosciutto Gran Gusto: een hamklassieker

Ten aanzien van de naam een nieuwere, op de Italiaanse "Prosciutto cotto" gebaseerde creatie, maar met betrekking tot het productieproces een echte Zwitserse klassieker, die tegenwoordig nog steeds met een grote portie ambacht wordt vervaardigd. Voor de Gran Gusto worden alleen de beste stukken varkensham in Naturafarm-kwaliteit gebruikt, nl. de bovenbil en de platte bil. Deze stukken worden met een zelfgemaakte pekel van water, zout en kruiden afgewerkt en met de hand ingemaakt.

Vervolgens wordt de Gran Gusto in de karakteristieke ronde vorm gedrukt en urenlang langzaam en voorzichtig gekookt. Zo wordt de ham mooi sappig en krijgt het zijn onnavolgbare broze samenstelling.



Bell Würstli: een beetje bedrijfshistorie

De Bell Würstli is de klassieker in het Bell-assortiment. Geen enkel ander product zit zo vol van geschiedenis en is zo nauw verbonden met het bedrijf. De Bell Würstli werd op 10 maart 1924 in zijn huidige vorm tijdens de "Morgenstreich" van de Baselse vastenavond geïntroduceerd. Dezelfde Morgenstreich, die in 1848 door de grootvader van oprichter Samuel Bell voor het eerst werd georganiseerd. Net zoals vroeger wordt de Bell Würstli nog steeds gemaakt van kruiden, varkensvlees en rundvlees in een Zebu-runderdarm en boven beukenhout gerookt. Hierdoor wordt hij knapperiger en pittiger dan de op dezelfde manier geproduceerde Weense worst. Voor de nieuwe versie hiervan in het "Samuel Bell 1869"-assortiment werd het recept herzien en werden er minder smaakstoffen en additieven toegevoegd.



traditionele vlees- en worstspecialiteiten alleen te produceren. De Bell Würstli, de Aussteller en de Quick Schüfeli zijn allemaal iconische producten van Bell Zwitserland en getuigen van het traditionele slagervakmanschap, die ook altijd met hun pioniersgeest en innovatieve kracht wordt gecombineerd. Vanwege de groei van Bell is hun uitdaging hetzelfde gebleven: Ze streven er namelijk naar om hoogwaardige ambachtelijke producten in de vereiste hoeveelheden te produceren, zonder dat daarbij de kwaliteit en smaak minder worden.

Voor het komende 150-jarig jubileum in het volgende jaar gaat Bell opnieuw deze uitdaging aan. Het bedrijf heeft besloten om het ambachtelijke erfgoed van Samuel Bell met een eigen productlijn te vieren. Met de nieuwe productlijn Samuel Bell 1869 worden enkele bijzonder delicate slagerklassiekers een nieuw leven ingeblazen.

Uit het brede scala aan traditionele charcuteriespecialiteiten van Bell zijn er 16 producten voor de Samuel Bell-lijn geselecteerd. Dit zijn allemaal producten met een lange traditie waar Samuel Bell nog steeds trots op zou zijn. Deze producten zijn onderverdeeld in de categorieën: "Baanbrekende prestaties", "Vakmanschap" en "Slagerklassiekers".

Tot de baanbrekende prestaties behoren de interne ontwikkelingen van Bell, zoals die van de Bell Würstli of de Aussteller, die nauw verbonden zijn met de geschie-



Vakmanschap bij Bell

Niet alleen bij Bell in Zwitserland staat het ambacht hoog in het vaandel. Ook in vele andere regionale productievestigingen over heel Europa produceert Bell een uitgebreid scala aan charcuteriespecialiteiten, die vandaag de dag nog met een behoorlijke portie ambacht worden vervaardigd. LOOK! presenteert hiervan een kleine selectie:

Jambon sec de Savoie (Frankrijk):

De Jambon sec de Savoie wordt in Virieu-le-Grand in de Rhône-Alpen geproduceerd. De rauwe ham wordt met de hand gezouten, ondergedompeld en ten minste 10 maanden gerijpt.

Jamón Ibérico (Spanje):

De Jamón Ibérico behoort tot de beste charcuterieproducten ter wereld. Dit vlees is afkomstig van Ibérico-varkens, die half in het wild tussen de eikenbomen leven en natuurlijke voeding krijgen, zoals eikels, gras en kruiden. In onze fabriek in Azuaga wordt de rauwe ham tot wel 24 maanden lang gerijpt.

Schwarzwälder schinken (Deutschland):

Deze regionale specialiteit wordt in Schiltach, in het midden van het Zwarte Woud geproduceerd. Na het droogzoutproces in het zelfgemaakte kruidenmengsel en de daaropvolgende opslag in de pekel, wordt de ham in de rookruimtes boven naaldhout gerookt.

Een "Calador" van Bell bepaalt daarna of de rauwe ham de gewenste rijpgraad heeft bereikt.

denis van Bell. Vakmanschapproducten vereisen veel ervaring en vakmanschap tijdens hun productie, waaraan Bell nog steeds veel belang hecht. Daartoe behoren ook verschillende soorten ambachtelijke ham en andere hoogwaardige vleeswaren. Bij deze slagerklassiekers draait alles om de traditionele en hartige specialiteiten van vroeger, zoals verschillende bloed- en leverworsten en de varkens- en ossenworst.

Hun motto "Back to the roots" is ook in de productiecepten van de Samuel-Bell-productlijn doorgevoerd. Hierbij worden zo min mogelijk toevoegingen en conserveringsmiddelen gebruikt. En wat natuurlijk heel belangrijk is: alle producten worden nog steeds met een behoorlijke portie ambacht geproduceerd. Dit zorgt ervoor dat de producten dezelfde kwaliteit behouden als van vroeger, toen ze uit een kleine slagerij kwamen.

De traditie en het ambacht spelen ook een belangrijke rol bij het ontwerpen van verpakkingen. De producten van Samuel Bell hebben hun eigen onmiskenbare uiterlijk, waardoor ze zich onderscheiden van de rest van het

assortiment. De verpakking is geheel beige en draagt – als een soort kwaliteitszegel voor uitstekend vakmanschap – het certificaat van Samuel Bell.

De nieuwe productlijn wordt ook door verschillende communicatieactiviteiten ondersteund. Voor de lancering is er een eigen tv-commercial geproduceerd, waarin de kijkers terug naar de tijd gaan toen Bell werd opgericht. •fv

We starten het najaar met een nieuw assortiment

U kunt aan tafel!

Na een hete zomer, die geen goed heeft gedaan voor onze eetlust, hebben de smulpapen onder ons weer wat in te halen. Het is maar goed dat de productontwikkelaars van Bell ondertussen zo fanatiek bezig zijn geweest. Look! presenteert in deze uitgave de belangrijkste noviteiten van de diverse afdelingen voor het koude jaargetijde dat voor ons ligt.

Hügli

Zorgeloos ontbijten

Wie de nieuwe ontbijtgranen van het Hügli-merk granoVita in huis haalt, kan de dag met 'een wonder' opstarten. De soorten "Omega Wunder", "Venus Wunder" en "Ballaststoff Wunder" zijn namelijk op verschillende voedingsbehoeften afgestemd. "Venus Wunder" is daarbij als eerste levensmiddel speciaal gericht op vrouwen in de menopauze.



Zo smaakt de kerst

De Hügli-dochter Vogeley heeft met haar "Edelmousse Lebkuchen" een bijzondere kerstnoviteit voor haar Food Service-klienten in het programma gebracht. Dit is het actuele highlight-product, dat Vogeley in een herbruikbare kerstverpakking aanbiedt. Hier wachten de vaste klanten uit de horeca en catering al jaren in spanning op.





Salami zoals in het “Bella Italia”

Met Salame Originale en Salame Spianata kwamen eind augustus twee Italiaanse producten op de Zwitserse markt. Beiden zijn volgens authentieke recepten uit Italië geproduceerd. De Salame Spianata, die zijn platte vorm in zijn naam draagt, is bovendien met een fruitige Merlot verrijkt en twaalf weken gerijpt totdat er een witte Edelschimmel ontstond.

Kerstmagie met Bell Cuisine

Vanaf midden november zorgt het Bell Cuisine-assortiment weer voor de kerststemming met aromatische ovenkip. De “Backofen-Güggeli Knoblauch-Kräuter” is al kant-en-klaar gekruid en hoeft alleen nog maar een klein uurtje in de oven om een goudbruine, knapperige korst te krijgen.



Eiwitrijke snacks

De twee nieuwe repen met een hoog proteïnegehalte mogen niet langer in de sporttassen van de Zwitserse klanten ontbreken. De Chicken Stick is gemaakt van het beste Zwitserse kippenvlees, de Angus Beef Stick Rindfleisch van het populaire Angus-rundvlees en ter verfijning ook nog van gedroogd vlees.



Slow Cooked met succesgarantie

Vlees op een lage temperatuur langdurig laten garen is momenteel een populaire bereidingswijze. Als u hiervoor toch niet zoveel tijd heeft, dan zijn de nieuwe Slow Cooked-producten van Bell een uitkomst: “Pork Hock” van het achterdijbeen van het varken, de “Beef Cheeks” en de Duitse “Rinderbäckchen” kunnen snel en eenvoudig onder de grill of in de oven worden verwarmd.



Weinig stress voor Food Service-klanten

Met “Pulled Pork” en “Pulled Beef” biedt Bell deze actuele foodtrends vanaf midden oktober voor het eerst ook in zijn professionele assortiment aan. Een geweldige ondersteuning voor alle Food Service-klanten die deze populaire gerechten op hun menu willen zetten – zonder ze zelf te hoeven bereiden.



Zelfgemaakte gehaktballen

Bruine gebakken gehaktballen van hoogwaardige ingrediënten, die er uitzien alsof ze zelf zijn bereid – de investering in een kip-braadsysteem bij Bell Duitsland heeft dit nu mogelijk gemaakt. Deze speciale gehaktballen worden daarbij in een gietijzeren pan gebakken. Hiervan zijn er al twee soorten in het Food Service-assortiment verkrijgbaar. In november gaat de detailhandel dit nieuwe productconcept overnemen.

Succesvolle bijzondere afmetingen

Door een opvallende actie krijgt de ‘Du darfst’-leverworst, onder meer in de discounter, een nieuw uiterlijk. Klanten krijgen momenteel namelijk 25% gratis bij aankoop van een van de volgende leverworsten van 125 gram: de “Feinen Leberwurst mit Kalbfleisch”, de “Apfel-Zwiebel Leberwurst” en de “Schnittlauch-Leberwurst mit Pute”.



Goed gecombineerd

De nieuwe “Planches” van Bell Frankrijk vormen de perfecte combinatie van ham, salami en kaas. Deze 3-in-1 producten zijn verkrijgbaar in drie bijzondere variëteiten en o.a. geschikt als eenvoudig voorgerecht of aperitief. Deze noviteit is bovendien als zogenaamde “Pauses Gourmandes” ook in twee kleine varianten met elk een salami- en kaassoort verkrijgbaar voor de Duitse “Genuss-Pausen”.



Een waardevolle uitbreiding met “Diots”

Sinds september dragen ook de “Diots de Savoie” het Bell-Logo. Om de verwisseling van het merk te ondersteunen, verlooft Bell met een wedstrijd drie skivakanties van een week voor vier personen onder de deelnemers. U kunt twee lekkere recepten met de “Diots” vinden op de nieuwe website: www.bell1869.fr. • *mr*



Wetenswaardigheden over wild

ONDANKS OUDE VOOROORDELEN

Er zijn maar weinig mensen die wildgerechten weten te waarderen – en dat is volledig onterecht! Want wild is niet alleen gezond en veelzijdig, maar het staat als weinig andere vleessoorten voor een duurzame en milieuvriendelijke vleesconsumptie. LOOK! rekent met de oude vooroordelen af.



Maar de vooroordelen ten aanzien van wild, bijvoorbeeld het vlees van zwijnen, herten, reeën en diens soortgenoten, zijn hardnekkig. Men vindt dat het een uitgesproken smaak heeft, dat het vlees verontreinigd is en dat de bereiding ervan gecompliceerd is.

Deze sprookjes stammen echter uit de tijd toen niet ieder huishouden zich een koelkast en vriezer kon veroorloven. Wild werd in die tijd namelijk ook ongekoeld gegeten, als het eigenlijk allang niet meer eetbaar was. Om het vlees smaak te geven, moest het toen lange tijd worden gemarineerd, ontsmet en gekookt. De zogenaamde “Hautgout” is daarom geen typische wildsmaak, zoals vaak wordt aangenomen, maar is eigenlijk het gevolg van een onjuiste vleesopslag.

Net zoals andere vleessoorten, wordt wild tegenwoordig in Europa zeer streng gecontroleerd. Het vlees wordt in koelruimtes gerijpt en voor de verwerking zijn hygiënische bepalingen van toepassing. De angst voor het sterk ruikende en ongezonde vlees van wild behoort daarmee tot het verleden.

Duurzaam natuurproduct

Het wild leeft – zoals de naam al doet vermoeden – in de vrije natuur. Het leven in vrijheid, met een stressvrije ontwikkeling en een natuurlijk en gevarieerd voedingspatroon maken het vlees zo bijzonder. In tegenstelling tot alle vooroordelen is wild dus niet alleen bijzonder mals en smakelijk, maar ook erg gezond. Op nutritioneel gebied wordt er over het conventioneel geproduceerde vlees van landbouwhuisdieren veel gediscussieerd. Wild, dat vetarm is en bovendien rijk is aan eiwitten, vitamines en voedingsstoffen, biedt echter niet alleen een verscheidenheid aan mineralen, maar ook aan essentiële, onverzadigde omega-3 vetzuren.

Wild uit de vrije natuur of van de boer

Bij de aankoop van wild is het belangrijk om op de herkomst te letten. Het WWF adviseert om voor gerechten “wild uit de duurzaam, gereguleerde jacht binnen de EU” te gebruiken.

Om niet alleen afhankelijk te zijn van de jacht, zijn er in veel landen allerlei soorten fokkerijen met wilde dieren ontstaan. Hierbij gaat het om landbouwhuisdieren, wat verder niets met de jacht te maken heeft. Culinair gezien verliezen wilde dieren door de beïnvloede voeding van de mens weliswaar hun typische smaak, maar op het gebied van kwaliteit doet het op geen enkele manier onder voor het vlees van de vrijlevende soorten.

Dit geldt ook voor het voorverpakte of ingevroren vlees van wild. Omdat wild afhankelijk is van bepaalde seizoenen, kan het niet op bestelling worden geslacht. Het is daarom vaak onvermijdelijk, dat het wild dient te worden



Wild doet totaal niet onder voor vlees van landbouwhuisdieren.

ingevroren om op het juiste moment in de winkel te kunnen liggen.

Niet alleen oude klassiekers

In de keuken staan vooral de wildklassiekers bekend zoals wildgebraad, ragout, wildpeper en goulash. Tegenwoordig wordt wild echter bereid zoals conventioneel rundvlees of varkensvlees. Het heeft geen speciale kruiden of bereidingswijze nodig en smaakt gegrild net zo heerlijk als gestoofd of gebraden. Trendgerechten zoals ‘pulled meat’ kunnen net zo goed met wild worden bereid als andere gerechten uit de traditionele keuken.

En ook in zijn diversiteit doet het wild niet onder voor het vlees van conventionele landbouwhuisdieren. Het aanbod varieert namelijk van herten, reeën en wilde zwijnen tot gemzen, hazen en het gevederd wild zoals eenden, fazanten, patrijzen, kwartels en duiven. Bij Bell Switzerland omvat het wild-assortiment ongeveer 260 producten.

Toch is wild nog steeds een niche product – en helemaal ten onrechte. Voor degenen die een evenwichtige en gevarieerde voeding op prijs stellen, is wild uitstekend geschikt. • sh

Na het werk komt Montsé Bonnard tot rust langs de rivier

VISSEN MET DE HELE FAMILIE!

Montsé Bonnard is al vijf jaar een bevlogen visser. Een sport die ze het liefst samen met haar man en twee zonen langs de vijvers en rivieren in haar geboorteland Frankrijk beoefent.



Montsé met een meerval van 1 meter

Over de persoon

Naam: Montsé Bonnard
Functie bij Bell: Productie, Val de Lyon SAS
Bij Bell sinds: 1997
Leeftijd: 44

Na het werk aan de productielijn gaat Montsé – haar echte voornaam is Montserrat, maar “niemand noemt mij zo, behalve bij de administratie!” – met haar man en kinderen op pad om te gaan vissen. “We leggen onze hengels in de auto en we zijn weg! Heerlijk even ontspannen na het werk”, zegt Montsé, die zichzelf een druk persoon vindt. Het vissen en de natuur helpen haar om tot rust te komen.

Vijf jaar geleden wilde haar man Thierry hun twee zonen Milann en Loris (11 en 10 jaar) leren vissen. “Hij ging als kind al met zijn vader mee vissen. Daarom wilde hij het ook zijn kinderen aanleren. Ik kon dus niet achterblijven!” De visjes wilden in ieder geval wel bijten en Milann en Loris kregen de smaak te pakken: “Aan het begin van het seizoen doen ze mee met de forelviswedstrijd. Hun boekenkasten staan vol trofeeën!”, zegt deze trotse moeder.

Tegenwoordig beoefent het gezin hun gedeelde passie minstens één dag per week of in het weekend. Tijdens de vakantie draait het ook allemaal om het vissen: “Deze zomer zijn we een week naar de Vendée geweest. Op de camping waren er alleen maar vissers. We hebben toen zelfs een Black Bass gevangen.” De Black Bass, ook wel forelbaars of grootbekforelbaars genoemd, behoort tot de roofvissen zoals de snoek, snoekbaars, meerval of de gewone baars. Deze vissen houden de Bonnands in de gaten als ze aan het vissen zijn.

Montsé vindt het zelf het leukst om een snoek te vangen. “Omdat het een echte rover is. Hij loert op zijn prooi en is erg snel.” Eenmaal aan de haak vecht hij voor zijn leven. “Soms duurt het wel 10 tot 20 minuten voordat ik hem

heb bevrijd. Bij een grote snoek helpt mijn man me.” Tot nu toe heeft ze alleen snoeken gevangen die korter waren dan een meter. “Maar ik geef nooit op. Eens zal ik een grote vis vangen.” Ze heeft al eens een meerval van een meter lang en een zware baars van 500 g aan de haak gehad. “Dat is in ieder geval een goed begin!”

Hoe weet je eigenlijk waar je kunt vissen? “Van het horen zeggen. Je hoort wel eens in welke rivier of vijver er vissen zitten. En dan gaan we er naartoe. Wij observeren daar het water. Als het beweegt, weten we dat er vissen zijn.” Montsé werpt soms haar hengel uit en wacht urenlang, zonder dat ze een vis vangt. Daar is geduld voor nodig: “Maar dat hoort ook bij deze sport.” En als ze een vis aan de haak heeft, gooit ze hem wel weer terug in het water. “We hebben teveel vis gegeten. Soms brachten we tot wel 70 vissen per jaar naar huis. Dat is zeker een goede vangst, maar mijn kinderen hebben geen zin meer in vis. Behalve dan in de gepaneerde vissticks!”

Een tijd geleden hebben ze in de Auvergne van een instructeur geleerd om te vliegvisseren. “Dat is spannend. En ook heel mooi.” Loris, de jongste zoon, vindt deze manier van vissen heel leuk: “Hij heeft hier talent voor. Als je

naar hem kijkt, dan zou je zeggen dat het een prof is.”

Montsé vist het liefst langs stuwmeren. “Dat is namelijk sportiever. Bij een lage waterstand moet je verder lopen totdat je bij het water bent. Dit is een soort combi van wandelen en vissen, omdat je constant in beweging bent.” Zou je ook op zee willen vissen? “Nee, daar ben ik erg bang voor. Maar bij ons zijn er toch zoveel prachtige rivieren en beken.” • sh

Montsé met haar zoon Loris (10 jaar) en snoeken

De familie: Thierry, Loris, Milann en Montsé Bonnard



Jubileums

LOOK! feliciteert de jubilarissen van september tot december 2018

Bell Zwitserland

20 Dienstjaren

Gilbert Keller, 1 september, Bell, Basel
Anton Bichsel, 1 september, Bell, Oensingen
Frédéric Judas, 1 september, Bell, Oensingen
Sladana Pavlovic, 1 september, Bell, Basel
Daniel Lang, 1 september, Bell, Basel
Carmen Ihrke-Gebhardt, 7 september, Bell, Basel
Bozica Gavrilovic-Tadic, 21 september, Bell, Oensingen
Mira Ilic, 22 september, Bell, Cheseaux
Andre Sungu, 1 oktober, Bell, Basel
Sven Keck, 1 november, Bell, Basel
Leonard Lleshi, 30 november, Bell, Zell

25 Dienstjaren

Adrian Hofer, 1 oktober, Bell, Oensingen
Daniel Casagrande, 15 november, Bell, Basel
Martine Bret, 15 november, Bell, Basel
Herminio Das Neves, 22 november, Bell, Cheseaux

30 Dienstjaren

Nathalie Gillet, 1 september, Bell, Basel
Genevieve Ott, 1 september, Bell, Basel
Bernard Sester, 1 september, Bell, Basel
Thomas Denne, 1 september, Bell, Basel
Jean-Luc Groell, 3 september, Bell, Basel
Vinka Gasic, 3 september, Bell, Zell
Eric Blumert, 3 september, Bell, Basel
Christophe Boesch, 18 oktober, Bell, Basel
Ueli Gerber, 1 november, Bell, Zell
Ulrich Minder, 1 november, Bell, Zell

35 Dienstjaren

Willi Eggenberger, 1 oktober, Bell, Gossau

40 Dienstjaren

Philippe Thiebauld, 18 september, Bell, Basel
Annemarie Lüscher, 24 oktober, Bell, Zell

Voortijdige pensionering

Denis Calbat, 31 augustus, Bell, Basel (*Bijlage*)
Bernard Muller, 31 augustus, Bell, Basel (*Bijlage*)
Moulay Haidara, 30 september, Bell, Oensingen
Zikica Ivanovic, 30 september, Bell, Oensingen
Herbert Fischer, 31 oktober, Bell, Zell

Gepensioneerden

Giovanni Lavorrante, 31 augustus, Bell, Basel (*Bijlage*)
Paula Fischer, 30 november, Bell, Zell

Hilcona

20 Dienstjaren

Jose Augusto Chaves de Sousa, 1 oktober, Hilcona, Schaan
Johann Duch, 1 oktober, Hilcona, Schaan
Agostinho Marques Do Amaral, 1. oktober, Hilcona, Schaan
Michael Pueringer, 1 oktober, Hilcona, Schaan
Walter Riedmann, 1 oktober, Hilcona, Schaan
Juerg Schwengeler, 1 oktober, Hilcona, Schaan
Maria de Lourdes Ibarra de Frommelt, 14 oktober, Hilcona, Schaan
Katrin Cavegn-Brunhart, 1 november, Hilcona, Schaan
Norbert Lampert, 1 november, Hilcona, Schaan
Olivia Machado Rebelo, 1 november, Hilcona, Schaan
Reinhard Pointner, 1 november, Hilcona, Schaan
Karin Schwenninger, 17 november, Hilcona, Schaan

30 Dienstjaren

Pashalis Potolidis, 23 oktober, Hilcona, Schaan
Willi Koller, 14 november, Hilcona, Schaan

Pensioneringen

Melitta Dietrich, 30 juni, Hilcona, Schaan
Günther Friesenegger, 31 oktober, Hilcona, Schaan

Bell Duitsland

20 Dienstjaren

Bernd Tennagels, 1 juli, Bell, Seevetal (*Bijlage*)
Theodor Wessels, 10 september, Bell, Edewecht
Andrea Menge, 15 september, Bell, Bad Wünnenberg
Andreas Altevers, 1 oktober, Bell, Börger
Sergej Pawlow, 19 oktober, Bell, Harkebrügge

25 Dienstjaren

Pavel Sarantscha, 28 juli, Bell, Harkebrügge (*Bijlage*)
Katharina Resch, 9 september, Bell, Harkebrügge
Werner Rensen, 15 september, Bell, Börger

30 Dienstjaren

Mathias Marks, 22 juni, Bell, Harkebrügge (*Bijlage*)
Erika Kruse, 9 september, Bell, Harkebrügge

35 Dienstjaren

Hermann Lüken, 14 november, Bell, Edewecht

Eisberg

20 Dienstjaren

Eleonora Manova, 21 september, Gastrostar, Dällikon
Mary Masila Sinnarasa, 1 november, Gastrostar, Dällikon
Burhan Güven, 16 november, Gastrostar, Dällikon

Gepensioneerden

Elias Genita Fialho, 30 september, Gastrostar, Dällikon

Huidige vacatures vindt u op:
bellfoodgroup.com/karriere

Bell International

20 Dienstjaren

Nicole Böger, 1 september, Hügli Duitsland, Radolfzell
Margit Bortoli, 1 september, Hügli Duitsland, Radolfzell
Monika Zeminová, 1 september, Hügli Tsjechië, Zásmuky
Nathalie Bonnier, 28 september, Bell Frankrijk, Val de Lyon
René Kuratle, 1 oktober, Hügli Zwitserland, Steinach

25 Dienstjaren

Christian Schädler, 1 september, Hügli Duitsland, Radolfzell
Volker Kerssenfischer, 2 september, Hügli Duitsland, Radolfzell
Dagmar Skoupá, 26 oktober, Hügli Tsjechië, Zásmuky
Thomas Freitag, 22 november, Vogeley, Radolfzell
Tomislav Trajkovic, 29 november, Hügli Zwitserland, St. Gallen

30 Dienstjaren

Horst Schüler, 12 september, Hügli Duitsland, Radolfzell
Elwira Seitz, 11 november, Hügli Duitsland, Radolfzell
Albert Kathan, 21 november, Hügli Oostenrijk, Hard

Pensionering

Theresia Hattinger, 1 oktober Hubers Landhendli, Pfaffstätt

Het oudste vegetarische merk ter wereld

Eden

My Veggie Paradise

Het merk Eden My Veggie Paradise heeft sinds juni 2018 met een nieuw, vegetarisch trendassortiment de levensmiddelenretailers en biologische retailers in Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland verrijkt. Ze zijn in eerste instantie gestart met 17 artikelen in vier productgroepen: HAPPY BOWL food-sets voor exotische kookavonturen, SOUP QUICKYS als warme en koude drinksoepen, heerlijke "VEGGIE WURST"-producten en LÖFFEL ZEIT, de stoofschotels voor ontspannen eetmomenten.

De geschiedenis van Eden begint in het Berlijn van 1893. Een gemeenschap van toegewijde vegetariërs is op zoek naar een leven dichtbij de natuur en zet zich in om veggie-inspiratie onder de mensen te brengen. In 2015 verwerft Hügli deze merknaam en presenteert ter gelegenheid van hun 125-jarig jubileum Eden Veggie Paradise van de Next Generation met een nieuwe merkuiterlijk, waarmee het Berlijnse Eden een update krijgt.

Eden heeft de weg geplaveid voor het succes van vegetarische levensmiddelen in Duitsland en staat al tientallen jaren garant voor de beste kwaliteit. Kwaliteit is ook een belangrijk criterium voor de hedendaagse Eden-doelgroep, de "adaptieve pragmatici" volgens het Sinus Instituut. Let vooral op de volgende drie kwaliteitskenmerken:

Biologische kwaliteit

De Eden-doelgroep hecht veel waarde aan biologische kwaliteit. Zij identificeren zich met een gezonde, bewuste en duurzame manier van leven en zijn erg trendbewust. Voor deze doelgroep worden producten interessant zodra ze biologisch gecertificeerd zijn en actuele foodtrends volgen of geschikte gebruiksmogelijkheden bieden voor hun eigen levensstijl. De Eden Bio HAPPY BOWLS bijvoor-



Eden staat al tientallen jaren voor de beste kwaliteit

Wiener, geeft het label WELL DONE aan dat het product lekker is zonder vlees en toevoegingen. Op LÖFFEL ZEIT van Eden staat er "Auf die Löffel, lecker, los" ('oplepelen en go').

Veggie-kwaliteit

De doelgroep van Eden My Veggie Paradise probeert vaak nieuwe dingen uit en eet ook graag vegetarisch. Als het oudste vegetarische merk ter wereld is Eden een eerlijke bron van inspiratie voor iedereen die op een eenvoudige manier meer groenten per dag wil eten. • sh

beeld, maken de "bowl-trend" uit de VS toegankelijk en de Eden SOUP QUICKYS zijn plantaardige boosters voor onderweg die zowel warm als koud smaken.

Smaakgarantie

Een even belangrijk kwaliteitskenmerk voor deze doelgroep is de smaak. Bio is belangrijk, maar producten worden alleen opnieuw gekocht als ze ook smakelijk zijn. De richtlijnen voor de productontwikkeling van Eden omvatten daarom de vereiste "100% yummië"-voorwaarde. Deze smaakwaarborg wordt ook op de verpakking vermeld. Bij de "VEGGIE WURST"-producten van Eden, zoals de BEISS REIN Veggie