

LOOK!

Mitarbeitermagazin der Bell Food Group

02 2019



Sie machen den Unterschied – Tag für Tag

BELL
FOOD
GROUP



Im täglichen Einsatz für die Qualität

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

«Wir Menschen machen den Unterschied». So lautet das gemeinsame Ziel der Bell Food Group für das Jahr 2019. Ich freue mich deshalb besonders, dass es in der Titelseite in diesem Heft um die Menschen geht, die sich jeden Tag für unser Unternehmen einsetzen. Jede und jeder leistet einen wichtigen Beitrag, dass wir auch morgen noch erfolgreich unterwegs sind. Dafür danke ich Ihnen auf diesem Weg herzlich.

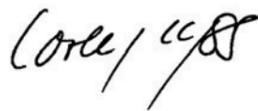
Aufgrund von Marktveränderungen müssen wir unsere Geschäftsstrategie zugleich immer wieder überprüfen und wenn nötig anpassen. Deshalb fokussieren wir uns bei Bell Deutschland insbesondere auf unsere starke Position im Rohschinkensegment und haben das Wurstwarengeschäft veräussert. Wir sind sehr froh, eine ideale Käuferschaft gefunden zu haben, die die Mitarbeitenden der Werke in Suhl und Börger übernimmt. Ganz ohne Stellenabbau wird es aber leider nicht gehen. Zusammen mit dem Betriebsrat werden wir uns dafür einsetzen, dass wir den Abbau von Arbeitsplätzen in den zentralen Diensten und im Overhead so sozialverträglich wie möglich gestalten können.

Diesen Sommer haben wir wieder viele Produktinnovationen lanciert. Neben knackigen Salaten, Dressings oder Charcuterie-Neuheiten begleitet uns in diesem Grillsommer vor allem das Thema Burger.

Bei Bell Schweiz wurde das ohnehin schon reichhaltige Burger-Sortiment um den «Big Triple B» erweitert. Und mit einer besonderen Innovation wartet Hilcona auf: Unter dem Label «The Green Mountain» bringt das Unternehmen den ersten vollständig in der Schweiz entwickelten und produzierten pflanzenbasierten Burger der neusten Generation auf den Markt.

In Bezug auf neue, innovative Convenience-Produkte konnten wir mit der Eröffnung des neuen Produktionsbetriebes im österreichischen Marchtrenk einen wichtigen Meilenstein setzen. Zum ersten Mal in unserer Unternehmensgeschichte werden dabei Produkte für mehrere Warengruppen der Bell Food Group an einem Standort hergestellt. Das ist ein gutes Beispiel, wie wir gemeinsam vorankommen können, wenn wir unsere Kompetenzen innerhalb der Gruppe bündeln und zusammen ein Ziel verfolgen. Ich bin überzeugt, dass wir noch viel Freude am Standort Marchtrenk haben werden, und dass dieses Projekt Signalwirkung für die Bell Food Group hat. Wir alle können von der verstärkten Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe profitieren. Beim Austausch mit den Kolleginnen und Kollegen aus anderen Unternehmen und Ländern kann jeder von den Kenntnissen des anderen profitieren. Nutzen Sie deshalb die Gelegenheit zum Erfahrungsaustausch, wenn sie sich Ihnen bietet.

Lorenz Wyss
Vorsitzender der Gruppenleitung




Inhalt

Aus dem Unternehmen

- 04 Modernster Convenience-Betrieb europas**
Eröffnung des neuen Eisberg-Standortes in Marchtrenk
- 06 Auf gemeinsamer Genuss-Mission**
Internorga 2019: Branchen-Highlight für Gastronomie und Hotellerie
- 08 Die Manufaktur**
Die Frostag Food-Centrum AG wurde zur Hilcona Taste Factory
- 09 In Frankreich**
Bell bei E. Leclerc im Sortiment
- 09 Neue Verwaltungsrätin für die Bell Food Group**
Doris Leuthard wird neues Verwaltungsratsmitglied

Titelstory

- 10 Sie machen den Unterschied – Tag für Tag**
Mitarbeitende der Bell Food Group im Porträt

Unsere Genusswelt

- 15 Fleischloser Burger ohne Kompromisse**
«The Green Mountain» setzt neue Massstäbe bei Vegi-Produkten
- 16 Was wäre der König ohne sein Gefolge?**
Aktionen und Neuheiten zur Spargelzeit
- 18 Burger fürs Leben**
Eine kleine Burger-Geschichte
- 20 Gechillt gegrillt**
Mit Produkten aus der Bell Food Group keine BBQ-Gelegenheit verpassen

Vor Ort in ...

- 22 Massarbeit für die Gastronomie**
Neubau in Werkendam für Hügli-Tochter Bresc

Tradition

- 24 Einzig in der Schweiz**
Bell gründete mit den Central-Hallen das erste «Shopping-Center» der Schweiz

Jubiläen

- 26 Jubiläen**
LOOK! gratuliert den Jubilaren von Juni bis August 2019

Nachhaltigkeit und Innovation

- 28 Fischen mit köpfchen**
Nachhaltiger MSC-Pulpo aus Spanien

Mein Hobby

- 30 Spitzenleistung mit Hand und Fuss**
Hügli-Mitarbeiter Renato Marni ist im Taekwondo unschlagbar gut

So geht Qualität

- 32 Weniger ist mehr**
Prävention statt Antibiotika in der Geflügelmast

Impressum Zeitschrift für die Mitarbeitenden der Bell Food Group, 4 Ausgaben pro Jahr, Nr. 2/2019, Juni 2019, 25. Jahrgang.
Herausgeber: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basel, Schweiz. Adresse: Bell Schweiz AG, Redaktion LOOK!, Postfach 2356, 4002 Basel, Schweiz.
Tel. +41 58 326 2257, Fax +41 58 326 2114, bell.news@bellfoodgroup.com, www.bell.ch. Redaktionsteam: Fabian Vetsch (fv), Leitung, Sara Heiniger (sh), Jana Lazar (jl), redaktionelle Unterstützung: Michaela Rosenbaum (mr), Gilles Mauron (gm). Gestaltung: oblografik, Olten, Schweiz. Bildbearbeitung: Proacteam AG, Allschwil, Schweiz.
Druck: Druckerei Riebelmann, Lohne, Deutschland, Werner Druck & Medien AG, Basel, Schweiz. Gedruckt auf FSC-Papier.

Titelbild: Team Personalverpflegung Eisberg Schweiz (v. l. n. r. Besarta Vranja, Heidi Uehlinger, Ines Eggenschwiler, Ana Wüthrich Cristea, Doris Bayer und Fatmire Rullani)

Eröffnung des neuen Eisberg-Standortes in Marchtrenk

Modernster Convenience- Betrieb Europas

Am 18. März 2019 erfolgte die feierliche Eröffnung des neuen Herstellungsbetriebes für Convenience-Produkte im österreichischen Marchtrenk. Die Produktion startete bereits Anfang März. Erstmals werden an einem Standort mehrere Marken der Bell Food Group unter einem Dach vereint.

Nach 18-monatiger Bauzeit fiel in Marchtrenk der Startschuss für den Betrieb des neuen Conveniencewerks. Am 18. März 2019 wurde der Betrieb im Rahmen eines feierlichen Anlasses eröffnet. Insgesamt wohnten 350 Gäste dem Eröffnungsereignis bei – darunter auch hochkarätige Vertreter aus Politik und Wirtschaft.



Hansueli Loosli (Verwaltungsratspräsident Bell Food Group), Marco Tschanz (CFO Bell Food Group), Lorenz Wyss (CEO Bell Food Group), Christian Guggisberg (CEO Eisberg) und Franco Mühlgrabner (Geschäftsführer Eisberg Österreich GmbH) bei der offiziellen Eröffnung des neuen Betriebs in Marchtrenk.



Die Eröffnung des Standorts Marchtrenk Anfang März bildet nicht nur für Eisberg Österreich einen wichtigen Meilenstein, sondern für die ganze Bell Food Group. Künftig werden hier an 19 Linien in vier Produktionshallen Salate, Früchte und Gemüse für Eisberg, Snacks, Müesli und Gemüse-Convenience für Hilcona sowie Geflügel-Convenience für Bell hergestellt.

350 Gäste wohnten dem feierlichen Eröffnungsereignis bei.

Der Standort wurde nach dem neuesten Stand der Technik ausgestattet und erfüllt höchste Ansprüche bezüglich Hygiene. Neben der Produktion wird am Standort ein modernes Kompetenzzentrum für Convenience-Produkte mit einer eigenen Forschungs- und Entwicklungsabteilung angesiedelt. • fv





In der Showküche begeisterten Köche mit Produkten von Bell, Hilcona und Hügli.



Mitte März öffnete mit der Internorga die für Deutschland wichtigste Messe für den Ausser-Haus-Markt zum 93. Mal ihre Pforten. Rund 96 000 Fachbesucher nutzten den Branchen-event, um sich inspirieren zu lassen, aktuelle Trends zu entdecken und Kontakte zu knüpfen.

Zu den 1300 Ausstellern aus 25 Ländern gehörte auch die Bell Food Group, die ihre Marken Bell Professional, Hilcona Foodservice und Hügli Food Service an einem gemeinsamen Messestand präsentierte.

«Um unsere Stärke im Ausser-Haus-Segment zu zeigen, war es für uns naheliegend, auf der Internorga erstmalig geschlossen aufzutreten», berichtet Sebastian Maiwald, Brand Manager Division Food Service bei Hügli und Standleiter in Hamburg. «An unserem Doppelstock-Gemeinschaftsstand konnten wir unser gebündeltes Know-how und unsere Sortimentsvielfalt attraktiv und professionell darstellen.»

Um herauszufinden, wie gut das Marken-Trio der Bell Food Group harmoniert, mussten die Messebesucher in Halle A1 nur ihrer Nase folgen. Denn in der Showküche im Erdgeschoss des Standes kombinierten Köche von Bell, Hilcona und Hügli ihre Produkte zu immer wieder neuen Kreationen. So begeisterten sie die Passanten beispielsweise mit einer Currywurst von Bell mit frittierte Pasta von Hilcona und Tomaten-Curry-Sauce von Hügli.

Das Beste für die Gastronomie

Einen weiteren grossen Auftritt hatte die Bell Food Group Anfang April auf der Genussfachmesse PUR von Transgourmet in Salzburg. An ihrem gemeinsamen Stand nahmen Bell, Eisberg, Hilcona, Hügli, Hubers und Bresc das Fachpublikum aus Gastronomie und Hotellerie mit auf eine kulinarische Reise quer durch die Marken der Unternehmensgruppe. Und das natürlich nicht nur theoretisch: Beim Live-Cooking mit wechselnden Gerichten sowie mit fein abgestimmten Degustationstellern zeigten die Köche Besuchern und Kunden, wie vielfältig und gut kombinierbar die Produkte der Bell-Food-Group-Marken sind.

Internorga 2019: Branchen-Highlight für Gastronomie und Hotellerie

AUF GEMEINSAMER GENUSS-MISSION

Premiere in Hamburg: Bei der diesjährigen Internorga präsentierten sich Bell, Hilcona und Hügli an einem Messestand. Damit demonstrierten die drei Marken der Bell Food Group dem Fachpublikum ihre gebündelte Kompetenz im Ausser-Haus-Segment. Hügli durfte sich zudem über einen Award für sein nachhaltiges Verpackungskonzept freuen.

Das Obergeschoss des Standes bot dann Raum für intensivere Gespräche zwischen bestehenden und potenziellen Kunden sowie den jeweiligen Aussendienstmitarbeitenden. Auch hier kam natürlich die Kulinarik nicht zu kurz: Die Gäste konnten bei einem Degustationsmenü Produkte von allen drei Marken kennenlernen.

Zusätzlich präsentierten sich mit Vogeley und Bresc zwei weitere Mitglieder der Bell Food Group aus Platzgründen an Einzelständen. Während Vogeley den Fokus etwa auf Desserts oder die hochkalorische Zusatzernährung für Senioren «CuraPlus» legte, präsentierte Bresc seine gekühlten Knoblauch- und Kräutercremes für den Food-Service-Markt.

Grund zur Freude gab es bei Hügli zudem schon am Vorabend des Messestarts. Das Verpackungskonzept der Convenience-Profis erhielt den «BEST of Market Award» in der Kategorie «Nachhaltigkeit Produktverpackung». Die clevere Idee dahinter: Die Verpackungen sind im Gastro-Norm-Format gestaltet und so mit entsprechend genormten Geräten wie Gefrierschränken oder Warmhaltebehältern kompatibel. Gleichzeitig können sie in der Küche für andere Zwecke wiederverwertet werden, da sie unter anderem mikrowellentauglich und spülmaschinenfest sind.

«Auch in diesem Jahr war die Internorga als Branchen-Hotspot für Trends und Innovationen für uns wieder ein ganz besonderes Highlight», sagt Sebastian Maiwald. «Wir konnten tolle Eindrücke sammeln und vielversprechende Kontakte knüpfen. Daher freuen wir uns jetzt schon auf das nächste Jahr.» • mr





Die Frostag Food-Centrum AG wurde zur Hilcona Taste Factory

Die Manufaktur

Im Februar 2019 wurde aus der Frostag Food-Centrum AG die Hilcona Taste Factory. Der Hilcona-Betrieb im schweizerischen Landquart fokussiert sich weiter auf Kleinserien und vegetarische Convenience.

Seit Februar 2019 hat die Hilcona-Tochter Frostag Food-Centrum AG einen neuen Namen: Hilcona Taste Factory. Mit der Fusion festigt Hilcona ihre langfristige Strategie: Die Hilcona Taste Factory soll weiter zur Spezialistin für Pasta-Kleinlosfertigungen und zum Kompetenzzentrum für vegetarische Produkte ausgebaut werden – eine zukunftsorientierte Lösung, um den Standort im schweizerischen Landquart nachhaltig und langfristig zu stärken. «Die Hilcona Taste Factory steht für den «Manufakturgedanken», erklärt Sinuhe Hofstetter, Werksleiter in Landquart, «viele Prozesse werden bei uns von Hand erledigt.»

Die Wurzeln der Manufaktur gehen zurück ins Jahr 1841.

Auf rund 5000 Quadratmeter und acht Linien sollen weiterhin gefüllte Pasta, vegetarische Gerichte wie Gemüseburger, -bällchen,

-schnittel und Tofu sowie Spezialitäten wie Capuns und Maluns hergestellt werden.

Anfang April wurde die Produktpalette in Landquart mit dem internen Start-up «The Green Mountain» um ein weiteres Produkt ergänzt: Mit dem «Green Mountain Burger» präsentierte die Hilcona Taste Factory eine vegane Burger-Variante (mehr zu diesem Burger lesen Sie auf Seite 15).

Seit Januar 2017 gehört die Hilcona Food Factory zur Hilcona. Die Wurzeln der Manufaktur gehen zurück ins Jahr 1841, als in Chur eine der ersten Teigwarenfabriken der Schweiz ihre Türen öffneten. Die Übernahme durch Hilcona bedeutete für das Unternehmen die ideale Nachfolgeregelung sowie die Sicherung des Geschäftsmodells in einem wachsenden Marktumfeld. • sh



Bell bei E. Leclerc im Sortiment

In Frankreich

Seit vergangenen November hat der Hypermarché E. Leclerc in Saint-Louis an der französischen Grenze bei Basel 51 Bell-Produkte ins Sortiment aufgenommen. Ein vielversprechender Erfolg.

«Das ist ein grosser Fortschritt der Marke in unserem Land», erklärt Sophie Lucas, Leiterin Marketing und Verkaufsförderung von Bell Frankreich. «Es zeigt, wie viel Potenzial wir haben, und das erfüllt uns mit Hoffnung!» Ein positives Signal, das in einem Markt, der seit Jahrzehnten von drei Konkurrenzmarken mit starkem Bekanntheitsgrad beherrscht wird, willkommen ist. Die Bell Food Group ist erst seit zehn Jahren in Frankreich vertreten. Das in den sechs französischen Fabriken für den Grossvertrieb produzierte Sortiment wird erst seit einem Jahr unter der Marke Bell verkauft. «Die Präsenz bei E. Leclerc dient uns als Schaufenster und wird unseren bestehenden oder potenziellen Kunden unsere Möglichkeiten aufzeigen.»

Zwölf Händler vertreten die Bell Food Group in Frankreich. Sie werden von zwei Key-Managern betreut. Einer von ihnen, Julien Mauron, ist zuständig für die Zone Nord, zu der auch der E. Leclerc in Saint-Louis gehört. «Der Leiter des Frischebereichs hat uns von seinem Wunsch erzählt, einen Wurstkeller mit Holzmobiliar zu erstellen. Im Gegenzug zur Teilfinanzierung der Regale haben wir ein ständiges Sortiment mit über 50 Produkten erhalten, aber auch einen Regalkopf im Kühlbereich exklusiv für die Marke Bell.»

Ziel der Partnerschaft: Steigerung des Umsatzes mit diesem Kunden um das Fünffache auf über 100 000 Euro. «Selbstverständlich werden wir versuchen, dieses Konzept auch bei anderen Verkaufspunkten umzusetzen», hält Julien Mauron fest. • gm



Doris Leuthard wird neues Verwaltungsratsmitglied

Neue Verwaltungsrätin für die Bell Food Group

An der Generalversammlung vom 16. April 2019 wurde Doris Leuthard als Ersatz für Reto Conrad in den Verwaltungsrat der Bell Food Group gewählt.

Seit dem 16. April 2019 hat die Bell Food Group eine neue Verwaltungsrätin: An der diesjährigen Generalversammlung wurde Doris Leuthard als Ersatz für Reto Conrad in den Verwaltungsrat der Bell Food Group gewählt.

Mit ihr gewinnt die Gruppe eine erfahrene sowie international gut vernetzte Persönlichkeit. Während knapp zwei Jahrzehnten war Doris Leuthard in verschiedenen namhaften Funktionen in der Schweizer Politik tätig, u. a. als Nationalrätin und als Parteipräsidentin der Christlichen Volkspartei (CVP) Schweiz. Von August 2006 bis Dezember 2018 war sie als Bundesrätin schliesslich Mitglied der Schweizer Landesregierung. In diesem Rahmen stand sie von 2006 bis 2010 dem Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartement (EVD) und seit 2010 dem Eidgenössischen Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) vor.

«Ich bin stolz, dass wir mit Doris Leuthard eine profilierte und hoch kompetente Schweizer Persönlichkeit für den Verwaltungsrat der Bell Food Group gewinnen konnten», freut sich Hansueli Loosli, Verwaltungsratspräsident der Bell Food Group. Am 28. März 2019 wurde Doris Leuthard bereits in den Verwaltungsrat der Coop-Gruppe Genossenschaft, das Mutterhaus der Bell Food Group, gewählt. • sh



Mitarbeitende der Bell Food Group im Porträt

Sie machen den Unterschied – Tag für Tag

Unser Ziel 2019 «Wir Menschen machen den Unterschied» stellt die Mitarbeitenden der Bell Food Group in den Mittelpunkt. LOOK! wirft einen Blick hinter die Kulissen und stellt stellvertretend einige Mitarbeitende vor, die mit ihrer Arbeit einen wertvollen und unersetzlichen Beitrag leisten.

Täglich rund 100 Kilometer

Ohne Nedjmi Bekteshis Pünktlichkeit, Sorgfalt und Effizienz kämen wohl viele Eisberg-Produkte zu spät oder gar nicht zu den Kunden: Nedjmi Bekteshi leitet die Shuttle-Chauffeure am Eisberg-Standort in

„Ich bin stolz darauf, dass ich Eisberg innovativ und ökologisch vertreten darf.“

Dällikon. Sechs Tage in der Woche befördern sie produzierte und abgepackte Produkte von der Produktion an der Dänikerstrasse zum drei Kilometer entfernten Logistikzentrum, von wo aus die Produkte für den Weitertransport kommissioniert werden. Dafür arbeiten die Chauffeure in zwei Schichten und legen gemeinsam täglich fast 100 Kilometer zurück. Davon ist keine Fahrt umsonst, denn auf dem Rückweg werden Leergut, Retouren und interne Post zurück zur Produktion transportiert. «Ich bin stolz darauf, dass ich Eisberg innovativ und ökologisch vertreten darf», erklärt Bekteshi. Bei den Fahrzeugen handelt es sich um Elektro-Shuttles. «Ich schätze besonders das saubere und leise Auftreten in der Öffentlichkeit; so können wir Eisberg bestmöglich repräsentieren.»

Nedjmi Bekteshi ist Gruppenleiter der Shuttle-Chauffeure bei Eisberg in der Schweiz und seit 2012 bei dem Unternehmen tätig.



Blitzblank und einsatzbereit

Die leeren Gebinde, die bei Abderrahim Ligassi in der Reinigung in Oensingen landen, haben unter Umständen einen weiten Weg hinter sich. Aber ob sie nun direkt aus der Produktion in Oensingen kommen oder von etwas weiter her – beispielsweise von einem anderen Bell-Standort oder einem Kunden – gereinigt werden müssen sie alle. Nachdem Ligassi die Leergebinde geprüft und von Schmutz oder Etiketten gesäubert hat, kommen sie über ein Förderband in die Gebindewaschmaschine.

“Alles, damit die Abteilung ordnungsgemäss funktioniert und die Kunden zufrieden sind!”

Nach der Reinigung geht es weiter ins Leergebinde-lager. «Oder aber ich palettisiere die Gebinde von Hand», ergänzt Ligassi, «danach sind sie wieder bereit für den Einsatz in der Produktion in Oensingen.» Abderrahim Ligassi ist besonders stolz auf seine Arbeit, wenn der ganze Prozess einwandfrei läuft und es zu keinen Stillständen oder Verzögerungen kommt. «Man muss flexibel sein. Manchmal muss ich eine Schraube nachziehen oder eine gebrochene Metallleiste provisorisch festbinden, bis der Techniker kommt», erklärt er, «alles, damit die Abteilung ordnungsgemäss funktioniert und die Kunden zufrieden sind!»

Abderrahim Ligassi arbeitet bei Bell in der Schweiz in der Reinigung am Standort in Oensingen.



Eine störungsfreie Produktion

Wenn es auf der Arbeit so richtig heiss zu und her geht, dann ist Sandro Carigiet in seinem Element. Als Teamleiter Betriebselektrik am Hilcona-Standort in Schaan (FL) kommt ihm die Aufgabe zu, die vorhandenen Ressourcen richtig einzuteilen, wenn es im Tagesgeschäft rundläuft. Von vier Uhr morgens bis um halb zwölf in der Nacht sind er und sein Team gefordert. Die restliche Zeit wird über den Pikett abgedeckt. In mehreren Schichten begeben

sie im Betrieb pro Tag bis zu 60 Störungsfälle. Gleichzeitig betreuen sie verschiedene interne Projekte, seien dies zum Beispiel Wartungsarbeiten oder die Modernisierung

älterer Anlagen. «Wir arbeiten mit zahlreichen Anlagen von verschiedenen Herstellern aus der ganzen Welt, von Mess- und Regeltechnik über Sensorik und Drucksysteme bis hin zu Kameratechnik», erklärt Carigiet. Das Ziel dabei ist eine störungsfreie Produktion. Im Alltag sei dies aber nicht immer möglich, deshalb müssen Störungen in jedem Fall so rasch wie möglich behoben werden. Dabei sei manchmal Improvisation gefragt, hält Sandro Carigiet fest und bekräftigt: «Zusammen mit meinem Team hartnäckigen Fehlern auf den Grund zu gehen, das bereitet mir Freude – und natürlich, wenn alles so funktioniert, wie es muss!»

Sandro Carigiet arbeitet bei Hilcona im liechtensteinischen Schaan als Teamleiter Betriebselektrik und betreut dort unter anderem auch die auszubildenden Automaten.

„Wir arbeiten mit zahlreichen Anlagen von verschiedenen Herstellern aus der ganzen Welt.“

Eine kulinarische Visitenkarte

Sie sorgen für kulinarische Beratung bei Gästen, Kunden und Kollegen und meistern dabei tagtäglich den Spagat zwischen Küche und Büro, Schreibtisch und Kochmütze. Philipp Glauser und Gebhard Längle sind bei Hügli als Culinary Advisor tätig. Ihr Alltag ist vielfältig und abwechslungsreich, sie sind viel unterwegs – ob sie bei

Degustationen dabei sind, Food Shootings und Rezepterstellung unterstützen, Fachberatungen durchführen oder auf Messen Kunden und Gäste bekochen, etwas steht dabei immer im Mittelpunkt: Kulinarik, Genuss und das Herzblut fürs Kochen. «Ich bin stolz darauf, die kulinarische Visitenkarte von Hügli mitgestalten zu können», freut sich Gebhard Längle, der gleichzeitig auch das Personalrestaurant am Standort Steinach mitbetreut. Philipp Glauser ergänzt: «Es ist schön, dass wir unsere Kunden jeden Tag mit unseren Produkten begeistern dürfen.»

„Es ist schön, dass wir unsere Kunden jeden Tag mit unseren Produkten begeistern dürfen.“

Philipp Glauser und Gebhard Längle sind bei Hügli im schweizerischen Steinach als Culinary Advisor tätig.



Immer fröhlich und gut gelaunt

Donata Ismail wäscht, bügelt und verteilt die Wäsche der Charcuterie Cheseaux bei Lausanne. Arbeitskleidung behandelt sie besonders sorgfältig: «Jede Arbeitskollegin und jeder Arbeitskollege soll gut sitzende, bequeme und vor allem den Hygienevorschriften entsprechende Kleidung tragen.» Neben der Arbeit in der Wäscherei ist sie auch für die Reinigung der Räumlichkeiten zuständig. Doch selbst wenn sie die Ärmel hochkrempeln muss, um beide Aufgaben rechtzeitig zu erledigen, behält Donata Ismail ihren Optimismus: «Ich bin immer fröhlich und gut gelaunt. Meine Arbeit gibt mir das Gefühl, etwas Gutes zu tun und gebraucht zu werden. Seit ich bei Bell bin, habe ich mehr Selbstvertrauen und freue mich voller Erwartung auf jeden Morgen.» Eine gute Einstellung, die sie bereits in unterschiedlichen Abteilungen im Unternehmen unter Beweis stellen konnte. «Am meisten geprägt hat mich meine Ernennung zur Linienleiterin. Das ist eine wichtige Aufgabe, und ich war die erste Frau mit dieser Funktion in Cheseaux.»

Donata Ismail arbeitet bei Bell in der Wäscherei und im Reinigungsdienst der Charcuterie Cheseaux (CH). Sie ist seit acht Jahren für Bell tätig.



„Meine Arbeit gibt mir das Gefühl, etwas Gutes zu tun und gebraucht zu werden.“

Gelebte Dienstleistungsmentalität

Viel Zeit hatte Henning Schwarm nicht, seinen neuen Arbeitgeber kennenzulernen, als er im Januar 2019 seine Stelle als Leiter IT Infrastructure & Customer Care bei Hügli im deutschen Radolfzell antrat. Schliesslich macht das Tagesgeschäft keine Pause. Rund 7000 Incidents und Change Requests gehen pro Jahr übers Ticketsystem ein. Neben verschiedenen Projekten und Besprechungen mit Kunden, Kollegen, Mitarbeitenden und Dienstleistern sind das pro Tag 20 bis 30 Tickets, die bearbeitet werden möchten. «Tagesgeschäft, Projektgeschäft und Unvorhergesehenes unter einen Hut zu bringen, ist bestimmt die grösste Herausforderung», erklärt Schwarm. «Zum Beispiel, als es kürzlich zu einem Leitungsausfall in einem Produktionswerk kam und wir parallel eine wichtige Migration aller PCs und Anwender an allen Standorten durchführten.» Unterstützt wird Henning Schwarm dabei von 14 Mitarbeitenden an zwei Standorten. «Ich bin stolz darauf, dass mein Team und ich gemeinsam für ein funktionierendes System sorgen, vom einfachen Laptop bis hin zu grösseren Produktionsanlagen», hält Henning Schwarm fest. «Für mich ist es wichtig, dass wir als kompetenter Dienstleister wahrgenommen werden – und dass wir diese Dienstleistungsmentalität auch leben.»

„Ich bin stolz darauf, dass mein Team und ich gemeinsam für ein funktionierendes System sorgen.“

Henning Schwarm ist sein Anfang 2019 bei Hügli im schweizerischen Steinach als Leiter IT Infrastructure und Customer Care tätig.





«Frisch ist uns besonders wichtig.»

Frische mit Liebe serviert

Dank Ines Eggenschwiler und ihrem Team dürfen sich rund 900 Mitarbeitende jeden Tag über frisch zubereitete Menüs freuen. Ines Eggenschwiler leitet die Personalverpflegung an den vier Eisberg-Standorten in der Schweiz. «Frische ist uns besonders wichtig», erklärt sie. «Unser Vorteil: Wir erhalten Salate, Früchte und Gemüse vorgerüstet aus der Produktion. So sparen wir Zeit und können stattdessen kreativ und frisch kochen.» Dabei achtet Eggenschwiler nicht nur auf Saisonalität und Nachhaltigkeit, sondern auch auf kulinarische Abwechslung: Mit Hindu-Tagen, asiatischen und türkischen Gerichten oder typischer Schweizer Küche versucht sie, den rund 52 Nationalitäten im Betrieb Rechnung zu tragen. «Unsere Gäste sollen sich bei uns wohlfühlen und erholen können.» Und das gelingt, wie eine kleine Anekdote beweist: «Während eines Betriebsaudits bereitete meine Köchin trotz Hochbetrieb eine frische, wunderschön dekorierte Biskuitrolle zum Dessert», erzählt Ines Eggenschwiler und freut sich: «Die Auditorin war so begeistert davon, dass sie das Dessert sogar in ihrer Abschlussbemerkung erwähnte. Solche Momente machen mich sehr stolz!»

Ines Eggenschwiler leitet die Personalverpflegung an den vier Eisberg-Standorten in der Schweiz und ist seit 20 Jahren für das Unternehmen tätig.

Unterwegs als Problemlöser für die Gastronomie

Gutes Essen verbindet, das weiss Axel Dröge, der als Manager Concept Development im Foodservice bei Hilcona tätig ist: «Gute Produkte gut zubereitet, im Konzept auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt und mit einem Lächeln präsentiert, das ist der Türöffner für erfolgreiches Business.» Dafür leistet er auch gerne mal mehr. Zum Beispiel als er im Zweierteam eine viertägige Messe im Ausland betreute und am ersten Abend kaum mehr Produkte übrig waren. Kein Problem für den Profi: «Ein paar Telefonate später hatten wir für den nächsten Morgen eine Lieferung mit Hilcona-Produkten organisiert. Ausserdem konnten wir in einem lokalen Abholgrossmarkt auch ohne Kundenkarte nach Ladenschluss alles Nötige einkaufen. Am nächsten Tag waren wir um Punkt 9 Uhr wieder bereit, um die Messebesucher von der Hilcona-Qualität zu überzeugen.» Und Axel Dröge überzeugt seine Kunden allemal, wie ein Event in Madrid mit dem Verkaufsteam eines lokalen Grosshändlers beweist: «Die Gäste waren von unserem spanisch adaptierten Hilcona-Programm so begeistert, dass mir ein Teammitglied auf die Frage, welches Produkt ihr denn am besten gefallen habe, spontan einen Kuss aufdrückte.»



Axel Dröge ist seit zwei Jahren bei Hilcona in Schaan (FL) als Manager Concept Development im Food Service tätig.

«The Green Mountain» setzt neue Massstäbe bei Vegi-Produkten

Fleischloser Burger ohne Kompromisse

Sieht aus wie Fleisch, schmeckt wie Fleisch, ist aber Gemüse:

«The Green Mountain» bietet den ersten in der Schweiz entwickelten und hergestellten pflanzenbasierten Burger an. Damit ist die Neuheit des Start-ups der Hilcona Taste Factory eine echte Alternative für alle, die gelegentlich bewusst auf Fleisch verzichten wollen. Angeboten wird er in den «The Butcher»-Burger-Restaurants sowie in Betrieben der Gastronomiegruppe ZFV.



Der Burger ist von seinem Vorbild aus Hackfleisch nicht zu unterscheiden.

Nicht nur der Name der neuen Manufaktur «The Green Mountain» ist von der gebirgigen Umgebung des Orts Landquart inspiriert, sondern auch das Konzept: «Green steht für ursprünglich, gesund und nachhaltig – Mountain symbolisiert die Herkunft und regionale Produktion und ist ein Geschmacksversprechen», erläutert Werner Ott, Projektleiter von «The Green Mountain».

Optik, Geschmack und Biss

Das erste Ergebnis der intensiven Arbeit an pflanzenbasierten Innovationen des Start-ups können Schweizer Restaurantbesucher seit diesem Frühjahr kennenlernen. «The Green Mountain Burger» ist, was Optik, Geschmack und Biss angeht, nicht von seinem Vorbild aus Hackfleisch zu unterscheiden. Zudem lässt er sich ebenso wie ein Fleischburger auch in verschiedenen Garstufen zubereiten. Die Neuheit ist zudem reich an Ballaststoffen und Eiweiss, während sie gleichzeitig mit einem geringen Fettgehalt punkten kann.

An der perfekten Rezeptur hat Lebensmitteltechnologin Julia Sackers zusammen mit einem jungen Team aus Köchen über ein Jahr getüftelt. Sie basiert auf Erbsen- und Sojaweiess. Letzteres stammt zu 100 Prozent aus biologischem Anbau.

Genussvoll, hochwertig und in der Schweiz hergestellt

Und auch bei der Auswahl der anderen Zutaten achteten die Produktentwickler auf höchste Qualität und – im Sin-

ne der Nachhaltigkeit – ebenfalls auf kurze Lieferwege. So beziehen die Schweizer alle Zutaten, bis auf das Kokosfett, aus den europäischen Nachbarländern.

Zielgruppe für den neuen Burger sind vor allem Flexitarier, die sich hin und wieder bewusst rein pflanzenbasiert ernähren möchten. «Mit «The Green Mountain Burger» bieten wir den Konsumentinnen und Konsumenten eine genussvolle, hochwertige und in

der Schweiz hergestellte Alternative zu Fleisch», erklärt Werner Ott.

Zu haben ist der Burger seit dem 9. April in rund 130 Betrieben der Schweizer Gastronomiegruppe ZFV. Und auch die erste Burger-Restaurant-Kette setzt schon auf die Vegi-Variante: In allen Filialen von «The Butcher» in Zürich, Zug und Bern können die Gäste die Neuheit bestellen.

«The Green Mountain» ist ein internes Start-up der Hilcona Taste Factory mit Sitz im bündnerischen Landquart. Als Kompetenzzentrum treibt die Manufaktur die Entwicklung und Produktion von pflanzenbasierten Lebensmitteln voran. Auf die Burger-Premiere werden also demnächst weitere fleischlose Innovationen folgen. • mr



Aktionen und Neuheiten zur Spargelzeit

Was wäre der König ohne sein Gefolge?



Zarte weisse Stangen übernehmen alljährlich von April bis zum Johannistag die Regentschaft über zahlreiche Küchen. Und wo Spargel in buttrigem Wasser garzieht, sind seine köstlichen Begleiter ebenfalls nicht weit. Bei diesem kulinarischen Spitzentreffen ist auch die Bell Food Group mit von der Partie und tischt Feinschmeckern zu dem königlichen Gemüse vom klassischen Schinken bis zur neuen Sauce Hollandaise so einiges auf.



Bell Deutschland startete eine grosse Werbeaktion für den Katenschinken.

Dass Spargel und Schinken ein so unzertrennliches Duo sind, liegt nicht nur daran, dass ihre Aromen so gut harmonieren. Früher wurden die Schweine traditionell im Winter geschlachtet. So war der Schinken pünktlich zur Spargelzeit reif. Aber nicht nur dieser Klassiker passt gut zu dem edlen Gewächs. Das zeigte Bell Schweiz seit April auf seiner Homepage. Neben einer Auswahl an perfekten Spargelpartnern wie Hobelfleisch oder Burehamme finden die

Besucher hier auch leckere Rezepte rund um die begehrten Stangen.

Für die Norddeutschen ist der mild geräucherte Katenschinken die Nummer eins in der Spargelzeit. Diese Vorliebe hat Bell Deutschland zum Anlass genommen, im April und Mai eine grosse Werbeaktion für den Abraham Katenschinken zu starten. Mit Radiobeiträgen inklusive Gewinnspielen konnten in Hamburg, Schleswig-Holstein und den angrenzenden Regionen über 8,5 Millionen Hörer erreicht werden. Und wer auf diese Weise Appetit auf die köstliche Spezialität bekommen hatte, fand mit etwas Glück in seinem norddeutschen Supermarkt einen der zahlreichen Verkostungsstände, an denen er frisch aufgeschnittenen Katenschinken von Abraham probieren und auch gleich für sein Spargelmenü mit nach Hause nehmen konnte.



Perfekt wird das Feinschmeckerglück dann mit der neuen Sauce à la Hollandaise von «NATUR COMPAGNIE». Mit dieser Neuheit erweitert die Biomarke von Hügli sein Saucensortiment erstmals mit einer flüssigen Sauce. Die Sauce à la Hollandaise muss nur kurz erhitzt werden und kann anschliessend sofort Spargel und Schinken mit ihrem feinen buttrigen Aroma untermalen. Im Unterschied zu vielen Wettbewerbsprodukten enthält sie mit Weisswein, Butter und Ei die klassischen Zutaten, die diese Sauce so besonders machen. Zudem ist sie, wie alle «NATUR COMPAGNIE»-Produkte, palmölfrei und enthält keinen zugesetzten Zucker. Die Neuheit wurde im April eingeführt und ist in Naturkostläden und Reformhäusern erhältlich. • *mr*

Spargel-Risotto mit Schinken

- 500 g grüner Spargel
- 1 Zwiebel
- 100 g Schinken, z.B. Bell Bündnerfleisch
- 20 g Butter
- 200 g Risottoreis
- 650 ml Gemüsebrühe
- 1 Glas Sauce Hollandaise, z.B. von «NATUR COMPAGNIE»
- 30 g geriebener Parmesan

Zubereitung:

Spargel waschen und in ca. 4 cm lange Stücke schneiden. Zwiebel schälen und würfeln. In einer Pfanne die Butter heiss werden lassen. Zuerst die Zwiebeln darin andünsten und dann den Risottoreis mitdünsten. Mit etwa 100 ml Brühe ablöschen und einkochen lassen. Die restliche Brühe immer dann dazugießen, wenn alle Flüssigkeit aufgesogen ist. Nach ca. 10 Min. die Spargelstücke hinzufügen und weitere 10 Min. köcheln lassen. Zum Schluss den Schinken in Streifen schneiden, unterheben. Die Sauce Hollandaise in einem Topf unter Rühren erwärmen. Die Sauce mit dem Risotto anrichten und alles mit Parmesan bestreuen.

Eine kleine Burger-Geschichte

BURGER FÜRS LEBEN

Vom verachtenswerten Schnellfutter zur kulinarischen Spielwiese – seit seiner Erfindung gelang dem Burger ein echter kulinarischer Höhenflug. Michael Martin, Herausgeber des Grillmagazins «GRILL&CHILL», widmet sich der Geschichte des Königs des Fast Food und präsentiert ein Burger-Rezept, das die Geschmacksnerven auf die Probe stellt.

Es gab Zeiten, in denen viele Menschen nicht gut auf «Hamburger» zu sprechen waren. «Fast food! Schrecklich!» Ich höre noch immer das Echo der Stimme meiner Mutter in den Ohren, wenn uns Kindern mal wieder der Sinn nach einer Scheibe Fleisch zwischen zwei fluffigen Brötchen stand. Nun denn, die Zeiten sind durchs Land gezogen, und mit ihnen wurden wir älter, sicher auch qualitätsbewusster und kulinarisch verständnisvoller, um es mal so zu formulieren.

Geblieden ist über all die Jahre die Liebe zum Burger. Zu diesem schlichten und doch so komplexen Gericht, das tatsächlich weit

Geblieden ist über all die Jahre die Liebe zum Burger.

mehr ist als «nur» ein Kind der Fast-Food-Generation. Burger stehen ebenso für uneingeschränkte Kreativität wie für die gute, alte BBQ-Tradition, die uns aus den USA überliefert wird. Oder besser gesagt wie sie uns die Amerikaner zurückgegeben haben, wenn es denn stimmt, dass der Name «Burger» auf eine Spezialität von Hamburger Auswanderern zurückzuführen ist. Erwiesen ist jedenfalls, dass an der Weltausstellung von 1904 in St. Louis im Bundesstaat Missouri ein Brötchen mit Fleisch

unter dem Namen «Hamburg» (noch ohne die Endung -er) verkauft wurde.

Gut 36 Jahre später begann der Höhenflug des Gerichts – über die Eröffnung des ersten McDonald's-Restaurants am 15. Mai 1940 im kalifornischen San Bernardino. Spezialität des Hauses war bald einmal der schnell zubereitete Hamburger sowie die Selbstbedienung. Ab 1976 schossen auch in der Schweiz die Filialen wie Pilze aus dem Boden, Hamburger überall mit immer mehr Fans – und erbitterten Gegnern. In einer Sommernacht 1982 setzten Feinde der Kette, das «Kommando Grober Ernst», die Zürcher Filiale am Stauffacher in Brand und stiessen mit dieser Aktion sogar auf Sympathien.

Doch der Rücken der Burger, so fluffig seine Brötchen auch sein mögen, hielt sogar jene gewiss auch politisch motivierte Aktion aus. Und noch viel mehr: Ohne die stete Diskussion um das Gericht wäre bestimmt auch die Entwicklung um «Buns & Pattys» nicht möglich gewesen, die uns heute ziemlich biblisch aufgemachte Bücher beschieren; so wie etwa das Werk «Burger unser».

Darüber mögen nun andere Geister ihre Nasen rümpfen, aber letztlich hat sich aus all den Debatten die Schlussfolgerung ergeben, dass ein guter Burger eben alles andere ist als verachtenswertes Schnellfutter. • Michael Martin, Herausgeber des Grillmagazins «GRILL&CHILL»



Beef-Burger mit Honig-Aubergine

Auch mich hat das Thema nie losgelassen. Und als Verantwortlicher für das Grillmagazin «GRILL&CHILL» kommt mir das Vergnügen zu, Leidenschaft und Beruf auch beim Burger zu vereinen – das Thema ist endlos! Wer es nicht glaubt, soll zu diesem Rezept greifen.

Die Zutaten für diesen Burger sind pro Person.

- Ca. 200 g Rindshackfleisch
- 3 Scheiben Aubergine
- 4 EL Honig
- 3 EL Sojasauce
- 1 EL Balsamicoessig, weiss
- 3 EL Crème fraîche
- ½ TL Zitronensaft
- 1 TL Granatapfelkerne
- Salz, Pfeffer
- Salat, Koriander

Auberginenscheiben salzen und nach ca. 15 Minuten das ausgetretene Wasser abtupfen. Das Hackfleisch salzen (Faustregel 20 g Salz auf 1 kg Fleisch), mit einer Burgerpresse oder mit nassen Fingern zu einem «Patty» formen, dessen Durchmesser nicht grösser ist als derjenige des Brötchens. Mit dem Daumen den Burger in der Mitte leicht eindrücken, damit er beim Grillieren die Form behält. Crème fraîche mit 1 EL Honig, Zitronensaft und Salz vermischen.

Für die Auberginenscheiben eine Marinade aus 3 EL Honig, der Sojasauce und dem Essig herstellen. Den Grill auf 200 °C vorheizen; Auberginenscheiben ca. 5 Minuten pro Seite grillieren, danach mit der Marinade bestreichen und warmstellen. Den Burger ca. 3–4 Minuten pro Seite grillieren, bis ein schönes Grillmuster entstanden ist. Nicht zu schnell wenden; er zerfällt sonst! Die Innenseiten des aufgeschnittenen Brötchens mit Butter bestreichen und auf dem Grill anrösten.

Fertigstellung: Untere Innenseite des Brötchens mit 2 EL der Crème-fraîche-Mischung bestreichen; den Burger draufgeben, mit den Auberginenscheiben belegen und mit einem weiteren Löffel Crème fraîche, Salat, den Granatapfelkernen und etwas Koriander beschliessen.



Mit Produkten aus der Bell Food Group keine BBQ-Gelegenheit verpassen

GECHILLT GEGRILLT



Oft ist gerade dann perfektes Grillwetter, wenn man keine Zeit für aufwendige Vorbereitungen hat. Die Bell Food Group sorgt mit ihren aktuellen Neuheiten dafür, dass der BBQ-Abend schnell und ganz entspannt auf die Beine gestellt werden kann. So sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt – und auch die bewusste Ernährung kommt nicht zu kurz.



Bell Schweiz: Ehrlicher Burger und feurige Schnecken

So ausgefallen die ganz persönliche Lieblings-Burger-Kreation auch sein mag, beim Fleisch steht für die meisten unverfälschter Geschmack an erster Stelle. Daher hat Bell Schweiz bei ihrem neuen «Big Triple B – Best Beef Burger» auf Gewürze und Co. bewusst verzichtet. Das grob gewolfte Hackfleisch besteht ausschliesslich aus bestem Schweizer Rindfleisch aus artgerechter Mutterkuhhaltung. Fertig

geformt, muss das Patty nur noch grilliert werden. Liegen Brötchenhälften und die favorisierten Zutaten schon bereit, ist der Burger anschliessend im Nullkommanichts fertig.

Bei den neuen «Mexican Flavour – Mini-Grillschnecken» hat Bell dagegen tief in die Gewürztöpfe gegriffen. Inspiriert von den Aromen der mexikanischen Küche verleihen Chili, Jalapeno, Koriander und Ingwer den Würsten

aus Schweizer Schweinefleisch ihren authentischen, süsslich-pikanten Geschmack.

Da jeder Spiess aus drei kleinen Schnecken besteht, können mehrere Wurstfans gleichzeitig

versorgt werden. Mit zwei Spiessen pro Packung wird geteilte Freude hier gleich zu sechsfacher Freude. Und der Grillchef hat genug Zeit, die nächsten Leckereien fertig zu brutzeln.

Um die BBQ-Lust der Schweizer Kunden so richtig anzufachen, hat Bell zur Einführung der Neuheiten im Juni Degustationen im Detailhandel gestartet.

Bell Deutschland: Bio-Bratwürstchen im Miniformat

Trends wie Nachhaltigkeit und bewusste Ernährung machen auch vor dem Grillrost nicht halt. Da kommt die ZIMBO-Bio-Geflügel-Bratwurst gerade zur richtigen Zeit. Sie ist aus hochwertigem Geflügelfleisch hergestellt und trägt das EU-Bio-Siegel. Bei der Wahl der Portionierung hatte Bell Deutschland zudem auch kleinere Haushalte im Blick: Die 160-Gramm-Packung mit acht Würstchen eig-

net sich ebenfalls für das spontane BBQ allein oder zu zweit.

Mit diesem Konzept überzeugte Bell Deutschland in diesem Frühjahr die Leser des Fachmagazins «Fleisch-Marketing». Die Entscheider aus der Fleisch- und Wurstwarenindustrie sowie dem Lebensmittelhandel verliehen der ZIMBO-Bio-Geflügel-Bratwurst die Bronzemedaille als Innovation des Jahres in der Kategorie Geflügelprodukte.

Eisberg: Knackige Sommermischung

«Zum Salat- und Gemüseschneiden hatte ich keine Zeit!» Ausreden wie diese zählen dank Eisberg schon lange nicht mehr. In Ungarn, der Slowakei, Rumänien und der Schweiz gibt es jetzt mit dem neuen «Summer-Mix» noch einen Grund weniger, auf die knackige Grillbeilage zu verzichten.

Da die Geschmäcker bekanntlich verschieden sind, variiert die Mischung von Markt zu Markt. In Ungarn und der Slowakei beispielsweise kommen Vitaminlieferanten wie Eisbergsalat, Romanasalat, Lollo Rosso, Paprika und Fenchel in den Beutel. Als Saisonprodukt im Mai eingeführt, werden diese leckeren Mixsalate noch bis Ende August erhältlich sein.

Sylvain & CO: Leichte Balsamosauce

Auch Sylvain & CO sorgt für ein relaxtes Grill-Party-Feeling und gleichzeitig für ein reines Gewissen: Die neue «Grand-Mère Bio Sauce Gusto Balsamico» kommt ganz ohne Öl aus. Dafür enthält sie besten Balsamicoessig aus Modena mit dem Siegel für die «geschützte geografische Angabe» sowie Senfkörner. Das Ergebnis ist ein fein abgestimmtes, verzehrfertiges Salatdressing, das pro Portion mit nur zehn Kilokalorien auskommt.

Mit dieser neuen Sauce erweitert Sylvain & CO seit April seine Biolinie für den Schweizer Detailhandel sowie für seine Foodservice Kunden. • mr



Der «Summer-Mix» von Eisberg variiert von Markt zu Markt.



Neubau in Werkendam für Hügli-Tochter Bresc

Massarbeit für die Gastronomie

Mit gekühlten Kräuter- und Knoblauchprodukten erleichtert Bresc Food-Service-Kunden in ganz Europa die Arbeit. Seit Ende letzten Jahres hat die niederländische Hügli-Tochter eine neue Heimat: In Werkendam entstand ein Neubau, in dem nun Produktion, Logistik und Verwaltung in einem Komplex gebündelt sind.

BRESC

Produkte, die einfach zu nutzen sind, Raum für Kreativität lassen und bei zahlreichen Gerichten für die Exportation Aroma sorgen, stehen bei Küchenchefs hoch im Kurs. So wie die kühlfrischen Knoblauch- und Kräuterspezialitäten von Bresc.

Mit diesem Angebot konnte das niederländische Unternehmen, das seit 2016 zu Hügli gehört, in den vergangenen Jahren zweistellige Wachstumsraten erzielen. Die Folge: Die bisherigen Herstellungsbetriebe in Sleeuwijk und Giessen in der Provinz Brabant stiessen an ihre Kapazitätsgrenzen. Ein Neubau musste her. Das passende Grundstück dafür wurde im benachbarten Werkendam gefunden.

Hier entstand auf einem 1,6 Hektar grossen Areal in nur neun Monaten ein Gebäudekomplex, in den Produktion, Logistik und Verwaltung Ende 2018 gemeinsam einziehen konnten. «Auf Initiative der Bell Food Group haben wir im vergangenen Sommer angrenzend zusätzlich weitere 3,4 Hektaren Land hinzugekauft», berichtet Arjan Hak, Managing Director von Bresc. «So verfügen wir nun auch über ausreichend Ausbaufäche für zukünftige Expansionen».

Damit sind jetzt nicht nur alle Abläufe des Unternehmens und alle rund 85 Mitarbeitenden an einem Standort vereint. Der Herstellungsbetrieb ist auch auf dem neusten Stand der Technik. Dank einem neuen Temperatursystem gelingt so beispielsweise das Auftauen des Rohmaterials in der Hälfte der Zeit, die am alten Standort benötigt wurde. Gleichzeitig ist dieser Vorgang jetzt durch die Nutzung von Abwärme aus der Kühlung noch nachhaltiger.

Zudem erlaubte das erweiterte Platzangebot dem Unternehmen, einen zusätzlichen Mischer und eine zusätzliche Schneideanlage aufzustellen. Und die Fläche für das Abwiegen der Produkte ist nun achtmal so gross wie im vorherigen Gebäude. Damit kann Bresc seine Produktionskapazitäten nun mehr als verdoppeln: «Wir schätzen, dass wir hier in Zukunft bis zu 5000 Tonnen kühlfrische Spezialitäten pro Jahr herstellen können», sagt Arjan Hak.

Bei der Gestaltung des Neubaus kam es den Verantwortlichen aber nicht nur auf aktuelle Technologien und effiziente Strukturen an. Es war ihnen ebenso wichtig, dass die Architektur auch die Werte des Unternehmens widerspiegelt. «Bresc steht für Gastfreundschaft, Neugier, Offenheit und Teamwork. Diese Philosophie strahlt auch die moderne, einladende Gestaltung unseres neuen Gebäudes aus», erzählt Arjan Hak. Dazu trägt nicht zuletzt auch die «Brescuisine» bei, in der die Kräuterexperten Kunden und weitere Gäste empfangen und mit ihren Spezialitäten inspirieren können.



Und diese sind vielfältig: Rund 450 Produkte umfasst das Sortiment für Food Service und Lebensmittelindustrie. Zu den Bestsellern gehören dabei Knoblauch in verschiedenen Variationen, Pürees aus einzelnen Kräutern sowie Gewürzmischungen. Alle gebrauchsfertig und gekühlt lange haltbar – ganz so, wie es für die Food-Service-Kunden am besten ist.

Die Abnehmer dafür stammen schon heute aus 15 europäischen Ländern. Hauptmarkt sind dabei die Niederlande, in denen Bresc rund 60 Prozent des Umsatzes macht – Tendenz steigend. Weiteres Wachstumspotenzial sieht das Unternehmen auch in der Region DACH, in der Hügli eine starke Verkaufsmannschaft besitzt und so Synergien genutzt werden können.

Diese ergeben sich aber nicht nur beim gemeinsamen Vermarkten der Produkte, sondern laut Arjan Hak auch in der Küche: «Wer schon einmal die Hügli Tomatensuppe, gewürzt mit unserer «Tasty Tomato Bruschetta», oder die Hügli Schokoladen Mousse mit unserem schwarzen Knoblauchpüree probiert hat, weiss, wie gut sich unsere Marken ergänzen.» • mr

Rund 450 Produkte umfasst das umfangreiche Sortiment.





Bell gründete mit den Central-Hallen das erste «Shopping-Center» der Schweiz

EINZIG IN DER SCHWEIZ

1906 war die Firma Samuel Bell Söhne die treibende Kraft hinter der Eröffnung des ersten Supermarkts der Schweiz – der Basler Central-Hallen am Barfüsserplatz. In über 100 Jahren hat sich dort oft das Konzept, nie aber der Grundsatz geändert: den Leuten die Besorgung von Artikeln des täglichen Bedarfs möglichst einfach und angenehm zu gestalten.

«Ein Geschäftshaus modernsten Styhls, wie es einzig in der Schweiz dasteht, hat am 3. August in Basel seine Pforten aufgetan», schrieb der «Basler Anzeiger» in seiner Ausgabe vom 7. August 1906. Und das war noch zurückhaltend formuliert. Denn das Verkaufskonzept in den neuen Central-Hallen war aus heutiger Perspektive nichts anderes als die Idee für ein erstes «Shopping-Center», einen Supermarkt für Artikel des täglichen Bedarfs an bester Lage in Basel.

Federführend für das Konzept der Central-Hallen war die 1899 gegründete Firma Samuel Bell Söhne. Die Nachkommen von Samuel Bell-Roth, der 1869 an der Streitgasse gleich gegenüber den Central-Hallen seine «Ochsenmetzger» gegründet hatte und damit am Anfang der Firmengeschichte der heutigen Bell Food Group stand, waren ambitioniert und dachten gross.

Die Firma Bell war mit dem Ausbau der «Ochsenmetzger», der Eröffnung eines Charcuterie-Geschäftes 1897 und dem Erwerb zusätzlicher Liegenschaften an der Streitgasse und der Weissengasse im Herzen Basels längst zu einer «Grossschlächtereier» geworden, wie sie damals genannt wurde. Die Absätze wurden durch Filialgeschäfte am Spalenberg und an der Rheingasse erweitert, nun sollte mit den Central-Hallen ein Hauptverkaufsgeschäft modernster Prägung dazukommen.

Das Konzept war so simpel wie überzeugend – und die führenden Verkaufsgeschäfte der Stadt stellten sich dahinter. Neben Bell, die im Parterre Fleischwaren – sogar in einer gekühlten «Montre» – und im 1. Stock Feincharcuterie anbot, waren auf rund 400 Quadratmetern der Gemüsehändler Ernst Dreyfus, die Kolonialwarenhandlung Preiswerk Söhne, das Butter-, Eier- und Käsegeschäft Oesterlin & Cie., die Brot- und Feinbäckerei Singer, der Blumen- und Pflanzenverkauf von Wilhelm Schneider sowie die Drogerie und Getränkefirma Sengelet & Cie beteiligt. Sengelet offerierte gemäss dem damaligen Presseartikel auch «Liqueure und vins fins».

Das Angebot in den Central-Hallen war das eine, der Service für die Kundschaft das andere. In einem «Erfrischungsraum» im Obergeschoss konnten Getränke und kleine Esswaren konsumiert werden, es gab eine Toilette und ein automatisches Telefon – damals alles andere als selbstverständlich. Der Strom wurde durch einen Dieseldgenerator geliefert, fünf Kühlräume sorgten für die Frische der Waren.

Im April 1953 kam es in den Central-Hallen zu einer weiteren historischen Innovation. Schweizweit erstmalig wurden Fleischwaren abgepackt in Selbstbedienungsregalen

angeboten. Bell nannte den neuen Service «Hopp-Hopp-Service» und schien noch nicht ganz überzeugt von diesem neuartigen, aus Amerika nach Europa importierten System. In seiner Rede an der Generalversammlung vom 26. März 1953 sagte VR-Präsident Heinrich Küng: «Unsere kritische Zurückhaltung richtet sich vor allem gegen den abgepackten Frischfleischverkauf.» Er glaubte nicht, dass der Schweizer Markt dafür geschaffen sei. Nun ja, im Nachhinein war seine Skepsis unbegründet.

Zwischen 1961 und 1963 wurden die alten Central-Hallen abgerissen und durch einen Neubau ersetzt. 1979 und 1996 wurden dort nach jeweils umfangreichen Modernisierungen neue Konzepte umgesetzt, zunächst eine moderne Ladenstrasse, später ein noch stärker auf Traiteur- und Take-away-Konzepte ausgerichtetes Haus. Ab 1. Januar 2003 ging die Liegenschaft in den Besitz der Grossbank UBS über.

Im Zuge der kompletten Aufgabe aller eigenen Detailhandelsgeschäfte durch die Bell AG per 1. Januar 2004 wurde auch das Fleischfachgeschäft in den Central-Hallen aufgegeben. Am 28. Februar 2004 hatten die Central-Hallen, die neben Bell noch die Confiserie Kämpf beherbergten, ihren letzten Verkaufstag. Bell bemühte sich um die Ansiedlung einer anderen Metzgerei, doch niemand hatte Interesse. Zum Erhalt der Central-Hallen waren in der Bevölkerung Tausende von Unterschriften gesammelt worden. Auch deshalb ging der Zuschlag für die Nachfolge letztlich an den Lebensmittelanbieter Coop, der dort seither einen Pronto-Shop mit verlängerten Öffnungszeiten betreibt. Im 1. Stock führt das Pizzeria-Restaurant «Centro» die seit Beginn in den Central-Hallen bestehende Restaurationstradition fort. • Daniel Schaub, Historiker aus Basel, hat für das 150-Jahr-Jubiläum die Geschichte von Bell aufgearbeitet.



Die Central-Hallen boten einen Supermarkt für Artikel des täglichen Bedarfs an bester Lage in Basel.

Schweizweit erstmalig wurden 1953 in den Central-Hallen nach dem Vorbild eines Londoner Anbieters Fleischwaren abgepackt in Selbstbedienungsregalen angeboten.



Jubiläen

LOOK! gratuliert den Jubilaren, von Juni bis August 2019

Bell Schweiz

20 Dienstjahre

Markus Kauschinger, 1. Juni, Bell, Basel
Franz Büchler, 2. Juni, Geiser AG, Schlieren
Christophe Briand, 7. Juni, Bell, Cheseaux
Irma Luisoni, 30. Juni, Bell, Basel
Markus Fankhauser, 1. Juli, Bell, Zell
Thomas Graf, 1. Juli, Bell, Basel
Willy Ruckstuhl, 1. Juli, Bell, Zell
Bertrand Vuillequez, 1. Juli, Bell, Basel
Fatma Güzel, 26. Juli, Bell, Basel
Derva Halilovic, 28. Juli, Bell, Zell
Nicole Acone-Veraguth, 15. August, Bell, Cher-Mignon
Muruganathan Paramagurunathan, 16. August, Bell, Zell
Sanije Bajrami-Demiri, 18. August, Bell, Cheseaux
Labinot Neziri, 23. August, Bell, Zell

25 Dienstjahre

Christine Descot, 1. Juni, Bell, Basel
Guido Bühlmann, 2. Juni, Geiser AG, Schlieren
Kurt Anderegg, 1. Juli, Bell, Oensingen
Mario Schaad, 1. Juli, Bell, Oensingen
Sivasambo Yoganathan, 4. Juli, Bell, Zell
Josef Aregger, 18. Juli, Bell, Zell
Jean-Marc Petit, 25. Juli, Bell, Oensingen
Pascale Schmitt, 1. August, Bell, Basel
Uezeyir Kocak, 15. August, Bell, Basel
Biagio Manzo, 22. August, Bell, Basel

30 Dienstjahre

Géraldine Adler, 1. Juni, Bell, Basel
Jean-Jacques Berna, 1. Juni, Bell, Basel
Frédéric Bernaz, 12. Juni, Bell, Cheseaux
Pejo Brnadic, 1. Juli, Bell, Zell
Mehmet Iscen-Torun, 1. Juli, Bell, Basel
Eric Terefenko, 1. Juli, Bell, Basel
M'bark Amgoune, 1. August, Bell, Oensingen
Barbara Spies, 1. August, Bell, Basel

35 Dienstjahre

Hans Aregger, 12. Juni, Bell, Oensingen
Marcel Onorato, 2. Juli, Bell, Basel
Jean-Claude Wenck, 2. Juli, Bell, Basel
Jean-Luc Thomas, 6. August, Bell, Cheseaux

40 Dienstjahre

Michel Meister, 5. Juni, Bell, Basel
Régine Hoferlin, 20. August, Bell, Basel

Frühpensionierungen

Anton Abbuehl, 30. Juni, Bell, Cheseaux
Remy Schaffhauser, 30. Juni, Bell, Basel
Francesco Pinelli, 31. Juli, Bell, Basel
Véronique Luttringer, 31. August, Bell, Basel

Pensionierungen

Lokmann Ziberi, 30. April, Bell, Basel
Minever Bajrami, 30. Juni, Bell, Oensingen
Therese Vogel, 31. Juli, Bell, Zell
Mirzade Dizdar, 1. August, Geiser AG, Schlieren

Todesfall

Miodraga Duric-Jankovic, 7. März, Bell, Oensingen

Bell Deutschland

20 Dienstjahre

Rosalie Ebert, 7. April, Bell, Suhl (*Nachtrag*)
Monika Kleylein, 4. Mai, Bell, Suhl (*Nachtrag*)
Ina Bienek, 2. Juli, Bell, Suhl
Henryk Wach, 27. Juli, Bell, Seevetal
Marcel Gerst, 2. August, Bell, Suhl
Josef Ridder, 2. August, Bell, Bad Wünnenberg
Reinhard Pengel, 17. August, Bell, Seevetal

25 Dienstjahre

Tatjana Konnow, 10. Mai, Bell, Harkebrügge (*Nachtrag*)
Doreen Kirchner, 2. August, Bell, Edeweicht
Thomas Bartels, 4. August, Bell, Seevetal

30 Dienstjahre

Arnold Caspers, 2. April, Bell, Edeweicht (*Nachtrag*)
Andreas Woller, 2. August, Bell, Edeweicht

40 Dienstjahre

Katharina Grote, 2. August, Bell, Börger

Hilcona

20 Dienstjahre

Manuela Geosits, 2. Juni, Hilcona, Leinfelden-Echterdingen
Fredy Kunz, 2. Juni, Hilcona, Schaan
Fatma Suicmez, 2. Juni, Hilcona, Schaan
Alexa Neuhaeusler, 2. Juli, Hilcona, Schaan
Edin Rizvic, 2. Juli, Hilcona, Schaan
Helena Santos Vicoso, 2. Juli, Hilcona, Schaan
Mayte Lema Trigo, 2. August, Hilcona, Schaan
Nevza Bajrektarevic, 27. August, Hilcona, Orbe
Fatime Buja, 27. August, Hilcona, Orbe
Myrvete Krasniqi, 27. August, Hilcona, Orbe
Aurora Teixeira Sousa, 27. August, Hilcona, Orbe

25 Dienstjahre

Radzima Cuhe Jamakovic, 28. August, Hilcona, Orbe

40 Dienstjahre

Armin Reich, 4. Juli, Hilcona, Salez

45 Dienstjahre

Ramon Quintans Santos, 1. März, Hilcona, Schaan (*Nachtrag*)

Pensionierung

Sylvia Heldstab, 8. März, Hilcona Taste Factory, Landquart (*Nachtrag*)

Bell International

20 Dienstjahre

Marianne Bachleitner, 14. Juli, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Peter Rillinger, 15. Juli, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Vskra Pasoska, 17. Juli, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Isabelle Meunier, 1. August, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Zehrudin Hodzic, 5. August, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Brigitte Bridon, 10. August, Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc

25 Dienstjahre

Marie-Laure Delabrise, 7. Juni, Bell France, Teilhède

Pensionierung

Gilles Granjeon, 1. Juli, Bell France, Teilhède

Aktuelle Jobangebote
finden Sie unter:
bellfoodgroup.com/karriere

Hügli

20 Dienstjahre

Esther López, 2. Januar, Granovita Spanien, La Vall d'Uixó (*Nachtrag*)
Claudio Ravasi, 26. Januar, Ali-Big Italien, Brivio (*Nachtrag*)
Grit Berger, 2. Juni, Hügli Deutschland, Radolfzell
Maurice Bruce, 2. Juni, Hügli Deutschland, Radolfzell
Klaus-Jürgen Grebien, 2. Juni, Hügli Österreich, Hard
Hansruedi Schneider, 22. Juni, Hügli Schweiz, Steinach
Adriana Sowislo, 30. Juni, Hügli Deutschland, Radolfzell
Keith Gibbins, 20. Juli, Huegli UK, Redditch
Gary Powell, 17. August, Huegli UK, Redditch
Ralf Kotai, 31. August, Hügli Deutschland, Radolfzell

25 Dienstjahre

Britta Pinkepank, 2. Juli, Hügli Deutschland, Radolfzell
Anja Stöckle, 2. Juli, Hügli Deutschland, Radolfzell
Michaela Klopsch, 2. August, Hügli Deutschland, Radolfzell
Tilo Kuhlmeier, 23. August, Hügli Deutschland, Radolfzell

30 Dienstjahre

Norbert Heine, 2. Juni, Hügli Deutschland, Radolfzell
Daniel Peck, 2. Juli, Hügli Schweiz Steinach
Alexander Duller, 25. Juli, Hügli Deutschland, Radolfzell

35 Dienstjahre

José del Bosque, 3. Mai, Granovita Spanien, La Vall d'Uixó (*Nachtrag*)
Manuel Kräutler, 5. Juni, Inter-Planing, Langenhaslach
Norbert Schorer, 7. August, Inter-Planing, Langenhaslach
Renate Musacchio, 30. August, Hügli Deutschland, Radolfzell

Pensionierung

Segundo Cañizares, 3. Juni, Granovita Spanien, La Vall d'Uixó

Eisberg

20 Dienstjahre

Thirukeswaran Navaratnam, 15. Juni, Eisberg, Dällikon
Cristina Maria Soeiro Gomes Oliveira, 15. Juni, Eisberg, Dällikon
Paul Turk, 22. Juni, Eisberg, Dällikon
Santa Kitala-Serio, 20. Juli, Eisberg, Dällikon

25 Dienstjahre

Veronika Meyer, 12. August, Eisberg, Dällikon

Frühpensionierung

Rita Gisler-Probst, 30. Juni, Eisberg, Dällikon



Nachhaltiger MSC-Pulpo aus Spanien

FISCHEN MIT KÖPFCHEN

Eigentlich wissen alle, dass wir Menschen nicht alles aus dem Meer ziehen sollen, was wir ergattern können. Doch noch handeln zu wenige danach. Für Coop bezieht Bell jetzt Oktopus aus MSC-zertifizierten Fängen.



Nicht einfach alles herausziehen, was das Meer hergibt.

Reuse um Reuse zieht Fischer David Manuel García mithilfe der Seilwinde aus dem Wasser. Aus etwa jeder zweiten holt er einen Oktopus raus. Die kleinen Tintenfische wirft er wieder ins Wasser zurück. Sie sind noch zu jung, diese will und darf er nicht fangen. Die grossen aber, die mit mehr als einem Kilo Gewicht, behält er. Die leere Reuse reicht er Alfredo Alvarez, der sie auf dem Heck stapelt.

Das Fischerboot mit dem Namen Ruben David befindet sich vor der Küste Asturiens im Nordwesten Spaniens, beim kleinen Ort Viavélez. Das Aprilwetter ist kühl. Es ist Fangzeit für eine Delikatesse der Region: Oktopus oder Pulpo, wie er in der Küche auch genannt wird.

David, sein Vater José Manuel und Alfredo betreiben eines von derzeit 27 Fischerbooten, die in Asturien Oktopus nach MSC-Standard fangen. Wenn Vater José Manuel erzählt, spürt man seinen Stolz, das MSC-Label zu tragen. «Man muss mit Köpfchen fischen», erklärt er vielsagend. Mit «Köpfchen» meint er, dass die Fischer nicht einfach alles herausziehen, was das Meer hergibt. Die MSC-Fischer halten sich an vorgegebene Fangmengen, legen nicht mehr als die erlaubten 350 Reusen aus, verwenden Reusen, die den Vorschriften von MSC entsprechen und kontrollieren sich gegenseitig. «Das mit der Kontrolle ist überhaupt der schwierigste Teil an der MSC-Zertifizierung», erklärt Sohn David mit einem Schmunzeln: «Die älteren Fischer lassen sich sehr ungern in die Bücher schauen, und sie hassen es, ein Ortungsgerät mitzuführen, anhand dessen man genau kontrollieren kann, wo sie fischen. Aber daran müssen sie sich gewöhnen.»

Inzwischen sind José Manuel, David und Alfredo bei den letzten Reusen angelangt. Der Fang von heute ist für ihre Verhältnisse eher bescheiden. «Etwa 90 Kilogramm», schätzt David. Doch weil es MSC-Pulpo ist, bekommen sie dafür rund 20 Prozent mehr Geld als für konventionellen Oktopus. «Wir haben strengere Vorschriften und fangen trotzdem etwa gleich viel wie früher», erklärt Vater José Manuel, der seit 43 Jahren zur See fährt. «Am Ende aber verdienen wir besser dank MSC.» Das spricht sich rum. «Bei allen Vorbehalten gegen die Kontrollen lassen sich immer mehr Fischer zertifizieren», sagt David. So werden sie mittelfristig auch mehr MSC-Oktopus liefern können. Von Januar bis Juni fangen die MSC-Fischer Asturiens rund 50 Tonnen. «Das ist von der Quantität her eigentlich vernachlässigbar», sagt Concha Lopez, die Export-Managerin des Fischverarbeiters Alfrio im Norden Spaniens, der diese 50 Tonnen verarbeitet. Alfrio produziert pro Jahr 1400 Tonnen Pulpo. «Aber wenn wir von der Qualität und der Philosophie reden, die dahintersteht, ist MSC ein ganz wichtiger Schritt.»

Diese Einschätzung teilt auch Theodor Pulver, der den MSC-Pulpo für Coop und Bell beschafft. Pulver ist Leiter Einkauf Seafood bei Bell und ein wenig stolz darauf, dass Coop damit als einzige Anbieterin in der Schweiz MSC-Pulpo im Sortiment führt. «Die Schweizerinnen und Schweizer sind nicht die grossen Oktopus-Liebhaber», sagt Pulver, «sie holen aber auf.» Vor allem aber seien es die in der Schweiz lebenden Südländer, die diesen Tintenfisch lieben. Und ganz wichtig: «Auch sie setzen vermehrt auf Nachhaltigkeitslabels wie MSC.»

Kulinarisch ist der Pulpo eine absolute Delikatesse und wird in Galizien und Asturien teuer gehandelt. Ein Kilogramm kostet im Supermarkt in Spanien zwischen 45 und 50 Euro, mehr als edles Rindfleisch. Der MSC-Pulpo wird ausgenommen und gewaschen und dann als ganzer Tintenfisch verpackt und eingefroren. Das Einfrieren dient dem einfacheren Transport, aber nicht nur: Durch den Gefrierprozess und das folgende Auftauen wird die Struktur des Fleisches aufgebrochen, damit es überhaupt zur zarten Delikatesse wird, als die man Pulpo kennt. • *Thomas Compagno schreibt für die «Coopzeitung» und hat Theodor Pulver für diese Reportage nach Viavélez in Spanien begleitet.*

Hügli-Mitarbeiter Renato Marni ist im Taekwondo unschlagbar gut

Spitzenleistung mit Hand und Fuss

Mass nehmen, konzentrieren und dann gleich mehrere Bretter durch einen gezielten Schlag mit der Handkante durchbrechen – für Renato Marni eine seiner leichtesten Übungen. Denn der Verkaufsleiter und Coach von Hügli ist Weltmeister im Taekwondo. Diesen Titel konnte er auch bei der letzten WM erneut erfolgreich verteidigen. Und das obwohl er nach mehr als 30 Jahren als aktiver Sportler inzwischen so langsam ans Aufhören denkt.

Über einen Arbeitskollegen kam Renato Marni 1986 zum Taekwondo. In der Rekordzeit von drei Jahren – normalerweise dauert das mindestens doppelt so lange – erreichte er den schwarzen Gürtel und damit den Rang eines Meisters. Die Prüfung dazu legte er sogar in Nordkorea ab. «Das war eine sehr harte Schule», berichtet der 52-Jährige schmunzelnd. «Aber es war auch eine spannende

«Wichtig sind Vertrauen und gedankliche Stärke.»



Erfahrung, insbesondere weil ich bei der Reise die Möglichkeit hatte, zu sehen, wie die Menschen dort leben.»

Seine ersten Erfolge auf nationaler und internationaler Ebene erzielte der Hügli-Mitarbeiter beim Bruchtest. Dabei werden Bretter mit Handhieben oder Fusstritten durchbrochen. «Diese Disziplin ist mir immer leicht gefallen, obwohl ich im Gegensatz zu vielen meiner Gegner kein Schwergewicht bin», erzählt er. «Wichtig sind dabei Vertrauen und gedankliche Stärke. Wenn ich vier Tischplatten vor mir habe, darf ich mir nicht vorstellen, dass es sich dabei um festes Material handelt.»

2010 errang er dann auch den ersten Weltmeistertitel in der Disziplin Formen, bei der der Sportler einer festgelegten Choreografie folgt. «Für mich ist das die schwierigste Disziplin im Taekwondo, weil jeder Tritt und jeder Schlag genau sitzen muss», erläutert Renato Marni.

Obwohl er in den vergangenen Jahren immer wieder über das Ende seiner aktiven Laufbahn nachgedacht hat, ging er bei der letzten WM 2018 in Italien erneut im Formen-Wettkampf an den Start. Nach einer kurzen Zitterpartie angesichts der tollen Leistung seines Gegners konnte er auch hier wieder überzeugen, erzielte die Bestnote und gewann so ganz knapp vor dem Zweitplatzierten.

Doch Renato Marni hat in den vergangenen drei Jahrzehnten nicht nur seine eigene sportliche Karriere vorangetrieben. Als Trainer und Präsident des Vereins Taekwon-Do International Switzerland setzt er sich zusätzlich seit vielen Jahren dafür ein, den Sport



schweizweit bekannter zu machen und den Nachwuchs zu fördern. «Wir haben sehr gute Kämpfer, die auf dem Weg an die Spitze sind. Diese möchte ich weiter aufbauen, damit ich mich selbst aus den Wettkämpfen zurückziehen kann», sagt der Schweizer, der in Zukunft gerne mehr Zeit für Reisen und andere Freizeitaktivitäten hätte.

Wenn es so weit ist, kann er auf zahlreiche Highlights zurückschauen. Neben Wettkampferfolgen gehört dazu beispielsweise auch die Internationale Sportnacht 2009 in Davos, bei der er für seine Leistungen und Verdienste im Taekwondo mit dem «Davoser Kristall» ausgezeichnet wurde. Als kleine Showeinlage zeigte er bei der Preisverleihung auch gleich sein Können mit der Handkante und zerschlug vor den Augen des begeisterten Publikums fünf Betonplatten.

Bei aller Zielstrebigkeit liegen Renato Marni aber vor allem die Begegnungen mit Menschen am Herzen. «Die Freundschaften, die ich durch das Taekwondo geschlossen habe, sind für mich unbezahlbar», sagt der Weltmeister. Und so kann er sich seine Arbeit im Verein auch noch bis ins hohe Alter vorstellen – dann in zweiter Reihe als Lehrer und Förderer seiner Sportart. • mr

Zur Person

Name: Renato Marni

Tätigkeit bei Hügli:

Verkaufsleiter und Coach für das deutschsprachige Verkaufsteam

Bei Hügli seit: 1990

Alter: 52

Renato Marni setzt sich auch für die Nachwuchsförderung im Taekwondo ein.

Taekwondo

Taekwondo ist die koreanische Form der waffenlosen Selbstverteidigung. Die drei Silben «Tae», «Kwon» und «Do» bedeuten Fuss, Hand und Weg. Der Sport, der sich nach dem Zweiten Weltkrieg aus dem japanischen Karate und dem koreanischen Taek Kyon entwickelte, gehört zu den jüngsten asiatischen Kampfkünsten. Den Grad des Sportlers erkennt man an seiner Gürtelfarbe. Das traditionelle Taekwondo gliedert sich in drei Disziplinen: Formen (auch Schattenkampf), Bruchtest und Freikampf, bei dem zwei Kämpfer gegeneinander antreten. Letzterer gehört seit 2000 auch zum olympischen Repertoire.

Prävention statt Antibiotika in der Geflügelmast

Weniger ist mehr

Zur Reduktion des Antibiotikaeinsatzes werden in der integrierten Geflügelproduktion bei Bell in der Schweiz umfangreiche Präventionsmassnahmen umgesetzt. Eine wichtige Rolle spielt dabei der Beratungs- und Gesundheitsdienst von Bell, der die Produzenten massgeblich dabei unterstützt, die Tiergesundheit mit präventiven Massnahmen zu erhalten.



Längst ist bekannt, dass ein übermässiger und unsachgemässer Gebrauch von Antibiotika in der Human- und Tiermedizin die Ursache dafür ist, dass immer mehr Bakterien gegen Antibiotika resistent werden. Um die Entstehung von Resistenzen zu verhindern und die Verbreitung einzudämmen, hat der Schweizer Bundesrat 2015 die Strategie Antibiotikaresistenzen Schweiz (StAR) ins Leben gerufen. In dieser Strategie wurden acht Handlungsfelder definiert – eines davon betrifft auch die Tierhaltung.

Die Bemühung, den Einsatz von Antibiotika zu senken, ist indes nicht neu. «Bei Bell werden Antibiotika als Leistungsförderer schon seit über 30 Jahren nicht mehr

Der Einsatz von Antibiotika konnte in den letzten drei Jahren noch mal reduziert werden.

eingesetzt. Auch therapeutisch kommen sie nur dann zum Einsatz, wenn keine andere Behandlung mehr möglich ist», erklärt Dr. med. vet. Kathrin Kühni Boghenbor, die als Leiterin des Gesundheits- und Beratungsdienstes Zell eine der Hauptverantwortlichen bei der Reduktion des Antibiotikaeinsatzes in der integrierten Geflügelproduktion von Bell in der Schweiz ist.

Mit dem Beginn von StAR wurde dem Thema aber auch bei Bell noch mal eine höhere Priorität zugeschrieben. Anfang 2016 wurde folglich das Projekt «Reduktion Behandlungen» ins Leben gerufen. Dabei wurde die ganze Produktionskette systematisch unter die Lupe genommen und mögliche Risikobereiche ermittelt. Anschliessend hat der Gesundheits- und Beratungsdienst Zell zusammen mit den Tierhaltern verschiedene Massnahmen umgesetzt, um die Tiergesundheit zu erhalten und den therapeutischen Einsatz von Antibiotika weiter zu senken.

Dabei wurden unter anderem bei der Stallvorbereitung, der Reinigung und der Desinfektion der Ställe in den Leerzeiten, dem 24-Stunden-Check sowie im Stallmanagement und bei der Desinfektion der Tränken Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt. Und das mit Erfolg. «Obwohl sich der Antibiotikaeinsatz in der Schweizer Geflügelproduktion schon auf einem vergleichsweise sehr tiefen Niveau bewegt, konnte der Antibiotikaverbrauch in der Tiermedizin in den letzten Jahren noch mal reduziert werden», erklärt Kathrin Kühni Boghenbor. Bei Bell konnte die Zahl der Herden, die mit Antibiotika behandelt werden mussten, auf aktuell 3,2 Prozent reduziert werden. • fv

