

LOOK!

Personeelsmagazine van de Bell Food Group

01 2019



Convenience – De trend met lange Adem

Goede perspectieven voor de toekomst

Geachte collega's

In het afgelopen boekjaar kon de Bell Food Group opnieuw groeien en de omzet en het verkoopvolume vergroten. Het is verheugend dat alle divisies ertoe hebben bijgedragen en dat niet alleen de overnames van Hugli en Sylvain & CO voor de groei verantwoordelijk waren, maar ook de operationele vooruitgang. Bijzonder goed heeft de nieuwe Convenience sector zich ontwikkeld.

Het is minder verheugend dat we in enkele bedrijfs-eenheden echter bij onze verwachtingen zijn achtergebleven. Daarnaast hebben we over de hele groep een onbevredigende kerstactiviteit gezien. Hoewel we na een onbevredigend eerste halfjaar onmiddellijk tegenmaatregelen hebben getroffen en uitgevoerd, konden we de inkomstendaling tot het einde van het jaar niet weer inhalen. Om deze reden is het jaarresultaat lager uitgevallen dan vorig jaar en bleef dus bij onze eigen verwachtingen achter. We vertrouwen echter erop dat de getroffen maatregelen dit jaar vruchten afwerpen en we het in 2019 opnieuw beter gaan doen. Een goede bedrijfsuitoefening in januari 2019 is een eerste positief signaal, dat me de toekomst met vertrouwen tegemoet doet zien.

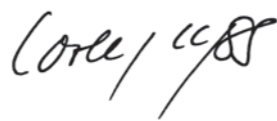
In 2018 werden er verschillende strategische beslissingen genomen, die er toe bijdragen, dat de Bell Food Group voor de toekomst goed is opgesteld. Hier moet melding worden gemaakt van de overnames

van Hügli en Sylvain & CO, die de convenience sector nogmaals aanzienlijk hebben versterkt. Door de in juni 2018 uitgevoerde kapitaalverhoging beschikt de Bell Food Group bovendien over de nodige liquide middelen voor het financieren van de overnames en over voldoende speelruimte voor eventuele verdere strategische investeringen.

Een verandering is er ook in de organisatie van de onderneming. Vanaf 1 juli 2019 wordt de Bell Food Group in volgende vier divisies ingedeeld: Bell Zwitserland, Bell Internationaal, Convenience en Financiën/Services. De reorganisatie zal ook veranderingen in de leiding van de groep tot gevolg hebben. De huidige CFO Marco Tschanz zal in de toekomst de divisie van Bell Internationaal leiden. Als nieuwe CFO zal Xavier Buro tot de onderneming toetreden. De divisie van Convenience wordt vanaf 1 juli 2019 door Volker Baltes geleid, die zich eveneens als nieuwe toetredende bij de onderneming zal aansluiten.

Ik ben er overtuigd van dat we door de aanpassing van de structuur de voorwaarden hebben geschapen, dat de Bell Food Group in de komende jaren verder kan groeien. Ik kijk ernaar uit, gewaardeerde collega's, deze uitdaging samen met u aan te nemen en dank u vriendelijk voor de waardevolle inbreng op de weg naar de top.

Lorenz Wyss
Voorzitter van de groepsdirectie




Inhoud

Uit de onderneming

- 4 Strategische vooruitgang in een ambitieus boekjaar**
Jaarresultaat van de Bell Food Group
- 5 Met goede organisatie de toekomst in**
De Bell Food Group past de ondernemingsstructuur aan
- 6 Opgefriste viskennis**
Twee medewerkers van Bell Seafood hebben een opleiding tot vissommelier gevolgd
- 8 Digitale etalages voor de Bell Food Group**
Nieuwe website en nieuwe imagefilm
- 10 Samuel Bell was een pionier**
150 jaar geleden vormde de slagerij onder de naam "Ochsenmetzg" het uitgangspunt voor de huidige Bell Food Group

Een overzicht

- 12 Een miljoen biokuikens voor Bell**
Capaciteitsverhoging bij de Bio Brüterei Lindenberg
- 13 Vers alsof ze net uit de zee zijn gevangen**
Een nieuw transportsysteem voor zeevruchten

Werken bij de Bell Food Group

- 14 Een gemeenschappelijke basis**
Nieuwe personeelsstrategie en HR-organisatie bij de Bell Food Group
 - 15 Een breed spectrum**
Talentmanagement bij de Bell Food Group
- Ter plaatse bij...
- 16 Pionier in Frankrijk**
Salaison Polette, de vestiging van Bell Frankrijk in Teilhède

Titelstory

- 18 De trend met lange Adem**
De convenience sector is een van de belangrijkste drijvende factoren voor de groei van de Bell Food Group

Duurzaamheid en innovatie

- 23 Een echt powerhouse**
De nieuwe datacenters van de Bell Food Group

Mijn hobby

- 24 Brouwen betekent precies zijn bier**
Met zijn vrienden vervaardigt Alexander Duss zijn eigen biercreaties

Jubileums

- 26 Jubileums**
LOOK! feliciteert de jubilarissen van maart 2019 tot en met mei 2019

Onze smaakvolle wereld

- 28 De hartenwens van alle fijnproevers**
Zalm is een van de meest gegeten soorten consumptievies in de wereld

- 30 Vis zonder vis, vlees zonder vlees**
Vlees- en visvervangers voor onze Foodservice-klanten

Zo gaat het met kwaliteit

- 32 De samenwerking met de Oostenrijkse detailhandel in levensmiddelen werd uitgebreid**
Hubers Landhendl levert aan de winkelketens pluimvee van BTS-bedrijven

Jaarresultaat van de Bell Food Group

Strategische vooruitgang in een ambitieus boekjaar

De Bell Food Group kon in het boekjaar van 2018 vol met uitdagingen de omzet en verkoop weer vergroten. Dit is zowel aan de overnames als aan de operationele voortgang te danken. Enkele bedrijfseenheden bleven echter vooral in het eerste halfjaar achter bij de verwachtingen.



Kenmerkend voor het boekjaar 2018 waren de belangrijke strategische beslissingen, die voor de toekomstige ontwikkeling van de Bell Food Group relevant zijn. Met de overnames van Hügli en Sylvain & CO kon de Bell Food Group de positie in de groeiende convenience markt weer wezenlijk versterken. Daarnaast voerde de Bell Food Group in juni 2018 een kapitaalverhoging ten bedrage van 603 miljoen CHF uit. De ontvangen middelen worden voor de financiering van de meest recente overnames, de actuele investeringsprojecten en voor de verdere strategische groei gebruikt.

Groei van de omzet en het verkoopvolume

In het ambitieuze boekjaar van 2018 kon de Bell Food Group de omzet ten opzichte van het vorige jaar met 15,4 procent, tot 4,1 miljard CHF verhogen. Het verkoopvolume steeg met 19,6 procent, tot 542,9 miljoen kilogram. Tot de groei hebben alle sectoren bijgedragen. Bijzonder prachtig heeft de convenience sector zich ontwikkeld, die met de overname van Hügli en op grond van de operationele vooruitgang aanzienlijk kon groeien.

De kernactiviteit met charcuterie en vleesproducten is in 2018 eveneens organisch gegroeid. Vooral in het eerste halfjaar zijn enkele bedrijfseenheden echter bij de verwachtingen achtergebleven.

De convenience-sector heeft zich in 2018 heel goed ontwikkeld.



Dankzij de onmiddellijk ingevoerde maatregelen ter verbetering van de resultaten kon de achteruitgang in het tweede halfjaar weliswaar worden gestopt, maar niet weer worden ingehaald. Een belangrijke reden hiervoor was de al bij al onbevredigende kerstactiviteit in het afgelopen jaar.

Investerings in de toekomst

In het boekjaar 2018 werd in totaal 217 miljoen CHF in de vernieuwing van de productieve infrastructuur en in verschillende grootschalige nieuwbouwprojecten geïnvesteerd. Hügli heeft eind 2018 een productiebedrijf in Werkendam (NL) opgericht, dat zich op gekoelde kruidenspecialiteiten focust. In Marchtrenk (Oostenrijk) wordt in het eerste kwartaal van 2019 een nieuw geavanceerd bedrijf voor verse convenienceproducten geopend. Eveneens dit jaar wordt er een nieuw productiebedrijf voor Serrano ham in Spanje, in de buurt van Madrid geopend. Met deze investeringen heeft de Bell Food Group een goede basis voor de verdere groei gelegd en is voor de toekomst heel goed opgesteld. • fv

De Bell Food Group past de ondernemingsstructuur aan

Met goede organisatie de toekomst in

Vanaf 1 juli 2019 past de Bell Food Group de organisatorische structuur van het hoogste ondernemingsniveau aan de groei in de afgelopen jaren aan en versterkt de leiding van de groep door Volker Balthes en Xavier Buro.

Met de groei in de afgelopen jaren is ook het gewicht binnen de Bell Food Group verschoven. De convenience sector wint steeds meer aan belang en maakt nu al ongeveer een kwart van de omzet van het concern uit. Aanzienlijk uitgebreid werden ook de internationale activiteiten in alle sectoren.

Dat is dus reden genoeg om de ondernemingsstructuur aan de nieuwe situatie aan te passen. Vanaf 1 juli 2019 wordt het hoogste niveau van de Bell Food Group in volgende vier divisies ingedeeld: Bell Zwitserland, Bell Internationaal, Convenience en Financiën/Services. De divisies van Bell Zwitserland en Convenience blijven onveranderd. In de divisie van Financiën/Services wordt het gebied van IT naar een nieuw opgerichte centrale afdeling overgedragen. Bell Internationaal en Bell Duitsland worden in de divisie van Bell Internationaal samengevoegd.

Binnen de divisie van Bell Internationaal wordt de bestaande divisie van Bell Internationaal tot de divisie van Bell West-/Oost-Europa omgedoopt en omvat de eenheden van Bell Frankrijk, Bell Polen en Bell Hongarije. Op grond van de grootte en de onafhankelijke marktbehandeling zal Hubers/Süttag in de toekomst een eigen divisie vormen.

De reorganisatie zal ook veranderingen in de leiding van de groep tot gevolg hebben. De divisie van Bell Zwitserland zal voortzetting in personele unie onder de leiding van CEO Lorenz Wyss staan. De huidige CFO Marco Tschanz neemt de leiding van de nieuw opgerichte divisie van Bell Internationaal en de centrale IT-afdeling over. Als nieuwe toetreders zullen zich Volker Balthes als hoofd van de divisie van Convenience en Xavier Buro als CFO aansluiten bij de Bell Food Group.

Volker Balthes (55) beschikt over een jarenlange ervaring in de levensmiddelenindustrie en is een grondige kenner van de wereld van de internationale handel. Door zijn tot dusver uitgevoerde activiteiten heeft hij een grote expertise op het gebied van algemeen bestuur, verkoop en marketing opgedaan. Momenteel is hij de directeur van de bedrijven Herta en Garden Gourmet in Duitsland. Volker Balthes zal zijn functie vanaf 1 juli 2019 overnemen.

Xavier Buro (49) bezit een jarenlange ervaring in financiële en aanverwante dienstensectoren zoals fusies en overnames. Momenteel is hij als lid van de directie voor het financiële gebied van Transgourmet Central and Eastern Europe verantwoordelijk. Xavier Buro zal op 1 mei 2019 tot de onderneming toetreden en vanaf 1 juli 2019 de functie als CFO overnemen. • fv

De Bell Food Group wordt binnenkort in vier divisies ingedeeld.

Twee medewerkers van Bell Seafood hebben een opleiding tot vissommelier gevolgd

OPGEFRISTE VISKENNIS

Ze hebben boeken doorgebladerd, hun zintuigen ontwikkeld, aandachtig geluisterd, gekookt en geproefd. Twee medewerkers van Bell Seafood in Zwitserland, Theodor Pulver en Pascal Bieth, mogen zich sinds afgelopen herfst vissommeliers noemen. Ze hebben de kostbare opleiding aan de Transgourmet Seafood Academie in Bremerhaven doorlopen.

Wat voor een invloed heeft de klimaatverandering op de visserij? Aan welke kwaliteitscriteria moet aandacht worden besteed, wanneer men vis aankoopt? En hoe kan een zalmfilet het makkelijkst worden ontgraat?

In het curriculum waren er veel onderwerpen met betrekking tot vis opgenomen.

Theodor Pulver, leider inkoop bij Seafood en Pascal Bieth, vakadviseur bij Seafood kunnen nu op deze en veel andere vragen over vis & co. een nog beter antwoord geven. Want de twee medewerkers van Bell in Zwitserland zijn onlangs vissommeliers

geworden met het certificaat van de Kamer van Koophandel en Industrie en de Vereniging van de Duitse Economische Ondernemingen, die zich onder meer voor onderwijs en opleiding in de aangesloten sectoren inzet.

“We wilden allebei onze reeds opgebouwde expertise verdiepen en met een erkend certificaat bewijzen”, vertelt Theodor Pulver, en Pascal Bieth voegt toe: “Voor mij als opleider voor verkopers van visserijproducten bij Coop en Transgourmet was de omvangrijke theoretische inhoud, bijvoorbeeld over duurzaamheid van bijzonder groot belang.”

Voor de cursus, die de eerste en enige in zijn soort in de Duitstalige landen is, reisden de twee medewerkers afgelopen herfst elk voor een week naar de Transgourmet Seafood Academie in Bremerhaven. Transgourmet Duitsland heeft deze cursus daar in het leven geroepen, omdat de verantwoordelijke personen zich al enige tijd afvroegen, waarom er

eigenlijk een sommelier voor wijn, vlees, water of kaas bestaat, maar geen voor vis.

Om dit idee in praktijk te brengen, riep Transgourmet het tijdschrift “FischMagazin”, de onderzoeksdienstverlener “ttz Bremerhaven” en de Kamer van Koophandel van Bremen als partner en het “Europees Fonds voor Maritieme Zaken en Visserij van de Europese Unie” als ondersteuner aan. Dankzij dit kon de eerste groep in 2017 de opleiding tot gecertificeerde visexpert doorlopen.

Theodor Pulver en Pascal Bieth begonnen aan deze opleiding in september jongstleden. In totaal elf opleidingsmodules kregen zij samen met 24 andere deelnemers uit de meest diverse sectoren een omvangrijk inzicht in de specifieke kenmerken van de vis als voedingsmiddel. Er werd veel nadruk gelegd zowel op de productkennis, de zintuiglijke waarneming van vissen als op de kwaliteitscontrole en -herkenning.

In het curriculum waren er een groot aantal onderwerpen opgenomen: van de geschiedenis van de visserij, over de thema's van de aquacultuur of de overbevissing van de zeeën tot aan de juiste opslag of de nutritionele eigenschappen van vis. De theoretische modules werden bijvoorbeeld aangevuld door het deel over de zintuiglijke waarneming, waarbij de neus en de smaakreceptoren hun vaardigheden moesten bewijzen, of door het gemeenschappelijke koken, wanneer de manuele vaardigheden bijvoorbeeld bij het openen van oesters van belang waren. En aangezien tot een goede maaltijd ook afgestemde dranken behoren, leerden de deelnemers in de laatste module, welke wijn het beste bij welke vis past.

Tussen de twee eenheden van de opleiding wachtten de schoolboeken op de collega's. “De documenten, die

we moesten bestuderen, bevatten ongeveer 1200 pagina's”, vermeldt Theodor Pulver. “Dat is vrij veel stof, die we naast onze voltijd baan binnen korte tijd moesten leren.”

Medio november kwamen voor de twee medewerkers ter afsluiting van de tweede cursusweek enkele examens aan de orde, die ze met succes aflegden. “We konden de leerstof vanaf het eerste moment rechtstreeks toepassen: Pascal Bieth bijvoorbeeld tijdens zijn opleidingen en ik bij de aanschaf van visserijproducten voor Bell”, zegt Theodor Pulver.

Dankzij de grondige voorbereiding zullen de twee vers gebakken vissommeliers zelfs voor de stroom van lastige vragen van de collega's, klanten of cursusdeelnemers gegarandeerd nooit meer wegzwemmen. • *mr*

Pascal Bieth (links) bij de juiste volgorde van de kleurrijen. Met deze opdracht leren de deelnemers de correcte herkenning, classificatie en beschrijving van de kleuren.

Theodor Pulver (rechts) tijdens de training van het geurgeheugen met behulp van geurdruppels.





Nieuwe website en nieuwe imagefilm

Digitale etalages voor de Bell Food Group

De Bell Food Group heeft de website van de onderneming www.bellfoodgroup.com herwerkt en de uiterlijke kenmerken aan de huisstijl van de Bell Food Group aangepast. Bovendien werd de structuur van de inhoud gewijzigd, zodat de nieuwe website de functie van een ondernemingswebsite voor alle ondernemingen van de Bell Food Group kan vervullen. Tegelijkertijd werd er ook een nieuwe, interactieve imagefilm gepubliceerd.

In het digitale tijdperk betekenen smartphones, tablets en pc's veel meer dan gewone elektronische hulpmiddelen in het dagelijkse leven. Ze hebben zich tot tools ontwikkeld die alle levensgebieden omvatten, zonder welke de meerderheid van de mensen het professionele en privéleven nauwelijks zou kunnen hanteren. Voor buitenstaanders wordt het eerste contactpunt vaak door de digitale aanwezigheid van een onderneming op het internet gevormd. Het speelt mede een rol daarbij, hoe een onderneming wordt waargenomen, er worden belangrijke cijfers, feiten of informatie verstrekt en de sfeer van een onderneming wordt voelbaar. Bijgevolg is het van cruciaal belang dat een onderneming zoals de Bell Food Group zich ook in de digitale wereld van de beste kant laat zien.

In deze geest heeft de Bell Food Group de laatste maanden gebruikt, om met de ondernemingswebsite en imagefilm twee van de belangrijkste digitale kanalen te vernieuwen.

Veranderingen eisen aanpassingen

Er pleiten verschillende redenen voor een nieuwe ondernemingswebsite. Vanaf 2017 vormt de Bell Food Group het gemeenschappelijke dak voor de ondernemingen Bell, Eisberg en Hilcona. Begin 2018 werd ook Hügli opgenomen. Tegelijkertijd werd er voor de Bell Food Group een huisstijl met een nieuw logo ontwikkeld.

Daarnaast heeft de onderneming in de afgelopen jaren aanzienlijke veranderingen ondergaan. Door de overnames van Eisberg, Hilcona en Hügli is het aantal werknemers binnen vijf jaar nagenoeg verdubbeld. Het internationale karakter van de onderneming werd verder onderstreept, en het productassortiment heeft met de convenience sector een nieuwe, sterke pijler gekregen. Om deze redenen is het moment gekomen, om de website van de Bell Food Group te moderniseren en aan de nieuwe situatie aan te passen.

Een gemeenschappelijke ondernemingswebsite voor de hele Bell Food Group

In de eerste plaats ging het erom, de ondernemingswebsite technisch op peil te brengen en de uiterlijke kenmerken van de website aan de nieuwe huisstijl van de Bell Food Group aan te passen. Tegelijkertijd werd de structuur



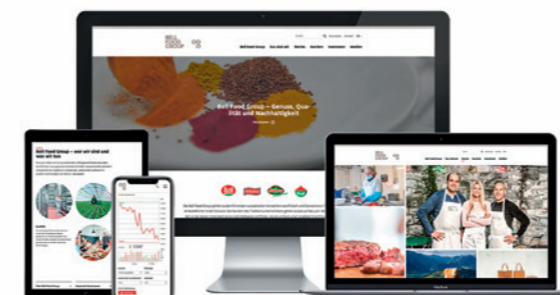
De nieuwe interactieve imagefilm is voor digitaal gebruik ontworpen

echter ook bijgewerkt en de inhoud werd anders ingedeeld. Nu worden op de website www.bellfoodgroup.com alle ondernemingen van de Bell Food Group vertegenwoordigd. Bell, Eisberg, Hilcona en Hügli beschikken elk over een eigen gedeelte met informatie over de onderneming, een korte ondernemingsgeschiedenis, evenals contacten en links naar de desbetreffende merkpagina's. In het vervolg worden verder ook de vacatures voor alle bedrijven en landen uitsluitend op de ondernemingswebsite bekendgemaakt. De eigen websites van Eisberg, Hilcona en Hügli zullen voorts blijven bestaan. Naar het voorbeeld van de websites van Bell zal de inhoudelijke focus op deze echter voortaan meer op producten en marktprestaties worden gelegd.

Een andere vernieuwing is rond het thema "voelbaar maken" georganiseerd. Op de ondernemingswebsite is nu ook het gedeelte "Stories" te vinden. Het bevat achtergrondinformatie, verslagen, innovaties en ander nieuws over de onderneming. Op deze manier hebben de geïnteresseerde gebruikers de mogelijkheid, om zich online in de wereld van de Bell Food Group onder te dompelen.

Interactieve imagefilm

De onderneming slaat ook bij de imagefilm een nieuwe weg in, die net als de ondernemingswebsite vanaf 13 februari 2019 beschikbaar is. Preciezer geformuleerd gaat het om vijf aparte films, die op een eigen online platform liggen en voor digitaal gebruik zijn ontworpen. De attractie bestaat erin, dat de imagefilms in de online versie over interactieve inhoudselementen beschikken waarop de gebruiker kan klikken en hierdoor nadere informatie over verschillende onderwerpen krijgt. Overigens kunnen de imagefilms uiteraard ook zonder de interactieve inhoud worden gedownload en zoals tot op heden als een filmbestand voor presentaties of andere doeleinden worden gebruikt. • fv



De digitale aanwezigheid is voor veel mensen het eerste contactpunt met een onderneming.

Link
www.bellfoodgroup.com

150 jaar geleden vormde de slagerij onder de naam “Ochsenmetzg” het uitgangspunt voor de huidige Bell Food Group

SAMUEL BELL WAS EEN PIONIER

Op de 29ste maart 1869 opende Samuel Bell-Roth aan de Streitgasse met een juist gevoel een van de eerste “vrije” slagerijen in de stad. Dit was het begin van een indrukwekkende ondernemingsgeschiedenis, die in 2019 het 150-jarig jubileum viert.

De openingsdag was volstrekt ongewoon. De 29ste maart 1869 viel op Paasmaandag, en Samuel Bell-Roth ontving op zijn nieuw verworven onroerend goed aan de Streitgasse in Bazel de eerste klanten van zijn slagerij onder de naam “Ochsenmetzg”. Hij dreef een van de eerste “vrije” slagerswinkels in de binnenstad, want voorheen was het stedelijke slagersambacht in zogenoemde “Scholen”, ofwel vleesbanken met een vaste toewijzing georganiseerd. Daar vonden slacht en verkoop plaats, maar door de snelle groei van de stad en de daarmee samenhangende sloop van de oude stadsmuren in 1859 besloot de stad Bazel in 1868 aan de Elsässerstrasse bij de St. Janspoort een stedelijk slachthuis op te richten en aan de ook hygienisch problematische slachtprocessen in de binnenstad een einde te maken.

Samuel Bell-Roth, die zoals eerder zijn overgrootvader, grootvader en vader aan de “Neue Schol” in de Weisse Gasse een vleesbank had gedreven, erkende als voorzitter van het Slagersgilde, welke positie hij toen al en tot aan zijn overlijden in 1920 vervulde, als een van de eersten de kansen die door de nieuwe situatie werden geboden, en verwierf het huis onder de naam “Zum unteren Bachen”. Dit was geen toevallige keuze. De locatie in de onmiddel-



lijke nabijheid van de Barfüsserplatz had niet alleen een centrale ligging, maar maakte het door de nabijheid van de “Neue Schol” ook mogelijk, om de toenmalige vaste klanten verder te verzorgen. Hier begon dus 150 jaar geleden de geschiedenis van de grootste Zwitserse vleesverwerker van vandaag met een rustige start.

De slagersdynastie Bell werd echter al met de immigratie van Laurenz Bell opgericht. Hij kwam vanuit Lotharingen, vestigde zich in 1713 in Kleinhüningen, in de voormalige voorstad van Bazel en nam later de herberg onder de naam “Zur Krone” over. Vanaf 1803 waren de Bells ook in de stad Bazel werkzaam. De twee broers, Johann Jacob Bell en Johann Rudolf Bell werden genaturaliseerd en konden zo voor de eerste keer een vleesbank in de “Neue Schol” overnemen. Deze werd door de generaties heen geërfd, zoals het toen gebruikelijk was, tot aan Samuel Bell-Roth, die dan met zijn brandschone slagersschort het boegbeeld van zijn “Ochsenmetzg” was. Zijn goederen waren onberispelijk en werden door de klanten hoog gewaardeerd. Vanzelfsprekend leerden ook de drie zonen van Samuel Bell-Roth, Eduard, Samuel en Rudolf het slagersambacht aan. Eduard nam in 1893 de eerste Bell-winkel op Spalenberg over, Rudolf specialiseerde

zich in de worsterij en opende in 1897 in de “Ochsenmetzg” een charcuteriewinkel, en Samuel was duidelijk de commerciële drijvende kracht.

Bij de oprichting van de collectieve vennootschap “Samuel Bell Söhne” op de 1ste augustus 1899 waren in ieder geval ondanks de betrokkenheid van de vader vooral de zonen de drijvende krachten. De oprichting van het bedrijf was aan de geplande uitbreiding te danken, wat door aankoop van onroerende goederen aan de Streitgasse en Weisse Gasse en de verplaatsing van de verkoopwinkel naar de tegenoverliggende straathoek werd gerealiseerd. De Bells waren vanaf dat moment nauwelijks meer te remmen. In 1906 openden ze de “Central-Hallen”, het eerste winkelcentrum in Bazel en Zwitserland, met verschillende gespecialiseerde winkels, waardoor het mogelijk werd om centraal en compact op één plek te winkelen.

Op de 11de juli 1907 werd de “Samuel Bell Söhne AG” met een kapitaal van 500.000 frank in het handelsregister ingeschreven. Tot deze vennootschap fuseerden de oorspronkelijke ossenslagerij, het winkelcentrum “Central-Hallen” en de toenmalige winkels op Spalenberg, aan de Rheingasse en Schützenmattstrasse. De oprichting van de naamloze vennootschap hield ook verband met de geplande verwerving van een perceel aan de Elsässerstrasse voor de bouw van een nieuwe fabriek, die op de 26ste oktober 1908 met 65 werknemers werd geopend. De “oprichtende vader” en ossenslager Samuel Bell-Baur, die

De “Ochsenmetzg”-winkel op Spalenberg in Bazel, rond 1890.

De nieuwe Bell-fabriek met koelhuis en paardenkoets, rond 1913.



Bij de oprichting van het bedrijf “Samuel Bell Söhne” waren de drie zonen de drijvende krachten.

na het overlijden van zijn eerste vrouw een tweede keer trouwde, was bij deze naamloze vennootschap nog met een aandelenpakket van 20 procent betrokken, maar verkocht dit al in januari 1908 en trok zich dus definitief uit de onderneming van zijn zonen terug. • Daniel Schaub, geschiedkundige uit Bazel heeft de geschiedenis van Bell voor het 150-jarig jubileum onderzocht.

Capaciteitsverhoging bij de Bio Brüterei Lindenberg

Een miljoen biokuikens voor Bell

De biologische kip is heel populair bij de Zwitserse klanten. De Bio Brüterei Lindenberg heeft de broederij in Schongau recentelijk uitgebreid en gemoderniseerd, om aan de stijgende vraag te kunnen voldoen. Aan de langjarige leverancier werd door Bell technische bijstand verleend bij de bouw van de nieuwe productieruimten. Sinds januari kunnen er nog meer biokuikens uit het ei komen.

Zelfs het ei waaruit het kuiken komt, moet aan de strenge biologische normen voldoen, teneinde een kip van de bio-label te mogen voorzien. De Bio Brüterei Lindenberg is een van de slechts twee locaties in Zwitserland, waar biologische eieren worden uitgebroed. De onderneming heeft in het kader van de "geïntegreerde pluimveeproductie" een nauwe onderlinge samenwerking met Bell. Met dit systeem wordt door Bell ervoor zorggedragen, dat alle processen bij de pluimveefokkerij volmaakt op elkaar zijn afgestemd.

"De Bio Brüterei Lindenberg behoort sinds de oprichting in april 2009 tot onze leveranciers", vertelt Christoph Schatzmann, directeur voor duurzaamheid bij Bell en tegelijk ook lid van de raad van bestuur van de broederij. "In de recentelijk uitgevoerde uitbreiding hebben we met onze expertise op het gebied van de biologische pluimveeproductie ertoe bijgedragen, dat de capaciteit en duurzaamheid van de broederij verhoogd kon worden."



In de nieuwe productieruimten van de broederij zijn de nieuwste technieken toegepast. Er werden bijvoorbeeld geavanceerde broedmachines, verwarmings- en ventilatiesystemen geïnstalleerd, om voor optimale broedomstandigheden te zorgen. Ongeveer 3,5 miljoen eieren van leg- en mestkippen kunnen er jaarlijks worden uitgebroed, en de capaciteit kan op de vestiging te allen tijde worden uitgebreid. In het lopende jaar zullen naar verwachting een miljoen kuikens bij de pluimveefokkerijen van Bell worden afgeleverd.

De eerste jonge kuikens kwamen in de nieuwe installatie eind januari ter wereld. Vanaf de aanlevering van de eieren duurt het in de regel rond 21 dagen, voordat de eerste kuikens de eierschaal doorbreken. De verschillende stappen in deze periode zijn duidelijk omschreven en wor-

In de nieuwe productieruimten zijn de nieuwste technieken toegepast.

den door de deskundigen van de Bio Brüterei Lindenberg zorgvuldig toegepast. De eieren worden dus eerst ontsmet en vervolgens in de voorbroeders gelegd, waar optimale omstandigheden qua temperatuur, luchtvochtigheid en CO₂-gehalte heersen. In de zogenoemde uitkomstkasten vindt vervolgens de laatste fase van de broedtijd tot het uitbroeden plaats.

Daarna wordt het fokken van de dieren door biologische pluimveehouders overgenomen. Hier gaat het eveneens om bedrijven die in het kader van de "geïntegreerde productie" nauw met Bell verbonden zijn.

"Steeds meer klanten in Zwitserland hechten grote waarde aan vlees, dat met inachtneming van de criteria voor duurzaamheid en dierenwelzijn is geproduceerd", aldus Christoph Schatzmann. "Derhalve is de ontwikkeling van de verkoop van biologische kippen heel bemoedigend: in de afgelopen jaren hebben we een groei van tientallen procenten geboekt." • mr



Een nieuw transportsysteem voor zeevruchten

Vers alsof ze net uit de zee zijn gevangen

Altijd op zoek naar nieuwe mogelijkheden, om de productkwaliteit verder te verbeteren, maakt Bell sinds kort gebruik van zogenoemde "Serve-the-Sea-Units" – ofwel innovatieve transportcontainers voor levende schaaldieren.

In grote blauwe vaten schuilt het geheim van nog meer versheid bij de mosselen van Bell. Sinds januari gebruikt Bell Seafood zogenoemde "Serve-the-Sea-Units", afgekort SSU. In deze vaten zwemmen de schaaldieren tot de aanlevering bij Bell in zuurstofrijk water – in een omgeving dus die op hun natuurlijke habitat lijkt.

"Na een intensieve samenwerking van meerdere maanden met onze producent, zijn we trots op de behaalde resultaten en zijn we nu in staat om onze klanten een in verschillende opzichten geoptimaliseerd product aan te bieden", vermeldt Leonardo Sabella, inkoper zeevruchten bij Bell in Zwitserland. "Niet alleen de verbetering van de kwaliteit en versheid zijn van cruciaal belang, maar ook de aanmerkelijk langere opslagmogelijkheden, die voor maximale flexibiliteit zorgen."

In een SSU zijn 14 boven elkaar liggende bakken te vinden, waarvan elk hoogstens 50 kilogram schaaldieren kan bevatten. Met behulp van filters, een watercirculatiesysteem en een geïntegreerde zuurstofregeling worden er optimale omstandigheden in de vaten gegarandeerd.

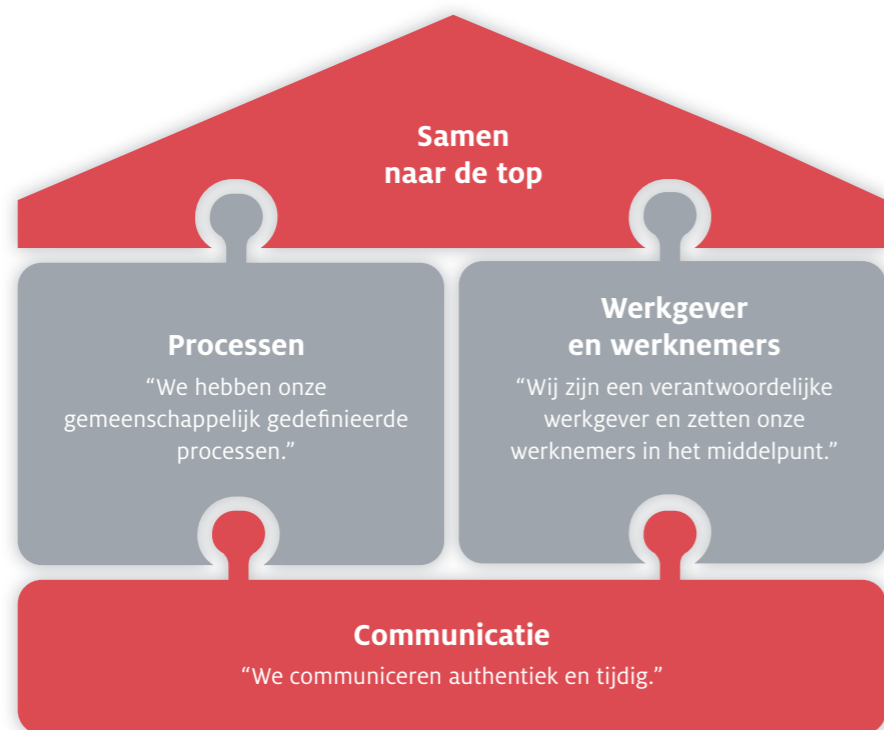
Dankzij de nieuwe technologie wordt de houdbaarheid tijdens het transport en de opslag van levende schaaldieren met ongeveer vijf dagen verlengd. Dit is een duidelijke toename in vergelijking met de eerder gebruikte styropor dozen zonder water: daarin konden de visserijproducten slechts twee dagen lang worden bewaard, voordat ze in de handel gebracht moesten worden. • mr



Nieuwe personeelsstrategie en HR-organisatie bij de Bell Food Group

Een gemeenschappelijke basis

In februari werd de herziene HR-strategie van de Bell Food Group door de raad van bestuur goedgekeurd. Reeds in januari werd ook een aanpassing van de HR-organisatie uitgevoerd: Nu staan ook de HR-afdelingen van Eisberg, Hilcona en Hügli onder leiding van de Bell Food Group.



De herziene strategie zet twee pijlers in de focus: "Processen" en "Werkgever en werknemers".

De uniforme strategische aanpakken dienen als basis, om samen de top te bereiken.

De Bell Food Group is in de afgelopen jaren sterk gegroeid – de groep telt inmiddels circa 12.000 medewerkers op meer dan 50 vestigingen in 15 landen.

Er was daarom in toenemende mate een behoefte aan een structureel uniforme en voor alle afdelingen en ondernemingen van de Bell Food Group geldige HR-strategie. De uniforme strategische aanpakken dienen als basis, om samen de top te bereiken.

Om met deze ontwikkeling rekening te houden, werd de bestaande HR-strategie herzien en in februari door de raad van bestuur van de Bell Food Group goedgekeurd.

De herziene strategie stelt twee pijlers centraal: de processen van de aanwerving en de ontwikkeling van de medewerkers tot en met de administratieve aangelegenheden bij het uittreden, alsmede onderwerpen in verband met werknemers en -gever.

Met het oog op een vereenvoudigde monitoring door de hele groep heen is naast een strikte doelstelling ook de duidelijke afbakening van de verantwoordelijkheden van essentieel belang. Ter voorbereiding werd daarom de bestaande HR-organisatie

Er was een voor alle afdelingen uniforme strategie nodig.

in januari al aangepast. Nu staan ook de HR-afdelingen van Eisberg, Hilcona en Hügli onder leiding van de Bell Food Group. Voor de afdelingen Bell Zwitserland, Bell Duitsland, Hilcona en Hügli staan de HR-leiders al vast.

Naast de voor een afdeling verantwoordelijke leiders zullen er in de zin van een matrixstructuur voortaan ook voor een land verantwoordelijke leiders zijn. Een dergelijke structuur biedt het fundament voor een duidelijke taakverdeling binnen de HR-organisatie. De corporate HR zorgt in de toekomst voor de definitie en uitvoering van de HR-strategie, de processen en systemen. De operationele HR is bevoegd voor de waarborging van de operationele HR-activiteiten in de divisies. Tegelijkertijd treedt deze als zakelijke en servicepartner van de sector op. De voor een land verantwoordelijke leiders zorgen daarentegen voor de coördinatie van procedures en processen per land, met inachtneming van de nationale omstandigheden.

Door deze nieuwe organisatie wordt naast een gemeenschappelijk doorgeven van waarden en geharmoniseerde processen en procedures ook een toenemend gebruik van vaardigheden en synergieën in het middelpunt gezet. Voor de Bell Food Group zijn de uitgevoerde aanpassingen een belangrijke stap in de toekomst, teneinde een succesvolle HR te garanderen. • sh

Talentmanagement bij de Bell Food Group

EEN BREED SPECTRUM

In het kader van het talentmanagement wil de Bell Food Group de medewerkers met veelzijdige maatregelen individueel bevorderen.

Met het in het vorige jaar ingevoerde talentmanagement heeft de Bell Food Group ten doel, het potentieel van de medewerkers systematisch te erkennen en zo goed mogelijk te bevorderen. En wie bij talentmanagement en -bevordering nu uitsluitend aan het zitten op de schoolbank denkt, is op een heel verkeerde weg.

Een dergelijke bevordering kan veel vormen aannemen: bijvoorbeeld in het kader van een taalstage in een bedrijf van de Bell Food Group buiten het eigen land, om de in het dagelijkse beroepsleven benodigde kennis van de vreemde taal op te frissen. Het is echter ook mogelijk, om de loopbaan- en leiderschaps cursussen van de Bell Food Group of ook een bijscholingscursus aan een universiteit te bezoeken.

Geïnteresseerde en vooral gemotiveerde medewerkers moeten zich als eerste stap tot hun leiders wenden, om de persoonlijke mogelijkheden te bespreken.

Op bepaalde gebieden, waar gespecialiseerde deskundigen met veel expertise van essentieel belang zijn, legt de Bell Food Group een bijzondere klemtoon. Bijvoorbeeld door bijscholingen in de vleessector. In de toekomst wil de Bell Food Group de bijscholingen in deze sector beroepsspecifiek bevorderen en de geschikte medewerkers in grotere mate tot meesterslagers of bedrijfsleiders in de vleessector opleiden. De Bell Food Group roept alle geïnteresseerde medewerkers ertoe op, om contact met hun leiders of HR-leiders op te nemen. • sh



Zo worden talenten bevorderd

Dirk Sylvester, hoofd van CC Mahlzeiten bij Hilcona in Schaan, heeft het programma MOVE 2018 van Coop bezocht.

"Mijn doel was om me op mijn volgende carrièrestap voor te bereiden. In de vijf modules van elk drie dagen heb ik mijn kennis en vaardigheden niet alleen uitgebreid en verdiept bij voorbeeld op het gebied van projectmanagement of personeelsbeheer, maar ik heb me ook met het onderwerp persoonlijkheidsontwikkeling beziggehouden. Het geleerde heb ik in mijn werk al kunnen toepassen, bij voorbeeld op het gebied van strategieontwikkeling."



Salaison Polette, de vestiging van Bell Frankrijk in Teilhède

Pioneer in Frankrijk

Salaison Polette in de regio Auvergne is in de aan de lucht gedroogde worsten, gesneden producten en de verpakkingen van worstwaren gespecialiseerd. Het bedrijf werd in 2008 lid van de Bell Food Group en was de eerste productievestiging van de groep in Frankrijk.

De regio Auvergne staat om de vulkanen, kaassoorten en groene Puy-linzen, maar ook om de worstwaren bekend. De Bell Food Group koos in 2008 voor de investering in deze streek met een rijke traditie, om van de grote expertise te profiteren en zich op de Franse markt te begeven. De zetel van Salaison Polette et Cie SAS bevindt zich aan de voet van een heuvel, boven het dorpje Teilhède. Het bedrijf met 174 werknemers is de grootste van de zes productiefaciliteiten van de Bell Food Group in Frankrijk.

De hoofdproducten zijn salami en gedroogde worst uit de regio Auvergne met het kwaliteitsmerk Label Rouge en BGA-bescherming. Hierdoor wordt het bovenste segment van het aanbod vertegenwoordigd. "We vervaardigen ook andere soorten gedroogde worst, met name voor de groothandel", legt Sophie Lucas, leider marketing en verkoopbeoordering uit. Bij de kwalitatief hoogwaardige producten met natuurlijke darm gebeurt het worst maken, ofwel het vullen van de darmen met vlees, nog steeds met de hand. De fabriek met een oppervlakte van 11.000 m² is echter van de meest geavanceerde technologieën voorzien. De werkzaamheden in de droogruimtes worden door robots verricht: "Op deze manier kunnen we 's nachts en in het weekend bewegingen uitvoeren, wat de kans op besmetting reduceert." Ook de controle en instelling van de temperatuur- en ventilatiecyclus is geautomatiseerd.

Een andere werkzaamheid is het snijden en de verpakking van lokale eindproducten zoals Jambon d'Auvergne (zie tekstvak) en internationale worstwaren (Jamón Serrano, Bündnervlees, Coppa enz.). "De eer-

Ook in de regio Auvergne

Op 15 km van Teilhède bevindt zich de Saloir de Mirabel. Het bedrijf is in de productie van Jambon d'Auvergne met BGA-bescherming gespecialiseerd en behoort eveneens tot de Bell Food Group. Hier werd in 1974 ook de Salaison Polette et Cie SAS opgericht. Toen de fabriek uit de voegen barstte, liet de toenmalige directeur M. Polette in 2001 een nieuwe vestiging in Teilhède bouwen.



ste installatie hebben wij in 2003 in gebruik gesteld. De handel verliep voorspoedig, daarom investeerden we in een tweede lijn." Het werk is hachelijk en er kunnen gemakkelijk verontreinigingen voorkomen. Om deze reden werken we in een zogenoemde cleanroom, een afgesloten en beveiligde ruimte, vergelijkbaar met wat men in de farmaceutische industrie kent.

Elke week verlaten in totaal 100 ton eindproducten, waarvan 22 ton gesneden goederen onze fabriek.

Door de overname van de in 1974 opgerichte familieonderneming in 2008 was de Bell Food Group voor het eerst in Frankrijk aanwezig. In het moederbedrijf in Teilhède bevinden zich verder alle ondersteunende functies voor het land: boekhouding, personeelszaken, logistiek enz. "De groep heeft geleidelijk in Frankrijk en in onze ondernemingsstructuur geïnvesteerd. Er werden experts gestuurd, die de financiële situatie hebben onderzocht en geoptimaliseerd en ons met de Zwitserse normen vertrouwd hebben gemaakt." Hoe verliep de overgangperiode? "Zachtjes. We moesten wederzijds eraan wennen, hoe we werken en communiceren. Onze culturen zijn verschillend."

Vanaf maart 2018 wordt het volledige assortiment van de zes Franse fabrieken voor de Franse groothandel onder het merk Bell geproduceerd. "We waren pioniers en hebben onze producten als het eerste bedrijf buiten Zwitserland onder het merk Bell vervaardigd. Desondanks zijn we nog steeds de benjamin in de groep!" • gm

De grootste productievestiging van de Bell Food Group in Frankrijk.



De convenience sector is een van de belangrijkste drijvende factoren voor de groei van de Bell Food Group

DE TREND MET LANGE ADEM

De Bell Food Group stelt zich ten doel, om op het gebied van convenience verder te groeien. Tegenwoordig wordt al ongeveer een kwart van de omzet van het concern door deze sector uitgemaakt. En aangezien de sector verder bloeit, biedt deze nog een hoog ontwikkelingspotentieel. Met het nieuwe productiebedrijf in Oostenrijk zal Bell zijn marktpositie in dit segment verder versterken.

De convenience producten passen uitstekend bij de huidige levensomstandigheden.

Hoewel de waarneming van het huishouden voor de vroegere generaties nog een voltijd baan was, nemen praktische helpers momenteel veel taken van de mensen op zich. Terwijl de geprogrammeerde wasmachine of de slimme robotstofzuiger het huishoudelijk werk verrichten, kunnen hun eigenaars zich met andere dingen bezighouden. Deze verworvenheden hebben een cruciale bijdrage geleverd aan de huidige levensstijl. Een ander gebied, waar het inmiddels aanmerkelijk sneller en comfortabeler is dan vroeger, is de voeding. De moderne convenience producten kunnen gemakkelijk worden voorbereid of onmiddellijk worden geconsumeerd. Daardoor zijn ze prachtig op de veranderde levensomstandigheden afgestemd, waarbij steeds minder tijd voor het koken overblijft en in steeds grotere mate niet thuis wordt gegeten.

De Bell Food Group heeft de tekenen van deze tijd al heel vroeg verstaan. Al vanaf 1913 werden door Bell kant-en-klare vlees- en worstconserven geproduceerd. In de jaren 1930 bood Bell als een van de eerste ondernemingen al zogenoemde "traiteur"-producten, ofwel voorbereide maaltijden, salades of belegde broodjes in zijn slagerswinkels aan.

Ook andere leden van de Bell Food Group kunnen op een lange traditie in de ontwikkeling van convenience voedingsmiddelen terugkijken. Bijvoorbeeld Hilcona: deze Liechtensteinse onderneming is in 1935 met conserven begonnen, en heeft in de jaren 1980 een geheel nieuwe markt met verse deegwaren ontdekt. Evenals in 1935 begon het convenience verhaal van Hügli met de uitvinding van het eerste industrieel vervaardigde bouillonblokje. En ook

Lees verder op pagina 20

De classificatie van convenience producten

De houdbaarheid is een belangrijk onderscheidingscriterium, wanneer het grote aantal verschillende productgroepen in het convenience segment onderverdeeld moet worden. De levensmiddelen die door de Bell Food Group worden geproduceerd, kunnen grofweg in de volgende categorieën worden ingedeeld:

Ultravers:

- gekoeld tot ca. 3 dagen houdbaar
- bijvoorbeeld: vers gesneden sla, groenten, vruchten, belegde broodjes, wraps

Vers:

- gekoeld tot ca. 7 dagen houdbaar
- bijvoorbeeld: pasta, pizza, kant-en-klare maaltijden, convenience vleesproducten, dressings

Duurzaam:

- zonder koeling langer dan 7 dagen houdbaar
- bijvoorbeeld: vleessnacks, soepen, sauzen, bouillons, dipsauzen, desserts



Hügli: de allrounder

Het nieuwste lid van de Bell Food Group is een van de grootste aanbieders van duurzame convenience producten in Europa. In negen productiebedrijven in Zwitserland, Duitsland, Italië, Tsjechië, Spanje, Groot-Brittannië en Nederland wordt een rijk assortiment geproduceerd, waartoe bijvoorbeeld soepen, sauzen, bouillons, kruidenmixen, vloeibare warme en koude sauzen en dessertproducten behoren. De onderneming voorziet met toegesneden concepten de sector van professionele restauratie buitenshuis en met halfklare producten de voedselverwerkende industrie. Daarnaast worden de assortimenten voor eindgebruikers door Hügli onder eigen merken en als private label aangeboden. Daartoe behoren – in navolging van de recente ontwikkelingen – onder meer natuur- en reformproducten.

Hügli is een van de grootste aanbieders van duurzame convenience producten in Europa.

Eisberg is er al meer dan vier decennia, waarbij het gezond eten voor de klanten door het bedrijf met de knapperige versheid in de zak wordt vergemakkelijkt.

Dankzij de fusie met deze ondernemingen werd de Bell Food Group in de afgelopen jaren continu sterker op het snel groeiende gebied van convenience met een hoge winstmarge en breidde zijn aanwezigheid op de Europese markten verder uit. Tegenwoordig worden door de hele groep meer dan 180.000 ton convenience producten verkocht. Hierdoor wordt ongeveer een kwart van de omzet van het concern in deze sector gerealiseerd.

Ook het productassortiment is door de uitbreidingen van de Bell Food Group in de afgelopen jaren steeds breder en dieper geworden. Het aanbod varieert inmiddels van vleeswaren en sandwiches, pasta's of sla tot soepen, specerijen en desserts. De productgroepen kunnen op verschillende wijzen worden ingedeeld. Als een criterium kan hierbij de duurzaamheid worden beschouwd. Zo wordt bij de Bell Food Group een onderscheid gemaakt tussen duurzame producten zoals soepen, specerijen en sauzen, verse producten zoals pizza en pasta, en ultraverse producten zoals kant-en-klaar gesneden sla en groenten. Bij een ander onderscheidingscriterium gaat het om de mate van voorbereiding van de levensmiddelen. De aanduidingen als "bereidingsklaar", "kookklaar", "kant-en-klaar" en "ready-to-use", "ready-to-heat" en "ready-to-eat" geven aan, in welke mate het voedsel nog moet worden verwerkt, voordat de klant ervan kan genieten.

Bij de ontwikkeling van nieuwe convenience assortimenten volgen de ondernemingen van de Bell Food Group de recente trends altijd van heel dichtbij. Ook wanneer het om superfoodingrediënten, nieuwe kookmethodes zoals "slow cooked" of authentieke producten gaat, die handgemaakt lijken, zijn de innovaties van het concern altijd precies op de wensen van de klanten afgestemd.

Er wordt veel nadruk gelegd op de foodservice sector, waar nieuwe concepten op grond van het gebrek aan gekwalificeerd personeel en de programma's ter verbetering van de efficiëntie benodigd zijn. Bijvoorbeeld de kantines van ziekenhuizen of scholen geven nu al meer en meer de voorkeur aan het gebruik van kant-en-klare gerechten, die alleen ter plaatse verwarmd moeten worden. Onder meer in dergelijke "keukens zonder kok" kunnen de Bell-ondernemingen met de innovatieve convenience oplossingen aan de toekomst meebouwen.

Voor de Bell Food Group blijft het een essentiële strategische doelstelling, om in dit segment organisch en acquisitorisch verder te groeien, en de leidende rol in heel Europa uit te breiden. Een mijlpaal op deze weg is de ingebruikneming van het nieuwe productiebedrijf van Eisberg in Oostenrijk. Bovendien wordt momenteel de opening van een vestiging voor vers-convenience producten in Duitsland onderzocht, om de activiteit op de Duitse markt te versterken.

En op deze manier draagt de Bell Food Group de pioniersgeest verder, waarmee de oprichter generaties de onderneming hebben opgebouwd en zal ook in de komende jaren profiteren van de vele mogelijkheden, waarover de groep inmiddels met het brede scala aan competenties beschikt.



Eisberg: de slaspecialisten

Al meer dan 40 jaar bezielt Eisberg met kant-en-klaar gesneden sla, groenten en vruchten. Op dit moment is de onderneming een van de toonaangevende aanbieders van convenience salades in Europa en nummer één in Zwitserland en Oost-Europa. In acht geavanceerde productiebedrijven in Zwitserland, Hongarije, Polen, Roemenië en sinds onlangs in Oostenrijk worden de uitstekende producten vervaardigd. De grote afnemers vinden van de klassieke ijsbergsla, de naamgever van de onderneming, en vruchten-, sla- en groentemixen tot en met kant-en-klaar gesneden aardappelschijfjes een rijke variatie in grote verpakkingen. In de detailhandel zorgt Eisberg daarnaast met de drie knapperige sla-varianten "Green Picnic", "Green Time" en "Green Gourmet" voor het bewuste genieten. Met het steeds groeiende assortiment aan to-go-sla en -vruchten houdt Eisberg rekening met de trend, om gezonde maaltijden altijd en overal te kunnen consumeren.



Een hoge graad van automatisering zorgt voor de grootst mogelijke efficiëntie.

Geavanceerd competentiecentrum voor convenience producten

In september 2017 ging in Marchtrenk in Opper-Oostenrijk de eerste spade de grond in voor het modernste productiebedrijf van verse convenience producten in Europa. Op het bedrijfsgebied met een oppervlakte van 24.000 vierkante meter worden door Eisberg vier hallen met productie- en kantoorruimtes gebouwd. In totaal 19 productielijnen zullen hier in de volgende weken en maanden geleidelijk aan van start gaan. Voor de bediening van de productielijnen en voor andere taken, bijvoorbeeld in de administratie of de ontwikkelingsafdeling worden door Eisberg ongeveer 250 nieuwe banen gecreëerd.

De locatie van Marchtrenk in het hart van Europa was een gunstige keuze zowel vanwege de nabijheid van talloze zusterbedrijven van de Bell Food Group, als door de nabijheid van telers en regionale leveranciers. "In het bijzonder met het oog op de aanschaf van de grondstoffen vinden we een goede samenwerking met de inheemse, Oostenrijkse producenten belangrijk. Hier willen we graag de bestaande partnerschappen verder uitbreiden en nieuwe samenwerkingsvormen aangaan", vertelt Franco Mühlgrabner, de directeur van Eisberg Oostenrijk. Ten slotte blijkt uit enquêtes dat het regionale aspect van de producten voor de Oostenrijkse consumenten een belangrijk aankoopcriterium is.

Maar niet alleen de klanten in de Alpenstaat profiteren van de nieuwe vestiging: voor het eerst in de geschiedenis van de Bell Food Group worden er in Marchtrenk meerdere merken van Bell onder één dak samengebracht. Hiertoe behoren sla-, vruchten- en groenteproducten voor Eisberg, snacks en muesli voor Hilcona, en convenience pluimveeproducten voor Hubers Landhendl. Bovendien wordt door Bell Duitsland de vervaardiging van convenience vleesproducten van Bad Wünnenberg (Duitsland) naar de nieuwe vestiging verplaatst.

Het bedrijf in Marchtrenk beschikt over de nieuwste technologieën. De hoge graad van automatisering en een afgestemd hygiëneconcept zorgen voor de hoogst mogelijke efficiëntie, kwaliteit en veiligheid. "Dankzij de uit het onderzoek afkomstige innovaties in verband met de gebruikmaking van de nieuwste technologie en industrie 4.0 kunnen we uiterst efficiënt op de markt optreden en nieuwe normen stellen", legt Franco Mühlgrabner uit. • mr



Franco Mühlgrabner, de directeur van Eisberg Oostenrijk

"Hier willen we graag de bestaande partnerschappen verder uitbreiden en nieuwe samenwerkingsvormen aangaan."





De pioniersgeest van de oprichters wordt door Bell aan de toekomst doorgegeven.



Bell: nummer één bij de convenience vleesproducten

Met het omvangrijke aanbod van convenience vleesproducten laat Bell de veelzijdigheid van dit voedsel zien. Al in 1913 begon Bell met de productie van vleesconserven zoals gepekeld ham of leverpastei. In de jaren 1930 werden er zogenaemde "traiteur"-producten toegevoegd, zoals Wurstwegen (deegzakje gevuld met vlees) of Schinkengipfel (halvemaanvormig broodje gevuld met ham). In 1971 werd het koken door de Zwitsers met hun quick-producten ingrijpend veranderd. Met behulp van de quick-methode werd de omslachtige toebereiding van varkenshals, rundertong en verschillende varkenshammen aanzienlijk vereenvoudigd en de houdbaarheid tot 40 dagen verlengd.

Tegenwoordig vinden de convenience fans een gevarieerd assortiment van gebraden ham en kipnuggets tot en met sladressings en kleine snacks voor onderweg. Voor de klanten van het foodservice segment worden door het professionele assortiment van Bell ook convenience producten aangeboden, die op hun behoeften zijn afgestemd. Voor de toebereiding van de producten voor beide doelgroepen zijn weinig of geen handgrepen nodig. • mr

De kant-en-klare convenience producten van Hilcona worden in drie gespecialiseerde vestigingen vervaardigd.

Hilcona: de expert van pasta- en vegaproducten

In de jaren 1980 begon Hilcona de zegetocht door de supermarkten en werd een referentiepunt voor verse pasta uit de koelvitruine. Inmiddels behoren talrijke andere productgroepen tot het assortiment. Zoals belegde broodjes, salades, kant-en-klare maaltijden, muesli of het nieuwe "Hilcona Water". Hilcona positioneert zich verder als een innovatieve vega-expert met de oprichting van een eigen competentiecentrum voor vegetarische producten. In het foodservice segment overtuigt Hilcona de klanten bovendien met ongebruikelijke variaties, die op de eenvoudige toebereiding in restaurants- en grootkeukens zijn afgestemd. De uitstekende kookklare, bereidingsklare en kant-en-klare convenience producten worden in drie gespecialiseerde vestigingen in Liechtenstein en Zwitserland vervaardigd. Voor 2019 is daarnaast de ingebruikname van een productievevestiging in Duitsland gepland.



De nieuwe datacenters van de Bell Food Group

Een echt powerhouse

Volgens de datacenterstrategie van juni 2017 moeten alle datacenters van de Bell Food Group in twee kwalitatief hoogwaardige datacenters worden geconsolideerd. Het VASCO-project moet ervoor zorgen dat er tegen 2020 ongeveer 1.200 servers naar de nieuwe locaties zijn verplaatst. Naast de harmonisatie van de infrastructuur, beoogt dit project ook het vergroten van de beschikbaarheid en het verminderen van de bestaande risico's.

Op dit moment kan een onderneming nauwelijks meer functioneren zonder elektronische gegevensverwerking – van de afzonderlijke, op elkaar afgestemde stappen in de productie en de administratieve werkzaamheden op kantoor, tot de digitale registratie van arbeidstijd. Om alles vlekkeloos en in de vereiste kwaliteit te laten werken, is een efficiënte en feilloze serverinfrastructuur onmisbaar. Een moderne productieonderneming kan eenvoudigweg niet meer zonder een efficiënt datacenter en deze moet dan ook goed kunnen functioneren. Een onderbreking of zelfs het volledig uitvallen van een server kan in het uiterste geval ernstige gevolgen hebben.

In juni 2017 heeft de Raad van Bestuur van de Bell Food Group daarom een nieuwe strategie voor de datacenters goedgekeurd. Deze strategie wordt niet alleen ingezet voor de harmonisering van bestaande datacenters, maar ook om hun beschikbaarheid te vergroten en bestaande risico's te verminderen.

Tot nu toe bevinden de datacenters van de Bell Food Group zich op verschillende locaties binnen de groep, waaronder het grootste datacenter dat met ongeveer 700 servers in Bazel is gevestigd. In het kader van het VASCO-project moeten de datacenters nu in twee nieuwe datacenters van de Zwitserse provider Green in Schlieren en Lupfig worden geconsolideerd. Deze datacenters zijn niet alleen kwalitatief hoogwaardig, maar bieden ook een hoge beschikbaarheid – zij zijn namelijk gecertificeerd met "Tier 3" en "Tier 4", de hoogste kwaliteitsstandaards voor datacenters.

Tegen 2020 moeten alle servers naar deze nieuwe locaties zijn verplaatst. Met ongeveer 1.200 servers voor de hele groep wordt dit echt een mega-klus, waarbij niet alleen veel mankracht moet worden ingezet, maar ook een nauwkeurige tijdsplanning nodig is.



Het Green Datacenter in Lupfig

De meerderheid van het personeel zal dit echter nauwelijks merken. "Bij het verplaatsen van de eerste 150 systemen hebben de gebruikers geen problemen bij ons gemeld.", vertelt de projectleider Jochen Stoll. "Vooral bij het verplaatsen van de productie- en business-kritische systemen zijn wij echter wel afhankelijk van de hulp van de medewerkers", vervolgt hij, "want voor en na de verplaatsing moeten de systemen op een bepaald moment door de applicatie-verantwoordelijken op hun functionaliteit worden gecontroleerd om onnodige vertragingen te voorkomen. Bij een dergelijk belangrijk project zoals VASCO is het halen van deadlines essentieel." • sh

Een van A tot Z krachtige en feilloze serverinfrastructuur.

Met zijn vrienden vervaardigt Alexander Duss zijn eigen biercreaties

BROUWEN BETEKENT PRECIËS ZIJN BIER



Voor Alexander Duss bleef de droom van zijn eigen gerstensap geen bevestiging. Samen met

zeven vrienden zette hij zijn idee van zelfbrouwen acht jaar geleden in actie om. Nu vervaardigen ze onder de naam "Bünzwasser" verschillende ambachtelijke bieren, en niet meer uitsluitend voor hun eigen consumptie.



Alexander Duss, hoofd procesengineering bij Bell Zwitserland, kent zijn vrienden al vanaf zijn kindertijd. Enkele jaren geleden hebben de jonge mannen bewezen dat ze ook als volwassenen samen geheel nieuwe wegen kunnen inslaan. Toen de groep weer eens samen zat bij een koel pilsje, vroegen de mannen zich af wat er nodig zou zijn om zelf bier te brouwen. Het antwoord werd vlug gevonden: uitrusting en de passende knowhow. Zonder moeite wisten ze recepten en instructies op het internet te vinden. En met de steun van andere vrienden kon ook de financiering van de eerste kleine brouwerij met een inhoud van 50 liter worden gerealiseerd.

Zo werd de basis voor het eerste eigen bier gelegd. Sindsdien heeft de groep zijn brouwkunst steeds verder ontwikkeld. Er werden nieuwe recepten uitgewerkt en de kwaliteit steeg sterk. "Het is voor mij nog steeds erg bevredigend om bij het eerste slokje vast te stellen dat het vers gebrouwen bier goed smaakt", vertelt Alexander Duss. "Ik vind het bijzonder belangrijk, het brouwproces steeds verder te optimaliseren om constant goede bieren te kunnen brouwen."

De brouvereniging stelt zich ten doel om de biercultuur in de regio verder te ontwikkelen. En zo worden er telkens weer nieuwe soorten "Bünzwasser" gecreëerd – deze naam verwijst naar de beek die door de eigen regio van de vrienden stroomt. Vier

klassiekers hebben inmiddels een vaste positie verworven. Daarnaast zijn er ook afwisselend seizoensgebonden bieren zoals het rode chili-bier of het rozemarijn-citroenbier. "Met de klassieke varianten zoals de 'Hopfenperle', die net als een pils smaakt, introduceren we voor de nieuwkomers de smaak van de ambachtelijke bieren. Daarna willen veel mensen graag ook de meer exotische soorten leren kennen", legt Alexander Duss uit.

De vrienden laten zich onder andere op regionale bierbeurzen en op hun jaarlijkse tournee inspireren, wanneer ze telkens een andere locatie met een boeiende brouwtraditie ontdekken. De resultaten worden aan hun fans tijdens de regelmatig georganiseerde proeverijen en de jaarlijkse "Schaubraugang" voorgesteld, waarbij andere bierliefhebbers een kijkje over hun schouders kunnen nemen. Bovendien vonden ze met het restaurant "Kulturbeiz" al vroeg een afnemer die hun bieren aanbiedt.

In de tussentijd heeft de groep ook zijn brouwcapaciteit aanzienlijk uitgebreid: vanaf begin 2017 beschikt de groep ook over een brouwinstallatie van 300 liter en is naar nieuwe ruimtes verhuisd. Zowel aan de productie van het bier als aan de voorbereiding van de evenementen, zoals de halfjaarlijkse proeverijen, doen ze allemaal mee. Ondanks de grote fascinatie voor alles wat uit hop, mout en gist kan ontstaan, zal het brouwen echter voor de acht jongemannen ook in de toekomst een hobby blijven. Dit is goed voor de collega's van Alexander Duss bij Bell, omdat ze de nieuwe "Bünzwasser"-creaties zo ook in de toekomst af en toe na het werk proeven mogen. • *mr*

Over de persoon

Naam: Alexander Duss
Werkzaamheid bij Bell: hoofd procesengineering bij Bell Zwitserland
Bij Bell sinds: 2016

De vrienden hebben hun brouwkunst steeds verder ontwikkeld.

Craft Beer, ofwel ambachtelijke bier

De letterlijke vertaling van Craft Beer betekent "ambachtelijk vervaardigd bier". Met deze term worden in het algemeen bieren samengevat die op traditionele wijze door onafhankelijke brouwerijen in kleine hoeveelheden worden geproduceerd. De trend ontwikkelde zich in de jaren 1970 in de Verenigde Staten, waar de grote brouwerijen toen weinig variatie in de bierconsumptie boden. Indien je iets anders wilde drinken, moest je het zelf brouwen. Sinds enkele jaren heeft de brouwkoorts ook Europa bereikt, waar het fenomeen onder andere in Engeland, Scandinavië, Duitsland en Zwitserland bloeit en voor een steeds groeiend aantal biervariëteiten zorgt.

Jubileums

LOOK! feliciteert de jubilarissen van maart 2019 tot en met mei 2019

Bell Zwitserland

20 Dienstjaren

Paulo Bunga, 1. maart, Bell, Basel
Myriam Gadola, 1. maart, Bell, Basel
Suleiman Jembe, 1. maart, Bell, Basel
Christoph Walter, 1. maart, Bell, Oensingen
Alain Froehlicher, 15. maart, Bell, Basel
Morana Kotri, 1. april, Bell, Basel
Mihill Komani, 6. april, Bell, Zell
Baskaran Navaratnasingam, 6. april, Bell, Zell
Heinz Pfister, 6. april, Bell, Zell
Ahila Veerakathy, 6. april, Bell, Basel
Gueluezar Kranc-Cetin, 10. april, Bell, Oensingen
Didier Buschenrieder, 12. april, Bell, Basel
Ali Kamouche, 1. mei, Bell, Basel
Wolfgang Krause, 1. mei, Bell, Basel
Selim Kuqi, 1. mei, Bell, Zell
Alain Rey, 1. mei, Bell, Basel
Vijayarajah Veerasingam, 2. mei, Bell, Basel
Haki Krasniqi, 3. mei, Bell, Zell
Fatiha Janin, 10. mei, Bell, Cheseaux
Patrick Hug, 17. mei, Bell, Basel
Alban Krasniqi, 17. mei, Bell, Basel
File Simonay, 17. mei, Bell, Zell
Shenasi Aslani, 19. mei, Bell, Zell

25 Dienstjaren

Vincent Hauger, 1. maart, Bell, Basel
Hueseyin Goelgeli, 25. april, Bell, Basel
Ton Krasniqi, 2. mei, Bell, Zell
Francis Schmitt, 9. mei, Bell, Basel
Vait Asani, 16. mei, Bell, Basel
René Pabst, 19. mei, Bell, Basel

30 Dienstjaren

Herve Haas, 1. maart, Bell, Basel
Michel Daniel Gross, 18. maart, Bell, Basel
Philippe Mathieu, 1. april, Bell, Oensingen
Alois Müller, 3. april, Bell, Basel
Xhevahire Shala, 3. april, Bell, Zell
Jeannine Glasser, 1. mei, Bell, Basel
Markus Scheiben, 1. mei, Bell, Gossau
Selvije Thaqi-Ramadani, 16. mei, Bell, Oensingen

35 Dienstjaren

Yvonne Bautista, 7. mei, Bell, Zell

40 Dienstjaren

Franz Reichmuth, 1. april, Bell, Oensingen
Brigitte Bättig, 23. april, Bell, Zell
Peter Boss, 1. mei, Bell, Oensingen

Voortijdige pensionering

Jean-Luc Winling, 28. februari Bell, Basel (*supplement*)

Voortijdige pensionering

Amadeu dos Anjos da Cunha Cerqueira,
 31. maart, Bell, Cher-Mignon
Rolf Jundt, 30. april, Bell, Basel
François Schneider, 30. april, Bell, Basel

Pensioneringen

Gerard Dietschin, 28. februari Bell, Basel (*supplement*)
Peter Schrag, 31. maart, Bell, Zell
Esther Krebs, 17. april, Geiser AG, Schlieren

Eisberg

20 Dienstjaren

Kristof Spaeth, 1. januari, Eisberg, Polen (*supplement*)
Ileana Preda, 1. maart, Eisberg, Roemenië
Zorica Markovic, 31. maart, Silvain & CO
Adão Fernando Ferreira Augusto, 3. mei, Silvain & CO
Raiz Ramic, 3. mei, Silvain & CO
Maria Adelaide Vieira Guimarães, 3. mei, Silvain & CO
Thomas Bolliger, 25. mei, Eisberg, Dällikon

25 Dienstjaren

Jos Prakash Athipozhi, 14. maart, Eisberg, Dällikon
Jorge Francisco Da Silva Monteiro, 14. maart, Silvain & CO

35 Dienstjaren

Gertrudes Da Conceição Lanita Paulino Justo Munoz,
 1. april, Eisberg, Dänikon

Gepensioneerden

Helena Giemza, 31. maart, Eisberg, Polen
Johann Meier, 31. maart, Eisberg, Dällikon
Giovanni Cannizzaro, 30. april, Eisberg, Villigen
Panya Stemmer, 31. mei, Eisberg, Villigen

Hilcona

20 Dienstjaren

Michael Breitenberger, 1. maart, Hilcona, Schaan
Alexander Juneck, 1. maart, Hilcona, Schaan
Jorge Goncalo Monteiro Pereira, 1. april, Hilcona, Schaan
Wolfgang Janitschek, 1. april, Hilcona, Schaan
Henrique Fernandes Pereira, 1. mei, Hilcona, Schaan
Svetislav Njezic, 1. mei, Hilcona, Schaan
Domingos Teixeira Pacheco, 1. mei, Hilcona, Schaan

25 Dienstjaren

Peter Tschertou, 1. maart, Hilcona, Schaan

30 Dienstjaren

Arnold Wirrer, 1. april, Hilcona, Schaan
Manuela Muster, 18. april, Hilcona, Schaan

Pensioneringen

Anna Selinschek, 31. januari, Hilcona, Schaan (*supplement*)
Rainer Mahlkecht, 31. maart, Hilcona, Schaan
Nestor Diamantis, 30. april, Hilcona, Schaan

Overledenen

Patrick Tschann, 25. november, 2018, Hilcona, Schaan
Günter Müller, 10. Januar 2019, Hilcona, Schaan

Bell International

20 Dienstjaren

János Harcsa, 11. maart, Bell Hongarije
József Szöllösi, 16. maart, Bell Hongarije

25 Dienstjaren

Marie-Laure Delabrise, 6. juni, Bell Frankrijk, Salaison Polette

30 Dienstjaren

Alfonso Pérez, 20. april, Bell, Spanje
Claudine Antonio, 30. mei, Bell Frankrijk, Salaison Polette

40 Dienstjaren

Erich Berghamer, 5. mei, Hubers Landhendl, Pfaffstätt

Hügli

20 Dienstjaren

Birgit Nowak-Scholand, 1. april, Hügli Duitsland, Radolfzell
Gabriel Soares, 3. mei, Hügli Zwitserland, Steinach

25 Dienstjaren

Andrea Harnfest, 1. maart, Hügli Duitsland, Radolfzell
Alfred Hois, 28. maart, Hügli Oostenrijk, Hard
Thomas Stay, 1. april, Hügli Duitsland, Radolfzell

30 Dienstjaren

Hans-Joachim Haug, 1. maart, Hügli Duitsland, Radolfzell
Vera Zeller-Irskic, 6. maart, Hügli Duitsland, Radolfzell
Thomas Heer, 20. maart, Hügli Duitsland, Radolfzell
Andreas Schwefel, 3. april, Hügli Duitsland, Radolfzell
Brigitte Jauch, 1. mei, Hügli Duitsland, Radolfzell
Holger Eberle, 2. mei, Hügli Duitsland, Radolfzell
Andrea Frässle, 2. mei, Hügli Duitsland, Radolfzell
Willi Heussler, 19. mei, Hügli Duitsland, Radolfzell

Pensioneringen

Bernd Lippold, 31. maart, Hügli Duitsland, Radolfzell
Cornelia Bentele, 1. mei, Hügli Oostenrijk, Hard

Bell Duitsland

20 Dienstjaren

Matthias Badura, 1. maart, Bell Duitsland, Edewecht
Viktor Pfannenstiel, 1. april, Bell Duitsland, Edewecht
Alex Filin, 28. april, Bell Duitsland, Bad Wünnenberg
Nadia Bernst, 1. mei, Bell Duitsland, Börger
Heinz Landmann, 1. mei, Bell Duitsland, Börger
Adam Hamer, 25. mei, Bell Duitsland, Börger

35 Dienstjaren

Heinz Frerichs, 4. april, Bell Duitsland, Edewecht

Zalm is een van de meest gegeten soorten consumptievvis in de wereld

De hartenwens van alle fijnproevers

Hoewel zalm vroeger een gerecht voor arme mensen was, is het tegenwoordig een fel begeerde delicatessen. Bij Bell Seafood maakt deze consumptievvis met het roze vlees ongeveer een derde van de totale omzet uit. Dit is een goede reden voor LOOK! om eens dieper in de wereld van deze fascinerende waterbewoner te duiken.

De zalm werd geleidelijk een fel begeerde nobele vis.

Wilde zalm

Zalm van wilde vangst komt bijvoorbeeld uit de kustgebieden van Alaska en Brits Columbia. De vangstquota worden jaarlijks voor elk gebied opnieuw uitgegeven en strikt gecontroleerd. In de commerciële handel worden vooral chinookzalm, zilverzalm, rode zalm, ketazalm en roze zalm gebracht. In verse vorm zijn deze soorten vanaf mei tot september beschikbaar. Het vlees van de wilde zalm bevat minder vet, is droger en steviger dan dat van de gekweekte zalm. Het is bij uitstek geschikt voor roken, roosteren of als vlamzalm.

Gekweekte zalm

In aquaculturen groeien de zalmen eerst in zoet water, net als in de natuur. Na ongeveer een jaar worden ze door de kwekers in nettenkooien naar de open zee of beschermde baaien overgebracht. De kweekgebieden liggen voor de kusten van Noorwegen, Schotland, Ierland en IJsland. Als soort wordt uitsluitend de Atlantische zalm gebruikt. De gekweekte zalm is geschikt voor roken, grillen, pocheren en roosteren. • mr

De vangstquota voor wilde zalm worden streng gecontroleerd.

Vandaag is het moeilijk te geloven dat de Rijn ooit een habitat voor talloze zwermen zalmen vormde. Elk jaar trokken de vissen uit de Noordzee naar hun geboorteplaats om daar zelf te paaien. De vermindering van het bestand werd voornamelijk door de industrialisatie veroorzaakt. Hierdoor werd de kwaliteit van het water in de stroom slechter, en de waterkrachtcentrales blokkeerden de weg voor de dieren naar de paaigebieden. Bovendien waren er ook steeds hogere vangstcijfers in de zeeën. Aangezien in Alaska en Canada soortgelijke dingen gebeurden, raakte de eens zo overvloedig aanwezige soort steeds schaarser.

De bezorgdheid dat de zalm zou uitsterven en zijn talrijke goede eigenschappen als voedsel hebben ertoe bijgedragen dat hij inmiddels als een fel begeerde nobele vis wordt beschouwd. Niet alleen zijn goede smaak is overtuigend. Zijn hoge gehalte aan omega-3-vetzuren helpt onder andere het cholesterolgehalte te reguleren en zelfs kanker te voorkomen.

De uitstekende en duurere wilde zalm wordt nu voor een fijne specialiteit gehouden. De prijzen van de varianten uit de aquacultuur liggen niet zo hoog, en deze dekken het grootste deel van de wereldwijde behoefte.

In de viswinkel is de verse zalm door een stevige, stralende huid en stevig, rood gemarmerd vlees herkenbaar. Bij hele vissen duiden ook de dikke, heldere ogen en de rood gloeiende kieuwen op versheid.

Aangezien de zalm snel bederft, is het aanbevolen spoedig te verwerken. En er bestaan een aantal mogelijkheden hiervoor. Bijvoorbeeld geroosterd, gegrild, gemarineerd of als sushi. Tot de klassiekers in de zeevruchtenkeuken behoort ook de gerookte zalm, die ook op zeer verschillende manieren kan worden gebruikt.

Bij Bell Seafood behoren zalm- en gerookte zalmproducten tot de best verkopende vertegenwoordigers in het assortiment zeevruchten. Het feit dat leveranciers aan bepaalde kwaliteits- en duurzaamheidsnormen voldoen, wordt door verschillende keurmerken zoals MSC- en ASC-zegels, Label Rouge en Bio Suisse bevestigd.



Swiss Lachs

Een speciale vorm van aquacultuur is onlangs in Zwitserland te vinden: Swiss Lachs maakt als eerste kweker in het land gebruik van een gesloten kringloopstelsel. De vissen groeien in poelen met vers bergwater onder perfecte omstandigheden. De verantwoordelijke personen besteden bijzondere aandacht aan duurzame systemen. Het water wordt bijvoorbeeld zorgvuldig gefilterd en tot 98 procent gerecycled. Vanaf oktober 2018 levert Swiss Lachs zijn uitstekende en verse producten ook aan Bell, en deze komen sindsdien vandaar vers gevangen in de keukens van restaurants en huishoudens terecht.

Vlees- en visvervangers voor onze Foodservice-klanten

Vis zonder vis, vlees zonder vlees

Een krokante paneerlaag die als vanouds smaakt: Hilcona Foodservice heeft onlangs een nieuwe productlijn voor de professionele keuken gelanceerd. De nuggets, ocean sticks en schnitzels geven de vlees- en visvervangers een nieuwe kans voor de toekomst met andere klassiekers van de internationale keuken, maar dan zonder vlees of vis.



Nu worden de klassiekers vegetarisch

Het is de hoogste tijd om de internationale keuken-klassiekers opnieuw te ontwikkelen. Sinds februari liggen de 'goulash' en 'bolognese' als veganistische, en de 'Geschnetzeltes an Rahmsauce' en 'Thai Curry' als vegetarische variaties in de schappen. Al deze producten kunnen niet mislukken, zijn eenvoudig in de stomer, oven en pan te bereiden en hebben altijd dezelfde smaak. Ze zijn ideaal voor afwisselende en kwalitatief hoogwaardige buffetten en catering voor voedingsbewuste gasten. En laten we eerlijk zijn: niet alleen de kippen vinden dit fijn!

Het gaat hier om pluimvee, vis of vlees met een dier-vriendelijke en duurzame achtergrond, afgewisseld door vegetarische of veganistische producten voor een rijk en uitgebalanceerd dieet. Agrarisch wetenschapper Ulrike Weiler staat hier volledig achter: "Mensen zijn omnivoren ten aanzien van de voedingsfysiologie en hierbij nemen de dieren ook een belangrijke plaats in. Zonder dieren is een circulaire economie conform de doelstelling van de biologische landbouw immers moeilijk voor te stellen. De hoeveelheid vlees die we consumeren is echter te hoog." Is flexitarisme dan een realistische en duurzame voedingsstijl voor de toekomst? De culinaire experts van Hilcona, die geïnspireerd zijn door de "vlees-loze" aanpak, hebben hiervoor interessante oplossingen voor professionals ontwikkeld: de veganistische nuggets en ocean sticks zijn namelijk dankzij hun krokante paneerlaag en vlees- en visachtige beet een genot voor de consument in zijn zoektocht naar vleesvervangers, die qua vorm, consistentie en smaak dichtbij de dierlijke producten staan.

Eenvoudige portionering en flexibele bereiding

Hilcona productmanager Christina Matitz voegt daaraan toe: "Onze vlees- en visvervangers zijn vegetarisch, vele zelfs veganistisch, bestaan voornamelijk uit soja-eiwit en zijn bovendien rijk aan vezels. Vanwege hun heerlijke recept en sappige en malse consistentie verrassen ze vaak ook de overtuigde vis- en vleesfanaten." Deze producten verschaffen een zee aan mogelijkheden, want ze kunnen

Eindelijk kan "Genot" in plaats van "Vleesloos" weer de boventoon voeren.



"Onze vlees- en visvervangers verrassen ook regelmatig de overtuigde vlees- en visfanaten."

een salade verfraaien en daarnaast zijn ze ook geschikt als snack met een zelfgemaakte dipsaus – ideaal voor de catering in schoolkantines. Ook de klassieke nuggets en ocean sticks zijn een succes. Hun portionering is eenvoudig en hun bereiding flexibel: in de stomer, oven, pan en in de friteuse komen ze volledig tot hun recht.

"Genot" staat centraal in plaats van "Vleesloos"

Ook de derde noviteit staat een prachtige toekomst te wachten. De vegetarische schnitzels zijn de bewezen klassiekers, en dit keer zonder vlees. De bruinkrokante paneerlaag en een sappige beet zorgen voor het authentieke schnitzelgenot op basis van soja-eiwit. De professionals geven ze de hoofdrol met alle denkbare

nieuwe en beproefde begeleiders: trendy als burger of als hoofdbestanddeel van een broodje.

"Hiermee creëren we een culinaire variëteit waarmee eindelijk weer het «Genot» in plaats van «Vleesloos» de boventoon voert", legt Matitz uit. Voor de veganisten zijn de schnitzels 'Nature' interessant en voor de vegetariërs zijn dat de schnitzels 'Käse'. Met deze drie prachtige vleesvervangende producten nuggets, ocean sticks en schnitzels zorgt Hilcona Foodservice Profis voor een prestatiegericht productpakket. Ze hebben een hoge kwaliteit, zijn overtuigend van smaak en hebben een niet eerder ontwikkelde bite. We zijn er trots op! • André Callegari, Communicatiemanager bij Hilcona



Christina Matitz, Productmanager bij Hilcona, is verantwoordelijk voor de vlees- en visvervangers bij Hilcona Foodservice.

Hubers Landhendl levert aan de winkelketens pluimvee van BTS-bedrijven

De samenwerking met de Oostenrijkse detailhandel in levensmiddelen werd uitgebreid

De Oostenrijkse detailhandel in levensmiddelen heeft een competente partner gevonden, om ook vlees van pluimvee uit bijzonder diervriendelijke stalhouding (BTS) in het assortiment te kunnen aanbieden: Hubers Landhendl. De onderneming breidt de productie van pluimvee volgens de BTS-standaard sinds tweeënhalf jaar continu uit, om op de Zwitserse markt te leveren. Hubers heeft nu met een bekende discountkleinhandel ook in Oostenrijk een eerste grote afnemer voor dit segment gevonden.

Uitloop in het beschermde vrije gebied, natuurlijk licht, meer broedplaatsen, frisse lucht en GGO-vrije voedermiddelen – de boerderijen, die voor Hubers Landhendl kippen in “bijzonder diervriendelijke stalhouding” (kort BTS genoemd) opfokken, moeten strikte regels naleven. Sinds de onderneming tot de Bell Food Group behoort, werd het engagement op dit gebied voortdurend uitgebreid. Ten slotte letten ook steeds meer klanten op de criteria voor dierenwelzijn, wanneer zij boodschappen doen.

Aangezien Hubers Landhendl met een grote discounter in de biologische pluimveehouderij al veel jaren met vertrouwen samenwerkt, stelde de onderneming ook de BTS-productie aan de winkelketen voor. Met succes: “Het concept viel de verantwoordelijken mee en daarom konden we het productassortiment ook op dit gebied uitbreiden”, vertelt de procuratiehouder Rudolf Graml, verkoopdirecteur bij Hubers Landhendl.

De discounter biedt al vanaf 2017 onder een eigen merk varkensvleesproducten uit soortspecifieke teelt en tegen billijke prijzen aan. In september 2018 voegde de winkelketen aan dit assortiment zuivelproducten en – dankzij de samenwerking met Hubers Landhendl –



vlees van pluimvee toe. Er worden nu in totaal zes producten uit kippenborst en -bout in meer dan 500 winkels in heel Oostenrijk aangeboden.

De klanten vinden al op de verpakkingen duidelijke aanwijzingen voor de herkomst van het vlees. Wie zich nog intensiever met het onderwerp bezig wil houden, kan op een website nadere inlichtingen krijgen. Daar stelt de discounter onder andere ook de verbonden boerderijen voor. Hiervoor heeft een team van de onderneming enkele boeren persoonlijk ter plaatse opgezocht, die voor Hubers Landhendl produceren. Door foto's van de boerderijen en korte interviews met de boeren wordt bewezen dat allen zich met hart en ziel voor de soortspecifieke houding van de dieren inzetten.

Ongeveer 20 boerderijen houden nu in Oostenrijk kippen voor Hubers Landhendl conform de BTS-standaard. En daarmee is de grens van de capaciteit nog niet bereikt. “Aangezien de producten zich goed op de markt presenteren en de vraag verder stijgt, komen er tot het midden van dit jaar naar verwachting nog bij vijf BTS-boerderijen bij”, deelt Franz Vorhauer, medewerker preproductie bij Hubers Landhendl mee. • mr

Steeds meer klanten letten op de criteria voor dierenwelzijn, wanneer zij boodschappen doen.

