

# LOOK!

Magazyn firmowy

03 2018



— 1869 —

*Samuel Bell*

MÂITRE CHARCUTIER

---

**Rzemiosło żyje**

BELL  
FOOD  
GROUP



# Z ufnością patrzeć w przyszłość

## Drodzy Współpracownicy!

Mamy za sobą burzliwe pierwsze półrocze z wieloma wzniościami, ale także paroma upadkami. Najpierw dobre wieści: obszar biznesowy dań gotowych rozwija się bardzo dobrze, również dzięki przebiegającemu z powodzeniem przejściu firmy Hügli. Oddziały Bell Niemcy i Bell International mogły kontynuować ten pozytywny trend i odnotowały satysfakcjonujący wzrost obrotów. Wyjątkiem od tego był obszar biznesowy związany z produktami drobiowymi w Austrii i Niemczech. Tutaj w pierwszym półroczu 2018 r. niestety nie wszystko udało się nam tak, jak sobie to wyobrażaliśmy. Powodem tego były przede wszystkim wyższe ceny paszy i surowców oraz zastój w zbyciu drobiowych produktów ekologicznych. Poza tym

uruchomienie nowego zakładu Süttag w Ampfing było kosztowniejsze niż planowaliśmy. Wzrost odnotował także oddział Bell Szwajcaria, jednak na jego wyniki ekonomiczne wpływ miały mniejsze obroty w dziedzinie handlu detalicznego świeżym mięsem.

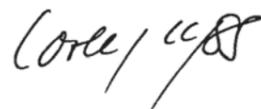
Te czynniki spowodowały, że Bell Food Group w pierwszym półroczu 2018 r. co prawda ponownie odnotowała ogólny wzrost, ale zyski przedsiębiorstwa były mniejsze.

Jeszcze jesteśmy jednak na półmetku. Rozpoznaliśmy przyczyny i wdrożyliśmy odpowiednie działania. Musimy je teraz konsekwentnie dalej realizować, aby osiągnąć cele wyznaczone na drugą połowę roku. Jestem przekonany, że razem nam się to uda. Ponieważ każdego dnia widzę to, co potwierdza przeprowadzony po raz pierwszy w całej Bell Group sondaż pracowników: mamy zmotywowanych i zaangażowanych pracowników, którym praca sprawia radość.

Odpowiednio długi jest też szereg naszych nowych produktów. Można się o tym przekonać na stronach 23 do 25, na których prezentowane są nowe, różnorodne produkty wszystkich oddziałów. Szczególnie bliska mojemu sercu jest nowa linia Samuel Bell, która zostanie wylansowana pod koniec sierpnia w Szwajcarii. Także ze względu na nadchodzącą 150. rocznicę powstania Bell w 2019 r. w tej linii zostaną zaprezentowane na nowo tradycyjne i wysokojakościowe specjały mięsne. Zgodnie z tematem tytułowym tego numeru: „Rzemiosło żyje”.

To wszystko napawa mnie dumą z naszego przedsiębiorstwa oraz jego produktów i sprawia, że optymistycznie patrzę na drugie półrocze 2018 r. Jest dużo do zrobienia, razem damy radę!

Lorenz Wyss  
Przewodniczący kierownictwa grupy




12



23



18

## Treść

### Życie codzienne przedsiębiorstwa

- 4 Dobrze przygotowanie do przyszłości**  
Dwie linie opakowań zainstalowano w Harkebrügge
- 5 Sharing is Caring**  
Program udziałów dla pracowników Bell Food Group
- 6 Ważne wnioski na przyszłość**  
Sondaż wśród pracowników Bell Food Group

### Przegląd

- 8 Wyróżnienie dla Zimbo na Węgrzech**  
**Drugie miejsce w pucharze sponsorów HSV**  
Sukces piłkarski
- 9 Razem zwiększać sukces produktów**  
Rozmowa z Sophie Lucas  
**Bell Food Group w gorącym mistrzostw świata**  
Play&Win 2018

### Praca w Bell Food Group

- 10 Gratulujemy i serdecznie witamy**  
Uczniowie w Bell Food Group
- 11 Obserwacja młodych pracowników**  
Rozmowa: Andreas Begré
- Na miejscu w...
- 12 Aby na talerz trafiały dobre rzeczy**  
Sylvain & CO stanie się częścią Bell Food Group

### Ekologia i innowacja

- 14 Zbieranie, analiza, decyzje, działanie**  
Inteligencja biznesowa i analiza biznesowa w Bell Food Group
- 16 Wszechstronne zwierzęta z długą tradycją**  
Bell angażuje się w zachowanie bydła Simental
- 18 Dalekowzroczna inwestycja**  
Bell Food Group udziałowcem Mosa Meat

### Historia tytułowa

- 20 Rzemiosło żyje**  
Nowa linia produktów Samuel Bell 1869
- Nasz świat smaków
- 23 Przyrządzono**  
Parada nowości na rozpoczęcie chłodnej pory roku
- 26 Koniec ze starymi uprzedzeniami**  
Mały poradnik na temat dziczyzny

### Moje Hobby

- 28 NA RYBY Z RODZINĄ!**  
Po pracy Montsé Bonnard odpoczywa nad rzeką

### Jubileusze

- 30 Jubileusze**  
LOOK! gratuluje jubilatów od września do grudnia. 2018 ROKU

### Tak osiąga się jakość

- 32 Eden**  
My Veggie Paradise

Dwie linie opakowań zainstalowano w Harkebrügge

## DOBRE PRZYGOTOWANIE DO PRZYSZŁOŚCI

Zakład w Harkebrügge stawia w zakresie pakowania na największą skuteczność.

Centrum logistyki i krojenia w Bell Niemcy ma od niedawna dwie nowe linie pakowania szynki i innych specjałów do opakowań składanych oraz owalnych tacek. Innowacyjne urządzenia, powstałe w wyniku wymiany lub przebudowy istniejących linii, umożliwiają użytkowanie z dwukrotnie większą ilością produktów niż poprzednie modele.

Niemieccy klienci uwielbiają szynkę marki Abraham w praktycznych opakowaniach składanych. Również opakowania owalne – tak zwane tacki owalne – w których Bell Niemcy oferuje na przykład swoje specjały iberyjskie, cieszą się dużą popularnością.

Ponieważ obydwa opakowania w ostatnich latach są sprzedawane coraz częściej, centrum krojenia w Harkebrügge dochodziło do granic swoich możliwości. Konieczne były nowe urządzenia, ale brakowało na nie miejsca. Rozwiązanie: istniejąca linia opakowań składanych została zastąpiona, a linia tacek owalnych została rozbudowana z myślą o przyszłości.

„Dla opakowań składanych opracowaliśmy koncepcję linii, która w tej postaci jest nowością na świecie”, mówi Stefan Potgeter, który w Bell Niemcy jest odpowiedzialny między innymi za automatyzację procesów. „Podobnie jak linie standardowe składa się ona z krajalnicy, maszyny pakującej i instalacji składającej, ale została uzupełniona o innowacyjne komponenty.”

Krajalnica o wysokiej wydajności jest wyposażona dodatkowo w nowoczesny „moduł Interleaver”, który automatycznie wkłada folie oddzielające między plastry szynki. Razem ze specjalnymi chwytakami działającymi oddzielnie od siebie z „modułem Interleaver” krajalnica z Harkebrügge jest pierwsza na świecie o takiej konstrukcji.

Do urządzenia należy również nowoczesny robot chwytający, który układa porcje na foliach opakowaniowych. Wielostopniowe systemy kontroli ilości porcji lub wykrywania ciał obcych zapewniają ponadto stałą jakość i bezpieczeństwo produktów.

Podczas przebudowy linii dla tacek owalnych firma Bell wykorzystała możliwości oferowane obecnie przez automatyzację. Specjalnie zaprojektowany dla tego projektu robot chwytający wkłada gotowe pocięte porcje to pojemników opakowaniowych. Bufor zapewnia ciągłość pracy nawet, jeżeli w krajalnicy właśnie znajduje się nowa szynka lub chorizo.

„W Harkebrügge możemy dobrze wykorzystać każdą swobodną rękę”, mówi Stefan Potgeter. „Dlatego dla nas dodatkową dużą korzyścią jest zmniejszenie liczby potrzebnej do pracy przy nowej linii o ponad połowę.” W końcu można zauważyć również wydajność nowych urządzeń: obydwa nowe sprzęty są dwukrotnie skuteczniejsze niż poprzednie modele. • mr

**Nowa krajalnica w Harkebrügge to pierwsza tego rodzaju konstrukcja na świecie.**



Program udziałów dla pracowników Bell Food Group

# Sharing is Caring

*Dzięki programowi udziałów dla pracowników Bell Food Group umożliwi wszystkim zatrudnionym kupowanie akcji przedsiębiorstwa po korzystnych cenach. Następnym okresem zakupu akcji rozpoczyna się na początku listopada i kończy 30 listopada 2018 r. Bell Food Group oferuje pracownikom bezpłatny depozyt akcji.*

W listopadzie 2018 r. startujemy. Przez miesiąc pracownicy Bell Food Group mają możliwość nabycia akcji przedsiębiorstwa z rabatem 20% zgodnie z aktualnym kursem. Jedynym warunkiem jest niesprzedawanie akcji przez cztery lata od daty kupna. Po upływie wyżej wymienionego okresu akcje mogą zostać sprzedane lub przeniesione do prywatnego depozytu w banku.

**Program udziałów dla pracowników rozpoczyna się 1 listopada 2018 r.**

Właściciele akcji pracowniczych mogą także spodziewać się innych korzyści, które zazwyczaj są udziałem akcjonariuszy.

Otrzymają oni każdego roku dywidendę i mają możliwość uczestnictwa w walnym zgromadzeniu Bell Food Group AG jako akcjonariusze. Oprócz tego przedsiębiorstwo umożliwi bezpłatny depozyt akcji pracowniczych.

Program udziałów dla pracowników Bell Food Group został wprowadzony w 2001 roku. Celem programu jest wspieranie identyfikacji pracowników z Bell Food Group i ich aktywne uczestnictwo w sukcesie przedsiębiorstwa.

**Plan wprowadzenia depozytu akcji online**

Planowane jest umożliwienie wszystkim obecnym i przyszłym właścicielom akcji pracowniczych nowego depozytu akcji online z osobistym loginem. W ramach nowego depozytu akcjonariusze mogą sami zarządzać



Wszyscy pracownicy Bell Food Group zostaną pod koniec października poinformowani o dalszych procedurach zakupu akcji pracowniczych.

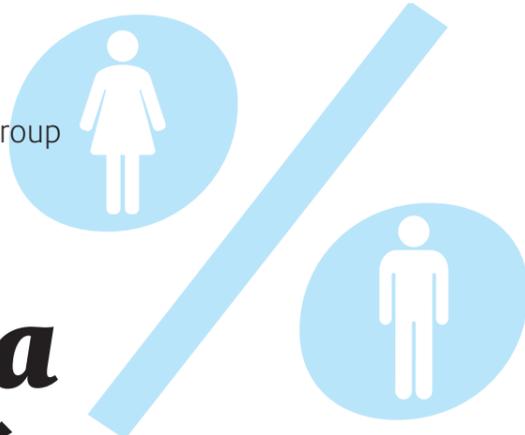
W przypadku pytań prosimy o zwracanie się do biura akcji Bell Food Group:

Etienne Petitjean  
Tel.: 0041 (0)58 326 2020  
E-mail: share.registry@bellfoodgroup.com

swoimi akcjami, kupować nowe akcje w ramach programów udziałów dla pracowników i, po upływie okresu czterech lat, swobodnie sprzedawać akcje. • fv

Sondaż wśród pracowników Bell Food Group

# Ważne wnioski na przyszłość



Mamy przed sobą przeprowadzony po raz pierwszy sondaż wśród wszystkich pracowników Bell Food Group. Cieszą nas duża chęć wzięcia w nim udziału i przeważnie pozytywne rezultaty. Sondaż wśród pracowników pokazał jednak też obszary, w których można coś zmienić. Tym zajmiemy się potem.

Wiosną 2018 roku przeprowadzony został po raz pierwszy sondaż wśród wszystkich pracowników Bell Food Group (bez Hügli). Odzew na sondaż był bardzo zadowalający. Wzięło w nim udział prawie 60% wszystkich pracowników Bell, Hilcona i Eisberg; jest to stosunkowo duży odsetek.

Sondaż został po raz pierwszy przeprowadzony w tej formie, dlatego tym bardziej cieszy nas duży odzew. Według Johanna Meistersa, kierownika działu HR Bell Food Group, w przyszłości sondaże będzie więcej: „Bardzo cieszymy się z pozytywnego odzewu, nowy format widocznie się spodobał. Planujemy powtarzanie sondażu wśród pracowników w całej Bell Food Group co dwa lata.”

### Dużo pozytywów – mało negatywów

Wyniki są przeważnie pozytywne, mimo że istnieją pewne dziedziny, które wymagają ulepszeń. To pokazują wyniki na poziomie Bell Food Group.

W sondażu zostały ocenione ogólne zadowolenie z pracy oraz zaangażowanie (commitment). W obu kategoriach Bell Food Group została dobrze oceniona, przy czym zaangażowanie uplasowało się wyżej niż zadowolenie z pracy (zob. grafika z prawej). Oprócz tego rozpatrzona została w szczegółach sytuacja w miejscu pracy. Na nią składa się szereg obszarów tematycznych, takich jak czas pracy, atmosfera pracy lub wynagrodzenie/ świadczenia dodatkowe. Ponieważ te obszary tematyczne wpływają na ocenę zadowolenia z pracy i zaangażowania, służą jako wskazówki do zmian.

### Wyniki w szczegółach

Bardziej szczegółowe spojrzenie na poszczególne obszary tematyczne pozwala stwierdzić, co pracownicy cenią w Bell Food Group, a co wymaga jeszcze zmian. Ponadprzeciętnie dobrze oceniono kategorie „charakter pracy”, „atmosfera pracy”, „bezpośredni przełożeni”, „informacje i komunikacja” oraz „znajomość celów przedsiębiorstwa”.

Kategorie „wymagania pracy” i „procesy pracy” również oceniono dobrze, jednak w porównaniu z ww. kategoriami uplasowały się one nieco poniżej przeciętnej.

Tak samo sytuacja przedstawia się w temacie „miejsce pracy”. Kwestia narzędzi pracy została oceniona pozytywnie, podczas gdy warunki w miejscu pracy (np. światło, powietrze, hałas, wystarczająco dużo miejsca) wypadły w odniesieniu do całej Bell Food Group nieco gorzej.

Wszystko ma pozytywne, jak i negatywne strony. Dotyczy to także Bell Food Group. Rezultaty sondażu wśród pracowników pokazują, że w kilku obszarach możliwe są jeszcze ulepszenia.

Do takich obszarów należą np. „czas pracy” i „proponowanie zmian”. Pogodzenie pracy z życiem prywatnym oraz kwestia otrzymywania odpowiedzi na propozycje zmian zostały ocenione poniżej przeciętnej. W temacie „rozwój zawodowy pracowników” okazało się, że pod tym względem według pracowników konieczne są jeszcze zmiany w przedsiębiorstwie. Na pytanie, czy pracownicy otrzymują dalsze wykształcenie, niezbędne do ich pracy, uzyskano jednak nieco bardziej pozytywne odpowiedzi.

Najgorzej oceniony został obszar tematyczny „Wynagrodzenie/wynagrodzenie dodatkowe”. Zarówno kwestie sprawiedliwego wynagrodzenia oraz atrakcyjności świadczeń socjalnych i dodatkowych zostały ocenione przeciętnie.

### Analiza i dalsze postępowanie

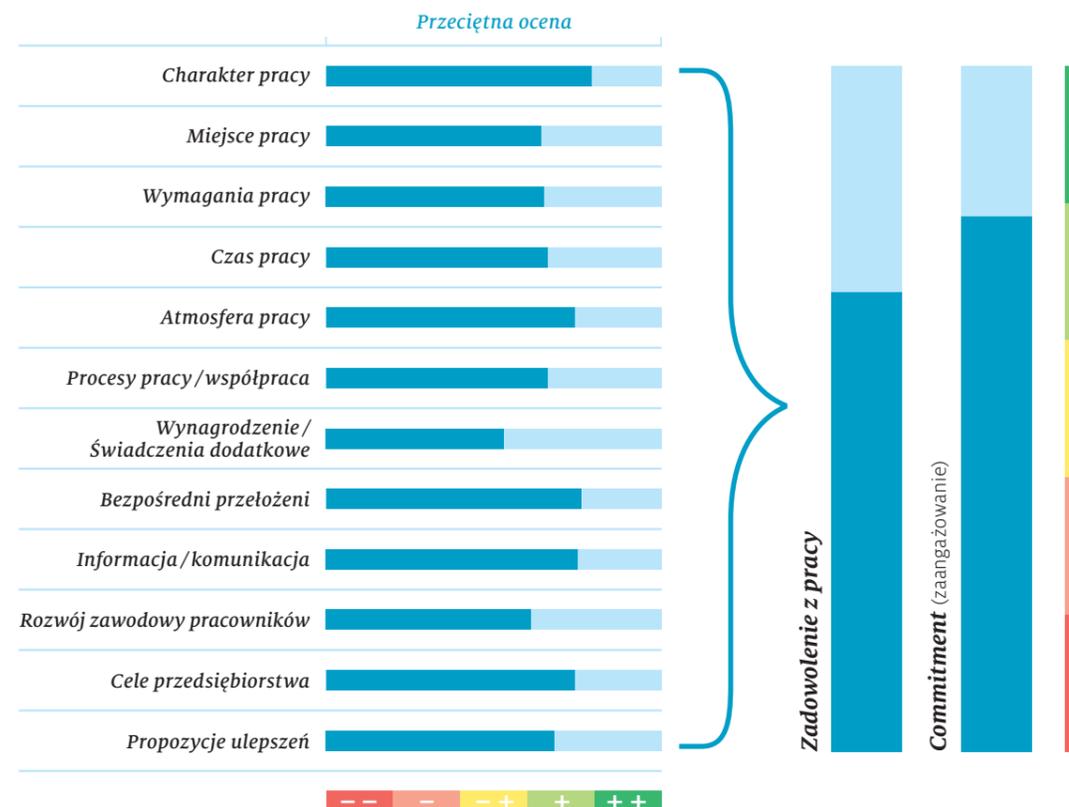
Powyższe rezultaty to całościowa ocena Bell Food Group. W przypadku pojedynczych kwestii wyniki dotyczące różnych działów i obszarów organizacyjnych mogą częściowo bardzo różnić się od rezultatów dla całej grupy. Przy ustalaniu dalszych działań wzięto to szczególnie pod uwagę.

Do końca sierpnia pojedynczym działom i obszarom organizacyjnym zaprezentowano rezultaty. Następnie wyniki będą przeanalizowane i zostaną ustalone odpowiednie wytyczne. Na podstawie ww. wytycznych zostaną określone i wdrożone działania.

„Dla mnie ważną częścią kultury przedsiębiorstwa jest możliwość przekazania przez pracowników informacji zwrotnych i to, że te informacje zwrotne zostaną potraktowane poważnie”, mówi Johannes Meister. Realizacja działań nastąpi na poziomie jednostek organizacyjnych i obszarów organizacyjnych. Pojedyncze obszary organizacyjne i jednostki organizacyjne będą na bieżąco powiadamiane o aktualnym statusie realizacji działań. W ten sposób można będzie zapewnić, że konieczne ulepszenia zostaną tam zastosowane, gdzie jest to potrzebne. • fv

**Prawie 60% wszystkich pracowników wypełniło sondaż.**

### Wyniki dot. pojedynczych dziedzin





## Wyróżnienie dla Zimbo na Węgrzech

Zimbo Węgry otrzymało odznaczenie „Pracodawca godny zaufania”. Odznaczenie jest przyznawane przez niemiecko-węgierską izbę handlową i wyróżnia każdego roku przedsiębiorstwa, które w szczególnej mierze angażują się tworzenie wzorowych warunków pracy. Hedvig Szakács, dyrektor zarządzający Zimbo Węgry, przyjęła stosowny dokument podczas przyznania nagrody z okazji zebrania członków izby handlowej w maju 2018 roku. Tytuł pracodawcy godnego zaufania przedsiębiorstwa mogą otrzymać, przysyłając uprzednio podania. Oceniane jest siedem obszarów polityki HR. Do nich należą kwestie wynagrodzenia, świadczeń socjalnych, warunków zdrowotnych i warunków, w których praca się odbywa, kwestie dalszego kształcenia zawodowego i rozwoju zawodowego pracowników. • fv

## Sukces piłkarski

### Drugie miejsce w pucharze sponsorów HSV

Dla Bell Niemcy wielkie lato piłkarskie zaczęło się już pod koniec maja. Podczas pucharu sponsorów HSV piłkarze mierzyli swoje siły na „świętej murawie” stadionu Volksparkstadion z 23 innymi zespołami.

Podczas gdy „kadra narodowa” w tym roku nie mogła pochwalić się sukcesami na mistrzostwach świata w Rosji, inny niemiecki zespół brylował na całej linii: Obecni po raz trzeci na pucharze sponsorów HSV, piłkarze z Bell zapewnili sobie ostatecznie drugie miejsce.

Drużyna mierzyła swoje siły przy pięknej pogodzie w hamburskim Volksparkstadion podczas turnieju sponsorów, którym HSV co roku wraz ze swoimi partnerami kończy sezon Bundesligi. Wsparci przez przybyłych fanów, koledzy z Bell pokazali swoje świetne umiejętności i wolę zwycięstwa już podczas fazy grupowej. Walczono także dzielnie podczas ostatniej rundy.



W przerwach meczowych wszyscy gracze i goście mogli nabrać sił przy dużym, bezpłatnym bufecie. Wkład w to miało także Bell Niemcy, które ufundowało kielbaski grillowe ZIMBO. Wysoko zmotywowany zespół musiał się jednak poddać w finale i zajął za przedsiębiorstwem modowym Wellensteyn drugie miejsce.

Bell Niemcy zaopatruje HSV od trzech lat w kielbaskę „Stadion Griller”. Z powodzeniem: Podczas ostatniego sezonu na stoiskach grillowych sprzedano około 400 000 sztuk tych popularnych kielbasek ZIMBO. • mr

Rozmowa z Sophie Lucas

## Razem zwiększać sukces produktów

Od lipca Sophie Lucas z Bell Francja jest prezesem „Consortium des Salaisons d’Auvergne”. W Look! mówi o znaczeniu tego związku i swoich celach jako prezesa.

Czym jest „Consortium des Salaisons d’Auvergne”?

Sophie Lucas: Konsorcjum jest związkiem regionalnych producentów szynki surowej i salami suszonego na powietrzu oraz hodowców i producentów mięsa z Owernii. Związek ustala specyfikacje dla wyrobów kielbasianych i peklowanych na surowo, aby chronić tradycję i dobre imię produktów. Oprócz tego promuje poprzez rozmaite działania PR produkty we Francji i zagranicą. Do tych działań należą promowanie sprzedaży w punktach sprzedaży lub prezentacje na targach oraz kampanie reklamowe w telewizji lub w mediach społecznościowych.



Jakie znaczenie ma to konsorcjum dla Bell Francja? Produkty z chronionym oznaczeniem geograficznym są dla nas bardzo ważne. Nasze salami, dojrzewające u stóp wulkanu w Owernii i opatrzone chronionym oznaczeniem geograficznym, należą do dziesięciu najczęściej sprzedawanych produktów Bell Francja.

Jakie są Pani zadania jako prezesa? Ponieważ reprezentujemy przedsiębiorstwa z różnych obszarów i wszystkich wielkości moim najważniejszym zadaniem jest zwracanie uwagi na wymagania wszystkich członków i zapewnienie, że decyzje, które podejmujemy są dla wszystkich akceptowalne.

Do jakich celów Pani dąży podczas bycia prezesem? Chce się przyczynić do tego, żeby wysokojakościowe i wyśmienite produkty z Owernii odniosły sukces we Francji i zagranicą. Jestem dumna z tego, że reprezentuję te wyroby i że przez to doceniam pracę około 2000 ludzi, wytwarzających w Owernii różne wędliny. Oprócz tego bardzo mocno zaangażuję się w ochronę i promocję szynki i salami opatrzonego chronionym oznaczeniem geograficznym. • mr



Play&Win 2018

## Bell Food Group w gorączy mistrzostw świata

Nowa nazwa, nowe szczęście. Z okazji mistrzostw świata w Rosji Bell Food Group zorganizowała dla wszystkich pracowników ponownie duże zakłady piłkarskie pod nazwą Play&Win. LOOK! przedstawia szczęśliwych zdobywców głównych nagród!

Bell Food Group zmienia się w błyskawicznym tempie, ale jedno pozostało w tym roku takie samo. Z okazji piłkarskich mistrzostw świata w Rosji Bell Food Group zorganizowała tradycyjne już zakłady piłkarskie. Zakłady piłkarskie o nowej nazwie Play&Win okazały się stuprocentowym sukcesem. Zarejestrowało się 1648 pojedynczych graczy i 269 grup – jest to rekordowa liczba! Wzięcie udziału w tym roku bardzo się bowiem opłacało. Najbardziej szczęśliwych graczy pojedynczych i grupowych czekały oprócz wpisu do księgi Play&Win bony podróży o wartości do 2000 euro, a dla najlepszych grup bon na wspólną okazję w wysokości do 1200 euro. • fv

### Lista rankingowa graczy pojedynczych

1. Sebastian Block, Bell Francja, bon podróży o wartości 2000 euro
2. Damian Czerczak, Bell Polska, bon podróży o wartości 1500 euro
3. Marc-Oliver Tappe, Bell Niemcy, bon podróży o wartości 1000 euro

### Lista rankingowa grup

1. Team de Coach, Bell Szwajcaria, bon o wartości 1200 euro
2. MT, Hilcona Schaan, bon o wartości 1000 euro
3. Werder Werkl, Bell Deutschland, bon o wartości 800 euro

Uczniowie w Bell Food Group

## Gratulujemy i serdecznie witamy

W poprzednich miesiącach wielu młodych pracowników skutecznie zakończyło naukę w Bell Food Group i postawiło pierwszy krok w świecie pracy zawodowej. Serdecznie gratulujemy absolwentom ukończenia nauki. Dla jednych coś się kończy, dla innych zaczyna się coś nowego. Serdecznie witamy więc nowych uczniów, którzy rozpoczęli naukę w Bell Food Group w sierpniu.

Bell Food Group gratuluje skutecznego zakończenia nauki



Od lewej: Ganimet Dushku, Estefano Dias Ferreira Soares, Marco Raimondi, Emine Temel, Fernando Marchelli Quintanilla, Riccardo Calabrese, Kevin Correia. Brak na zdjęciu: Alexander Blinkov, Erich Diethelm, Dino Gombar, Jasmin Kissling, Jan Parpart

### Bell

Alexander Blinkov, mechanik produkcji EFZ, Zell  
 Riccardo Calabrese, specjalista ds. utrzymania obiektów EFZ, Bazylea  
 Kevin Correia, specjalista ds. mięsa EFZ, Bazylea  
 Estefano Dias Ferreira Soares, specjalista ds. mięsa EFZ, Bazylea  
 Erich Diethelm, handlowiec EFZ, Bazylea  
 Ganimet Dushku, informatyk, programista aplikacji EFZ, Bazylea  
 Dino Gombar, specjalista ds. mięsa, EFZ, Bazylea  
 Isabell Haaks, handlowiec, Seevetal  
 Jasmin Kissling, specjalista ds. mięsa EFZ, Bazylea  
 Fernando Marchelli Quintanilla, specjalista ds. mięsa EFZ, Bazylea  
 Jan Parpart, handlowiec EFZ, Bazylea  
 Lioba Peters, B. A. BWL i handlowiec, Seevetal  
 Andreas Petrow, specjalista ds. technologii żywności, Bad Wünnenberg  
 Marco Raimondi, handlowiec EFZ, Bazylea  
 Felix Schmied, operator maszyn i urządzeń, specjalizacja technologia żywności, Suhl  
 Emine Temel, operator urządzeń EFZ, Zell  
 Romina Waldvogel, specjalista ds. drobiu, Zell



Od lewej: Marxer Caroline, Filipic Ratko, Benz Sarah, Seger Luke, Girstmair Selina. Brak na zdjęciu: Luca Bon

### Hilcona i Frostag

Sarah Benz, handlowiec EFZ, Schaan  
 Luca Bont, dział logistyki EFZ, Schaan  
 Diego Coti, dział logistyki EFZ, Landquart  
 Ratko Filipic, technolog żywności EFZ, Schaan  
 Selina Girstmair, technolog żywności EFZ, Schaan  
 Caroline Marxer, handlowiec EFZ, Schaan  
 Luke Seger, handlowiec EFZ, Schaan  
 Simona Tettamanti, handlowiec EFZ (profil M), Landquart

### Eisberg

Luana Mancini, handlowiec EFZ, Gastro Star Dällikon  
 Lars Heidelberger, technolog żywności EFZ, Gastro Star Dällikon

### Hügli

Marco Mattes, handlowiec \*  
 Jessica Savaglia, handlowiec \*  
 Sercan Cakir, informatyk specjalizujący się w integracji systemów  
 Anne Störk, studia DH BWL – przemysł

\* z dodatkowymi kwalifikacjami «międzynarodowe zarządzanie ekonomiczne»

Serdecznie witamy w Bell Food Group

### Bell Szwajcaria i Niemcy

Cedric Bechler, handlowiec EFZ, Bazylea  
 Joshua Borer, technolog żywności EFZ, Oensingen  
 Mandy Buchner, specjalista ds. technologii żywności  
 Niki Cardoso Da Cunha, logistyk EFZ, Oensingen  
 Aziz Ullah Eqbali, rok przygotowania do zawodu, logistyk  
 Susanne Gkagani, specjalista ds. technologii żywności, Suhl  
 Delia Germain, asystentka specjalisty ds. mięsa EBA, Bazylea  
 Karima Nassar Harambasic, technolog żywności EFZ, Oensingen  
 Vanessa Hoffmann, specjalista ds. drobiu, Zell  
 Jan-Luca Huszarik, handlowiec, Seevetal  
 Yasin Can Ipek, specjalista ds. mięsa EFZ, Bazylea  
 Kevin Kohnert, masarz, Suhl  
 Alen Kozarac, mechanik produkcji EFZ, Zell  
 Maximilian Lorenz, operator maszyn i urządzeń, specjalizacja technologia żywności, Suhl  
 Abdulsalam Mohamed, wstępne szkolenie integracyjne w branży mięsnej  
 Luca Petersen, automatyk EFZ, Bazylea  
 Jérôme Schaub, specjalista ds. mięsa EFZ, Bazylea  
 Tobias Schmidt, operator maszyn i urządzeń, specjalizacja technologia żywności, Suhl  
 Cindy Schweng, operator maszyn i urządzeń, specjalizacja technologia żywności, Suhl  
 Janjira Suwanthong, handlowiec EFZ, Bazylea  
 Tobias Warnke, studia dwutorowe BWL/handlowiec, Seevetal  
 Paul-Philippe Wortmann, informatyk, programista aplikacji EFZ, Bazylea  
 Kevin Zbinden, specjalista ds. mięsa EFZ, Bazylea

### Hilcona i Frostag

Stefan Braun, logistyk, Schaan  
 Noah De Marco, handlowiec, Schaan  
 Laurin Ehrenzeller, handlowiec, Schaan  
 Jordan Falk, technologia żywności, Schaan  
 Mara Gomes Silva, handlowiec, Schaan  
 Ismet Güler, technologia żywności, Schaan  
 Kristina Ivanova, operator urządzeń, Schaan  
 Victoria Kloser, operator urządzeń, Schaan  
 Patrick Marxer, logistyk, Schaan  
 Luisa Walser, technologia żywności, Schaan

### Eisberg

Visar Bajrami, handlowiec EFZ, Landquart

### Hügli

Yannick Brake, handlowiec \*  
 Adrian Christ, studia DH na kierunku zarządzania żywnością  
 Gabriel Glätsch, handlowiec \*  
 Jana Lederle, handlowiec \*  
 Kirstin Mattes, studia DH na kierunku informatyka ekonomiczna  
 Sven Radermacher, specjalista ds. technologii żywności  
 Marvin Schulte-Bäuminghaus, specjalista ds. technologii żywności  
 Lisa Stark, handlowiec \*  
 Mareike Stump, studia DH na kierunku zarządzania żywnością  
 Theresa Zirell, specjalista ds. technologii żywności

\* z dodatkowymi kwalifikacjami «międzynarodowe zarządzanie ekonomiczne»

Rozmowa: Andreas Begré

## Obserwacja młodych pracowników

Andreas Begré ma w firmie Bell Szwajcaria interesujące zadanie: jako kierownik kształcenia zawodowego koordynuje kształcenie zawodów technicznych i handlowych.



«Samo poprawienie wizerunku nie wystarczy.»

Jakie są Pana najważniejsze zadania na stanowisku kierownika kształcenia zawodowego? Andreas Begré: Dbam przede wszystkim o rozwój naszego systemu kształcenia. Traktuję siebie jako element łączących między pracownikami wewnętrznymi firmy Bell a instytucjami zewnętrznymi, takimi jak szkoły, stowarzyszenia zawodowe, szkoły wyższe i kantony. Ponadto zajmuję się między innymi również możliwościami dalszego rozwoju dla osób kończących naukę.

Dlaczego to nowo utworzone stanowisko jest tak ważne dla firmy Bell? Branża mięsna stoi obecnie i w przyszłości przed dużymi wyzwaniem. Potrzebujemy profesjonalnej koncepcji kształcenia, aby zawody techniczne i handlowe w obszarze produkcji były bardziej atrakcyjne dla absolwentów szkół. Takie koncepcje nie mogą powstawać przy okazji. Potrzebny jest ktoś, kto to wszystko skoordynuje i będzie współpracował z różnymi instytucjami.

Jak chce Pań spowodować, aby Bell jako zakład kształcenia był jeszcze popularniejszy wśród absolwentów szkół? Dzięki mojemu wieloletniemu doświadczeniu w tym obszarze – między innymi jako zastępca kierownika kształcenia zawodowego w Coop – wiem, jak ważne jest nie tylko poprawienie wizerunku, ale również wewnętrzna profesjonalizacja kształcenia. Jeżeli powszechnie widoczny jest sposób kształcenia młodych osób w Bell oraz oferta dla nich podczas nauki, możemy w ten sposób wzmocnić nasze wizerunek dobrej firmy kształcącej. Z mojego punktu widzenia Bell ma najlepsze warunki, aby zostać czołowym zakładem kształcenia w Szwajcarii. • mr

Sylvain & CO stanie się częścią Bell Food Group

# W trosce o zdrowie klientów

Czy chodzi o zaopatrzenie klientów w najlepsze sałatki, warzywa i owoce, czy o motywację własnych pracowników – w Sylvain & Co w centrum uwagi są ludzie. Taka filozofia przedsiębiorstwa, należącego od kwietnia 2018 r. do Eisberg, idealnie pasuje do Bell Food Group.

Dla Sylvain & CO niezwykle ważne jest to, by ludzie regularnie spożywali smaczne, zdrowe i wysokiej jakości owoce, warzywa i sałatki. Aby to się udało, to szwajcarskie przedsiębiorstwo z główną siedzibą w Essert-sous-Champvent w kantonie Vaud postawiło sobie za cel ułatwianie spożywania tych produktów. Czy to gotowe sałatki, obrane i pokrojone warzywa czy kubki z owocami z jogurtem i innymi składnikami – dzięki asortymentowi Sylvain & Co zdrowe odżywianie jest proste.

**Już 80 lat temu pragnienie dalszego rozwoju było siłą napędową.**

Już dziadek obecnego prezesa specjalizował się w latach 40. XX wieku w uprawie warzyw. Pragnienie dalszego rozwoju było dla niego decydującą siłą napędową i dlatego powstała pierwsza chłodnia, umożliwiająca, dłuższe przechowywanie produktów, a marchew i ziemniaki były sprzedawane w siatkach.

Prawie 60 lat później prowadzenie przedsiębiorstwa przejął Sylvain Agassis. Także i on okazał się warzywnikiem z zamiłowaniem do innowacji i rodzinna firma otrzymała nowe impulsy. W ramach mo-

dernizacji, którą Sylvain Agassis zapoczątkował w wieku 26 lat, wybudowano nowy zakład, który tak jak już istniejąca placówka w Essert-sous-Champvent, umożliwił produkcję przemysłową.

Odpowiedzialne działanie miało dla Sylva-ina Agassisa od początku duże znaczenie. „Jestem przekonany, że odpowiedzialna postawa daje się znakomicie połączyć z sukcesem ekonomicznym” – mówi. „Naszym celem jest wypracowanie równowagi pomiędzy aktualnymi potrzebami i przyzwyczajeniami żywieniowymi klientów a poszanowaniem przyrody i ludzi”. Przedsiębiorstwo realizuje ten cel na przykład poprzez zawieranie ze swoimi dostawcami umów dotyczących poszanowania środowiska naturalnego. Ponadto od dziesięciu lat uprawia swoje pola w sposób ekologiczny, za co m.in. otrzymało prestiżowy certyfikat „Demeter”.

W jego asortymencie wyróżniają się szczególnie młode sałaty bio. W ich przypadku najpierw zbiera się łodygi i młode liście. Resztę rośliny pozostawia się w ziemi, aby mogła po raz kolejny wypuścić pędy. Dzięki wyspecjalizowaniu się w tej metodzie przedsiębiorstwo odkryło dla siebie rynek niszowy. Dużym sukcesem cieszą się też „kosze BIO” – usługa abo-



180-osobowy zespół jest ważnym filarem przedsiębiorstwa.



nencka dla klientów firmowych, którzy chcą wzmocnić zdrowie swoich pracowników owocami z uprawy ekologicznej.

Ważnym filarem przedsiębiorstwa jest 180-osobowy, bardzo zmotywowany zespół. Ponieważ mimo dużej technicyzacji, wciąż potrzeba starannej pracy ręcznej. „Nasze przedsiębiorstwo by nie istniało, gdyby nie ludzie, którzy są istotą «& Co» w nazwie naszej firmy” – mówi Sylvain Agassis. Wspierają oni wiernie swojego pracodawcę, co potwierdzają długoletnie staże pracy i niewielka rotacja pracowników.

Bell Food Group wita Sylvain & CO – nowego członka, który podziela jej wartości. „Sylvain & CO i Eisberg bardzo do siebie pasują. Nowe przedsiębiorstwo wnosi ze sobą duże doświad-

czenie, moc innowacji i nowe impulsy do naszych transakcji międzynarodowych” – mówi Christian Guggisberg, dyrektor generalny Eisberg, a Sylvain Agassis uzupełnia: „Przynależność do Eisberg i tym samym do międzynarodowej Bell Food Group zabezpiecza naszą przyszłość i umożliwia nam oferowanie naszej strategii, wysokojakościowych produktów oraz dalszy rozwój”. • *mr*



Inteligencja biznesowa i analiza biznesowa w Bell Food Group

# ZBIERANIE, ANALIZA, DECYZJE, DZIAŁANIE

Generujemy codziennie ogromną ilość danych. W nich kryją się cenne informacje, które mogą się bardzo przyczynić do sukcesu przedsiębiorstwa. W Bell Food Group zespół Valéry'ego Thomasa troszczy się w ramach „Inteligencji biznesowej” o to, aby udostępnić te informacje.

Dzięki analizie danych przewidywanie wydarzeń, mających nastąpić w przyszłości nie jest już wiedzą tajemną. Pokazuje to już dziś prognoza korków Google Maps. Jedyne, czego potrzebujemy, to duża ilość danych.

W naszej codzienności zawodowej korzystamy z programów takich jak SAB lub CSC, które bez przerwy zaopatrujemy w informacje. Jednocześnie w ramach przemysłu 4.0 coraz więcej sprzętu jest wyposażone w czujniki komunikacyjne, począwszy od zegarków Smart Watch poprzez pojazdy aż po instalacje produkcyjne.

## Bez pomocy w postaci danych praca przedsiębiorstw nie byłaby obecnie możliwa.

Prowadzi to do wytworzenia ogromnej ilości danych, będących cennymi informacjami, które dla sukcesu przedsiębiorstwa mogą być decydu-

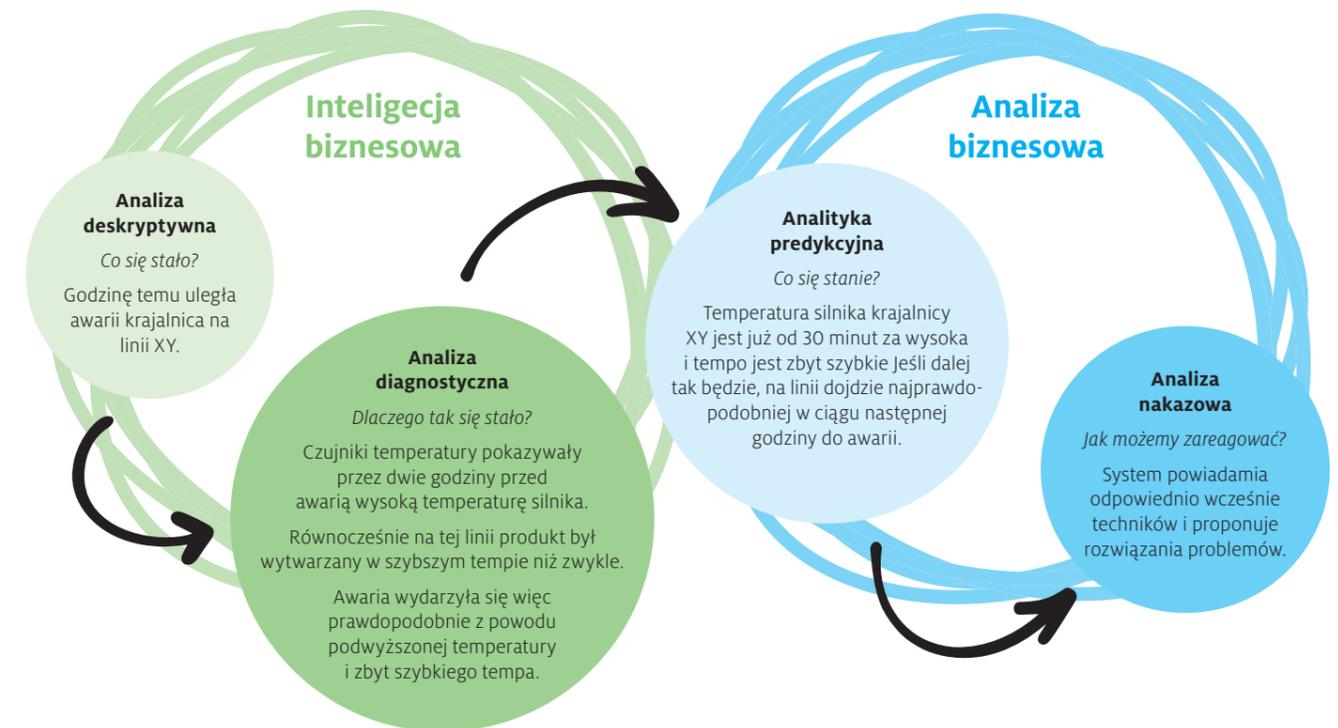
jące. Aby uzyskać te informacje, trzeba jednak najpierw zebrać, odpowiednio podać i przeanalizować dane.

W Bell Food Group zajmuje się tym dział inteligencji biznesowej pod kierownictwem Valéry'ego Thomasa. „Jesteśmy zaangażowani zawsze wtedy, gdy chodzi o analizę dużych ilości nieznanych danych, obliczanie wskaźników wydajności, przygotowanie raportów lub tworzenie zestawień” – wyjaśnia Valéry Thomas. Dział inteligencji biznesowej opracowuje rozwiązania do zbierania danych z różnych wewnętrznych i zewnętrznych źródeł, przygotowuje je i udostępnia do analizy. Wyzwaniem przy takiej pracy jest zebranie wielu różnych systemów i oprogramowań, używanych w Bell Food Group, w jednym miejscu.

Pomocna ma być przy tym platforma projektu „Elixir”. Od początku 2018 roku zespół działu inteligencji biznesowej pracuje nad ponadgrupową platformą, aby ułatwić Bell Food Group jej drogę do pełnej cyfryzacji.

## Cztery stopnie analizy danych

na przykładzie awarii produkcji



Pojedyncze projekty częściowe zostały już zapoczątkowane: szwajcarski oddział Bell od czerwca 2018 roku testuje tzw. „kostkę sprzedażową”, platformę, gdzie zbierane są dane klienta, wyniki sprzedaży oraz informacje z działu zarządzania produktem i działu SAP. W niemieckim oddziale Bell od 2019 roku ma być testowane podobne rozwiązanie. Inteligencja biznesowa nie ogranicza się jednak do sprzedaży. Dla zakładu w hiszpańskim Azuaga zespół Valéry'ego Thomasa pracuje nad rozwiązaniem do przeprowadzania analiz produkcji, takich jak np. pomiar utraty wody podczas dojrzewania szynki Ibérico.

„Naszym celem jest wyciągnięcie wniosków z danych” – wyjaśnia Valéry Thomas „Dane pochodzące z systemów mają być podstawą organizacyjnych i przede wszystkim strategicznych decyzji przedsiębiorstwa”.

Obecnie pięciorosowy zespół zajmuje się zbieraniem i harmonizacją wszystkich niezbędnych danych w Bell Food Group. Po stwo-

zeniu tej podstawy, Bell Food Group mogłoby pójść jeszcze krok dalej, jak tłumaczy to Valéry Thomas: „Dzięki analizie biznesowej, rozwinięciu inteligencji biznesowej, analizujemy nie tylko co i dlaczego coś się stało. Ucząc się z danych, możemy antycypować przyszłe wydarzenia i zareagować na nie z wyprzedzeniem – planując produkcję na podstawie danych pogodowych, wyników sprzedaży z ubiegłego roku, informacji na temat świąt czy trendów dotyczących Bez pomocy w postaci danych praca przedsiębiorstw nie byłaby obecnie możliwa.” • sh

Bell angażuje się w zachowanie rasy bydła Simental

# Szlachetna rasa z długą tradycją

*Wytrzymałe, niewymagające i odporne – jako rasa o użytkowości dwukierunkowej bydło Simental jest prawdziwym darem natury: symbolizuje naturalne, zrównoważone i przyjazne dla zwierząt szwajcarskie rolnictwo. Dzięki zaangażowaniu w działalność stowarzyszenia „Oryginalne Bydło Simental” firma Bell w dużym stopniu przyczynia się do zachowania tej tradycyjnej rasy bydła.*

## **Krowy Simental to tradycyjna rasa o użytkowości dwukierunkowej.**

Rasa Simental ze Szwajcarii jest jedną z najbardziej uniwersalnych w produkcji rolnej. Jako tradycyjna rasa o użytkowości dwukierunkowej dostarcza nie tylko najdoskonalsze mleko, ale również dobre wysokogatunkowe mięso. Dzięki temu bydło Simental jest unikalne i odróżnia się od innych przeznaczonych wyłącznie do produkcji mięsa lub mleka ras, tak zwanych ras wydajnościowych. Krowy Simental, znane z niewielkich wymagań oraz zdrowej i wytrzymałej budowy, charakteryzują się między innymi tym, że z podstawowej karmy produkują mleko i mięso również w trudniejszych warunkach. Przez to bydło Simental ma podwójną wartość.

## **Bydło Simental jako eksportowy sukces**

Te doskonałe właściwości, w szczególności niska podatność na choroby, sprawiły, że hodowcy z Niemiec i Austrii już w średniowieczu zwrócili uwagę na rasę Simental – zwaną w języku niemieckim „Fleckvieh”. W 1930 roku rozpoczął się prawdziwy boom eksportowy. Krowy jako produkt eksportowy zyskały światową sławę. Zwierzęta można było wkrótce spotkać na wszystkich kontynentach, w szczególności ze względu na krzyżowanie z innymi rasami. Obecnie Simental to jedna z najbardziej znaczących ras wysokogatunkowych. Na całym świecie jest nawet 50 milionów zwierząt.

Hodowla czystej rasy Simental, znana ze Szwajcarii, jest jednak unikalna. Przekonani hodowcy czystej rasy utworzyli dlatego w 1978 roku „Szwajcarskie Stowarzyszenie na rzecz Zachowania i Wspierania Czystej Rasy Simental – Fleckvieh”. W ten sposób

w dużym stopniu przyczynili się do rozwoju i poprawy hodowli bydła Simental w Szwajcarii.

## **Rasy wydajnościowe kontra użytkowość dwukierunkowa**

Równoległe z sukcesem eksportowym wprowadzenie sztucznego zapłodnienia oraz krzyżowanie z rasą Red Holstein spowodowały szybki ubytek czystych rasowo osobników Simental w Szwajcarii. Klasyczna rasa Simental o doskonałych właściwościach pierwotnych i użytkowości dwukierunkowej ulega w Szwajcarii coraz większej presji specjalizacji. Od lat 50. XX wieku w ramach specjalizacji rolnictwa w zakresie produkcji mięsa lub mleka zasoby rasy Simental – Fleckvieh błyskawicznie się zmniejszają. Krzyżowanie z importowanymi rasami i skupienie się na rasach o wysokiej wydajności powodują, że rasa Simental o użytkowości dwukierunkowej jest coraz bardziej spychana na margines.



**Simental oznacza zrównoważone i oszczędzające zasoby rolnictwo.**

Dzięki staraniom zaangażowanych rolników i hodowców, którzy wytrwale angażują się w zachowanie czystej rasy Simental, w Szwajcarii jest nadal około 38 000 krów i byków czystej rasy Simental.

## **Odrodzenie w Szwajcarii**

Jak stwierdziła Szwajcarska Rada Związkowa w dokumencie z 2017 roku, z powodu załamania cen mleka i zmiany potrzeb klientów w centrum uwagi znalazły się kwestia zrównoważonego rozwoju oraz wizja oszczędzającego zasoby i naturalnego szwajcarskiego rolnictwa. Niewymagająca rasa Simental – Fleckvieh o użytkowości dwukierunkowej idealnie spełnia te wymagania.

W 2017 roku szwajcarscy rolnicy postanowili podwoić zasoby rasy Simental w Szwajcarii. Wysokogatunkowe produkty mleczne i mięsne pochodzące od oryginalnej rasy Simental – Fleckvieh będą wyróżniane znakiem jakości „Oryginalny Simental”. W sierpniu 2018 roku założone zostało stowarzyszenie „Oryginalne Bydło Simental”. Firma Bell zdecydowała się wprzeć inicjatywę rolników oraz aktywnie współuczestniczyć w dystrybucji i przetwarzaniu produktów Simental. • sh



Bell Food Group udziałowcem Mosa Meat

# DALEKOWZROCZNA INWESTYCJA

W lipcu Bell Food Group stała się udziałowcem nowej holenderskiej firmy Mosa Meat, wiodącego przedsiębiorstwa w dziedzinie wytwarzania wołowiny w laboratorium. Niedługo takie mięso stanie się być może alternatywą dla konsumentów, którzy z powodów etycznych kwestionują jedzenie mięsa.



Coś, czego przed dziesięć laty nikt sobie jeszcze nie wyobrażał, stało się teraz rzeczywistością: Dzięki nowej technologii możliwe jest wytwarzanie mięsa w laboratorium, bez konieczności zabijania zwierzęcia. Do tego celu od żywego zwierzęcia poprzez biopsję pobieranych jest kilka komórek, które następnie w laboratorium rosną, aż staną się mięsem mięśniowym. Proces rośnięcia jest przy tym taki sam jak normalny wzrost mięśni zwierzęcia,

różnica jest taka, że odbywa się on na zewnątrz zwierzęcia, w laboratorium. Mięso z laboratorium nie różni się co do struktury i składników odżywczych od zwykłego mięsa.

Wiodącym przedsiębiorstwem w obszarze badań i produkcji wołowiny z laboratorium jest nowa holenderska firma Mosa Meat. Bell Food Group oznajmiła w lipcu 2018 roku, że kupiła udziały Mosa Meat o wartości 2 milionów euro. Dla Bell Food Group jest to dalekowzrocza in-



**Mosa Meat chce wprowadzić mięso z laboratorium na rynek.**

westycja, co dyrektor finansowy Marco Tschanz komentuje tak: „Dla nas mięso z laboratorium to alternatywa dla konsumentów, którzy z powodów etycznych kwestionują jedzenie mięsa. Oprócz tego jest to ekologiczna możliwość pokrycia rosnącego zapotrzebowania na mięso.”

Inwestując w Mosa Meat, Bell Food Group zapewnia sobie odpowiednio wcześniej dostęp do interesującej, alternatywnej metody produkcji mięsa. Poza tym Bell Food Group, jako jeden wiodących przetwórców mięsa w Europie, wspiera prace badawcze swoją wiedzą praktyczną.

Mięso z laboratorium mogłoby w przyszłości stanowić alternatywę dla konwencjonalnej produkcji mięsa. Wstępne warunki do tego są bowiem bardzo obiecujące. Profesor Mark Post, współzałożyciel i kierownik badań w Mosa Meat, przedstawił już w 2013 roku w Londynie pierwszy hamburger z wołowiny z laboratorium. Wówczas jego produkcja kosztowała około 325 000 USD.

Od tamtego czasu dalsze rozwinięcie technologii produkcji umożliwiło Mosa Meat znaczne obniżenie kosztów jego wytwarzania. Mimo wszystko jednak produkcja wołowiny w laboratorium jest wciąż bardzo skomplikowana i droga. Z tego powodu Mosa Meat będzie się koncentrować w najbliższych latach na rozwinięciu technologii produkcji, pozwalającej na wytwarzanie wołowiny w większych ilościach i po rozsądnej cenie. Celem firmy jest zaoferowanie do 2021 roku hamburgera za około 10 CHF. • sh



**Jak produkowane jest mięso z laboratorium?**

W odróżnieniu od mięsa konwencjonalnego, mięso z laboratorium powstaje nie przez wzrost zwierzęcia, ale poprzez hodowlę tkanki. W tym celu ze zwierzęcego mięśnia, należącego na przykład do krowy, pobierane są poprzez biopsję w znieczuleniu komórki macierzyste.

Za wzrost komórek odpowiedzialny jest bioreaktor, tak jak jest to w przypadku innych produktów spożywczych, np. piwa czy sera. W nim komórki rozmnażają się tak samo jak w zwierzęciu. Z małej próbki powstają tryliony komórek. Następnie komórki przekształcają się w komórki mięśniowe. Te rosną i tworzą włókna mięśniowe. Produktu końcowego nie można pod mikroskopem odróżnić od zwykłej mielonej wołowiny. Z próbki pobranej od jednej krowy można uzyskać 800 milionów włókien mięśniowych – wystarczy to do produkcji 80 000 Big Maców.



NOWA LINIA PRODUKTÓW SAMUEL BELL 1869

# RZEMIOSŁO ŻYJE

*W przemyśle spożywczym nowoczesne instalacje przemysłowe 4.0 ze swoimi komputerowo sterowanymi procesami są na wszystkich ustach. Lecz także przy wytwarzaniu żywności decydujące znaczenie ma rzemiosło. LOOK! podążą tropami rzemiosła w firmie Bell i przedstawia nową linię produktową Samuel Bell 1869, celebrującą rzemiosło przez ponowne wprowadzenie na rynek klasycznych wyrobów wędliniarskich.*

**Mimo tych wszystkich zmian jedno pozostało niezmiennie: rzemiosło.**

Na początku było rzemiosło. Kiedy Samuel Bell otwierał przed prawie 150 laty swój sklep mięsny na Starym Mieście w Bazylei, wszystko robiono jeszcze ręcznie. Było tylko niewiele maszyn i pomocy technicznych, które ułatwiały Samuelowi Bellowi i jego pracownikom ciężką pracę fizyczną. Do przełomu XIX i XX wieku ten stan uległ zmianie. Początkowe lata Bell, w drugiej połowie XIX wieku, przypadają na szczytowy okres rewolucji przemysłowej. Postęp techniczny był wtedy tak gwałtowny jak nigdy w historii ludzkości. A Samuel Bell wiedział jak ten postęp wykorzystać. On i jego następcy

mieli bowiem smykałkę do interesów i ducha innowacji. Liczba filii rosła, najpierw w Bazylei, a potem w całej Szwajcarii. Główna siedziba w Bazylei została przeniesiona do nowych, większych budynków, wyposażonych w najnowocześniejszy sprzęt techniczny. W ten sposób mały sklep mięsny z Bazylei stał się na przełomie XIX i XX wieku największym zakładem mięsnym i wędliniarskim w Szwajcarii.

Mimo tych nowości jedno wciąż jest najważniejsze: rzemiosło. Produkty firmy Bell były zawsze tak dobre jak rzemieślnicze umiejętności wędliniarzy, którzy je wyrobili. Tak jest i dziś, kiedy nowoczesne instalacje wspierają proces produkcyjny. Lecz żaden komputer i żadna maszyna nie są w stanie wytworzyć tradycyjnych specjałów mięsnych i wędliniarskich. Bell Würstli, Aussteller,

## Prosciutto Gran Gusto: klasyk wśród szynek

Z nazwy to raczej nowsza, oparta na włoskim „Prosciutto cotto” kreacja, ale pod względem procesu produkcji jest to prawdziwy szwajcarski klasyk, w który włożono dużo wiedzy z dziedziny rzemiosła wędliniarskiego. Do Gran Gusto używane są tylko najszlachetniejsze kawałki szynki wieprzowej jakości Naturafarm. Kawałki są uszlachetniane firmową solanką z wody, soli oraz przypraw i ręcznie do niej wkładane. Następnie szynce Gran Gusto nadawany jest charakterystyczny okrągły kształt, a potem jest ona przez wiele godzin ostrożnie gotowana. W ten sposób staje się soczysta i niezrównanie krucha.



## Bell Würstli: kawałek historii firmy

Bell Würstli jest najbardziej klasycznym wyrobem w asortymencie firmy Bell. Żaden produkt nie jest tak znaczący w historii przedsiębiorstwa i tak mocno z nim związany. Kiełbaska Bell Würstli została wylansowana 10 marca 1924 roku pierwszego dnia bazylejskiego karnawału. Ten dzień został zainicjowany przez dziadka Samuela Bella. Tak jak i wtedy Bell Würstli wytwarzana jest z przypraw, wieprzowiny i wołowiny we flaku z bydlą zebu i wędzona w dymie bukowym. Sprawia to, że kiełbaska jest bardziej chrupka i pikantniejsza niż podobnie wyprodukowana parówka. W nowej linii „Samuel Bell 1969” poprawiono recepturę i zrezygnowano ze wzmacniaczy smaku i dodatków do żywności.



Quick Schüfeli – wszystkie te produkty są „ikonami” Bell w Szwajcarii i świadczą o tradycyjnym rzemiosle wędliniarskim, zawsze połączonym z pionierskim duchem i siłą innowacji. W latach wzrostu Bell wyzwanie firmy było podobne do dzisiejszego: Jak wyprodukować wysokojakościowe wyroby rzemieślnicze w żądanych ilościach, bez uszczerbku dla ich jakości i smaku?

Z okazji przyszłorocznego 150. jubileuszu firma Bell wyraźnie odpowiedziała na to wyzwanie. Przedsiębiorstwo postanowiło, że uczci rzemieślnicze dziedzictwo Samuela Bella własną linią produktów. W skład nowej linii Samuel Bell 1869 wejdzie parę szczególnie wykwintnych klasycznych wyrobów wędliniarskich.

Z urozmaiconego zbioru tradycyjnych specjałów wędliniarskich firmy Bell do linii Samuel Bell wybrano 16 produktów. Wszystkie one mają długą tradycję, z której Samuel Bell byłby dumny. Produkty dzielą się na kategorie: „Pionierskie osiągnięcia”, „Sztuka rzemieślnicza” i „Klasyka wędliniarstwa”.

Do „Pionierskich osiągnięć” należą własne kreacje firmy Bell, takie jak Bell Würstli lub Aussteller, ściśle związane z przedsiębiorstwem. Produkty w kategorii „Sztuka rzemieślnicza” wymagają podczas produkcji dużego doświadczenia i zręczności, do których Bell do dzisiaj przywiązuje dużą wagę. Do nich należą obrabiana



### Rzemiosło wędliarskie w firmie Bell

Nie tylko w szwajcarskim oddziale firmy Bell przywiązuje się dużą wagę do rzemiosła wędliarskiego. W wielu regionalnych zakładach produkcyjnych w całej Europie Bell wytwarza cały szereg specjalów wędliarskich, wymagających jeszcze dziś dużej wiedzy z dziedziny tradycyjnego rzemiosła wędliarskiego. LOOK! przedstawia mały niepełny przegląd:

#### Jambon sec de Savoie (Francja):

Jambon sec de Savoie wytwarzany jest w Virieu-le-Grand w regionie Rodano-Alpejskim. Ta szynka surowa jest ręcznie solona, gotowana na parze i dojrzewa co najmniej 10 miesięcy.

#### Jamón Ibérico (Hiszpania):

Jamón Ibérico należy do najbardziej wysokojakościowych produktów wędliarskich na świecie. Mięso na tę szynkę pochodzi od świń Ibérico, żyjących półdziko w lasach dębowych i żywiących się naturalną paszą z żołądź, trawy i ziół. W naszym zakładzie produkcyjnym w Azuaga ta szynka surowa dojrzewa do 24 miesięcy.

#### Szynka szwarcwaldzka (Niemcy):

Ten regionalny specjal produkujemy w Schiltach, w regionie Szwarcwald. Po peklowaniu na sucho w firmowej mieszance przypraw i następującym po nim przechowywaniu w solance, szynka jest wędzona na zimno w komorach wędzarniczych nad dymem, pochodzącym z lokalnych drzew iglastych.

„Calador” firmy Bell stwierdza, czy szynka surowa osiągnęła żądany stopień dojrzałości.

ręcznie szynka gotowana oraz wysokojakościowe wędliny w plastrach. W przypadku „Klasyków wędliarstwa” wszystko obraca się wokół tradycyjnych, „solidnych” specjalów, takich jak salcesony i wątrobianki, kiełbasy wieprzowe lub policzki wołowe.

Zasadę „Back to the roots” przestrzegano też przy recepturach produktów. O ile to możliwe rezygnowano z różnych dodatków do żywności i konserwantów. I co oczywiście jest także ważne: Przy wytwarzaniu wszystkich produktów kładziony jest duży nacisk na umiejętności rzemieślnicze. Przez to zapewniona jest taka sama wysoka jakość jak kiedyś w małym zakładzie wędliarskim.

Tematy tradycji i rzemiosła ogrywają też ważną rolę przy projektowaniu opakowań. Produkty z linii Samuel Bell otrzymały własną, charakterystyczną szatę graficzną, odróżniającą ją od pozostałego asortymentu. Opakowanie jest utrzymane w kolorze beżowym i opatrzone portretem i podpisem Samuela Bella, pełniącymi rolę znaku jakości dla znakomitego rzemiosła wędliarskiego.

Nowa linia produktów będzie promowana za pomocą różnych działań reklamowych. W ramach wylansowania ich stworzono własną reklamę telewizyjną zabierającą widzów w emocjonalną podróż w czasie ze współczesności do lat założenia firmy Bell. • fv

Parada nowości na rozpoczęcie chłodnej pory roku

# Przyrzędzono

Po wielkich letnich upałach, które wielu odbierały apetyt, smakosze mają co nadrabiać. Jak dobrze, że projektanci produktów Bell pilnie pracowali w międzyczasie. Look! przedstawia w tym wydaniu najważniejsze nowości z działów na chłodną porę roku.

Hügli

#### Beztroskie śniadanie

Kto ma w domu nowe musli marki Hügli, może cudownie rozpocząć dzień. Gatunki „Omega Wunder”, „Venus Wunder” i „Ballaststoff Wunder” są dostosowane do różnych potrzeb żywieniowych. Marka „Venus Wunder” jest skierowana jako pierwszy produkt spożywczy do kobiet w okresie przekwitania.



#### Tak smakuje Boże Narodzenie

Córka Hügli Vogeley ma w asortymencie specjalną bożonarodzeniową nowość dla klientów gastronomicznych, czyli „piernik Edelmousse”. To aktualnie najważniejszy produkt, jaki Vogeley oferuje w pudełku bożonarodzeniowym do wielokrotnego użytku.

Stali klienci z branży gastronomii i żywienia zbiorowego co roku oczekują z napięciem na motyw.





### Salami jak w „Bella Italia”

Pod koniec sierpnia na rynku szwajcarskim pojawiły się dwa oryginalne produkty włoskie Salame Originale i Salame Spianata. Obydwa zostały wykonane według autentycznych receptur w ojczyźnie. Salame Spianata, którego nazwa pochodzi od płaskiego kształtu, został dodatkowo uszlachetniony owocowym merlotem i dojrzewał przez dwanaście tygodni w pleśni.

### Czar dni świątecznych z Bell Cuisine

Od połowy listopada linia Bell Cuisine zapewnia ponownie świąteczny nastrój dzięki aromatycznemu kurczakowi z piekarnika. „Kurczak pieczony z ziołami i czosnkiem” jest już doskonale przyprawiony i trzeba go tylko w niecałą godzinę podpiec, aby nabrał złoto-brązowego koloru oraz chrupkości.



### Przekąski bogate w białko

Dwóch nowych pałeczek o dużej zawartości białka nie może już zabraknąć w sportowych torbach szwajcarskich klientów. Chicken Stick są wytwarzane z najlepszego szwajcarskiego mięsa kurczaków, natomiast wołowina Angus Beef Stick z popularnego bydła Angus i zawiera dodatkowo suche mięso w celu uszlachetnienia.



### Potrawy wolno warzone z gwarancją powodzenia

Długie i delikatne pieczenie mięsa w niskiej temperaturze jest bardzo popularne. Jeżeli trzeba przyspieszyć, Bell oferuje dwa nowe produkty wolno warzone: „Pork Hock” z różowego mięsa świni oraz „Beef Cheeks”, po polsku „pieczeń wołowa”, które można szybko i łatwo podgrzać na grillu lub w piekarniku.



### Mniej pracy dla klientów z branży gastronomii

Od połowy października Bell zaoferuje znajdujące się w aktualnych trendach żywnościowych „Pulled Pork” i „Pulled Beef” po raz pierwszy w swoim asortymencie profesjonalnym. Doskonałe wsparcie dla wszystkich klientów z branży gastronomii, którzy chcą wprowadzić te popularne potrawy do swojego jadłospisu – bez konieczności samodzielnego czasochłonnego przygotowywania.



### Mielone kotlety w jakości domowej

Chrupiące kotlety mielone z wysoko wartościowych składników, które wyglądają i smakują jak robione w domu – umożliwia to inwestycja firmy Bell Niemcy w przeszły urządzenie do pieczenia. Te specjalne kotlety mielone są smażone przy tym w patelni z żeliwa. Dwa gatunki są już dostępne w branży gastronomii. W listopadzie w handlu detalicznym pojawi się nowa koncepcja produktu.

### Skuteczne rozmiary specjalne

Dzięki zauważalnej promocji kiełbasa pasztetowa „Możesz” dostała wiatru w żagle między innymi w handlu w dyskontach. Klienci otrzymują rozmiar specjalny 125 gram, czyli 25 procent gratis, w przypadku produktów „Delikatna pasztetowa z cielęcina”, der „Pasztetowa z jabłkami i cebulą” oraz „Pasztetowa ze szczypiorkiem i indykiem”.



### Dobre połączenie

Nowe „Planches” z Bell Francja są idealnym połączeniem szynki, salami i sera. Produkty 3 w 1 są dostępne w trzech interesujących gatunkach, odpowiednich między innymi jako nieskomplikowana przystawka do aperitif. Nowości, tak zwane „Pauses Gourmandes”, po polsku „przerwy na przyjemności”, występują ponadto w dwóch małych wersjach, zawsze z jednym gatunkiem salami i sera.



### Zysk z „Diots”

Od września logotypem Bell opatrzone są również „Diots de Savoie”. W ramach wsparcia zmiany marki sabaudzkich kiełbas do gotowania, Bell rozlosuje w konkursie trzy jednotygodniowe wyjazdy na urlop narciarski dla czterech osób. Dwa smaczne przepisy z „Diots” znajdują się ponadto również na nowej stronie pod adresem [www.bell1869.fr](http://www.bell1869.fr). • mr



Mały poradnik na temat dziczyzny

# KONIEC Z UPRZEDZE- NIAMI

Myśląc o dziczyźnie jeszcze wielu ludzi kręci nosem – zupełnie niesłusznie! Dziczyzna jest bowiem nie tylko lekkostrawna i daje się wszechstronnie przyrządzać, ale jest także najbardziej ekologiczna ze wszystkich mięs. LOOK! rozprawia się z uprzedzeniami i mitami na jej temat.

## Dziczyzna jest szczególnie ekologiczna i zdrowa.

Uprzedzenia wobec dziczyzny, czyli sarniny, mięsa z dzika, jelenia itp., wciąż są silne: jej smak ma być rzekomo nieprzyjemny, ona sama skażona, a jej przyrządzanie skomplikowane.

Te mity pochodzą jednak z czasów, kiedy jeszcze nie każde gospodarstwo domowe miało lodówkę i zamrażarkę. Jedzono wówczas nieschłodzoną dziczyznę nawet wtedy, gdy właściwie nie była już zdatna do spożycia. Aby mięso było smaczne, musiało być przedtem odpowiednio długo marynowane, bejcowane i gotowane. Wbrew obiegowym opiniom charakterystyczny posmak dziczyzny nie jest więc dla niej typowy, ale jest następstwem niewłaściwego przechowywania mięsa.

Tak jak inne gatunki mięsa dziczyzna podlega w Europie obecnie ścisłym kontrolom. Mięso dojrzewa w chłodniach i jest przetwarzane w higienicznych warunkach. Obawa przed nieprzyjemnym zapachem i szkodliwością zdrowotną dziczyzny jest więc nieaktualna.

### Ekologiczny produkt naturalny

Dziczyzna pochodzi, jak wskazuje jej nazwa, z dzikiej przyrody. Życie na wolności, wzrastanie bez stresu oraz naturalne i urozmaicone pożywienie zwierząt czynią dziczyznę czymś wyjątkowym. Wbrew wszystkim uprzedze-

niom dziczyzna jest nie tylko szczególnie delikatna i smaczna, ale także bardzo lekkostrawna. Jeśli chodzi o fizjologię żywienia pod wieloma względami przewyższa mięso zwierząt gospodarskich. Dziczyzna jest bogata w białko, witaminy oraz substancje odżywcze i dostarcza obok wielu składników mineralnych także ważnych dla zdrowia nienasyconych kwasów tłuszczowych omega 3.

### Z dzikiej przyrody czy z zagrody

Podczas kupowania dziczyzny należy przede wszystkim zwracać uwagę na jej pochodzenie. W swoim poradniku WWF pisze, że działy mięsne sprzedające dziczyznę, pochodzącą od zwierząt żyjących na wolności, powinny ją opisywać słowami „Dziczyzna z ekologicznego, uregulowanego polowania wewnątrz UE”.

Aby pozyskanie dziczyzny nie było zależne od rezultatów polowania, w wielu krajach dzikie zwierzęta hoduje się w zagrodach. Jest to rolnicza hodowla zwierząt gospodarskich, niemająca nic wspólnego z myślistwem. Pod względem kulinarnym dziczyzna z zagrody traci z powodu podawanej jej przez człowieka paszy swój typowy smak, ale jeśli chodzi o jakość, niczym nie różni się od mięsa zwierząt żyjących na wolności.

To samo dotyczy pakowanego lub zamrożonego mięsa. Ponieważ dzikie zwierzęta są objęte okresem ochronnym, ich ubój nie może się odbywać na żądanie. Dlatego często niezbędne jest mrożenie dziczyzny, aby



**Dziczyzna nie jest w niczym gorsza od mięsa zwierząt gospodarskich.**

mogła być ona dostarczona w odpowiednim czasie do sklepu.

### Nie tylko klasyka

W kuchni znane są przede wszystkim klasyczne dania z dziczyzny, takie jak np. pieczeń, ragout i gulasz. Dzisiaj jednak dziczyzna jest przyrządzana jak zwykła wołowina lub wieprzowina. Nie potrzebuje szczególnej metody przyprawiania czy obróbki i – niezależnie od tego, czy grillowana, duszona czy smażona – jest tak samo smaczna. Można z niej przyrządzać zarówno modne dania, takie jak pulled meat, jak i dania tradycyjnej kuchni.

Także pod względem swojej różnorodności dziczyzna może się śmiało równać z mięsem zwykłych zwierząt gospodarskich: oferowane jest mięso z jelenia, sarny, dzika, kozicy i zająca szaraka oraz dzikie ptactwo, takie jak kaczka, bażant, kuropatwa, przepiórka i gołąb. W szwajcarskim oddziale firmy Bell asortyment dziczyzny obejmuje około 260 artykułów.

Mimo wszystko dziczyzna wciąż pozostaje produktem niszowym – zupełnie bezpodstawnie. Dla osób przykładających wagę do zrównoważonego i urozmaiconego żywienia dziczyzna jest znakomitą wyborem. •sh

Po pracy Montsé Bonnand odpoczywa nad rzeką

# NA RYBY Z RODZINĄ!

Montsé Bonnand od pięciu lat pasjonuje się wędkarstwem. To sport, który uprawia z mężem i dwoma synami nad stawami i rzekami w rodzinnej Francji.



Montsé z sumem  
o długości 1 m

## O osobie

**Nazwisko:** Montsé Bonnand  
**Stanowisko w Bell:**  
dział produkcji, Val de Lyon SAS  
**W firmie Bell od:** 1997  
**Wiek:** 44

Po pracy przy Produktionsstrasse Montsé – jej właściwe imię brzmi Montserrat, ale „nikt mnie tak nie nazywa poza działem administracji!” – wyrusza z mężem i dziećmi na ryby. „Siadamy w samochód, pakujemy wędki i ruszamy! To dobrze robi po pracy” – mówi osoba, która określa siebie mianem ekstremalnie nadaktywnej. Wędkarstwo i natura pozwalają jej się wyłączyć.

Pięć lat temu jej mąż Thierry chciał nauczyć łowienia ryb obydwu synów Milanna i Loris (11 i 10 lat). „Już jako dziecko chętnie chodził z ojcem na ryby. Dlatego chciał to również pokazać dzieciom. Zwrócił się też do mnie: a może ty też?”. Ryby chwyciły przynętę, a Milann i Loris zostali pasjonatami wędkarstwa: „Na początku sezonu biorą udział w zawodach połowu pstrągów. Ich regały na książki są pełne pucharów!” – mówi dumna mama.

Dzisiaj cała rodzina dzieli wspólną pasję co najmniej raz w tygodniu lub w weekend. Również w wakacje mamy do czynienia z rybami: „Tego lata pojechaliliśmy na tydzień do Wandei. Na kempingu byli tylko wędkarze. Złowiliśmy bassa wielkogębowego”. Bass wielkogębowy, nazywany również okoniopstrągiem amerykańskim, należy do ryb drapieżnych, tak jak szczupak, sandacz, sum lub okoń. Tych ryb szuka w wodach rodzina Bonnandów.

Montsé najchętniej widziałaby na haczyku szczupaka. „Ponieważ jest to drapieżnik. Czyha on na swoją zdobycz i jest bardzo szybki”. Kiedy się złapie na haczyk, walczy o życie. „Czasami na wyciągnięcie go potrzebuję 10-20 minut. Jeżeli szczupak jest duży, pomaga mi mąż”. Do tej

pory udało się wyciągnąć tylko szczupaki o długości nie przekraczającej jednego metra. „Nie poddaję się, w końcu wyciągnę większą rybę”. Metrowy sum i okoń o wadze 500 g już brały. „To dobry początek!”

Skąd właściwie wiedzą, gdzie są ryby? „Ze słyszenia. Opowiada się, w jakiej rzece lub stawie są ryby. Później tam jedziemy. Obserwujemy wodę. Jeżeli się rusza, wiemy, że są tam ryby”. Montsé zarzuca wędkę i przynętę, a ryby nie biorą czasami nawet przez wiele godzin. Potrzebna jest cierpliwość: „Ale na tym to polega”. Kiedy już je złowi, wrzuca z powrotem do wody. „Jedliśmy za dużo ryb. Czasami przynosiliśmy do domu nawet 70 ryb rocznie. To dobry połów, ale moje dzieci nie chcą już jeść ryb. Oprócz panierowanych paluszków rybnych!”

Jakiś czas temu zaczęli w Owernii przygodę z wędkarstwem muchowym pod okiem instruktora. „To jest ciekawe. I bardzo fajne”. Lorisowi, młodszemu synowi, ten rodzaj wędkarstwa najwyraźniej sprawia radość: „On ma ruch we krwi. Patrząc na niego widać że to profesjonalista.”

Montsé łowi najchętniej w zbiornikach retencyjnych. „To jest bardziej sportowe. Przy

niższym poziomie trzeba dłużej iść nim dotrze się do wody. To taki rodzaj wędkarstwa wędrownego, ponieważ zawsze jest się w ruchu”. Czy chciałaby łowić w morzu? „Nie, bardzo się tego boję. Ale u nas jest przecież tak wiele ładnych rzek i potoków”. • sh

Montsé z synem  
Lorisem (10 lat)  
i szczupakiem

Rodzina: Thierry,  
Loris, Milann  
i Montsé Bonnand



# Jubileusze

LOOK! gratuluje jubilatów z okresu od września do grudnia 2018 ROKU

## Bell Szwajcaria

### 20 lat stażu pracy

**Gilbert Keller**, 1 września, Bell, Bazylea  
**Anton Bichsel**, 1 września, Bell, Oensingen  
**Frédéric Judas**, 1 września, Bell, Oensingen  
**Sladana Pavlovic**, 1 września, Bell, Bazylea  
**Daniel Lang**, 1 września, Bell, Bazylea  
**Carmen Ihrke-Gebhardt**, 7 września, Bell, Bazylea  
**Bozica Gavrilovic-Tadic**, 21 września, Bell, Oensingen  
**Mira Ilic**, 22 września, Bell, Cheseaux  
**Andre Sungu**, 1 października, Bell, Bazylea  
**Sven Keck**, 1 listopada, Bell, Bazylea  
**Leonard Lleshi**, 30 listopada, Bell, Zell

### 25 lat stażu pracy

**Adrian Hofer**, 1 października, Bell, Oensingen  
**Daniel Casagrande**, 15 listopada, Bell, Bazylea  
**Martine Bret**, 15 listopada, Bell, Bazylea  
**Herminio Das Neves**, 22 listopada, Bell, Cheseaux

### 30 lat stażu pracy

**Nathalie Gillet**, 1 września, Bell, Bazylea  
**Genevieve Ott**, 1 września, Bell, Bazylea  
**Bernard Sester**, 1 września, Bell, Bazylea  
**Thomas Denne**, 1 września, Bell, Bazylea  
**Jean-Luc Groell**, 3 września, Bell, Bazylea  
**Vinka Gasic**, 3 września, Bell, Zell  
**Eric Blumert**, 3 września, Bell, Bazylea  
**Christophe Boesch**, 18 października, Bell, Bazylea  
**Ueli Gerber**, 1 listopada, Bell, Zell  
**Ulrich Minder**, 1 listopada, Bell, Zell

### 35 lat stażu pracy

**Willi Eggenberger**, 1 października, Bell, Gossau

### 40 lat stażu pracy

**Philippe Thiebauld**, 18 września, Bell, Bazylea  
**Annemarie Lüscher**, 24 października, Bell, Zell

### Przejścia na wcześniejszą emeryturę

**Denis Calbat**, 31 sierpnia, Bell, Bazylea (*dodatek*)  
**Bernard Muller**, 31 sierpnia, Bell, Bazylea (*dodatek*)  
**Moulay Haidara**, 30 września, Bell, Oensingen  
**Zikica Ivanovic**, 30 września, Bell, Oensingen  
**Herbert Fischer**, 31 października, Bell, Zell

### Przejścia na emeryturę

**Giovanni Lavorrante**, 31 sierpnia, Bell, Bazylea (*dodatek*)  
**Paula Fischer**, 30 listopada, Bell, Zell

## Hilcona

### 20 lat stażu pracy

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

### 30 lat stażu pracy

**Pashalis Potolidis**, 23 października, Hilcona, Schaan  
**Willi Koller**, 14 listopada, Hilcona, Schaan

### Przejścia na emeryturę

**Melitta Dietrich**, 30 czerwca, Hilcona, Schaan  
**Günther Friesenegger**, 31 października, Hilcona, Schaan

## Bell Niemcy

### 20 lat stażu pracy

**Bernd Tennagels**, 1 lipca, Bell, Seevetal (*dodatek*)  
**Theodor Wessels**, 10 września, Bell, Edewecht  
**Andrea Menge**, 15 września, Bell, Bad Wünnenberg  
**Andreas Altevers**, 1 października, Bell, Börger  
**Sergej Pawlow**, 19 października, Bell, Harkebrügge

### 25 lat stażu pracy

**Pavel Sarantscha**, 28 lipca, Bell, Harkebrügge (*dodatek*)  
**Katharina Resch**, 9 września, Bell, Harkebrügge  
**Werner Rensen**, 15 września, Bell, Börger

### 30 lat stażu pracy

**Mathias Marks**, 22 czerwca, Bell, Harkebrügge (*dodatek*)  
**Erika Kruse**, 9 września, Bell, Harkebrügge

### 35 lat stażu pracy

**Hermann Lüken**, 14 listopada, Bell, Edewecht

## Eisberg

### 20 lat stażu pracy

**Eleonora Manova**, 21 września, Gastrostar, Dällikon  
**Mary Masila Sinnarasa**, 1 listopada, Gastrostar, Dällikon  
**Burhan Güven**, 16 listopada, Gastrostar, Dällikon

### Przejścia na emeryturę

**Elias Genita Fialho**, 30 września, Gastrostar, Dällikon

## Bell International

### 20 lat stażu pracy

**Nicole Böger**, 1 września, Hügli Niemcy, Radolfzell  
**Margit Bortoli**, 1 września, Hügli Niemcy, Radolfzell  
**Monika Zeminová**, 1 września, Hügli Czechy, Zásmyky  
**Nathalie Bonnier**, 28 września, Bell Francja, Val de Lyon  
**René Kuratle**, 1 października, Hügli Szwajcaria, Steinach

### 25 lat stażu pracy

**Christian Schädler**, 1 września, Hügli Niemcy, Radolfzell  
**Volker Kerssenfischer**, 2 września, Hügli Niemcy, Radolfzell  
**Dagmar Skoupá**, 26 października, Hügli Czechy, Zásmyky  
**Thomas Freitag**, 22 listopada, Vogeley, Radolfzell  
**Tomislav Trajkovic**, 29 listopada, Hügli Szwajcaria, St. Gallen

### 30 lat stażu pracy

**Horst Schüler**, 12 września, Hügli Niemcy, Radolfzell  
**Elwira Seitz**, 11 listopada, Hügli Niemcy, Radolfzell  
**Albert Kathan**, 21 listopada, Hügli Austria, Hard

### Przejście na emeryturę

**Theresia Hattinger**, 1 października, Hubers Landhendli, Pfaffstätt

Aktualne oferty pracy  
znajdują się na stronie:  
[bellfoodgroup.com/karriere](http://bellfoodgroup.com/karriere)

Najstarsza wegetariańska marka świata

# Eden

## My Veggie Paradise

Nowe wegetariańskie produkty marki Eden My Veggie Paradise od czerwca 2018 wzbogaciły ofertę sklepów spożywczych i specjalistycznych sklepów z żywnością ekologiczną w Niemczech, Austrii i Szwajcarii. Na początku na rynek wprowadziliśmy 17 artykułów w czterech grupach produktów: HAPPY BOWL zestawy potraw dla miłośników kuchni egzotycznej, SOUP QUICKY – zupki do picia na gorąco i zimno, pożywne i smaczne produkty „VEGGIE WURST” oraz LÖFFEL ZEIT – dania typu „Eintopf” wyjątkowo smaczne i łatwe w przygotowaniu.

Historia marki Eden zaczyna się w 1893 roku w Berlinie. Grupa zadeklarowanych wegetarian poszukuje życia w zgodzie z naturą i podejmuje pionierskie działania, aby wprowadzić w życie ludzi więcej inspiracji wegetariańskich. W 2015 roku Hügli nabywa jej markowy dorobek i z okazji 125. rocznicy założenia firmy prezentuje nową generację Eden Veggie Paradise w nowej oprawie graficznej i w ten sposób aktualizuje nowatorskie niegdyś impulsy berlińskiej marki Eden do współczesnych oczekiwań rynku.

Marka Eden przecierała szlaki sukcesu żywności wegetariańskiej w Niemczech i od dziesięcioleci kojarzy się z najlepszą jakością. Również dla dzisiejszej grupy docelowej Eden, czyli osób „adaptacyjno-pragmatycznych”, według Instytutu Sinus jakość jest ważnym kryterium. W szczególności należy zwrócić uwagę na trzy aspekty składające się na jakość:

### Jakość ekologiczna

Grupa docelowa Eden przywiązuje wagę do jakości ekologicznej. Identyfikuje się ze zdrowym, świadomym i zrównoważonym stylem życia oraz doskonale zdaje sobie sprawę z panujących trendów. Dla tej grupy docelowej produkty są godne zainteresowania, jeżeli mają certyfikat ekologiczny i adaptują aktualne trendy w formie nowych koncepcji potraw lub mogą być wykorzystane podczas okazji typowych dla jej stylu życia. Na przykład



### Marka Eden od dziesięcioleci kojarzy się z najlepszą jakością

tów Eden „VEGGIE WURST”, na przykład parówek BEISS REIN Veggie, znak WELL DONE oznacza: pyszne, doskonały smak bez zawartości mięsa i zbędnych dodatków. W przypadku produktów Eden LÖFFEL ZEIT hasło brzmi „Na łyżkę, smaczne, do dna!”.

### Jakość wegetariańska

Grupa docelowa Eden My Veggie Paradise często próbuje nowych rzeczy, odżywia się przy tym również chętnie w sposób wegetariański. Jako najstarsza wegetariańska marka na świecie Eden jest sprawdzonym źródłem inspiracji dla wszystkich, którzy chcą na co dzień w prosty sposób wprowadzić jeszcze więcej wegetariańskiego stylu do swojego życia. • sh

produkt Eden Bio HAPPY BOWL realizuje w łatwo dostępny sposób trend potraw w misce wywodzący się ze Stanów Zjednoczonych, Eden SOUP QUICKY to bomba warzywna na drogę, smaczna zarówno na zimno, jak i na ciepło.

### Gwarancja smaku

Równie ważną właściwością jakości dla tej grupy docelowej jest smak. Ekologia jest ważna, ale produkty są kupowane ponownie tylko wtedy, gdy przekonują również swoim smakiem. Wytyczne dla rozwoju produktu Eden spełniają więc wymóg „100% yummie”. Zapowiedzią wyśmienitego smaku jest także apetyczne opakowanie produktu. W przypadku produk-