

# LOOK!

Personeelsmagazine van de Bell Food Group

02 2019



**Zij maken het verschil –  
iedere dag**

BELL  
FOOD  
GROUP





# In de dagelijkse inzet voor de kwaliteit

## Geachte collega's,

«Wij, mensen maken het verschil.» Zo luidt de gemeenschappelijke doelstelling van de Bell Food Group voor het jaar 2019. Ik ben daarom bijzonder blij dat het omslagverhaal in dit nummer over de mensen gaat, die zich elke dag voor onze onderneming inzetten. Iedereen draagt er in belangrijke mate bij dat we morgen nog steeds succesvol onderweg zijn. Daarvoor dank ik u hartelijk langs deze weg.

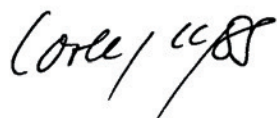
Op grond van de veranderingen in de markt moeten we onze zakelijke strategie ook telkens opnieuw herzien en zo nodig, wijzigen. Om deze reden concentreren we ons bij Bell Duitsland op onze sterke positie in het segment van rauwe ham en hebben de worstwarenhandel verkocht. We zijn zeer ingenomen met het feit dat we een ideale koper hebben gevonden, die de werknemers van de bedrijven in Suhl en Börger overneemt. Het baanverlies is echter helaas niet helemaal te vermijden. Samen met de ondernemingsraad zullen we ons ervoor inzetten, dat we de vermindering van de arbeidsplaatsen in de centrale diensten en in de overhead zo sociaal billijk mogelijk kunnen uitvoeren.

Deze zomer hebben we weer veel productinnovaties gelanceerd. Naast knapperige sla, dressings of charcuterie-nieuwigheden vergezelt ons in deze grillzomer vooral het thema burger.

Bij Bell Zwitserland werd het oorigens al rijke assortiment van burgers met de «Big Triple B» uitgebreid. En met een bijzondere innovatie komt Hilcona: Onder het label «The Green Mountain» brengt de onderneming de eerste volledig in Zwitserland ontwikkelde en geproduceerde plantaardige burger van de nieuwste generatie op de markt.

Met betrekking tot de nieuwe, innovatieve convenience producten konden we met de opening van het nieuwe productiebedrijf in Marchtrenk (Oostenrijk) een belangrijke mijlpaal zetten. Voor het eerst in onze ondernemingsgeschiedenis worden er producten voor meerdere productgroepen van de Bell Food Group op één vestiging vervaardigd. Het is een goed voorbeeld, hoe we samen vooruit kunnen gaan, indien we onze vaardigheden binnen de groep bundelen en samen één doel nastreven. Ik ben ervan overtuigd, dat we nog veel plezier in de vestiging van Marchtrenk zullen hebben, en dit project een signaalwerking voor de Bell Food Group heeft. We kunnen allemaal van de nauwere samenwerking binnen de groep profiteren. In de uitwisseling met collega's van andere ondernemingen en landen kan iedereen een profijt van de kennis van de anderen hebben. Grijp daarom de gelegenheid voordoet.

Lorenz Wyss  
Voorzitter van de groepsdirectie




## Inhoud

### Uit de onderneming

- 04 Het modernste convenience-bedrijf in Europa**  
Opening van de nieuwe Eisberg-vestiging in Marchtrenk
- 06 Op een gemeenschappelijke gastronomische missie**  
Internorga 2019: hoogtepunt voor de sectoren van de gastronomie en het hotelwezen
- 08 De manufactuur**  
De voormalige Frostag Food-Centrum AG heet nu Hilcona Taste Factory
- 09 In Frankrijk**  
Bell bij E. Leclerc in het assortiment
- 09 Een nieuw bestuurslid voor de Bell Food Group**  
Doris Leuthard wordt het nieuwe lid van de raad van bestuur

### Omslagverhaal

- 10 Zij maken het verschil – iedere dag**  
Medewerkers van de Bell Food Group in een portret

### Onze smaakvolle wereld

- 15 Vleesloze burger zonder compromis**  
«The Green Mountain» zet de nieuwe norm voor Veggie-producten
- 16 Wat zou een koning zonder gevolg zijn?**  
Acties en nieuwe producten voor het aspergeseizoen
- 18 Burgers voor het leven**  
Een kort 'burger'-verhaal
- 20 'Chill' gegrild**  
Laat met de producten van de Bell Food Group geen BBQ-gelegenheid voorbij gaan

### Ter plaatse bij...

- 22 Maatwerk voor de gastronomie**  
Nieuwbouw in Werkendam voor Hügli-dochter Bresc

### Traditie

- 24 Uniek in Zwitserland**  
Bell richtte met het warenhuis onder de naam Central-Hallen het eerste "winkelcentrum" in Zwitserland op

### Jubileums

- 26 Jubileums**  
LOOK! feliciteert de jubilarissen van juni tot en met augustus

### Duurzaamheid en innovatie

- 28 Vissen met het hoofd erbij**  
Duurzame MSC-pulpo uit Spanje

### Mijn hobby

- 30 Uitmuntende prestatie met hand en voet**  
Hügli-medewerker Renato Marni is een onverslaanbaar kampioen in het taekwondo

### Zo gaat het met kwaliteit

- 32 Minder is meer**  
Preventie in plaats van antibiotica bij het voeren van pluimvee

**Impressum** Magazine voor de medewerkers van de Bell Food Group, 4 nummers per jaar, nr. 2/2019, juni 2019, 25ste jaargang.  
Uitgever: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basel, Zwitserland. Adres: Bell Schweiz AG, redactie LOOK!, Postfach 2356, 4002 Basel, Zwitserland.  
Tel. +41 58 326 2257, fax +41 58 326 2114, bell.news@bellfoodgroup.com, www.bell.ch. Redactieteam: Fabian Vetsch (fv), leiding, Sara Heiniger (sh), Jana Lazar (jl), redactionele ondersteuning: Michaela Rosenbaum (mr), Gilles Mauron (gm). Vormgeving: obldgrafik, Olten, Zwitserland. Beeldverwerking: Proacteam AG, Allschwil, Zwitserland.  
Uitgeverij: Druckerei Riebelmann, Lohne, Duitsland, Werner Druck & Medien AG, Basel, Zwitserland. Gedrukt op FSC-papier.

**Omslagfoto:** Team Personeelscatering Eisberg Zwitserland (v.l.n.r. Besarta Vranja, Heidi Uehlinger, Ines Eggenschwiler, Ana Wüthrich Cristea, Doris Bayer en Fatmire Rullani)



Opening van de nieuwe Eisberg-vestiging in Marchtrenk

# Het modernste convenience-bedrijf in Europa

Op 18 maart 2019 vond de plechtige opening van het nieuwe productiebedrijf voor convenience producten in Marchtrenk (Oostenrijk) plaats. De productie is reeds begin maart van start gegaan. Voor het eerst worden op één vestiging meerdere merken van de Bell Food Group onder één dak samengebracht.

Na een bouwperiode van 18 maanden werd in Marchtrenk het startsein voor de exploitatie van de nieuwe convenience fabriek gegeven. Op 18 maart 2019 werd het bedrijf in het kader van een plechtige gelegenheid geopend. In totaal woonden 350 gasten het openingsevenement bij – waaronder ook prominente vertegenwoordigers van de politiek en het bedrijfsleven.



Hansueli Loosli (voorzitter van de raad van bestuur van de Bell Food Group), Marco Tschanz (CFO van Bell Food Group), Lorenz Wyss (CEO van Bell Food Group), Christian Guggisberg (CEO van Eisberg) en Franco Mühlgrabner (directeur van Eisberg Österreich GmbH) bij de formele opening van het nieuwe bedrijf in Marchtrenk.



De opening van de vestiging in Marchtrenk begin maart betekent niet alleen voor Eisberg Oostenrijk een belangrijke mijlpaal, maar ook voor de hele Bell Food Group. In de toekomst worden er op 19 productielijnen in vier productiehallen sla, vruchten en groenten voor Eisberg, snacks, muesli en convenience groenteproducten voor Hilcona, evenals convenience pluimveeproducten voor Bell vervaardigd.

350 gasten woonden het plechtige openingsevenement bij.

De vestiging beschikt over de nieuwste technologie en voldoet aan de hoogste eisen op hygiënisch gebied. Naast de productie wordt er op de vestiging een modern competentiecentrum voor convenience producten met een eigen onderzoeks- en ontwikkelingsafdeling opgericht. • fv







**In de showkeuken zorgden de koks met de producten van Bell, Hilcona en Hügli voor fascinatie.**



Medio maart opende met de Internorga de voor Duitsland belangrijkste beurs voor de buitenshuismarkt voor de 93ste keer de deuren. Ongeveer 96.000 vakbezoekers maken gebruik van het sectorevenement om geïnspireerd te worden, huidige trends te ontdekken en contacten te leggen.

Tot de 1300 exposanten vanuit 25 landen behoorde ook de Bell Food Group, die de merken Bell Professional, Hilcona Foodservice en Hügli Foodservice op een gemeenschappelijke beursstand presenteerde.

“Om onze kracht in het buitenshuis-segment te tonen, lag het voor ons voor de hand, om op de Internorga voor de eerste keer gemeenschappelijk op te treden”, aldus Sebastian Maiwald, Brand Manager Division Food Service bij Hügli en leider van de beursstand in Hamburg. “Op onze gemeenschappelijke beursstand van twee verdiepingen konden we onze gecombineerde expertise en ons rijke assortiment op een aantrekkelijke en professionele wijze presenteren.”

Om erachter te komen, in wat voor een goede harmonie het merkentrio van de Bell Food Group met elkaar is, moesten de bezoekers van de beurs in hal A1 alleen maar hun neus volgen. Want in de showkeuken op de begane grond van de beursstand combineerden de koks van Bell, Hilcona en Hügli hun producten tot telkens nieuwe creaties. Zo worden de voorbijgangers bijvoorbeeld door een curryworst van Bell met gefrituurde pasta van Hilcona en tomaten-currysaus van Hügli gefascineerd.

### Het beste voor de gastronomie

Een ander grootschalig optreden had de Bell Food Group begin april op de gastronomische vakbeurs PUR van Transgourmet in Salzburg. Op een gemeenschappelijke beursstand namen Bell, Eisberg, Hilcona, Hügli, Hubers en Bresc het vakpubliek van de gastronomie en het hotelwezen op een culinaire reis mee langs de merken van de ondernemingsgroep. En dat gebeurde natuurlijk niet alleen in theorie: tijdens het live koken met wisselende gerechten en fijn afgestemde proeverijborden toonden de koks aan de bezoekers en klanten de grote diversiteit en de goede combineerbaarheid van de producten van de Bell Food Group-merken.

De eerste verdieping van de beursstand bood ruimte voor diepgaande besprekingen tussen de bestaande en de potentiële klanten en de betrokken buitendienstmedewerkers. Ook hier speelde de culinaire kunst natuurlijk een belangrijke rol: de gasten konden tijdens een proeverijmenu kennis maken met de producten van alle drie merken.

Daarnaast stelden zich met Vogeley en Bresc twee andere leden van de Bell Food Group door plaatsgebrek op aparte beursstands voor. Terwijl Vogeley de klemtoon op desserts of de hoogcalorische bijvoeding voor senioren, “CuraPlus” legde, presenteerde Bresc de gekoelde knoflook- en kruidencreaties voor de foodservicevicemarkt.

Hügli had bovendien al aan de vooravond van de beursstart een reden om iets te vieren. Het verpakingsconcept van de convenience expert ontving de prijs “BEST of Market Award” in de categorie “Duurzaamheid van de productverpakking”. Het slimme idee daarachter: de verpakkingen zijn in het gastronomische standaardformaat ontworpen en zijn dus met de gelijkwaardige gestandaardiseerde apparaten, zoals diepvrieskasten of warmhoudbakken compatibel. Tegelijkertijd kunnen ze in de keuken voor andere doeleinden worden gerecycleerd, omdat ze onder meer geschikt zijn voor magnetron en vaatwasser zijn.

“Ook dit jaar was de Internorga als een ontmoetingsplaats van de sector voor de trends en innovaties weer een heel bijzonder hoogtepunt voor ons”, beweert Sebastian Maiwald. “Wij konden geweldige indrukken verzamelen en veelbelovende contacten leggen. Derhalve kijken we nu al naar het volgende jaar uit.” • *mr*



Internorga 2019: hoogtepunt voor de sectoren van de gastronomie en het hotelwezen

# OP EEN GEMEENSCHAPPELIJKE GASTRONOMISCHE MISSIE

*Première in Hamburg: op de Internorga van dit jaar stelden Bell, Hilcona en Hügli zich op één beursstand voor. Daarmee toonden de drie merken van de Bell Food Group hun gecombineerde competentie in het buitenshuis-segment aan het vakpubliek. Hügli kon zich bovendien over een prijs voor het duurzame verpakingsconcept verheugen.*





De voormalige Frostag Food-Centrum AG heet nu Hilcona Taste Factory

## De manufactuur

In februari 2019 ontstond vanuit de Frostag Food-Centrum AG het bedrijf Hilcona Taste Factory. Het Hilcona-bedrijf in het Zwitserse Landquart blijft verder gericht op kleine series en vegetarische convenience producten.

Sinds februari 2019 draagt de dochtervennootschap van Hilcona, de Frostag Food-Centrum AG een nieuwe naam: Hilcona Taste Factory. Door de fusie consolideert Hilcona de langetermijnstrategie: De Hilcona Taste Factory zal verder tot een specialist in kleinschalige pasta productie

### De wortels van de manufactuur gaan tot het jaar 1841 terug.

en tot een competentiecentrum voor vegetarische producten ontwikkeld worden – een toekomstgerichte oplossing, om de vestiging in het Zwitserse Landquart duurzaam en op lange termijn te versterken. “De Hilcona Taste Factory staat voor het concept van manufactuur”, legt Sinuhe Hofstetter, bedrijfsleider in Landquart uit, “veel processen worden bij ons met de hand uitgevoerd.”

Op ongeveer 5000 vierkante meter en acht productielijnen zullen net als voorheen gevulde pasta, vegetarische gerechten zoals groentebur-

ger, -balletjes, -schnitzel en tofu, evenals specialiteiten zoals Capuns en Maluns vervaardigd worden.

Begin april werd het productassortiment in Landquart met de interne start-up “The Green Mountain” door een ander product uitgebreid: Met de “Green Mountain Burger” presenteerde de Hilcona Taste Factory een veganistische burgervariant (meer informatie over deze burger vindt u op pagina 15).

Sinds januari 2017 maakt de Hilcona Taste Factory deel uit van Hilcona. De wortels van de manufactuur gaan tot het jaar 1841 terug, toen in Chur een van de eerste deegwarenfabrieken in Zwitserland de deuren opende. De overname door Hilcona betekende voor de onderneming de ideale opvolgeregeling en de waarborging van het bedrijfsmodel in een groeiende marktomgeving. • sh



Bell bij E. Leclerc in het assortiment

## In Frankrijk

Sinds afgelopen november heeft de Hypermarché E. Leclerc in Saint-Louis, aan de Franse grens bij Bazel 51 Bell-producten in het assortiment opgenomen. Een veelbelovend succes.

“Dit is een grote stap vooruit voor het merk in ons land”, verklaart Sophie Lucas, leidster marketing en verkoopbevordering van Bell Frankrijk. “Hieruit blijkt, hoeveel potentieel er in ons schuilt, en dat stemt ons hoopvol!” Een positief signaal dat in een markt, die sinds decennia door drie concurrerende merken met grote bekendheid werd gedomineerd, welkom is. De Bell Food Group is pas tien jaar in Frankrijk aanwezig. Het in de zes Franse fabrieken voor de groothandel vervaardigde assortiment wordt slechts een jaar lang onder het merk Bell verkocht. “De aanwezigheid bij E. Leclerc dient voor ons als een etalage en zal ons potentieel aan onze huidige of potentiële klanten tonen.”

De Bell Food Group wordt in Frankrijk door twaalf handelaren vertegenwoordigd. Ze staan onder de leiding van twee Key Managers. Een van hen, Julien Mauron is verantwoordelijk voor de noordelijke zone, waartoe ook de E. Leclerc in Saint-Louis behoort. “De leider van de versafdeling heeft ons over zijn wens verteld, om een worstkelder met houten meubilair te construeren. In ruil voor de gedeeltelijke financiering van de planken kunnen we een permanent assortiment met meer dan 50 producten aanbieden, maar we hebben ook een plankgedeelte in de koelvitrine exclusief voor het merk Bell ontvangen.”

Het doel van het partnerschap is om de omzet met deze klant te verviervoudigen en tot meer dan 100.000 euro te verhogen. “Vanzelfsprekend zullen we proberen, dit concept ook bij andere verkooppunten uit te voeren”, aldus Julien Mauron. • gm



Doris Leuthard wordt het nieuwe lid van de raad van bestuur

## Een nieuw bestuurslid voor de Bell Food Group

Op de algemene vergadering van 16 april 2019 werd Doris Leuthard ter vervanging van Reto Conrad in de raad van bestuur van de Bell Food Group verkozen.

Sinds 16 april 2019 heeft de Bell Food Group een nieuw bestuurslid: Op de algemene vergadering van dit jaar werd Doris Leuthard ter vervanging van Reto Conrad in de raad van bestuur van de Bell Food Group verkozen.

Met haar heeft de groep een ervaren persoonlijkheid met goede internationale connecties gewonnen. Gedurende bijna twee decennia was Doris Leuthard in verschillende bekende functies in de Zwitserse politiek werkzaam, onder meer als nationaal raadslid en partijvoorzitter van de Christelijke Volkspartij (CVP) van Zwitserland. Van augustus 2006 tot en met december 2018 was ze als lid van de bondsraad ten slotte lid van de Zwitserse landsregering. In het kader daarvan was zij van 2006 tot 2010 het hoofd van het federale ministerie van economische zaken (EVD) en sinds 2010 het hoofd van het federale ministerie van milieu, vervoer, energie en communicatie (UVEK).

“Ik ben er trots op, dat we met Doris Leuthard een gerenommeerde en uiterst bekwame Zwitserse persoonlijkheid voor de raad van bestuur van de Bell Food Group hebben kunnen winnen”, vertelt Hansueli Loosli, de voorzitter van de raad van bestuur van de Bell Food Group verheugd. Op 28 maart 2019 werd Doris Leuthard al in de raad van bestuur van de coöperatie Coop Group, het moederbedrijf van de Bell Food Group verkozen. • sh





Medewerkers van de Bell Food Group in een portret

# Zij maken het verschil – iedere dag

Ons doel voor 2019 "Wij maken het verschil" plaatst de medewerkers van de Bell Food Group in het middelpunt. LOOK! werpt een blik achter de schermen en zet een paar medewerkers in het zonnetje, die met hun werk een waardevolle en onvervangbare bijdrage leveren.

## Dagelijks ca. 100 kilometer

Zonder de stiptheid, zorg en efficiëntie van Nedjmi Bekteshi zouden veel Eisberg-producten te laat of helemaal niet bij de klanten aankomen. Nedjmi Bekteshi geeft namelijk leiding aan de shuttlechauffeurs

**"Ik ben er trots op dat ik Eisberg innovatief en ecologisch mag vertegenwoordigen."**

op de Eisberg-vestiging in Dällikon. Zes dagen per week vervoeren zij geproduceerde en verpakte producten van de productieafdeling aan de Dänikerstrasse naar

het logistieke centrum op drie kilometer afstand, waar de producten voor het verdere transport ge-commissioneerd worden. Daar werken de chauffeurs in twee ploegen en leggen samen dagelijks bijna 100 kilometer af. Geen rit is daarbij onbenut, want op de terugweg worden lege artikelen, retouren en interne post terug naar de productieafdeling vervoerd. "Ik ben er trots op dat ik Eisberg op een innovatieve en ecologische manier mag vertegenwoordigen", vertelt Bekteshi. De voertuigen zijn in dit geval elektro-shuttles. "Ik waardeer vooral onze schone en stille uitstraling in het verkeer; op deze manier kunnen we Eisberg het beste vertegenwoordigen."

*Nedjmi Bekteshi is groepsleider van de shuttlechauffeurs bij Eisberg in Zwitserland en sinds 2012 bij de onderneming werkzaam.*



## Glimmend en klaar voor gebruik

De lege containers die bij Abderrahim Ligassi in Oensingen voor de reiniging aankomen, hebben in sommige gevallen een lange weg afgelegd. Maar of ze nu rechtstreeks uit de productie in Oensingen komen of van een wat verdere locatie – bijvoorbeeld van een andere Bell-vestiging of een klant – ze moeten allemaal worden gereinigd. Nadat de heer Ligassi de lege containers heeft gecontroleerd en vuil of etiketten heeft verwijderd, worden ze op een transportband gezet van de containerwasmachine. Na het reinigen

gaan ze verder naar de opslag voor lege containers. "Of ik palletiseer de containers met de hand", vertelt Ligassi, "daarna zijn ze weer gereed voor de productie in Oensingen." Abderrahim Ligassi is bijzonder trots op zijn werk als het hele proces goed verloopt en er geen stilstand of vertragingen voorkomen. "Je moet flexibel zijn. Soms moet ik een schroef aandraaien of een gebroken metalen strip provisorisch aanbrengen totdat de technicus er is", vertelt hij, "Ik doe er alles aan om de afdeling goed te laten functioneren en de klant tevreden te stellen!"

**"Ik doe er alles aan om de afdeling correct te laten functioneren en de klanten tevreden te stellen!"**

*Abderrahim Ligassi werkt bij Bell Zwitserland op de schoonmaakafdeling in de vestiging van Oensingen.*





## Een probleemloze productie

Als alles op het werk gladjes verloopt, dan is Sandro Carigiet helemaal in zijn element. Als teamleider Operationele Elektronica in de Hilcona-vestiging in Schaan heeft hij de taak om de beschikbare middelen op de juiste manier in te zetten, zodat de dagelijkse activiteiten correct kunnen verlopen. Van vier uur 's ochtends tot half twaalf 's nachts is hij met zijn team in de weer. De resterende tijd wordt door middel van een piketdienst afgedekt. In verschillende diensten lossen zij per dag tot wel 60 storings op. Tegelijkertijd

**“We werken met talrijke systemen van verschillende fabrikanten over de hele wereld.”**

begeleiden ze verschillende interne projecten, van onderhoudswerkzaamheden tot de modernisering van oudere installaties. “We werken met talrijke systemen van verschillende fabrikanten over de hele wereld, van meet- en regeltechnologie, sensoren en druksystemen, tot cameratechniek”, vertelt Carigiet. Het doel daarbij is het onderhouden van een storingvrije productie. Tijdens de dagelijkse activiteiten kunnen storings echter niet altijd worden voorkomen. Daarom moeten ze in ieder geval zo snel mogelijk worden verholpen. Daarbij moeten ze soms improviseren, stelt Sandro Carigiet vast en bevestigt: “Ik vind het fijn om samen met mijn team hardnekkige fouten uit de wereld te kunnen helpen – en dat natuurlijk daarna alles weer functioneert, zoals het hoort!”

*Sandro Carigiet werkt bij Hilcona in Schaan (Liechtenstein) als teamleider Operationele Electronica en zorgt daar o.a. ook voor de opleiding van automatiseringsspecialisten.*

## Een culinair visitekaartje

Ze geven culinair advies aan gasten, klanten en collega's en onderhouden een goede balans tussen hun werkzaamheden in de keuken en op het kantoor. Philipp Glauser en Gebhard Längle werken bij Hügli als culinair adviseur. Hun dagelijks leven is gevarieerd en afwisselend, want ze reizen veel – of ze nu proeverijen bijwonen, Food Shootings en het samenstellen van recepten ondersteunen, deskundig advies geven of op beurzen klanten en gasten bedienen.

**“Het is mooi dat we onze klanten iedere dag met onze producten mogen inspireren.”**

De volgende zaken staan hierbij altijd centraal: gastronomie, genot en hun passie voor koken. “Ik ben er trots op dat ik mijn bijdrage mag leveren aan de creatie van het culinaire visitekaartje van Hügli”, aldus Gebhard Längle, die tegelijkertijd ook leiding geeft aan het personeelsrestaurant in Steinach. Philipp Glauser voegt hieraan toe: “Het is geweldig dat we onze klanten elke dag met onze producten kunnen inspireren.”

*Philipp Glauser en Gebhard Längle zijn bij Hügli in het Zwitserse Steinach als culinair adviseur werkzaam.*



**“Mijn werk geeft me het gevoel dat ik iets goeds doe en dat men mij nodig heeft.”**

## Altijd vrolijk en goed gehumeurd

Donata Ismail wast, strijkt en verdeelt het wasgoed van Charcuterie Cheseaux in Lausanne. Ze behandelt de werkkleding zeer zorgvuldig: “Iedere collega dient goed zittende en comfortabele kleding te dragen dat aan de hygiënevoorschriften voldoet.” Naast het werk in de wasserij is ze ook verantwoordelijk voor het schoonhouden van de ruimtes. Maar zelfs als ze de armen flink uit de mouwen moet steken om beide taken tijdig uit te voeren, blijft Donata Ismail optimistisch: “Ik ben altijd vrolijk en goed gehumeurd. Mijn werk geeft me het gevoel dat ik iets goeds doe en dat men mij nodig heeft. Sinds ik bij Bell werk, heb ik meer zelfvertrouwen gekregen en verheug ik me altijd weer op de volgende dag.” Een goede instelling die ze al op verschillende afdelingen binnen het bedrijf heeft kunnen laten zien. “Mijn benoeming tot productielijnmanager heeft mij het meeste gevormd. Dat is een belangrijke taak en ik was de eerste vrouw in Cheseaux in deze functie.”

*Donata Ismail werkt bij Bell in de wasserij en op de schoonmaakafdeling van de Charcuterie Cheseaux (CH). Ze werkt acht jaar bij Bell.*

## Praktische servicegerichte mentaliteit

Veel tijd had Henning Schwarm niet gekregen om zijn nieuwe werkgever te leren kennen toen hij in januari 2019 de functie van Hoofd IT Infrastructuur & Customer Care bij Hügli in het Duitse Radolfzell kreeg. De dagelijkse activiteiten gaan tenslotte altijd door. Via het ticketsysteem worden er ca. 7.000 incidenten en wijzigingsverzoeken per jaar ingediend. Naast verschillende projecten en besprekingen met

**“Ik ben er trots op dat ik samen met mijn team voor een functionerend systeem mag zorgen.”**

klanten, collega's, medewerkers en dienstverleners, dienen er dagelijks 20 tot 30 tickets te worden verwerkt. “De grootste uitdaging bestaat zeer zeker uit het combineren van de dagelijkse activiteiten, projecten en onvoorziene gebeurtenissen”, verklaart Schwarm, “Bijvoorbeeld toen er onlangs een productielijn uitviel en wij tegelijkertijd een belangrijke migratie van alle pc's en gebruikers op alle locaties aan het doorvoeren waren.” Henning Schwarm wordt daarbij ondersteund door 14 medewerkers op twee vestigingen. “Ik ben er trots op dat ik samen met mijn team voor een functionerend systeem mag zorgen, van een eenvoudige laptop tot grote productieprocessen”, stelt Henning Schwarm vast, “Voor mij is het belangrijk dat wij als competente dienst worden beschouwd – en dat wij deze dienstverlenende mentaliteit ook naleven.”

*Henning Schwarm is sinds begin 2019 bij Hügli in het Zwitserse Steinach als Hoofd IT Infrastructuur & Customer Care werkzaam.*







“Vers is voor ons bijzonder belangrijk.”

## Vers met liefde geserveerd

Dankzij Ines Eggenschwiler en haar team kunnen ca. 900 medewerkers zich iedere dag op een vers bereide maaltijd verheugen. Ines Eggenschwiler heeft de leiding over de catering op de vier Eisberg-vestigingen in Zwitserland. “Vers is bijzonder belangrijk voor ons”, verklaart ze. “Ons voordeel is beslist dat we de salades, vruchten en groenten kant-en-klaar uit de productie kunnen halen. Hiermee besparen we tijd, wat ons de mogelijkheid geeft om creatief en vers te koken.” Daarbij let Eggenschwiler niet alleen op de seizoensgebondenheid en duurzaamheid, maar ook op de culinaire afwisseling. Met Hindu-dagen, Aziatische en Turkse gerechten of de typisch Zwitserse keuken probeert ze met alle ca. 52 nationaliteiten binnen het bedrijf rekening te houden. “Onze gasten moeten zich bij ons prettig voelen en kunnen ontspannen”, aldus Ines Eggenschwiler. En dat lukt haar goed, zoals de volgende kleine anekdote laat zien: “Tijdens een bedrijfsaudit bereidde mijn kok, ondanks de drukte, vers en prachtig gedecoreerd rolgebak als dessert”, vertelt Ines Eggenschwiler verheugd: “De auditor was hier zo enthousiast over dat ze het dessert zelfs in haar slotopmerkingen heeft genoemd. Dergelijke momenten maken me erg trots!”

*Ines Eggenschwiler geeft leiding aan de catering op vier Zwitserse Eisberg-vestigingen en is al 20 jaar voor het bedrijf werkzaam.*

## Onderweg als probleemplosser voor de gastronomie

Goed eten verbindt, daar is Axel Dröge, Manager Concept Development in de Foodservice bij Hilcona zich zeer van bewust: “Goede producten die perfect zijn bereid, in concept op de behoeften van de klanten zijn afgestemd en met een glimlach worden gepresenteerd, vormen de route naar een succesvolle business.” En daar zet hij graag een stap extra voor. Bijvoorbeeld, toen hij de leiding had over een tweemansteam tijdens een vierdaagse vakbeurs in het buitenland en er op de eerste avond nauwelijks producten over waren. Geen probleem voor deze prof: “Een paar telefoontjes laten hadden we voor de volgende morgen een levering met Hilcona-producten geregeld. Bovendien konden we na sluitingstijd al het nodige in een lokale groothandel halen. De volgende dag waren we stipt om 9:00 uur klaar om de beursbezoekers van onze Hilcona-kwaliteit te overtuigen.” En Axel Dröge overtuigt zijn klanten allemaal, zoals een evenement in Madrid met het verkoopteam van een lokale groothandel heeft bewezen: “De gasten waren zo enthousiast over ons Spaanse Hilcona-programma, dat een teamlid mijn vraag over het product dat zij het beste vond, spontaan met een kus beantwoordde.”



*Axel Dröge is sinds twee jaar bij Hilcona in Schaan als Manager Concept Development in de Food Service werkzaam.*

“The Green Mountain” zet de nieuwe norm voor Veggie-producten

# Vleesloze burger zonder compromis

Hij ziet eruit als vlees, smaakt als vlees, maar is eigenlijk groente. “The Green Mountain” biedt de eerste plantaardige burger die in Zwitserland is ontwikkeld en geproduceerd. Hiermee is dit nieuwe product van de startup van de Hilcona Taste Factory een echt alternatief voor iedereen die bewust minder vlees wil gaan eten. Hij wordt in de “The Butcher”-Burger-restaurants en in de vestigingen van de Gastronomiegruppe ZFV aangeboden.



**De burger is niet te onderscheiden van zijn gehaktvoorbeeld.**

Niet alleen de naam van deze nieuwe fabriek “The Green Mountain” is door de bergachtige omgeving van de plaats Landquart geïnspireerd, maar ook het concept: “Green” staat voor oorspronkelijk, gezond en duurzaam – “Mountain” symboliseert de herkomst en regionale productie, en is tevens een smaaktoezegging”, vertelt Werner Ott, projectleider van “The Green Mountain”.

### Optiek, smaak en 'bite'

Het eerste resultaat van het intensieve werk van deze startup aan plantaardige innovaties kunnen Zwitserse restaurantbezoekers sinds dit voorjaar ervaren. “The Green Mountain Burger” is op het gebied van optiek, smaak en 'bite' niet van zijn gehaktvoorbeeld te onderscheiden. Bovendien kan hij net zoals een vleesburger in verschillende gaarniveaus worden bereid. Deze noviteit is ook rijk aan vezels en eiwitten, terwijl deze tegelijkertijd een laag vetgehalte heeft.

Levensmiddelentechnoloog Julia Sackers werkt al meer dan een jaar met een jong koksteam samen om het perfecte recept hiervoor te bereiden. Het bestaat voornamelijk uit erwten en soja-eiwit. Het laatstgenoemde is voor 100% afkomstig uit de biologische landbouw.

### Heerlijk, hoogwaardig en in Zwitserland geproduceerd

En ook bij het selecteren van de andere ingrediënten, zorgen de productontwikkelaars ervoor dat die van de hoogste kwaliteit zijn en dat ze – in termen van duurzaamheid – ook een kort leveringskanaal hebben. Zo halen de Zwit-

sers alle ingrediënten, behalve kokosolie, uit de Europese buurlanden.

De doelgroep voor de nieuwe burger zijn vooral flexitariërs, die af en toe bewust voor pure plantaardige producten kiezen. “Met <The Green Mountain Burger> bieden we de consument een heerlijk en hoogwaardig alternatief voor vlees, dat in Zwitserland wordt geproduceerd”, vertelt Werner Ott.

De burger is sinds 9 april verkrijgbaar in ca. 130 vestigingen van de Zwitserse Gastronomiegruppe ZFV. En ook in de eerste burgerrestaurantketen staat deze veggie-variant al op het menu. In alle vestigingen van “The Butcher” in Zürich, Zug en Bern kunnen de gasten deze noviteit bestellen.

“The Green Mountain” is een interne start-up van de Hilcona Taste Factory met een vestiging in het Bündnerische Landquart. Als kenniscentrum bevordert de fabriek de ontwikkeling en productie van plantaardige levensmiddelen. Na deze burgerpremière volgen er binnenkort nog meer vleesloze innovaties. • *mr*





Acties en nieuwe producten voor het aspergeseizoen

# Wat zou een koning zonder gevolg zijn?



*Elk jaar, van april tot Sint-Jan, regeren deze witte delicate groentestaven in talrijke keukens. En waar de asperge in water gaar kookt, vinden we ook zijn heerlijke metgezellen. Tijdens deze culinaire gebeurtenis is ook de Bell Food Group van de partij om de fijnproevers onder ons bij deze koninklijke groenten met heerlijke bijproducten te verwennen, van klassieke ham tot hollandaisesaus.*



## Bell Duitsland lanceerde een grote campagne voor de katenschinken.

Dat asperges en ham zo'n onafscheidelijk duo zijn, komt niet alleen doordat hun smaken zo goed harmoniëren. Vroeger werden de varkens namelijk in de winter traditioneel geslacht. Op deze manier was de ham op tijd klaar voor het aspergeseizoen. Maar niet alleen deze klassieker past goed bij dit nobele gewas. Dat liet Bell Zwitserland vanaf april op zijn homepage zien. Naast een selectie uit perfecte asperge-partners, zoals het speciale hobelfleisch of de burehamme, vinden de bezoekers hierop ook lekkere recepten voor deze geliefde groentestaven.

Voor de Noord-Duitsers is de mild gerookte katenschinken nummer één in het aspergeseizoen. Deze voorkeur heeft Bell Duitsland ertoe aangezet om in april en mei een grote campagne voor Abraham katenschinken te lanceren. Met radio-uitzendingen inclusief wedstrijden konden meer dan 8,5 miljoen luisteraars in Hamburg, Sleeswijk-Holstein en de aangrenzende regio's worden bereikt. En wie daarna zin kreeg in deze heerlijke specialiteit, kon hiervoor terecht bij de talrijke proeverijkraampjes in de Noord-Duitse supermarkt, waar men deze vers afgesneden Abraham katenschinken kon proeven en voor het aspergemenu gelijk mee naar huis kon nemen.



De nieuwe hollandaisesaus van "NATUR COMPAGNIE" is ook verkrijgbaar om het menu te vervolmaken. Met dit nieuwe product breidt het biologische merk van Hügli zijn saus-assortiment voor het eerst uit met een vloeibare saus. Deze hollandaisesaus dient slechts kort te worden verwarmd en kan daarna met zijn fijne boterige aroma het asperge en ham-gerecht afmaken. In tegenstelling tot veel concurrerende producten bevat deze saus witte wijn, boter en ei, de klassieke ingrediënten die deze saus zo speciaal maken. Bovendien is hij, zoals alle andere producten van "NATUR COMPAGNIE", palmolievrij en bevat geen toegevoegde suikers. Dit nieuwe product werd in april geïntroduceerd en is verkrijgbaar in natuurvoedingswinkels en reformzaken. • mr

## Aspergerisotto met ham

- 500 g groene asperges
- 1 ui
- 100 g ham, bijv. Bell Bündnerfleisch
- 20 g boter
- 200 g risotto-rijst
- 650 ml groentebouillon
- 1 glas hollandaisesaus, bijv. van "Natur Compagnie"
- 30 g geraspte Parmezaanse kaas

### Bereiding:

Asperges wassen en in ca. 4 cm lange stukken snijden. Uien schillen en snipperen. Laat de boter in een pan heet worden. Eerst de uien hierin aanbakken en daarna de risotto-rijst meebakken. Met ongeveer 100 ml bouillon afblussen en dit in laten koken. De resterende bouillon er stapsgewijs bijgieten, totdat deze geheel is opgenomen. Na ca. 10 minuten de aspergestukjes toevoegen en vervolgens 10 minuten door laten sudderen. Tenslotte de ham in reepjes snijden en hierbij voegen. De hollandaisesaus in een pan roerend verwarmen. De saus bij de risotto gieten en alles met Parmezaanse kaas bestrooien.



Een kort 'burger'-verhaal

# BURGERS VOOR HET LEVEN

Van slecht fastfood tot culinair hoogstandje – sinds zijn uitvinding heeft de burger een culinaire transformatie doorgemaakt. Michael Martin, uitgever van het grillmagazine GRILL&CHILL, is zeer geïnteresseerd in de geschiedenis van de koning van het fastfood en presenteert daarom een burgerrecept, dat de smaakpapillen op de proef stelt.

In het verleden was men over het algemeen niet zo positief over de "hamburger". "Fastfood is verschrikkelijk slecht!" Ik hoor nog altijd de stem van mijn moeder in onze jeugd als we weer eens zin hadden in die heerlijke schijf vlees tussen twee zachte broodjes. De tijden zijn nu echter veranderd en we zijn wat ouder, maar ook kwaliteitsbewuster en op culinair gebied wat begripvoller geworden.

In al die jaren is de liefde voor de burger gebleven. Voor dit eenvoudige, maar eigenlijk zo complexe gerecht, dat eigenlijk veel meer is dan "alleen" een kind van de fastfood-generatie. De burgers staan namelijk voor de onbegrens-

## De liefde voor de burger is al die jaren gebleven.

de creativiteit en voor de 'good-old' BBQ-traditie die uit de VS is overgewaaid. Maar het kan ook dat de Amerikanen deze traditie aan ons terug hebben gegeven, als het klopt dat de naam "Burger" afstamt van een specialiteit van de Hamburgse emigranten. In ieder geval is het bewezen dat op de wereldtentoonstelling van 1904 in St. Louis in de staat Missouri een broodje met vlees onder de naam "Hamburg" (nog zonder achtervoegsel: -er) werd verkocht.

Ongeveer 36 jaar later nam de populariteit van dit gerecht toe, met name toen het eerste McDonald's restaurant op 15 mei 1940 in de Californische stad San Bernardino werd geopend. De snel te bereiden hamburger werd naast de zelfbediening al snel de 'specialiteit van het huis'. Vanaf 1976 schoten ook in Zwitserland de filialen 'als paddenstoelen' uit de grond en de fans waren niet te stoppen – maar dat gold helaas ook voor de tegenstanders. In een zomernacht in 1982 staken felle tegenstanders van het "Kommando Grober Ernst" het filiaal aan de Stauffacher in Zürich in brand en kregen hiervoor zelfs bijval.

De motieven voor deze actie hadden daarnaast echter ook een politiek gehalte, zoals iedere burger ook een keerzijde heeft. Maar zonder deze continue discussie rond dit gerecht zou de ontwikkeling van "Buns & Pattys" niet mogelijk zijn geweest, waardoor we nu ook kunnen genieten van de prachtige boeken over dit heerlijke onderwerp, zoals het boek "Burger unser".

Sommige mensen moeten er misschien nog steeds niets van hebben, maar uiteindelijk hebben alle debatten tot de conclusie geleid dat een goede burger alles behalve slecht fastfood is. • *Michael Martin, redacteur van het grillmagazine GRILL&CHILL*



## Beefburger met honing-aubergine

Ook ik heb dit thema altijd interessant gevonden. En als verantwoordelijke voor het grillmagazine GRILL&CHILL heb ik het genoeg om passie en professionaliteit te combineren in een burger die tijdloos is! Wie dit niet gelooft, zou dit recept eens moeten proberen.

*De ingrediënten voor deze burger zijn per persoon berekend.*

Ca. 200 g rundergehakt  
3 schijven aubergine  
4 eetlepels honing  
3 eetlepels sojasaus  
1 eetlepel balsamicoazijn, wit  
3 eetlepels crème fraîche  
½ theelepel citroensap  
1 theelepel granaatappeltjes  
Zout, peper  
Salade, koriander

Zout de plakken aubergine en na ca. 15 minuten het uitgelekte water opdeppen. Zout het gehakt (vuistregel hierbij is 20 g zout voor 1 kg vlees) en vorm daarna met een burgerpers of natte vingers een "Patty", waarvan de diameter niet groter is dan die van het broodje. Druk de burger in het midden een beetje met uw duim lichtjes in, zodat deze zijn vorm behoudt tijdens het grillen. Meng de crème fraîche met 1 eetlepel honing, citroensap en zout.

Maak een marinade voor de plakken aubergine van 3 eetlepels honing, sojasaus en azijn. Verwarm de grill voor op 200 °C, gril de plakken aubergine ca. 5 minuten per kant, bestrijk ze daarna met de marinade en houd ze warm. De burgers ca. 3-4 minuten per kant grillen, totdat er een mooi grillpatroon te zien is. Niet te snel keren, want hij kan uit elkaar vallen! De binnenkant van het doormidden gesneden broodje met boter besmeren en lichtjes op de grill laten roosteren.

Afronding: Bedek de onderkant van het broodje met 2 eetlepels van de crème fraîche-mix, de burger hierop leggen en met de plakken aubergine beleggen. Besmeer dit met een eetlepel crème fraîche en leg hier de salade en granaatappeltjes met een beetje koriander op.





Laat met de producten van de Bell Food Group geen BBQ-gelegenheid voorbij gaan

## 'CHILL' GEGRILD

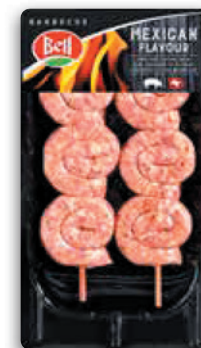


*Vaak is het juist weer om te barbecuen als men geen tijd heeft voor een goede voorbereiding. De Bell Food Group zorgt er met zijn nieuwste producten voor dat de BBQ-avond heel relaxed kan verlopen. En dit zonder af te doen aan kwaliteit en kwantiteit, waarbij voldoende aandacht kan worden besteed aan een bewuste voeding.*



### Bell Zwitserland: eerlijke burgers en geroosterde snacks

Hoe uitgesproken ieders persoonlijke lievelingsburger-creatie ook kan zijn, wat het vlees betreft staat voor de meesten de onvervalste smaak op de eerste plaats. Daarom heeft Bell Zwitserland aan zijn nieuwe "Big Triple B – Best Beef Burger" bewust zo min mogelijk specerijen en dergelijke toegevoegd. Dit grof gehakte vlees bestaat uitsluitend uit het beste Zwitserse rundvlees van diervriendelijke veehouderijen.



Met zijn kant-en-klare vorm hoeft de patty alleen nog maar gegrild te worden. Als de halve broodjes en favoriete ingrediënten klaar liggen, dan is het broodje hamburger binnen mum van tijd klaar.

Aan de nieuwe "Mexican Flavour – Mini Grillschnecken" heeft Bell daarentegen wel de benodigde kruiden toegevoegd. Geïnspireerd door de smaken van de Mexicaanse keuken,

geven chili, jalapeño, koriander en gember aan dit Zwitserse varkensvlees zijn authentieke, zoet-pittige smaak.

### Bell Zwitserland brengt klanten in de BBQ-stemming met proeverijen.

Omdat elke spies uit drie kleine snacks bestaat, kunnen meerdere liefhebbers hier tegelijkertijd van profiteren. Met twee spiesen per pakket kunnen zes eters van deze snack genieten. En de grillchef heeft ook nog eens genoeg tijd om de volgende lekkernijen te bereiden.

Om aan het BBQ-plezier van Zwitserse klanten tegemoet te kunnen komen, heeft Bell voor de introductie van nieuwe producten in de maand juni proeverijen in de detailhandel gestart.

### Bell Duitsland: bio-braadworsten in miniformaat

Trends zoals duurzaamheid en een gezond eetpatroon zijn ook op de BBQ van toepassing. Hierbij komt de ZIMBO Bio-Gevogelte-Braadworst van pas. Deze braadworst is namelijk gemaakt van hoogwaardig gevogelte en draagt het EU bio-certificaat. Bij de portionering heeft Bell Duitsland uiteraard ook rekening gehouden met de kleine huishoudens. De 160

grams verpakking met 8 worstjes is daarom met name geschikt voor een spontane BBQ voor 1 of 2 personen.

Met dit concept heeft Bell Duitsland in het voorjaar de lezers van het vakblad "Fleisch-Marketing" verrast. De grote spelers uit de vlees- en worstwarenindustrie en de levensmiddelenhandel hebben de ZIMBO Bio-Gevogelte-Braadworst de bronzen medaille toegekend als innovatie van het jaar in de categorie gevogelte.

### Eisberg: knapperige zomermix

Smoesjes zoals: "Ik heb geen tijd gehad voor het bereiden van een salade en groenten!", behoren dankzij Eisberg nu voorgoed tot het verleden. In Hongarije, Slowakije, Roemenië en Zwitserland is er met de nieuwe "Summer-Mix" geen reden meer om deze bijgerechten achterwege te laten.

Omdat de smaken in deze landen zo verschillend zijn, varieert de inhoud van deze mix van markt tot markt. In Hongarije en Slowakije worden er bijvoorbeeld vitaminerijke producten, zoals ijsbergsla, romana-sla, lollo rosso, paprika en venkel aan de zak toegevoegd. Deze lekkere salade-mix, die als seizoensproduct in mei wordt ingevoerd, zal tot eind augustus verkrijgbaar zijn.



### De "Summer-Mix" van Eisberg varieert van markt tot markt.

### Sylvain & CO: lichte balsamicosaus

Ook Sylvain & Co zorgt voor een relaxte grill-party-sfeer en tegelijkertijd voor een gezonde voeding, want de nieuwe "Grand-Mère Bio Sauce Gusto Balsamico" bevat totaal geen olie. Daarvoor in de plaats bevat deze saus de beste balsamicoazijn uit Modena met de "beschermde geografische aanduiding", en bovendien mosterdzaad.

Het resultaat is een zorgvuldig samengestelde, kant-en-klare saladedressing met slechts tien kilocalorieën per portie.

Met deze nieuwe saus breidt Sylvain & Co sinds april haar bio-lijn voor de Zwitserse detailhandel en voor haar foodserviceklanten uit. • mr





Nieuwbouw in Werkendam voor Hügli-dochter Bresc

# Maatwerk voor de gastronomie

Met gekoelde kruiden- en knoflookproducten maakt Bresc het werk in de keuken voor Foodservice-klienten in heel Europa een stuk eenvoudiger. Sinds eind vorig jaar heeft de Nederlandse Hügli-dochter een nieuw thuis. In Werkendam kregen ze namelijk een nieuw gebouwencomplex, waarin op dit moment de productie, logistiek en administratie worden gebundeld.

# BRESC

Bij de chef-koks draait het volledig om producten die eenvoudig zijn te gebruiken met ruimte voor creativiteit en die bij talrijke gerechten voor wat extra smaak zorgen. Zoals de koelverse knoflook- en kruidenspecialiteiten van Bresc.

Met dit aanbod heeft het Nederlandse bedrijf, dat sinds 2016 deel uitmaakt van Hügli, in de afgelopen jaren een groeicijfer met dubbele cijfers weten te behalen. Het resultaat was dat de vorige fabrieken in Sleenwijk en Giesen in de provincie Brabant hun capaciteitslimieten hadden bereikt. Er moest dus een nieuwe vestigingsplaats komen. De geschikte kavel daarvoor werd in het naburige Werkendam gevonden.

Hier ontstond op een perceel van 1,6 hectare in slechts negen maanden een gebouwencomplex, waarin de productie, logistiek en administratie eind 2018 samen zijn intrek kon nemen. «Op initiatief van de Bell Food Group hebben we afgelopen zomer bovendien het aangrenzende 3,4 hectare land erbij gekocht», vertelt Arjan Hak, Managing Director van Bresc. «Op deze manier beschikken we nu over genoeg ruimte voor toekomstige uitbreidingen».

Dit betekent niet alleen dat alle processen van het bedrijf en alle 85 medewerkers samen op één locatie zijn verenigd. Het productiebedrijf beschikt namelijk ook over de nieuwste technologie. Dankzij een nieuw temperatuursysteem kan het ontdooien van grondstoffen bijvoorbeeld in de helft van de tijd plaatsvinden. Tegelijkertijd is dit proces nu nog duurzamer geworden, door het gebruik van restwarmte uit de koeling.

Door de grotere ruimte kon het bedrijf bovendien een extra menger en een extra snijsysteem opstellen. En het oppervlak voor het afwegen van producten is nu acht keer zo groot als in het vorige gebouw. Hiermee kan Bresc zijn productiecapaciteit meer dan verdubbelen: «We schatten hier in de toekomst tot wel 5.000 ton aan koelverse specialiteiten per jaar te kunnen produceren», zegt Arjan Hak.

Bij het ontwerpen van de nieuwbouw hielden de verantwoordelijken zich niet alleen bezig met de huidige technologieën en efficiënte structuren. Het was voor hen net zo belangrijk dat de architectuur de waarden van het bedrijf zou weerspiegelen. «Bresc staat voor gastvrijheid, nieuwsgierigheid, openheid en teamwork. Deze filosofie straalt ook het moderne, uitnodigende ontwerp van ons nieuwe gebouw uit», vertelt Arjan Hak. De «Brescuisine», waarin de kruidendeskundigen klanten ontvangen om hen met hun specialiteiten te kunnen inspireren, draagt hier ook aan bij.



En deze specialiteiten zijn zeer divers. Het assortiment voor de Foodservice- en levensmiddelenindustrie omvat ongeveer 450 producten. Tot de bestsellers behoren daarbij knoflook in verschillende variaties, purees van afzonderlijke kruiden en kruidenmixen. Alles is gebruiksklaar en in gekoelde toestand lang houdbaar – precies volgens de wensen van de Foodservice-klienten.

Hun klienten zijn tegenwoordig al afkomstig uit 15 Europese landen. Nederland vormt daarbij de belangrijkste markt, waarin Bresc ongeveer 60% van zijn omzet bereikt – en de prognoses zijn hoopvol. Het bedrijf ziet ook verder groeipotentieel in de DACH-regio, waar Hügli een sterk verkoopteam heeft en op deze manier synergieën kunnen worden benut.

Dit resultaat wordt niet alleen bereikt doordat de marketing binnen Hügli op elkaar wordt afgestemd, maar volgens Arjan Hak ook door de gezamenlijke activiteiten in de keuken: «Wie Hügli tomatensoep gekruid met onze <Tasty Tomato Bruschetta> of Hügli chocolademousse met onze zwarte knoflookpuree heeft geproefd, ervaart hoe goed onze merken elkaar aanvullen.» • *mr*



**Het uitgebreide assortiment omvat ongeveer 450 producten.**





Bell richtte met het warenhuis onder de naam Central-Hallen het eerste “winkelcentrum” in Zwitserland op

# UNIEK IN ZWITSERLAND

In 1906 was het bedrijf onder de naam Samuel Bell Söhne de drijvende kracht achter de opening van de eerste supermarkt in Zwitserland – deze was de Central-Hallen op de Barfüsserplatz in Basel. Tijdens meer dan 100 jaar is het concept daar vaak, maar het beginsel nooit veranderd: voor de mensen de aankoop van de dagelijkse consumptiegoederen zo eenvoudig en aangenaam mogelijk te maken.

“Een winkelgebouw in de modernste stijl, dat uniek in Zwitserland is, heeft op 3 augustus in Basel de deuren geopend”, schreef de krant “Basler Anzeiger” in de uitgave van 7 augustus 1906. En dat was nog een terughoudende formulering. Het verkoopconcept in de nieuwe Central-Hallen was immers vanuit het hedendaagse perspectief niets anders dan het idee van een eerste “winkelcentrum”, een supermarkt voor de dagelijkse consumptiegoederen op de best gelegen locatie in Basel.

In de ontwikkeling van het concept van de Central-Hallen speelde het in 1899 opgerichte bedrijf Samuel Bell Söhne een leidende rol. De nakomelingen van Samuel Bell Roth, die in 1869 aan de Streitgasse precies tegenover de Central-Hallen zijn “Ochsenmetzg” had opgericht, en daarmee het startsein had gegeven voor de ondernemingsgeschiedenis van de huidige Bell Food Group, waren ambitieus en er schoten stoutmoedige gedachten door hun hoofd.

Het bedrijf Bell was met de uitbreiding van de “Ochsenmetzg”, de opening van een charcuteriewinkel in 1897 en de verwerving van verdere onroerende goederen aan de Streitgasse en Weissengasse in het hart van Basel allang tot een “grootslagerij” geworden, zoals het toen werd genoemd. De omzet werd door de filiaalwinkels op Spalenberg en aan de Rheingasse verhoogd, en toen ontstond met de Central-Hallen een hoofdverkoopwinkel met de modernste eigenschappen.

Het concept was evenzeer eenvoudig als overtuigend – en het werd door de toonaangevende verkoopwinkels van de stad ondersteund. Naast Bell, die op de begane grond vleesproducten – zelfs in een gekoelde “glazen kast” – en op de 1ste verdieping fijne charcuterie aanbood, waren op ongeveer 400 vierkante meter de groentewinkel Ernst Dreyfus, de handel in koloniale waren Preiswerk Söhne, de boter-, eieren- en kaaswinkel Oesterlin & Cie., de brood- en banketbakkerij Singer, de bloemen- en plantenwinkel van Wilhelm Schneider en de drogisterij en drankenbedrijf Sengelet & Cie aanwezig. Bij Sengelet werden er volgens het toenmalige persartikel ook “likeuren en wijnen” aangeboden.

Het aanbod in de Central-Hallen vormde de ene, de service voor de klanten de andere werkzaamheid. In een “verfrissingsruimte” op de eerste etage kon men dranken en kleine eetwaren nuttigen, er was een toilet en een automatische telefoon – toen waren deze helemaal niet vanzelfsprekend. De stroom werd door een dieselgenerator geleverd, en vijf koelkasten zorgden voor de versheid van de goederen.

In april 1953 vond er in de Central-Hallen een verdere historische innovatie plaats. Voor het eerst in heel Zwitserland werden er vleesproducten verpakt in zelfbedieningsrekken aangeboden. Bell noemde de nieuwe service “hopp-hopp-service”, en leek nog niet helemaal overtuigd te zijn van dit nieuwe, vanuit Amerika naar Europa geïmporteerde systeem. In zijn toespraak op de algemene vergadering van 26 maart 1953 zei de voorzitter van het bestuur, Heinrich Küng: “Onze kritische terughoudendheid is vooral tegen de verkoop van het voorverpakte verse vlees gericht.” Hij geloofde niet dat de Zwitserse markt hiervoor gereed stond. Maar later is wel gebleken dat zijn scepticisme ongegrond was.

Tussen 1961 en 1963 werden de oude Central-Hallen gesloopt en door een nieuw gebouw vervangen. In 1979 en 1996 werden er na uitgebreide modernisering nieuwe concepten toegepast, eerst een moderne winkelstraat, en later een nog meer op traiteur- en take-away-concepten gericht warenhuis. Vanaf 1 januari 2003 werd het onroerend goed eigendom van de grootbank UBS.

Aangezien de Bell AG alle eigen winkels op 1 januari 2004 heeft stopgezet, werd ook de vleeswinkel in de Central-Hallen opgegeven. Op 28 februari 2004 was in de Central-Hallen, waarin naast Bell nog de confiserie Kämpf gevestigd was, de laatste verkoopdag. Bell probeerde daar een andere slagerij te vestigen, maar niemand toonde er interesse voor. Voor het behoud van de Central-Hallen werden door de bevolking duizenden handtekeningen verzameld. Ook om deze reden werd als opvolger uiteindelijk het voedselbedrijf Coop uitgekozen, dat daar sindsdien een Pronto-winkel met verlengde openingstijden exploiteert. Op de 1ste verdieping zet het pizzeria-restaurant “Centro” de al sinds het begin in de Central-Hallen aanwezige restauratietraditie voort. • *Daniel Schaub, geschiedkundige uit Basel, heeft de geschiedenis van Bell voor het 150-jarig jubileum onderzocht*



In de Central-Hallen werd er een supermarkt voor de dagelijkse consumptiegoederen op de best gelegen locatie in Basel aangeboden.

Voor het eerst in heel Zwitserland werden er in 1953 in de Central-Hallen naar het voorbeeld van een aanbieder vanuit Londen vleesproducten verpakt in zelfbedieningsrekken aangeboden.





# Jubileums

LOOK! feliciteert de jubilarissen van juni tot en met augustus

Bell Zwitserland

## 20 Dienstjaren

**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 augustus, Bell, Cher-Mignon  
**Muruganathan Paramagurunathan**, 16 augustus, Bell, Zell  
**Sanije Bajrami-Demiri**, 18 augustus, Bell, Cheseaux  
**Labinot Neziri**, 23 augustus, Bell, Zell

## 25 Dienstjaren

**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 augustus, Bell, Basel  
**Uezeyir Kocak**, 15 augustus, Bell, Basel  
**Biagio Manzo**, 22 augustus, Bell, Basel

## 30 Dienstjaren

**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 augustus, Bell, Oensingen  
**Barbara Spies**, 1 augustus, Bell, Basel

## 35 Dienstjaren

**Hans Aregger**, 12 juni, Bell, Oensingen  
**Marcel Onorato**, 2 juli, Bell, Basel  
**Jean-Claude Wenck**, 2 juli, Bell, Basel  
**Jean-Luc Thomas**, 6 augustus, Bell, Cheseaux

## 40 Dienstjaren

**Michel Meister**, 5 juni, Bell, Basel  
**Régine Hoferlin**, 20 augustus, Bell, Basel

## Voortijdige pensionering

**Anton Abbuehl**, 30 juni, Bell, Cheseaux  
**Remy Schaffhauser**, 30 juni, Bell, Basel  
**Francesco Pinelli**, 31 juli, Bell, Basel  
**Véronique Luttringer**, 31 augustus, Bell, Basel

## Pensioneringen

**Lokmann Ziberi**, 30 april, Bell, Basel  
**Minever Bajrami**, 30 juni, Bell, Oensingen  
**Therese Vogel**, 31 juli, Bell, Zell  
**Mirzade Dizdar**, 1 augustus, Geiser AG, Schlieren

## Stergefal

**Miodraga Duric-Jankovic**, 7 maart, Bell, Oensingen

Bell Duitsland

## 20 Dienstjaren

**Rosalie Ebert**, 7 april, Bell, Suhl (*aanvulling*)  
**Monika Kleylein**, 4 mei, Bell, Suhl (*aanvulling*)  
**Ina Bienek**, 2 juli, Bell, Suhl  
**Henryk Wach**, 27 juli, Bell, Seevetal  
**Marcel Gerst**, 2 augustus, Bell, Suhl  
**Josef Ridder**, 2 augustus, Bell, Bad Wünnenberg  
**Reinhard Pengel**, 17 augustus, Bell, Seevetal

## 25 Dienstjaren

**Tatjana Konnow**, 10 mei, Bell, Harkebrügge (*aanvulling*)  
**Doreen Kirchner**, 2 augustus, Bell, Edewecht  
**Thomas Bartels**, 4 augustus, Bell, Seevetal

## 30 Dienstjaren

**Arnold Caspers**, 2 april, Bell, Edewecht (*aanvulling*)  
**Andreas Woller**, 2 augustus, Bell, Edewecht

## 40 Dienstjaren

**Katharina Grote**, 2 augustus, Bell, Börger

Hilcona

## 20 Dienstjaren

**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 augustus, Hilcona, Schaan  
**Nevza Bajrektarevic**, 27 augustus, Hilcona, Orbe  
**Fatime Buja**, 27 augustus, Hilcona, Orbe  
**Myrvete Krasniqi**, 27 augustus, Hilcona, Orbe  
**Aurora Teixeira Sousa**, 27 augustus, Hilcona, Orbe

## 25 Dienstjaren

**Radzima Cuhe Jamakovic**, 28 augustus, Hilcona, Orbe

## 40 Dienstjaren

**Armin Reich**, 4 juli, Hilcona, Salez

## 45 Dienstjaren

**Ramon Quintans Santos**, 1 maart, Hilcona, Schaan (*aanvulling*)

## Pensionering

**Sylvia Heldstab**, 8 maart, Hilcona Taste Factory, Landquart (*aanvulling*)

Bell International

## 20 Dienstjaren

**Marianne Bachleitner**, 14 juli, Hubers Landhendl, Pfaffstätt  
**Peter Rillinger**, 15 juli, Hubers Landhendl, Pfaffstätt  
**Vskra Pasoska**, 17 juli, Hubers Landhendl, Pfaffstätt  
**Isabelle Meunier**, 1 augustus, Bell Frankrijk,  
 Saint-André-Sur-Vieux-Jonc  
**Zehrudin Hodzic**, 5 augustus, Hubers Landhendl, Pfaffstätt  
**Brigitte Bridon**, 10 augustus, Bell Frankrijk,  
 Saint-André-Sur-Vieux-Jonc

## 25 Dienstjaren

**Marie-Laure Delabrise**, 7 juni, Bell Frankrijk, Teilhède

## Pensionering

**Gilles Granjeon**, 1 juli, Bell Frankrijk, Teilhède

Huidige vacatures vindt u op:  
[bellfoodgroup.com/karriere](https://bellfoodgroup.com/karriere)

Hügli

## 20 Dienstjaren

**Esther López**, 2 januari, Granovita Spanje, La Vall d'Uixó (*aanvulling*)  
**Claudio Ravasi**, 26 januari, Ali-Big Italië, Brivio (*aanvulling*)  
**Grit Berger**, 2 juni, Hügli Duitsland, Radolfzell  
**Maurice Bruce**, 2 juni, Hügli Duitsland, Radolfzell  
**Klaus-Jürgen Grebien**, 2 juni, Hügli Oostenrijk, Hard  
**Hansruedi Schneider**, 22 juni, Hügli Zwitserland, Steinach  
**Adriana Sowislo**, 30 juni, Hügli Duitsland, Radolfzell  
**Keith Gibbins**, 20 juli, Huegli UK, Redditch  
**Gary Powell**, 17 augustus, Huegli UK, Redditch  
**Ralf Kotai**, 31 augustus, Hügli Duitsland, Radolfzell

## 25 Dienstjaren

**Britta Pinkepank**, 2 juli, Hügli Duitsland, Radolfzell  
**Anja Stöckle**, 2 juli, Hügli Duitsland, Radolfzell  
**Michaela Klopsch**, 2 augustus, Hügli Duitsland, Radolfzell  
**Tilo Kuhlmeier**, 23 augustus, Hügli Duitsland, Radolfzell

## 30 Dienstjaren

**Norbert Heine**, 2 juni, Hügli Duitsland, Radolfzell  
**Daniel Peck**, 2 juli, Hügli Zwitserland, Steinach  
**Alexander Duller**, 25 juli, Hügli Duitsland, Radolfzell

## 35 Dienstjaren

**José del Bosque**, 3 mei, Granovita Spanje, La Vall d'Uixó (*aanvulling*)  
**Manuel Kräutler**, 5 juni, Inter-Planing, Langenhaslach  
**Norbert Schorer**, 7 augustus, Inter-Planing, Langenhaslach  
**Renate Musacchio**, 30 augustus, Hügli Duitsland, Radolfzell

## Pensionering

**Segundo Cañizares**, 3 juni, Granovita Spanje, La Vall d'Uixó

Eisberg

## 20 Dienstjaren

**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 Dienstjaren

**Veronika Meyer**, 12 augustus, Eisberg, Dällikon

## Voortijdige pensionering

**Rita Gisler-Probst**, 30 juni, Eisberg, Dällikon





Duurzame MSC-pulpo uit Spanje

# VISSEN MET HET HOOFD ERBIJ

Eigenlijk weet iedereen wel dat we niet alles uit de zee moeten halen, wat we kunnen bemachtigen. Maar toch handelen we hier te weinig naar. Voor Coop koopt Bell op dit moment octopus uit MSC-gecertificeerde vangsten.



**Men moet niet alles uit de zee halen, wat men kan vangen.**

Fuik na fuik trekt visser David Manuel García met behulp van een lier uit het water. Uit 50% van deze fuiken haalt hij een octopus. De kleine inktvissen werpt hij terug in het water. Die vindt hij nog veel te jong om te vangen. Maar de grote inktvissen van meer dan een kilo houdt hij. De lege fuik geeft hij dan aan Alfredo Alvarez, die ze allemaal op de achtersteven stapelt.

De vissersboot met de naam Ruben David bevindt zich voor de kust van Asturië in het noordwesten van Spanje, in de buurt van de plaats Viavélez. Het is nog fris in april. Dit is de tijd om de delicatessen van de regio te vangen: octopus of pulpo, zoals die in de keuken wordt genoemd.

David, zijn vader José Manuel en Alfredo exploiteren een van de momenteel 27 vissersboten die in Asturië volgens de MSC-voorschriften octopus vangen. Wanneer vader José Manuel zijn verhaal vertelt, zie je dat hij trots is op het MSC-label. "Men moet bij het vissen het hoofd erbij houden", zegt hij veelzeggend. Met het "hoofd" bedoelt hij dat vissers niet alles uit de zee moeten halen, wat ze kunnen krijgen. De MSC-vissers houden zich aan bepaalde visquota, zetten niet meer dan de toegestane 350 fuiken uit, gebruiken fuiken die aan de MSC-voorschriften voldoen en ze controleren elkaar. "De controle is eigenlijk het moeilijkste onderdeel van de MSC-certificering", vertelt zoon David met een glimlach: "De oudere vissers vinden het heel onprettig om te worden gecontroleerd en hebben een hekel aan het meetinstrument dat ze mee moeten nemen, aan de hand waarvan men precies kan zien waar ze vissen. Maar daar moeten ze gewoon aan wennen."

Ondertussen zijn José Manuel, David en Alfredo bij de laatste fuik aangekomen. De vangst van vandaag valt volgens hen wat tegen. "Ongeveer 90 kilogram", schat David. Maar omdat het MSC-pulpo is, verdienen we ongeveer 20% meer dan bij de traditionele octopus. "We hebben strengere regels en vangen desondanks ongeveer evenveel als vroeger", aldus vader José Manuel, die al 43 jaar op zee vaart. "Maar uiteindelijk verdienen we meer dankzij MSC." En dat verhaal gaat als een lopend vuurtje rond. "Ondanks alle bezwaren tegen de controles laten zich steeds meer vissers certificeren", zegt David. Op de middellange termijn zullen ze ook meer MSC-octopus kunnen leveren. Van januari tot juni vangen de MSC-vissers van Asturië ongeveer 50 ton per jaar. "Dat is qua hoeveelheid eigenlijk te verwaarlozen", zegt Concha Lopez, de exportmanager van de visverwerker Alfrio in Noord-Spanje die deze 50 ton verwerkt. Alfrio produceert 1400 ton pulpo per jaar. "Maar als we het hebben over de kwaliteit en de filosofie erachter, dan is MSC een zeer belangrijke stap in de goede richting geweest."

Deze mening wordt ook gedeeld door Theodor Pulver, die de MSC-pulpo voor Coop en Bell inkoop. Pulver is Hoofd Inkoop Seafood bij Bell en een beetje trots dat Coop daarmee als enige aanbieder in Zwitserland MSC-pulpo in het assortiment heeft. "De Zwitsers zijn geen grote octopus-liefhebbers", zegt Pulver, "maar die achterstand zijn ze aan het inhalen". Het zijn vooral de zuiderlingen in Zwitserland die van deze inktvis houden. En wat ook belangrijk is: "Ook zij staan steeds meer achter de duurzaamheidslabels zoals MSC."

Culinair gezien is de pulpo een absolute delicatessen en brengt in Galicië en Asturië heel wat op. Een kilogram kost tussen 45 en 50 euro in de Spaanse supermarkt, meer dan een goed stuk rundvlees. De MSC-pulpo wordt gestript, gewassen en vervolgens als een hele octopus verpakt en ingevroren. Het invriezen vergemakkelijkt het transport, maar dat niet alleen: Door het vriesproces en het daaropvolgende ontdooien wordt de structuur van het vlees afgebroken, zodat het een zachte delicatessen wordt die als pulpo bekend staat. • *Thomas Compagno schrijft voor de Coop-krant en heeft Theodor Pulver voor deze reportage naar het Spaanse Viavélez vergezeld.*



Hügli-medewerker Renato Marni is een onverslaanbaar kampioen in het taekwondo

# Uitmuntende prestatie met hand en voet

*Kijken, concentreren en vervolgens meerdere planken met een gerichte slag met de zijkant van de hand doorbreken – voor Renato Marni een van zijn lichtste oefeningen. De verkoopdirecteur en coach van Hügli is immers wereldkampioen in het taekwondo. Hij wist deze titel ook op het laatste WK weer met succes te verdedigen. En ondanks het feit dat hij na meer dan 30 jaar als actieve sporter inmiddels langzaam overweegt te stoppen.*

Via een collega maakte Renato Marni in 1986 kennis met het taekwondo. In een recordtijd van drie jaar – normaal duurt het minstens dubbel zo lang – behaalde hij de zwarte band en daarmee de rang van een meester. Het examen ervoor legde hij zelfs in Noord-Korea af. “Het was een heel harde school”, vertelt de 52-jarige met een glimlach. “Het was echter ook een spannende ervaring, in het

**“Wat een belangrijke rol speelt, is vertrouwen en mentale kracht.”**



bijzonder omdat ik tijdens de reis de mogelijkheid had om te zien, hoe de mensen daar leven.”

Zijn eerste successen op nationaal en internationaal niveau behaalde de Hügli-medewerker bij de “breektest”. Hierbij worden planken met handslagen of voetschoppen doorgebroken. “Deze oefening was voor mij altijd gemakkelijk, hoewel ik in tegenstelling tot veel van mijn tegenstanders geen zwaargewicht ben”, vermeldt hij. “Wat een belangrijke rol speelt, is vertrouwen en mentale kracht. Wanneer er vier tafelbladen voor me staan, mag ik me niet voorstellen dat het om een vast materiaal gaat.”

In 2010 won hij ook de eerste wereldkampioenschapstitel in de discipline “stijlvormen”, waarbij de sporter een vastgelegde choreografie volgt. “Voor mij is dit de moeilijkste discipline in het taekwondo, omdat elke schop en elke slag precies moet zijn”, legt Renato Marni uit.

Hoewel hij in de afgelopen jaren telkens weer over het einde van zijn actieve loopbaan heeft nagedacht, ging hij bij het laatste WK van 2018 in Italië opnieuw in de wedstrijd voor stijlvormen aan de start. Na een korte fase van geschrokkenheid wegens de geweldige prestatie van zijn tegenstander wist hij ook daar opnieuw te overtuigen, behaalde de hoogste score en won zo net voor de tweedeprijswinnaar.

Renato Marni heeft echter in de afgelopen drie decennia niet alleen zijn eigen sportcarrièreladder beklommen. Als trainer en voorzitter van de vereniging Taekwon-Do International Switzerland streeft hij er



bovendien al vele jaren naar, meer bekendheid aan de sport in heel Zwitserland te geven en de jonge talenten te ondersteunen. “We hebben heel goede strijders, die onderweg naar de top zijn. Ik wil ze graag verder ontwikkelen, zodat ik mezelf uit de wedstrijden kan terugtrekken”, aldus de Zwitserse sporter, die in de toekomst graag meer tijd aan reizen en andere vrijetijdsactiviteiten wil besteden.

Als dat gebeurt, kan hij op een aantal hoogtepunten terugkijken. Naast de successen met wedstrijden behoort daartoe bijvoorbeeld de Internationale Sportnacht in 2009 in Davos, waar hij voor zijn prestaties en verdiensten in het taekwondo de “Kristalprijs van Davos” kreeg uitgereikt. Als een klein showelement liet hij bij de prijsuitreiking zijn vaardigheden met de zijkant van de hand zien en brak voor de ogen van het enthousiaste publiek vijf betonplaten door.

Ondanks alle doelgerichtheid gaan Renato Marni het meest de ontmoetingen met mensen ter harte. “De vriendschappen die ik via het taekwondo heb aangeknoopt, zijn voor mij onbetaalbaar”, benadrukt de wereldkampioen. En zo kan hij zich zijn werk in de vereniging ook nog tot op hoge leeftijd voorstellen – dan op de tweede plaats als leraar en sponsor van zijn sporttak. • *mr*

**Renato Marni streeft ook naar de ondersteuning van jonge talenten in het taekwondo.**

## Over de persoon

**Naam:** Renato Marni

**Werkzaamheid bij Hügli:**

Verkoopdirecteur en coach voor het Duitstalige verkoopteam

**Bij Hügli sinds:** 1990

**Leeftijd:** 52

## Taekwondo

Taekwondo is de Koreaanse vorm van de wapenloze zelfverdediging. De betekenis van de drie lettergrepen “tae”, “kwon” en “do” is voet, hand en weg. De sport die zich na de tweede wereldoorlog uit het Japanse karate en het Koreaanse taek kyon ontwikkelde, behoort tot de jongste Aziatische vechtkunsten. Het niveau van de sporter is aan de kleur van zijn band te herkennen. Het traditionele taekwondo bestaat uit drie disciplines: stijlvormen (ook schaduwgevecht), breektest en het vrije gevecht, waarbij twee strijders het tegen elkaar opnemen. De laatstgenoemde discipline maakt sinds 2000 ook deel uit van de Olympische Spelen.



Preventie in plaats van antibiotica bij het voeren van pluimvee

# Minder is meer

*Om het gebruik van antibiotica te verminderen, worden omvangrijke preventie-maatregelen in de geïntegreerde pluimveeproductie bij Bell Zwitserland geïmplementeerd. De gezondheids- en adviesdienst van Bell speelt daarbij een belangrijke rol. Deze dienst geeft de producenten belangrijke ondersteuning om de gezondheid van hun dieren op peil te houden met preventieve maatregelen.*



Het is al lang bekend dat overmatig en verkeerd gebruik van antibiotica in de geneeskunde voor mens en dier, de reden is dat steeds meer bacteriën resistent worden tegen antibiotica. Om het ontstaan van resistentie te voorkomen en de verspreiding ervan tegen te gaan, heeft de Zwitserse Bondsraad in 2015 de Strategie Antibiotikaresistenten Schweiz (StAR) gelanceerd. In deze strategie werden acht werkkerreinen gedefinieerd, waarvan er één ook betrekking heeft op de veehouderij.

De inspanningen om het gebruik van antibiotica te verminderen zijn echter niet nieuw. "Bij Bell worden antibiotica al meer dan 30 jaar niet meer als prestatieverhogende middelen ingezet. Ook worden ze op therapeu-

**Het gebruik van antibiotica kon de afgelopen drie jaar opnieuw worden verminderd.**

tisch gebied alleen ingezet, als er geen andere behandeling meer mogelijk is", aldus de dierenarts, Kathrin Kühni Boghenbor, die als hoofd van de gezondheids- en adviesdienst in Zell een van de hoofdverantwoordelijken is voor de vermindering van het antibioticagebruik in de geïntegreerde pluimveeproductie van Bell Zwitserland.

Met het begin van StAR kreeg dit thema ook een hogere prioriteit bij Bell. Daarom werd begin 2016 het project "reductiebehandelingen" in het leven geroepen. Daarbij werd de gehele productieketen systematisch onder de loep genomen en werden mogelijke risicogebieden geïdentificeerd. Vervolgens heeft de gezondheids- en adviesdienst Zell samen met de dierhouders verschillende maatregelen genomen om de gezondheid van dieren op peil te houden en het therapeutische gebruik van antibiotica verder terug te dringen.

Maatregelen ter verbetering werden bijvoorbeeld geïmplementeerd bij de stalvoorbereiding, het reinigen en desinfecteren van stallen die leegstaan, de 24-uurs controle, evenals ten aanzien van het stalbeheer en drinkfaciliteiten. En met succes. "Hoewel de inzet van antibiotica in de Zwitserse pluimveeproductie al op een relatief laag niveau was, is het gebruik van antibiotica in de diergeneeskunde de afgelopen jaren opnieuw verminderd", aldus Kathrin Kühni Boghenbor. Bij Bell kon het aantal veestapels dat met antibiotica moest worden behandeld, met 3,2 procent worden teruggebracht. • fv

