

# LOOK!

Personeelsmagazine van de Bell Food Group

03 2019



**Achter de  
coulissen van  
de productont-  
wikkeling**

## De kaarten zijn geschud

### Geachte collega's,

In het eerste halfjaar van 2019 heeft de Bell Food Group de koers voor de toekomst uitgezet. Ondanks de grote inzet is het ons in de afgelopen jaren niet gelukt, om de sector van de worstwaren van Bell Duitsland in een prijsgestuurde en concurrerende marktomgeving winstgevend te maken. Door de sterk stijgende grondstofprijzen voor varkensvlees sinds het begin van het jaar werd de situatie nog bemoeilijkt. Om deze reden hebben we in juni besloten, om de worstwarenhandel te verkopen. Met de onderneming onder de naam Zur Mühlen Gruppe hebben we een koper gevonden, die over een sterke positie in de sector van de worstwaren en daardoor over de beste voorwaarden beschikt, om de bedrijven in Börger en in Suhl verder te exploiteren. We zijn ervan overtuigd, dat we voor alle betrokkenen een zinvolle en toekomstgerichte oplossing hebben gevonden.

Bij Bell Duitsland zullen we ons op onze competentie op het gebied van de uitstekende Duitse en internationale rauwe ham concentreren. In verband hiermee konden we met de opening van het nieuwe productiebedrijf voor Serrano ham van Bell Spanje in Fuensalida, in de buurt van Madrid een belangrijke stap zetten. Daardoor konden we een knelpunt in de vervaardiging van de steeds populairder wordende Serrano ham wegwerken, en we beschikken nu over een eigen vervaardigingscapaciteit van ongeveer een miljoen hammen per jaar.



In het tweede halfjaar van 2019 blijft de uitbreiding van het groeiende convenience segment een belangrijk richtsnoer.

In Marchtrenk (Oostenrijk) werd door Eisberg aan het begin van het jaar de modernste convenience fabriek in Europa geopend. De start is naar verwachting verlopen, en tot eind juni kon de helft van de geplande productielijnen, zoals gepland, in gebruik worden genomen. De voormalige fabriek van Bell Duitsland in Bad Wünnenberg zal in de toekomst in een productiebedrijf voor convenience producten van Hilcona voor de Duitse markt worden omgezet. Wij gaan ervan uit, dat we voor het einde van het jaar met de productie kunnen beginnen.

Op korte termijn veroorzaakten de nieuwbouwprojecten, de verkoop van de worstwarenhandel in Duitsland, de bestemmingsverandering van het bedrijf in Bad Wünnenberg en het daarmee samenhangende productieverlies aanzienlijke extra kosten, die ons resultaat in het eerste halfjaar van 2019 hebben belast. Ik kan u echter wel verzekeren, gewaardeerde collega's, dat onze beslissingen altijd op de duurzame ontwikkeling op lange termijn van de Bell Food Group gericht zijn. We zijn er daarom van overtuigd, dat we met behulp van deze maatregelen belangrijke voorwaarden hebben geschapen, om ook in de toekomst succesvol onderweg te zijn.

Lorenz Wyss  
Voorzitter van de groepsdirectie



## Inhoud

### Uit de onderneming

- 4 Uit de onderneming**  
Interview met Volker Baltes en Xavier Buro

### Een overzicht

- 6 Een tocht naar het verleden**  
Prijsvraag voor de medewerkers: "Play&Win – History Challenge"
- 7 Van de productie tot de administratie**  
TOP BPM op het kantoor

### Werken bij de Bell Food Group

- 8 Klaar voor de volgende stap**  
Leerlingen bij de Bell Food Group
- 10 Sterk engagement voor gezondheid op de werkplek**  
Hilcona is de eerste "Friendly Work Space" in Liechtenstein

### Duurzaamheid

- 12 Vlees of geen vlees?**  
Feiten over de productie en consumptie van vlees
- Onze smaakvolle wereld
- 14 De voedzame kant van de herfst**  
De Zwitserse "Metzgete"
- Omslagverhaal
- 16 Van een goed idee naar een succesvolle nieuwigheid**  
Achter de coulissen van de productontwikkeling

### Ter plaatse bij...

- 22 Bell wordt miljonair**  
Een nieuw productiebedrijf voor Serrano ham in Fuensalida

### Traditie

- 24 Affiches van de "Bazelse School"**  
De reclameaffiches van Bell zorgden tijdens de afgelopen eeuw in het gehele land voor aandacht

### Jubileums

- 28 Jubileums**  
LOOK! feliciteert de jubilarissen van september tot en met november 2019

### Mijn hobby

- 30 In de zomer ruilt hij de bob voor de pollepel**  
Voor de topsporter Simon Friedli is zijn baan eerder zijn hobby

### Zo gaat het met kwaliteit

- 32 Pas schoongemaakt – zuiver geproduceerd**  
Een blik achter de schermen van de bedrijfsreiniging bij de Bell Food Group

Interview met Volker Baltès en Xavier Buro

## “ER IS VEEL POTENTIEEL”

Met de reorganisatie van de ondernemingsstructuur van de Bell Food Group op 1 juli 2019 namen Volker Baltès als hoofd van de divisie van Convenience en Xavier Buro als CFO hun functies in de groepsdirectie op zich. In het interview met LOOK! stellen ze zich voor en vertellen over hun doelstellingen bij de Bell Food Group.



Met Volker Baltès (links) en Xavier Buro wordt de groepsdirectie door competente personen versterkt.

Sinds 1 juli 2019 is de onderneming in volgende divisies ingedeeld: Bell Zwitserland, Bell Internationaal, Convenience en Financiën/Services. De reorganisatie had ook veranderingen in de groepsdirectie tot gevolg. De divisie van Bell Zwitserland zal voortaan in personele unie onder de leiding van CEO Lorenz Wyss staan. Marco

Tschanz neemt de leiding van de nieuw opgerichte divisie van Bell Internationaal over. Als nieuwe toetreders sloten zich Volker Baltès als hoofd van de divisie van Convenience en Xavier Buro aan, die voor de divisie van Financiën/Services verantwoordelijk is.

**LOOK!:** *Hartelijk welkom bij de Bell Food Group. Kunt u onze lezers iets over uw beroepsloopbaan vertellen?*

Xavier Buro: Ik was in de afgelopen jaren als financieel directeur van Transgourmet Central and Eastern Europe in Duitsland werkzaam. Voorheen heb ik bij Coop verschillende projecten op financieel gebied geleid.

Volker Baltès: Ik heb bij verschillende levensmiddelenondernemingen, onder meer bij de Oetker-Groep, Campell en Campofrio gewerkt. Mijn laatste werkzaamheden heb ik bij Nestlé uitgeoefend. Daar heb ik eerst de onderneming Herta geleid, later was ik voor de gehele divisie van Chilled Food in Duitsland verantwoordelijk.

**Kende u de Bell Food Group al?**

Baltès: Ja, natuurlijk was de onderneming voor me een begrip, eerst en vooral als concurrent. Ik heb de Bell Food Group op het gebied van de gekoelde levensmiddelen gezien als een van de best geïmplementeerde ondernemingen in Europa.

**Bij u hoeft deze vraag waarschijnlijk niet gesteld te worden, mijnheer Buro?**

Aangezien ik eerder eveneens bij de Coop-Groep werkzaam was, had ik telkens weer met de Bell Food Group te maken. Enkele mensen, zoals CEO Lorenz Wyss, kende ik van de gemeenschappelijke projecten. Met Hansueli Loosli hadden we bovendien dezelfde baas. Zodoende kwam het contact tot stand, dat uiteindelijk tot mijn overstap naar de Bell Food Group leidde.

**Hoe was het bij u, mijnheer Baltès?**

Ik werd in april 2018 gevraagd, of ik een geschikte kandidaat voor de Bell Food Group ken. Ik heb toen geantwoord: Ja, wat zou u van mij vinden? (Hij lacht.) Sedertdien hebben we veel gesprekken gehad en in december 2018 hebben we dan de beslissing genomen.

**Hoe hebt u de onderneming tijdens de eerste dagen ervaren?**

Buro: Ik ben nu wel al een tijdje bij de onderneming en had inmiddels de gelegenheid, om veel nieuwe collega's te leren kennen. Ik ben open en hartelijk ontvangen, dat deed mij

groot genoeg. Ik ben er ook van overtuigd, dat er heel veel potentieel in de verschillende divisies en eenheden schuilt, zowel bij de werknemers als ook in het gevarieerde en ruim opgestelde assortiment en op het gebied van de samenwerking.

Baltès: Ik ben pas sinds kort hier, maar deze indruk kan ik na de eerste dagen bevestigen. Het is ook merkbaar, dat de onderneming in de afgelopen jaren sterk is gegroeid en momenteel anders is geïmplementeerd dan nog enkele jaren geleden. Hieraan zijn natuurlijk ook enkele angsten en onzekerheden gekoppeld. Dit is echter een normaal en gezond veranderingsproces en tenslotte tegelijk een reden, waarom de Bell Food Group tegenwoordig zo goed geïmplementeerd is.

**Hebt u ook al uitvoerder op uw nieuwe opdracht kunnen ingaan?**

Baltès: Bij mij is de doelstelling wel relatief duidelijk geformuleerd. In de ondernemingsstrategie is vastgelegd, dat het convenience-aandeel op middellange termijn circa 50 procent moet bedragen. Op dit moment staan we bij iets meer dan 25 procent. Daarom weet ik wat er van ons wordt verwacht.

Buro: Ik beschouw onze divisie als een dienstverlenende afdeling voor alle ondernemingen. Dat wil ik vasthouden. Verder moeten wij ons ten doel stellen, om op een gezonde manier te groeien. Dit geldt op dit moment weliswaar in het bijzonder voor de divisie van Convenience, waarvoor een duidelijke groei-strategie werd geformuleerd. Hierbij vind ik het echter belangrijk om te benadrukken, dat we ook Bell Zwitserland en Bell Internationaal voortdurend verder willen ontwikkelen. We richten ons op duurzame en gezonde groei in alle divisies. • fv

**“We willen alle divisies verder ontwikkelen.”**



TOP BPM op het kantoor

## Van de productie tot de administratie

Het TOP Bell Productive Management bereikt ook de administratie. De start werd aan het begin van het jaar door de afdeling Kwaliteitsbeheer/Duurzaamheid op de hoofdzetel in Bazel gemaakt. De eerste ervaringen hebben uitgewezen dat de uitvoering op het kantoor op een aantal punten sterk van de uitvoering in de productie afwijkt.

Sinds begin 2019 wordt het TOP Bell Productive Management, kortweg TOP BPM genoemd, ofwel het programma voor bevordering van de efficiëntie, productiviteit en kwaliteit op de werkplek, ook in de administratie toegepast. Het doel van het TOP BPM is om de zogenoemde verspillingen op te sporen en in een voortgaand proces te verwijderen. Dit is bijna vier jaar geleden in de charcuterieproductie in Bazel van start gegaan. Na de introductie op verschillende gebieden van de productie bereikt het systeem nu ook het kantoor. De start werd door de afdeling Kwaliteitsbeheer/Duurzaamheid (KB/DZ) op de hoofdzetel in Bazel gemaakt.

De introductie en de uitvoering op het kantoor wijken op een aantal punten sterk van de situatie in de productieomgeving af. In het bijzonder is er het feit dat er in de regel geen fysiek product bestaat, waaraan verspilling gemeten en beperkt kan worden. De verspillingen zijn echter ook in de kantooromgeving aanwezig: het betreft hindernissen bij de verbindingen met andere afdelingen, niet geoptimaliseerde doorlooptijden van de processen of gewoon te ingewikkelde processen. De kengetallen voor de meting van de vooruitgang zijn op het kantoor daarom veel creatiever.

De verschillen met de uitvoering in de productie zijn ook in volstrekt alledaagse dingen, zoals bijvoorbeeld in de afspraakcoördinatie te vinden. De administratieve medewerkers zijn in de regel in grotere mate bij afspraken en vergaderingen betrokken. De TOP BPM vergaderingen moeten om deze reden lang van tevoren gepland worden en kunnen in de regel niet in een kort tijdsbestek bijeengeroepen worden.



Aangezien de KB/DZ afdeling als staf eenheid en interne dienstverlener optreedt, werkt deze gewoonlijk in complexe processen met talrijke verbindingen met andere afdelingen en gebieden. Het TOP BPM biedt nu de kans, om dergelijke processen grondig te onderzoeken en deze eenvoudiger en doelmatiger te maken.

Daarom werden in een eerste stap de kernprocessen geanalyseerd en werd naar de behoeften en verwachtingen van de interne klanten – zoals bijvoorbeeld productie, inkoop, verkoop of ontwikkeling – geïnformeerd. Uit deze analyses werden diverse actieterrains afgeleid, die in het kader van focusprojecten verder worden behandeld. Hierdoor kan de KB/DZ de eigen interne klanten in de toekomst nog beter ondersteunen en de processen consequenter op hun behoeften afstemmen. • sh



History Challenge

Play  
and  
Win!

Prijsvraag voor de medewerkers: "Play&Win + History Challenge"

## Een tocht naar het verleden

Wegens het 150-jarig jubileum van Bell staat de "Play&Win" prijsvraag voor de medewerkers dit jaar geheel in het teken van het verleden. Gedurende vier weken kunnen de medewerkers in een online quiz verschillende vragen over de roemrijke geschiedenis van Bell, Eisberg, Hilcona en Hügli beantwoorden en hierdoor ""geweldige prijzen ter totale waarde van 6000 Zwitserse frank winnen.

Bell, Eisberg, Hilcona en Hügli: vier merken met een rijke traditie, vier indrukwekkende ondernemingsgeschiedenissen – één groep.

Wegens het 150-jarig jubileum van Bell is de prijsvraag voor de medewerkers dit najaar op een ontdekkingsstocht naar het verleden van Bell, Eisberg, Hilcona en Hügli gericht.

### De prijsvraag duikt in het verleden van de Bell Food Group.

Gedurende vier weken kunnen de medewerkers in een online quiz verschillende schattings- en kennisvragen over het verleden van de Bell Food Group beantwoorden. Vanaf 7 oktober tot en met 1 november 2019 wachten er elke week acht nieuwe vragen om beantwoord te worden. De winnaars worden met prijzen ter totale waarde van 6000 Zwitserse frank beloond. • sh

### De speciale uitdaging: Maak een 1869-foto!

In 2019 viert Bell in Zwitserland zijn 150-jarig jubileum. Een speciale uitdaging zet daarom het geboortjaar 1869 in het middelpunt.

Tijdens de hele periode van de quiz hebt u de mogelijkheid, om een foto van het getal "1869" te uploaden. Wees creatief! Hebt u het getal in een telefoonnummer opgemerkt, in het huiswerk van uw nakomeling voor wiskunde uitgerekend, of toont uw wekker per ongeluk 18.69 uur? Maak er gauw een foto van en upload deze op [www.playandwin.bellfoodgroup.com](http://www.playandwin.bellfoodgroup.com).

De ingestuurde foto's worden daarna in een fotogalerij weergegeven. De tien beste en vooral creatiefste inzendingen ontvangen een speciale beloning ter waarde van ongeveer 200 Zwitserse frank.

### Zo kunt u deelnemen

Voor de deelneming aan de wedstrijd kunt u zich vanaf 9 september 2019 op de volgende pagina registreren:

[www.playandwin.bellfoodgroup.com](http://www.playandwin.bellfoodgroup.com)

Het is niet mogelijk om als groep deel te nemen.

### U kunt de volgende prijzen winnen

**1ste plaats:** een reisvoucher ter waarde van 3000 Zwitserse frank.

**2de plaats:** één dag in het Europapark Rust inclusief overnachting in het Parkhotel "Bell Rock" en de reiskosten voor twee personen ter waarde van circa 2000 Zwitserse frank.

**3de plaats:** één iPhone X 128 GB (zwart) of één Samsung Galaxy S10 128 GB (zwart) ter waarde van ongeveer 1000 Zwitserse frank.

Leerlingen bij de Bell Food Group

# Klaar voor de volgende stap

Voor enkelen kwam de tijd om afscheid te nemen, voor de anderen werd het pas na de zomer echt spannend: In de afgelopen maanden hebben veel jonge vakmensen bij de Bell Food Group de eerste fase van hun beroepsloopbaan afgerond. Wij feliciteren de afgestudeerden van harte met hun succesvolle afsluiting van de opleiding. Tegelijkertijd zijn de nieuwe leerlingen hartelijk welkom, die in augustus aan hun opleiding bij de Bell Food Group zijn begonnen. Het doet ons genoegen, ze bij hun eerste stappen in de beroepswereld te mogen begeleiden.

## Afgestudeerden bij Hügli in Steinach

V.l.n.r.: Berk Baybudogaglu, Julian Eicher, Tatjana Kobas (op de foto ontbreekt Noah Signer)



## Afgestudeerden bij Hilcona

V.l.n.r.: Selina Billet, Oliver Senti, Kail Kasemir, Luis Gouveia, Mertcan Tedik



## Afgestudeerden bij Bell Zwitserland:

V.l.n.r.: Julian Laya, Janik Brunner, Dylan Gertschen, Erkam Yilmaz, Simon Streuli, Lara Wolf, Amy de Boers, Nico Ambrosini, Luca Wiedemann, Jasper Kugler (op de foto ontbreken Nicole Aregger, Vanessa Hoffmann en Luka Ristanovic)



## Afgestudeerden bij Hügli in Radolfzell

V.l.n.r. voorste rij: Gabriela Szczyпка, Sabrina Fetzer, Selina Fraider, Faiza Khadir, Hannah Veit, Jessica Reinartz  
V.l.n.r. achterste rij: Stefan Dieng (opleider), Timo Schneider, Michael Doser, Jonas Gnirss, Stefan Rehfuss (opleider)

De Bell Food Group feliciteert de afgestudeerden met hun succesvolle afsluiting van de opleiding.

### BELL ZWITSERLAND

**Nico Ambrosini**, automatiseringstechnicus, Bazel  
**Nicole Aregger**, levensmiddelentechnoloog EFZ, Zell  
**Janik Brunner**, vakassistent vlees EBA, Oensingen  
**Amy de Boers**, leiding ondersteunende handelsmedewerker bij charcuterie, Bazel  
**Dylan Gertschen**, vleesspecialist, Bazel  
**Vanessa Hoffmann**, pluimveespecialist EFZ, Zell  
**Jasper Kugler**, logistiek medewerker EFZ, Bazel  
**Julian Laya**, vleesspecialist, Bazel  
**Luka Ristanovic**, logistiek assistent EBA, Oensingen  
**Simon Streuli**, vleesspecialist, Bazel  
**Luca Wiedemann**, IT-specialist systeemtechniek, Bazel  
**Lara Wolf**, handelsmedewerker bij marketingdiensten, Bazel  
**Erkam Yilmaz**, specialist bedrijfsonderhoud, Bazel

### BELL INTERNATIONAAL

**Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Seevetal:**  
**Harry Neeb**, specialist levensmiddelentechnologie

### CONVENIENCE

**Hilcona, Schaan:**  
**Selina Billet**, handelsmedewerker E-profiel FZ  
**Louis Gouveia**, logistiek medewerker FZ  
**Kail Kasemir**, automatiseringstechnicus FZ  
**Oliver Senti**, IT-specialist FZ  
**Mertcan Tedik**, machinebediener FZ  
**Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach:**  
**Berk Baybudogaglu**, logistiek medewerker EFZ  
**Julan Eicher**, handelsmedewerker EFZ  
**Tatjana Kobas**, logistiek medewerker EFZ  
**Noah Signer**, levensmiddelentechnoloog EFZ

**Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell:**  
**Michael Doser**, specialist levensmiddelentechnologie  
**Sabrina Fetzer**, duale studente bedrijfseconomie-industrie  
**Selina Fraider**, industriële handelsmedewerker met aanvullende kwalificatie  
**Jonas Gnirss**, industriële handelsmedewerker met aanvullende kwalificatie  
**Faiza Khadir**, industriële handelsmedewerker met aanvullende kwalificatie  
**Jessica Reinartz**, specialist levensmiddelentechnologie  
**Timo Schneider**, specialist levensmiddelentechnologie  
**Gabriela Szczyпка**, duale studente bedrijfseconomie-industrie  
**Hannah Veit**, industriële handelsmedewerker met aanvullende kwalificatie

Hartelijk welkom bij de Bell Food Group.

### BELL ZWITSERLAND

**Betim Aliu**, vleesspecialist EFZ, Bazel  
**Marko Bahor**, kok EFZ, Bazel  
**Philippe Cattin**, specialist bedrijfsonderhoud EFZ, Bazel  
**Damian Dürr**, vleesspecialist EFZ, Bazel  
**Aziz Ullah Egbali**, logistiek medewerker EFZ, Oensingen  
**Laurent Frei**, vleesspecialist EFZ, Bazel  
**Nestor Haradithadi**, automatiseringstechnicus EFZ, Bazel  
**Lukas Haurin**, vleesspecialist EFZ, Bazel  
**Nicolas Horny**, vleesspecialist EFZ, Bazel  
**Gian Knoepfli**, vleesspecialist EFZ, Bazel  
**Samantha Leuenberger**, handelsmedewerker EFZ, Bazel  
**Tabea Meyer**, handelsmedewerker EFZ, Bazel  
**Abdulsalam Mohamed**, vakassistent vlees EBA, Oensingen  
**Amanuel Mulubrhan**, vakassistent vlees EBA, Oensingen  
**Antonio Nedeski**, vleesspecialist EFZ, Bazel  
**Jan Reist**, IT-specialist applicatieontwikkeling EFZ, Bazel  
**Fesnike Rushiti**, levensmiddelentechnoloog EFZ, Bazel  
**Lorena Schelb**, duale studente bedrijfseconomie-personeelsbeheer (vanaf 01/10/2019), Bazel  
**Fabio Teles**, vakassistent vlees EBA, Bazel  
**Igor Trajanov**, kantoorassistent EBA, Bazel

### BELL INTERNATIONAAL

**Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht:**  
**Lennart Jaspers**, specialist levensmiddelentechnologie  
**Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge:**  
**Marvin Erik Cramer**, elektronicus voor bedrijfstechniek  
**Hendrik Oltmanns**, elektronicus voor bedrijfstechniek  
**Nico Verwey**, machine- en installatiebediener, richting levensmiddelentechnologie  
**Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Seevetal:**  
**Susan Geysersbach**, industriële handelsmedewerker  
**Dominik Siemer**, industriële handelsmedewerker  
**Robin Thurm**, duale student bedrijfseconomie (B.A.) / industriële handelsmedewerker

### CONVENIENCE

**Hilcona, Schaan:**  
**Francisco Fernandez Alvite**, logistiek medewerker FZ  
**Sidney Briggen**, logistiek medewerker FZ  
**Michal Karczmarzyk**, automatiseringstechnicus FZ  
**Ekim Kardesoglu**, machinebediener FZ  
**Hatice Kocatas**, machinebediener FZ  
**Lars Meier**, levensmiddelentechnoloog FZ  
**Lorin Murk**, levensmiddelentechnoloog FZ  
**Veronika Anastasia Watzke**, handelsmedewerker E-profiel FZ  
**Laurin Zenger**, IT-specialist FZ  
**Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach:**  
**Lara Brunner**, handelsmedewerker EFZ – E-profiel  
**Asmitha Canagathas**, vakspecialist levensmiddelenindustrie EBA  
**Menil Demiri**, logistiek medewerker EFZ  
**Patic Graf**, levensmiddelentechnoloog EFZ  
**Jack Stepke**, logistiek medewerker EFZ  
**Marc Sutter**, vakspecialist levensmiddelenindustrie EBA  
**Jordan Sutter**, handelsmedewerker EFZ – E-profiel  
**Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell:**  
**Ramazan Bakici**, mechatronicus  
**Luisa Berchtold**, duale studente bedrijfseconomie-industrie  
**Fabian Dan**, industriële handelsmedewerker met aanvullende kwalificatie  
**Christian Dornhof**, mechatronicus  
**Laura Hagelkrüs**, industriële handelsmedewerker met aanvullende kwalificatie  
**Jan Hammer**, duale student bedrijfseconomie-industrie  
**Luica Kral**, industriële handelsmedewerker met aanvullende kwalificatie  
**Jaroslav Osinka**, industriële handelsmedewerker met aanvullende kwalificatie  
**Hamzah Ragoubi**, specialist magazijnlogistiek  
**Eric Wiedenbach**, specialist magazijnlogistiek

Hilcona is de eerste “Friendly Work Space” in Liechtenstein

# Sterk engagement voor gezondheid op de werkplek

Met een holistische aanpak streeft Hilcona naar het welzijn van de werknemers. Daarom kregen de Liechtensteiners nu als eerste onderneming in het vorstendom het label “Friendly Work Space” toegekend. Het is het belangrijkste Zwitserse label op het gebied van bedrijfsmatig gezondheidsmanagement.

Goede arbeidsomstandigheden, een gezondheidsbevorderend werkklimaat, chefs die hun teams weten te motiveren – wie de naam “Friendly Work Space” wil dragen, moet zich op uiteenlopende manieren voor het welzijn van de werknemers inzetten. Sinds het voorjaar behoort ook Hilcona tot de meer dan 80 ondernemingen, die het kwaliteitslabel voor systematisch toegepast bedrijfsmatig gezondheidsmanagement (BGM) dragen.

## De medewerkers op alle niveaus bevorderen

“Hilcona groeit en hierdoor stijgen ook de aan onze medewerkers gestelde eisen”, legt Birgit Schmidinger, hoofd van Human Resources bij Hilcona en hoofdverantwoordelijke voor het

certificeringsproces uit. “Een effectief bedrijfsmatig gezondheidsmanagement is daarom van essentieel belang en behoort tot de succesfactoren voor de toekomst van onze onderneming.” Op het gebied van het BGM is Hilcona reeds sinds veel jaren goed gepositioneerd. Met de aanvraag voor het label “Friendly Work Space” wilde de onderneming de al functionerende activiteiten nogmaals precies onder de loep nemen, ruimte voor optimalisering vaststellen en de maatregelen tot een totaalstrategie samenvoegen.

Aangezien Bell Zwitserland sinds 2016 het gele label draagt, ontving Birgit Schmidinger tijdens de uitwisselingen met Harry Bechler, hoofd van Corporate HR bij de Bell Food Group al eerder kostbare inlichtingen uit de eerste hand. In het voorjaar van 2018 begon dan de certificeringsprocedure eerst met een zelfbeoordeling. In november bezochten de verantwoordelijken van het kwaliteitsmerk het bedrijf in Schaan en lichtten het nauwkeurig door. Afgelopen maart ontving Hilcona uiteindelijk als eerste onderneming in Liechtenstein tijdens een feestelijke uitreikingceremonie het fel begeerde label.

## Verankering van het bedrijfsmatige gezondheidsmanagement in de onderneming

Tot de maatregelen, die de convenience-deskundigen voor behoud van de gezondheid van hun werknemers nemen, behoort onder meer de sa-

Zij leiden het BGM bij Hilcona (v.l.n.r.): Thomas Stigger, Michèle Stingelin, Birgit Schmidinger, Mario Kuschny, Günter Grabher, Monika Esperanza Fernandez



menwerking met de bedrijfsarts Dr. Nada Ivica. Ze bezoekt de vestiging van Schaan al bijna een jaar regelmatig, analyseert de werkplekken en maakt wettelijk voorgeschreven en vrijwillige bedrijfsgeneeskundige onderzoeken op het werk mogelijk.

Bovendien werkt Hilcona met de ergonomiespecialist Tobias Gredel samen, die de medewerkers zowel in de productie als ook op het kantoor op alle vragen over ergonomie rechtstreeks op hun werkplek een advies verleent. Nadat het duo in Schaan succesvol is gestart, wordt nu gepland, om de bedrijfsgeneeskundige ondersteuning op andere vestigingen uit te breiden.

Voorts hecht Hilcona grote waarde ook aan de verdere ontwikkeling van de medewerkers in leidende posities. Om de leidinggevenden uit de supply chain optimaal voor hun taken uit te rusten, gaf Hilcona het bedrijfsadviseeringsbureau “Hiking Days” de opdracht, om

een reeks van workshops te houden. Het concept is op een positief mensbeeld gebaseerd, dat daarvan uitgaat dat elke werknemer de best mogelijke prestaties wil leveren en fouten niet met opzet gebeuren. De één- tot tweedaagse workshops vonden binnen een jaar op externe locaties plaats. Een belangrijk element van de evenementen was hierbij, om een deel van de tijd in de natuur door te brengen. Op deze wijze kregen de deelnemers telkens weer de gelegenheid, om het perspectief te veranderen.

“We hebben met de certificering volgens de standaard <Friendly Work Space> de bevestiging ontvangen, dat we met ons BGM op de juiste weg zijn. En we weten nu ook precies, op welke gebieden we ons nog kunnen verbeteren”, aldus Günter Grabher, die als coördinator van de beroepsopleiding voor de operationele uitvoering van de BGM-strategie medeverantwoordelijk is. “Hier zullen we nu beginnen, om onze onderneming voor de werknemers in een nog gezondere omgeving te veranderen.” • mr

## De leidinggevenden worden optimaal op hun taken voorbereid.

Feiten over de productie  
en consumptie van vlees

# VLEES OF GEEN VLEES?

Over de consumptie van vlees wordt recentelijk veel gediscussieerd. Is het ecologische onzin en ongezond of is het een cultureel synoniem voor genot en een evenwichtige voeding, evenals een belangrijk onderdeel van de landbouwcyclus? Het is de hoogste tijd voor een zakelijke discussie over de feiten.

## Vanuit voedingsfysiologisch oogpunt zijn er goede redenen, om vlees te eten.

Geldt het eten van vlees als het nieuwe roken, zoals het op de titelpagina van een Zwitserse krant onlangs stond vermeld, of is het een onontbeerlijk onderdeel van een evenwichtige voeding? De vleesconsumptie is de laatste tijd telkens weer een onderwerp van discussie, zowel in de media als ook in privékringen – een emotioneel en vaak controversieel thema. Men uit zich of als een fervent voorstander of als een verstokte tegenstander. Tot een zakelijke discussie over de feiten komt het echter zelden.

### De mens heeft eiwitten nodig

Het is een onbetwist feit: Het menselijk lichaam heeft eiwitten nodig. Eiwit bestaat uit 20 verschillende aminozuren, waarvan er negen voor het lichaam essentieel zijn, omdat omdat het lichaam deze zelf niet of slechts onvolledig kan produceren. Deze moeten dus via het voedsel opgenomen worden. Vlees is al eeuwen de belangrijkste eiwitbron voor de mensen, en dat is tot op heden nog steeds zo. Hoewel er ook andere eiwithoudende levensmiddelen zijn, zijn de eiwitten in het vlees wel bijzonder rijk aan belangrijke aminozuren en lijken ze qua samenstelling erg op de lichaamseigen eiwitten van de mensen. Vlees is echter niet alleen rijk aan essentiële eiwitten, maar het bevat ook veel andere voedingsstoffen, zoals vitamines, meervoudig onverzadigde vetzuren en sporenelementen, zoals ijzer, jodium en zink, die voor het menselijk lichaam belangrijk zijn. Vanuit voedingsfysiologisch oogpunt is er dus een hele reeks goede redenen, om vlees te eten.

### Milieuoverwegingen

Het is een feit: Voor de productie van levensmiddelen zijn er energie en natuurlijke hulpbronnen nodig, zoals water of land, er worden emissies uitgestoten, en het heeft dus effecten op het milieu. Volgens de cijfers van de Voedsel- en Landbouworganisa-

tie van de VN (FAO) is de wereldwijde veehouderij voor 14,5 procent van de uitstoot van broeikasgassen verantwoordelijk. Dit aandeel is regionaal verschillend. In Zwitserland draagt de totale landbouw volgens de Federale Dienst voor Milieu met 13,5 procent aan de nationale uitstoot van broeikasgassen bij. Voor het grootste deel is de veehouderij verantwoordelijk. Daarom is het van belang, dat de landbouw een bijdrage aan een betere klimaatbalans levert. Het is echter een verkeerde opvatting, om de landbouw als een hoofdklimaatzondaar aan te wijzen. In Zwitserland zijn transport, huishoudens en industrie voor meer dan 70 procent van de CO<sub>2</sub>-emissies verantwoordelijk.

Er is bovendien een aantal factoren, die bij het analyseren van de milieueffecten van de landbouw eveneens in aanmerking genomen moeten worden.

Wat de emissies betreft, kan de landbouw niet met andere economische sectoren gelijkgesteld worden. Hoewel de landbouw emissies veroorzaakt, dient het echter ook als opslagplaats. In een humusrijke bodem wordt CO<sub>2</sub> opgeslagen, terwijl andere economische sectoren enkel als emittenten optreden. Daarnaast is om natuurlijke redenen slechts ongeveer een derde van de agrarisch bruikbare oppervlakte in de wereld voor akkerbouw of de teelt van granen, groenten en vruchten geschikt. De rest bestaat uit velden, weiden en steppen. Het hier groeiende plantaardige materiaal kan door de mensen niet rechtstreeks gebruikt worden. Maar koeien, geiten, schapen en andere ruwvoer etende dieren kunnen het verwerken, en produceren hoogwaardig voedsel voor de menselijke consumptie op de gebieden, die anders niet voor de productie van levensmiddelen bruikbaar zouden zijn.

### Consumentengedrag heroverwegen

Over de ecobalans van vlees beslissen uiteindelijk ook de consumenten. Vanuit ecologisch oogpunt is het in elk geval zinvol, om op regionaal en seizoensgebonden geproduceerde producten terug te grijpen. Dit bespaart lange transport- en koeltijden. En het is van even groot belang: men zou alleen dat moeten aankopen, wat men echt wenst te consumeren. Vooral in de welvarende landen betekent de zogenoemde voedselverspilling een groot probleem. Volgens de FAO wordt afhankelijk van de regio ongeveer 120 tot 300 kilogram voedsel per hoofd en jaar in het afval gegooid. De beperking van de voedselverspilling is dus een extra hefboom voor de vermindering van de uitstoot van broeikasgassen. Omdat wat niet wordt geproduceerd, veroorzaakt ook geen emissies. • fv

### De brancheorganisatie Proviande heeft gedetailleerde informatie over de vleesproductie verzameld:

[www.proviande.ch/de/dossiers/oekologie.html](http://www.proviande.ch/de/dossiers/oekologie.html)

**Het consumentengedrag is een belangrijke factor voor de ecobalans van levensmiddelen zoals vlees.**

De Zwitserse "Metzgete"

# De voedzame kant van de herfst

*In de herfst kijken de Zwitserse vleesliefhebbers naast de geliefde wildgerechten vooral naar een ding uit: naar de traditionele "Metzgete". Dit is een oude gewoonte, die uit een noodzaak is ontstaan en vandaag in het kader van de "Nose to tail" beweging opnieuw steeds meer aan belang wint.*



## Traditie vanuit een behoefte

De "Metzgete" – in Zwitserland behoort dit tot de herfst, zoals de gegrilde worst tot de zomer. Niemand weet precies, wanneer dit voor het eerst plaatsvond. Voordat de professionele varkenshouderijen werden opgericht, hielden de families in de regel meerdere varkens. Deze dieren verorberden het ruwe organische afval of werden door de varkenshoeder naar het bos geleid, om daar te foerageren. Niemand kon het zich echter permitteren, om de dieren de winter door te voeren. In de late herfst en vroege winter werden er om deze reden enkele van de varkens geslacht.

## Voor de winter moesten de dieren geslacht worden.

Alle delen van het varken moesten voor zover mogelijk verwerkt worden, want het vlees was kostbaar. De bederfelijke delen, die niet door drogen, pekelen, roken of inmaken geconserveerd konden worden, moesten nog op dezelfde dag geconsumeerd worden – er was immers nog geen koelinstallatie. De "Metzgete" betekende daarom niet alleen hard werken voor de meesterslager, maar vooral ook een echt feestmaal voor de hele familie, voordat de vastentijd voor de kerst begon. Niet zelden waren daarvoor ook de burens, vrienden, priesters en leraren uitgenodigd – de "Metzgete" werd als een van de meest belangrijke familiefeesten beschouwd.

Heden ten dage zijn de boeren niet meer genooddaakt, om hun varkens voor de winter te slachten. De varkens kunnen gedurende het gehele jaar geslacht worden. De gewoonte van de herfstachtige "Metzgete" is echter bewaard gebleven en al lang een culinaire traditie geworden.

## Vanaf de snuit tot het staartje

In het middelpunt van de "Metzgete" stond altijd de volledige verwerking van het varken. Vanaf de snuit tot het staartje mag geen enkel stuk verspild worden.

De varkens werden in de regel in de vroege ochtend geslacht. De niet lang houdbare delen, zoals orgaanvlees en bloed werden onverwijld verwerkt. Het hoofd, de staart en het orgaanvlees (nier, lever en maag) kwamen in de keuken terecht en werden in potten tot gekookt vlees verwerkt. Deze vormden onder meer de basis voor de vervaardiging van de bekende bloed- en leverworst. De buik, borst, nek, schouder en rug werden geconserveerd en tijdens de winter geconsumeerd. De billen werden tot ham verwerkt en de filet kwam enkele dagen later op het bord terecht.

Op een schaal worden er vandaag na het slachten van een varken traditiegetrouw bloed- en leverworst, schenkel, gekookt vlees en spek aangeboden. Tot de geliefde bijgerechten behoren gekookte aardappelen of rösti. De zuurkool of gedroogde bonen zijn eveneens onontbeerlijk, evenals de obligate gestoofde appelplakjes. Deze zorgen voor de zoete smaak bij het voedzame hoofdgerecht.

## Duurzaamheid en respect voor het dier

In de afgelopen jaren heeft "Metzgete" in het kader van de "Nose to tail" beweging ook buiten de landelijke herbergen en de huiselijke logementen een echte herleving meegemaakt en is inmiddels ook reeds geruime tijd in de steden aangekomen. Vandaag komen er ook in de hogere gastronomie "tweederangs vleesstukken" op de menukaarten te staan, die lange tijd periode voor de fijne stukken plaats moesten maken. Geheel in de geest van duurzaamheid en uit respect voor het dier. • sh

**De "Metzgete" maakt al lang deel uit van de hogere gastronomie.**



Achter de coulissen van de productontwikkeling

## VAN EEN GOED IDEE NAAR EEN SUCCESVOLLE NIEUWIGHEID

*Hetzij een wereldnieuwigheid, hetzij een klassieker met een aangepast recept – de productontwikkelaars van de Bell Food Group bieden telkens weer frisse impulsen aan. Het uitgangspunt is meestal een goed idee. Hoe daaruit een marktklaar product ontstaat, heeft LOOK! van de deskundigen op de productontwikkelingsafdelingen van Bell, Eisberg, Hilcona en Hügli vernomen.*



### De productontwikkeling verloopt op alle gebieden op een vrijwel identieke manier.

Elk jaar ontstaan er meer dan 100 nieuwe producten bij de Bell Food Group. Het spectrum varieert van charcuterieproducten en sla en desserts tot veganistische alternatieven voor vlees en vis. Hoewel de verschillende segmenten sterk van elkaar afwijken, verloopt de productontwikkeling meestal op een vrijwel identieke manier.

Allereerst is het voor alle merken van de groep belangrijk, om de tekenen van de tijd te verstaan. Of het nu gaat om winkelbezoeken in toonaangevende metropolen zoals Londen

of Amsterdam, innovatiewerkshops, beursbezoeken of uitwisselingen met externe deskundigen – de productontwikkelaars van Bell, Eisberg, Hilcona en Hügli slaan diverse wegen in, om de nieuwste trends op te sporen. En ook de wensen van de klanten dienen vaak als aanleiding voor de nieuwe ontwikkelingen. Dit geldt zowel voor het gebied van de eindconsumenten als voor het foodservice segment.

Als het idee is geboren, wordt het meestal eerst nauwkeurig doorgelicht. Is het product vervaardigbaar? Welke grondstoffen zijn daarvoor nodig? Hoe moet het verpakt worden? Tot welke prijsklasse behoort het? Worden alle richtlijnen betreffende de ingrediënten en duurzaamheid in aanmerking genomen? Indien na het beantwoorden van deze en alle andere relevante vragen het groene licht wordt gegeven, gaat de hete fase van de productontwikkeling definitief van start.

Nu wordt in de proefkeuken de theorie in de praktijk omgezet. Voor de ontwikkelaars betekent dit dat ze zolang prutsen, totdat alle parameters van de A van aroma tot en met de Z van zout kloppen. Ondertussen moeten ze de productmonsters natuurlijk telkens weer proeven. Als het om een opdracht van een bepaalde klant

### Samuel Bell: Klassieker met een nieuw recept

De productontwikkelaars waren ook met het 150-jarig jubileum van Bell bezig. Ter gelegenheid van het jubileum hebben ze een productlijn ontworpen, die de ambachtelijke traditie van het merk naar de huidige tijd overbrengt. Voor de productfamilie “Samuel Bell 1869” kozen ze 16 klassiekers zoals de knakworst Bell Würstli, de ham Burehamme of de kalfsworst uit Lyon uit, en pasten hun recepten zo aan, dat van toevoegings- en conserveermiddelen zoveel mogelijk afstand kon worden gedaan.

“De uitdaging bestond hierbij voor ons erin, om de smaak en de kwaliteit van het originele product ongewijzigd te bewaren”, zegt Jan Schemmer. “Om al van tevoren bredere feedback van de klanten te krijgen, hebben we bij deze productlijn ook consumententests uitgevoerd.”

Daarnaast moeten de producten ook in hun uiterlijk het traditionele ambacht uitstralen, dat erin schuilt. Om deze eis met de industriële productie te combineren, was eveneens een uitdaging voor de verantwoordelijken.

Zoals gewoonlijk ging ook de vervaardiging van een geschikt verpakkingsontwerp met de ontwikkeling van de productlijn gepaard. De beige verpakking met het portret van de oprichtende vader verwijst evenals de inhoud naar de lange traditie van de specialiteiten.

Voor de introductie maakten de marketingdeskundigen van Bell in dit geval ook in sterke mate gebruik van de promotionele methoden, inclusief een eigen tv-reclamespotje, dat het verleden met het heden smaakvol verbindt.

## Stein's Best van Hügli: Met een nieuw merk weg uit de keuken

Het feit dat de productontwikkelaars zich ook intensief met het onderwerp merk en verpakking bezighouden, laat Hügli met het concept onder de naam Stein's Best zien. Om de gasten bij de aanhoudende BBQ-trend te ondersteunen, hebben ze de probate sauzen en kruidenmengsels van een modern merkimage voorzien.

Hier toe behoorde ook, dat mayonaise, ketchup, steak- of cocktailsauzen, die eerder al in grotere verpakkingen beschikbaar waren, een nieuw uiterlijk kregen. De transparante knijpflessen zijn niet alleen voor het gebruik in de keuken van het restaurant geschikt, maar ze zien er ook goed uit op de tafels van de gasten.

Tegelijkertijd pasten de ontwikkelaars ook de recepten voor het nieuwe gebruik aan. Ze zorgden er onder meer voor, dat de sauzen ook zonder koeling ten minste zes maanden houdbaar zijn. Bovendien bevatten deze geen verplicht te vermelden ingrediënten. Een verlichting voor de gasten, die zich de desbetreffende waarschuwingen op de menukaart kunnen besparen.

**De sauzen zijn zonder koeling ten minste zes maanden houdbaar.**



In de ontwikkelingskeuken in Radolfzell ontstaan de recepten voor de nieuwe Hügli-producten.

**“De ontwikkeling van een complex product kan negen maanden duren.”**

gaat, ontvangt deze ook de eerste monsters om te proeven. Vooral bij de complexe nieuwigheden kan het enige tijd in beslag nemen, voordat het recept verfijnd is en het “prototype” gereed is.

Tegelijk met de vervaardiging van het monster verlopen ook de voorbereidingen voor de geschikte verpakking. “De verpakking is voor ons altijd een deel van het product”, aldus Jan Schemmer, hoofd van productmanagement en ontwikkeling bij Bell in Zwitserland. “Hun ontwikkeling duurt daadwerkelijk vaak zelfs langer dan die van hun inhoud.” Dit komt onder meer doordat niet alleen de verpakking precies op het product wordt afgestemd, maar voor de etikettering ook de lijsten van de ingrediënten, de verklaringen en de datum van minimale houdbaarheid zorgvuldig vastgesteld en gecontroleerd moeten worden.

Zodra het productmonster en de verpakking van alle kanten worden vrijgegeven, vindt de volgende spannende stap plaats: de overdracht

aan de productie. In de meeste gevallen wordt nu de zogenoemde “nulsérie” vervaardigd. Uit deze eerste proefrun blijkt, of de nieuwigheid zich ook bij de industriële productie bewijst.

Dit is vooral bij de producten belangrijk, die zich mogelijk anders gedragen dan in het testlaboratorium. Zo wordt bijvoorbeeld het paneren bij het industriële proces dunner dan bij het paneren met de hand. En ook bij de vloeibare sauzen kan het roeren in de grote machine tot een ander resultaat leiden dan met een kleine mixer.

Daarentegen zijn er echter ook gevallen, waarin de productie meteen op grote schaal kan aanvangen. “Bij de producten in poedervorm is de nulproductie niet in elk geval noodzakelijk, omdat het op laboratoriumschaal ontwikkelde recept meestal goed naar de industriële productie en grotere mengapparatuur

**Bij de recepten werd zoveel mogelijk van de toevoegingsmiddelen afstand gedaan.**

## Manufactuur salades: Ultraversheid van Eisberg

De tot 20:00 uur bestelde producten komen de volgende ochtend om 6:00 uur in de winkel aan. Wat als hekserij klinkt, is bij Eisberg reeds een realiteit. In een proefproject hebben de convenience-deskundigen in de afgelopen maanden een concept voor de maaltijdsalades getest.

De uitdaging voor de productontwikkelaars betekent hierbij het ultraverse vervaardigingsproces. Zoals bij alle Eisberg-producten vindt de verwerking in gekoelde ruimtes plaats. De gebruikte sla wordt in ijswater gewassen, zodat deze lekker knapperig blijft.

Voor de klare variaties is daarnaast veel handwerk onontbeerlijk. De medewerkers snijden bijvoorbeeld de ingrediënten zoals de kippenborst met de hand in mooie stukjes.

Dit alles gebeurt vanaf middernacht, zodat de salades de volgende ochtend stipt om vijf uur klaarstaan, om in de to go-winkels in de regio van Zürich afgeleverd te worden. En 's avonds begint het proces weer opnieuw, want de ultraverse vitaminebommen hebben ook een ultrakorte minimale houdbaarheidsdatum van één dag.



“We leren met elk nieuw product iets bij.”

## De overdracht aan de productie is altijd een spannende stap.

overgebracht kan worden”, vertelt Matthias Geyer, hoofd van de strategische marketing op de afdeling Food Service bij Hügli.

Wanneer alles klopt, kan de serieproductie van de nieuwigheid van start gaan. Afhankelijk van het verkoopkanaal werd er vaak ook al met de marketingmaatregelen en de gesprekken over de positionering van het product begonnen. Bij de producten voor de detailhandel kan de introductie bijvoorbeeld door proeven in de supermarkten begeleid worden. Voor sommige concepten zijn er ook intensievere promotieactiviteiten, bijvoorbeeld op internet of op televisie. Bij de nieuwigheden voor het foodservice-segment is vooral de medewerking van externe verkopers nodig. Om hun klanten de innovatie optimaal te kunnen presenteren, proeven ze ook de producten van tevoren en maken ze, zo nodig, kennis met de voorbereiding.

Hoe lang het hele proces van het idee tot een markt klaar product duurt, loopt sterk uiteen. “Voor de ontwikkeling van een eenvoudige sla in zakjes – altijd inclusief de verpakking – wordt bij ons ongeveer vier, voor die van een eenvoudig product op schalen circa zes maanden benodigd. Met een ingewikkelder product op schalen kunnen we ook wel negen maanden bezig zijn”, vermeldt Roland Zehnder, productmanager en hoofd van productontwikkeling bij Eisberg. “De ontwikkeling van de vegetarische visfilets heeft bij ons zelfs twee jaar gevegd”, legt Julia Sackers, medewerkster van het technologiemanagement bij Hilcona uit. “Dit was echter een bijzonder geval, omdat de randvoorwaarden in de loop van de tijd meerdere malen zijn veranderd.”

Helemaal aan het einde van het proces wordt het voor de productontwikkelaars nogmaals spannend. Want nu pas wordt het duidelijk, hoe de klanten het product accepteren. “Gelukkig komt het niet vaak voor, dat een nieuw concept door de consumenten niet goed wordt ontvangen”, aldus Jan Schemmer. “Want door de zorgvuldige voorbereiding van onze nieuwigheden beperken we het risico op een flop tot een minimum.” • *mr*



Julia Sackers ontwikkelt voor Hilcona vegetarische en veganistische alternatieven voor vis en vleesproducten.

## Drie vragen aan Julia Sackers

### **U ontwikkelt bij Hilcona vegetarische en veganistische alternatieven voor vleesproducten. Welk concept volgt u hierbij?**

Julia Sackers: De producten moeten wat het uiterlijk, de smaak en de consistentie betreft, zo dicht mogelijk bij het origineel zijn. Ook de voedingswaarden zoals het eiwitgehalte komen bijna met die van het origineel van vlees en vis overeen. En wat voor de veganisten belangrijk is: ze bevatten vitamine B12, welke in uitsluitend plantaardige voeding niet voldoende aanwezig is.

### **Sinds wanneer is Hilcona actief in dit trendsegment?**

Toen ik in 2015 bij Hilcona kwam, stond het nog in de kinderschoenen. Sindsdien leren we in ons team met elk product iets bij en we zijn steeds meer op de hoogte van wat wezenlijk is. En ook de grondstoffen, de zogenoemde getextureerde plantaardige eiwitten bijvoorbeeld uit erwten, soja, tarwe of zonnebloemen, worden steeds beter. Desondanks schuilt er in elke nieuwigheid naast de expertise ook veel experimenterend werk, totdat we het perfecte recept hebben gevonden. De uitstekende feedback van de klanten bevestigt, dat onze dagelijkse inzet echt de moeite waard is.

### **Met de hand op het hart: Zijn de door u ontwikkelde producten echt een alternatief voor de voorbeelden die u geeft voor vlees of vis?**

De smaken lijken al heel erg op elkaar. Om dit te bereiken, hebben we bijvoorbeeld de veganistische vissticks telkens weer in vergelijking met de van vis vervaardigde varianten geproefd. Thuis wist ik daarmee al verwarring te zaaien: Toen ik eens monsters meenam, stelde mijn man pas na de vijfde visstick vast, dat het om veganistische vissticks ging. De kwaliteit heeft ook hem overtuigd.



Een nieuw productiebedrijf voor Serranoham in Fuensalida

# BELL WORDT MILJONAIR

*Bell Spanje versterkt zich. In Fuensalida, in de buurt van Madrid werd er een nieuw, geavanceerd productiebedrijf voor Serranoham opgericht. Met de nieuwe fabriek kan in Spanje voortaan elk jaar ongeveer een miljoen Serranoham worden vervaardigd.*

Fuensalida is een klein provincie-stadje voor de poorten van Madrid. Er is een rond het middaguur niet druk bevolkte winkelstraat, anders zijn de industriële en commerciële gebouwen kenmerkend voor de gemeente. Daartoe behoort sinds kort ook de nieuwe fabriek voor Serranoham van Bell Spanje.

Bij aankomst is de hal al van verre te zien en heeft indrukwekkende afmetingen aangenomen. Op 26.000 vierkante meter biedt het nieuwe gebouw met 64 droogkamers ruimte voor de vervaardiging van ongeveer een miljoen Serranohammen per jaar. Er werd circa 45 miljoen euro in het nieuwe gebouw geïnvesteerd. Hierdoor is het project van Bell Spanje een van de grootste investeringsprojecten op de Spaanse charcuterie-markt in de afgelopen jaren.

Naast de productie wordt ook de hoofdzetel van Bell Spanje van het nabijgelegen Casarrubios del Monte naar Fuensalida verplaatst. De ingebruikname vond in juni 2019 plaats. De leden van het management, de kantoormedewerkers en de eerste productiemedewerkers zijn al naar Fuensalida verhuisd. Op dit moment worden de productiefaciliteiten getest en stapsgewijs in gebruik genomen. Tegen het einde van het jaar

moet de volledige productiecapaciteit bereikt worden. Dan zullen in Fuensalida ongeveer 100 werknemers werkzaam zijn. Eind september wordt het nieuwe bedrijf met een plechtig openingsfeest officieel ingewijd.

De reden voor het nieuwe gebouw is echt verheugend. De nieuwe fabriek werd benodigd omdat de populariteit van de Spaanse charcuteriespecialiteiten in de afgelopen jaren in heel Europa aanzienlijk is gestegen. De productiecapaciteit van de oude fabriek in Casarrubios del Monte kon met de stijgende vraag al lang geen gelijke tred meer houden. "Wegens de lange rijpingsduur van Serranoham was er vooral een gebrek aan voldoende rijpingsruimten, zodat we onze ham steeds vaker bij derden moesten opslaan", legt Rodrigo Fernandez, marketing manager bij Bell Spanje, uit.

Met de nieuwe fabriek in Fuensalida werd deze situatie verholpen en de basis voor de verdere groei van Bell Spanje gelegd. De moderne productiefaciliteiten bieden voldoende ruimte en zijn volledig op het zouten, uitbenen en drogen van Serranoham afgestemd. Casarrubios del Monte dat op ongeveer een half uur rijden ligt, wordt tot een logistiek centrum met verdere capaciteit voor het drogen omgevormd. Het derde productiebedrijf van Bell Spanje bevindt zich in Azuaga, in het hart van de regio Extremadura, het fokgebied van de beroemde Ibérico varkens. Hier wordt de nadruk zoals voorheen op de vervaardiging van de uitstekende Ibérico ham en de Spaanse "Embutidos" worsten zoals Salchichón, Lomo of Chorizo gelegd. • fv

64 droogkamers  
bieden ruimte voor  
ongeveer een miljoen  
Serranohammen.



De reclameaffiches van Bell zorgden tijdens de afgelopen eeuw in het gehele land voor aandacht

# AFFICHES VAN DE “BAZELSE SCHOOL”

De beste grafische kunstenaars van Zwitserland ontwierpen voor Bell in de 20ste eeuw tijdloze reclameaffiches. Vooral de werken van de zogenoemde “Bazelse School” rond Donald Brun en Herbert Leupin presenteerden zich als veelgeprezen kunstwerken.

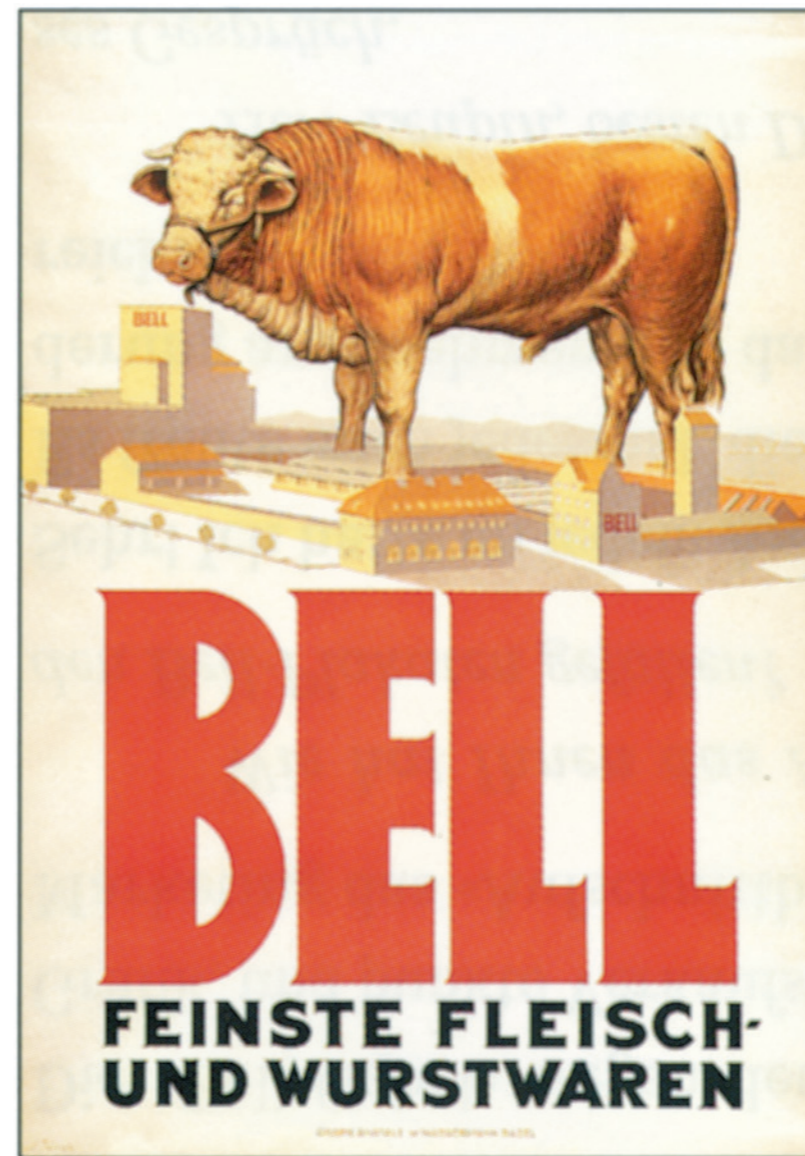
“Het beste van het goede.” Deze simpele, maar aansprekende leus kwam in 1923 ook op de eerste artistieke reclameaffiche van de toenmalige Bell AG terecht. Het bedrijf behoorde destijds allang tot de grootste vleesproducenten in Europa, het sinds 1908 opgerichte fabrieksgebied aan de Elsässerstrasse groeide voortdurend – en aan de reclame werd er steeds meer aandacht besteed. De Ba-

zelse kunstschilder, Niklaus Stöcklin is het gelukt, om het gewenste grote succes te behalen – er werd van het motief met de beenham meer dan drie decennia in de reclame gebruik gemaakt. In 1952 was het Stöcklin zelf, die zijn affiche een modern tintje verleende en deze nogmaals uitgaf.

Stöcklin was de eerste, maar al snel niet de enige reclamegraficus en affichekunstenaar, die voor Bell werkte. Een jaar na de première plaatste August Haas een koe grafisch afgebeeld op het bedrijfsterrain van Bell. Het motief sierde toen ook de eerste imagebrochure van Bell, die in 1928 werd uitgegeven. Binnenin werden de destijds 132 beschikbare Bell-producten genummerd en in kleur weergegeven.

In 1939 diende de bekende kunstenaar en graficus, Herbert Leupin, die in 1916 te Beinwil werd geboren, in de “Ecole Paul Colin” in Parijs werd opgeleid en later te Bazel woonachtig was, zijn eerste werk voor Bell in. Dit was de bekende vleesplank, die kort voor de Tweede Wereldoorlog ontstond en aan het einde van deze moeilijke periode nogmaals een bijzondere rol speelde. Drie jaar na het einde van de oorlog, in 1948 werd de langdurige vleesrantsoenering in Zwitserland opgeheven. Bij de Bell AG werd deze dag zo gevierd, dat aan alle medewerkers een worst uit Lyon werd geschonken. En het werk van Herbert Leupin hing korte tijd daarna opnieuw op de afficheborden van de stad. De propagandadirecteur van Bell, Peter Miescher had snel gehandeld – alles moest weer hetzelfde zijn als voor de oorlog. De vleesplank beleefde in het kader van de expositie “Happy Birthday Dear Leupin” ter gelegenheid van de 100ste verjaardag van de in 1999 overleden kunstenaar drie jaar geleden in de affichedecollectie van Bazel een renaissance in “echt”. Bij het aperitief op de vernissage was de grafische vleesplank met het juiste beleg erop als een culinair aanbod aanwezig.

De eerste artistieke reclameaffiche van de toenmalige Bell AG, die door Niklaus Stöcklin in 1923 werd ontworpen.



Koe staat op het fabrieksgebied, August Haas, 1924

Talrijke affiches van Bell worden momenteel in de affichedecollectie van Bazel bewaard.

Leupin vervaardigde in zijn latere, absoluut succesvolle jaren nog drie affiches voor Bell. Hij was al lang de bekendste vertegenwoordiger van de toenmalige “Bazelse School” geworden, waarin ook Donald Brun een belangrijke rol speelde. Leupin werkte in 1937 dikwijls in het atelier van Brun, die bij Ernst Keizer in de leer als reclametekenaar was gegaan en zichzelf daarna onafhankelijk maakte.

In 1939, in hetzelfde jaar als zijn première voor Bell, ontwierp Leupin ook de affiche voor het Zwitserse federale schuttersfeest in Luzern en een jaar later de veelgeprezen affiche voor de Muba. Zeer spoedig werd hij een veelgevraagd kunstenaar in heel Zwitserland en in het buitenland eveneens. Beroemd zijn ook zijn tal-



## Affichewedstrijd 150 jaar Bell

Ter gelegenheid van het 150-jarig jubileum organiseert Bell samen met de befaamde Hogeschool voor Design en Kunst (HGK) in Bazel een affichewedstrijd. In het kader daarvan wordt door de studenten van HGK een historische Bell-affiche van eigen keuze geherinterpreteerd en naar de moderne tijd vertaald. Vanaf 14 tot en met 19 november 2019 kan men de affiches op een tentoonstelling in de HGK op Freilager-Platz 1 in Bazel bekijken. Op 14 november 2019 wordt de tentoonstelling om 17.00 uur met een vernissage geopend, waarbij ook de affiche van de winnaar wordt bekendgemaakt. De toegang is kosteloos, en alle medewerkers zijn van harte welkom.

rijke affiches voor het bedrijf Mineralquelle Eptingen in Sissach. Hij wordt tevens als de ontwerper van de basis voor de latere paarse koe van Milka beschouwd. In 1970 creëerde hij het logo voor de eerste “Art Basel” kunstbeurs. De circusaffiche, waarin een clown van het Zwitserse Nationale Circus Knie de vier letters symbolisch op zijn linkerarm balanceert, behoort tot de evergreens in het werk van Herbert Leupin.

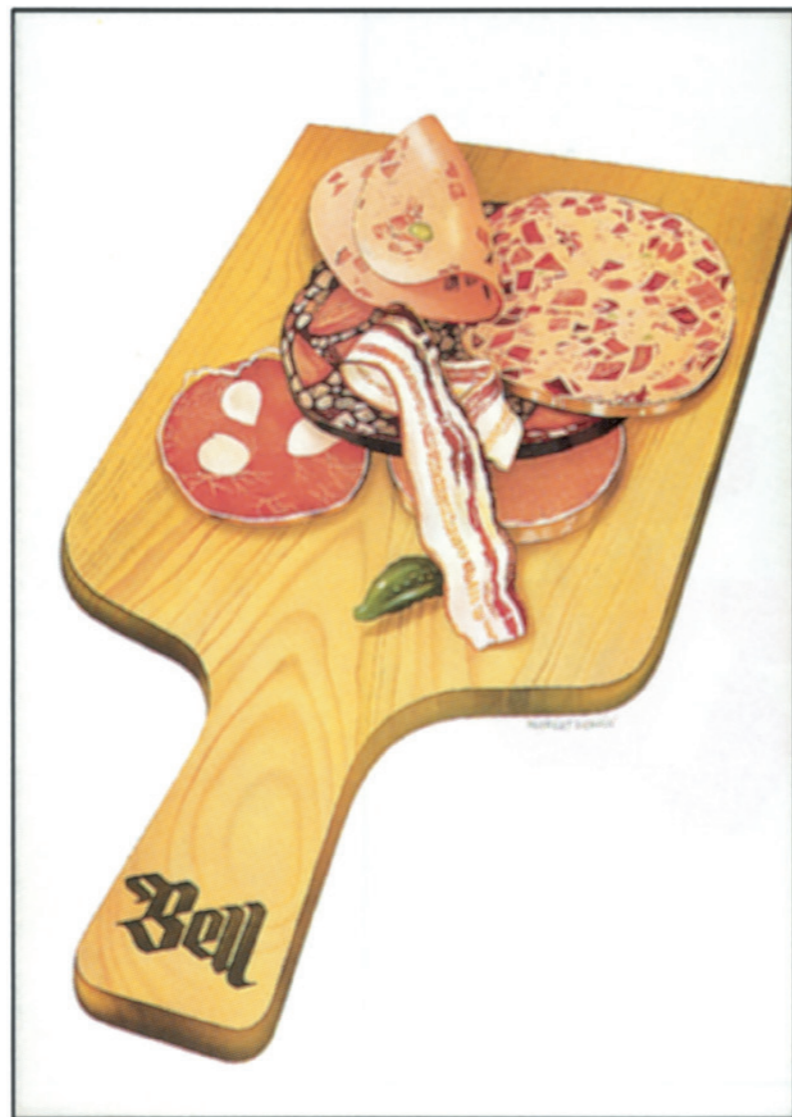
Leden van de “Bazelse School” waren ook Hermann Eidenbenz en Celestino Piatti, twee andere kunstenaars, die voor Bell hebben gewerkt. De grafische kunstenaars, die uit de toenmalige kunstschool waren voortgekomen, werden in de jaren '30 en '40 in heel Zwitserland als toonaangevend beschouwd.

Ter gelegenheid van het 125-jarig jubileum gaf de Bell AG een blad met de eigen kunstzinnige affichedecollectie uit. Op 42 affiches vanaf 1923 tot en met 1994 is de ontwikkeling van het bedrijf in de afgelopen circa 70 jaar afgebeeld. In een interview liet de graficus Herbert Leupin zich over het belang van de reclameaffiches in de loop van de tijd uit. In het jubileumjaar wordt in het teken van de lange affichetraditie ook een nationale affichewedstrijd georganiseerd. De 125 mooiste affiches waren gedurende de zomer op een reizende tentoonstelling door twaalf Zwitserse steden te zien.

Talrijke affiches van Bell worden momenteel in de affichedecollectie van Bazel bewaard, die over een voorraad van meer dan 90.000 Zwitserse affiches beschikt.



In 1952 werd het affichemotief door Stöcklin gemoderniseerd en van het Bell-opschrift van Paul O. Althaus vergezeld.



In 1939 verrichtte Leupin zijn eerste werk in opdracht van Bell AG: de legendarische vleeschotel.

**“De diagonaal is een door Niklaus Stöcklin graag gebruikt stilistisch middel.”**

**1939, Herbert Leupin**

Herbert Leupin liet zich door veel grafische kunstenaars inspireren, tot wie Niklaus Stöcklin, Hermann Eidenbenz en Donald Brun behoorden, die allemaal ook affichekunstenaars voor Bell waren. In 1939 verrichtte Leupin zijn eerste werk in opdracht van Bell AG: een houten vleesplank met spek, bloedworst, fijne vleeswaren en een zure augurk. Dit wordt tot op de dag van vandaag als een klassieker onder de Bell-affiches beschouwd. “De diagonaal is een stilistisch middel, waarvan Niklaus Stöcklin graag gebruik maakte. Ook bij Leupin wordt het hier heel aantrekkelijk,

zelfs als de grafiek driedimensionaal niet helemaal past en fouten bevat, klopt het toch voor het oog”, aldus Patricia Jordanov. Ook deze affiche behoort tot het voor de Bazelse School typische “magische realisme”.

**1949, Paul O. Althaus**

In eerste instantie is Paul O. Althaus als de ontwerper van het in 1938 ontstane Bell-opschrift met de oude schrijfwijze bekend, dat 65 jaar bewaard is gebleven en tot in het jaar 2003 enkel in geringe mate werd gewijzigd. Althaus, een reclame-icoon van zijn tijd, was echter ook als affichekunstenaar voor Bell werkzaam. In 1949 bracht hij het beroemde “Bell-knakworstje” op papier. De geel-gouden achtergrond, de dampende knakworstjes en de wijd geopende ogen vertonen opvallende overeenkomsten met een Ovomaltine-affiche van Viktor Rutz uit het jaar 1937. “De enigszins overdreven verheerlijking van het product was zijn merkteken”, vertelt Patricia Jordanov, die de gezichtsuitdrukking van de mannelijke familieleden “niet ontspannen, maar eerder een beetje griezelig” vindt. En ze benadrukt dat deze de enige affiche uit de geschiedenis van Bell tot 1950 is, waarop mensen zijn afgebeeld.

**“De enigszins overdreven verheerlijking van het product was zijn merkteken.”**



Een kunstwerk van Donald Brun ter gelegenheid van het 100-jarig jubileum van Bell in 1969.

**1969, Donald Brun**

Donald Brun is het gelukt om met zijn motief ter gelegenheid van het 100-jarig jubileum van Bell in 1969 een kunstwerk te scheppen. Dat jaar stond onder het motto “Bell epoque” – en Brun toonde veelkleurig een historisch beeld van het winkelen door een mondaine dame uit de beginperiode van het bedrijf in de 19de eeuw en een hond, die zijn tong naar de worsten uitsteekt, die uit het winkelmandje hangen. “De stijl van de affiche herinnert aan de Fransman Jules Chéret, die vanaf 1890 als de eerste kunstenaar begon, vrouwenmotieven in de reclame te gebruiken”, legt Patricia Jordanov uit. Typisch voor Chéret zijn ook de gebruikte afgeronde letters, die in de slogan “Bell epoque” zijn weerspiegeld. Het duidelijke verloop van de kleuren op de affiche uit 1969, in het bijzonder in het kleurrijke, bloemige hoofdsieraad is een kenmerk voor die tijd. • Daniel Schaub, geschiedkundige uit Bazel heeft de geschiedenis van Bell voor het 150-jarig jubileum onderzocht.

# Jubileums

LOOK! feliciteert de jubilarissen van september tot en met november 2019

Bell Zwitserland

## 20 Dienstjaren

**Vilvarajah Kandiah**, 1 september, Bell, Cheseaux-sur-Lausanne  
**Joachim Messner**, 1 september, Bell, Oensingen  
**William Ritt**, 1 september, Bell, Basel  
**Sylvain Tiili**, 1 september, Bell, Basel  
**Cristiano Zapatero**, 1 september, Bell, Gossau  
**Fahri Kuqi**, 6 september, Bell, Zell  
**Sébastien Block**, 13 september, Bell, Basel  
**Bubacarr Jaiteh**, 13 september, Bell, Basel  
**Kikeba Mpebele**, 13 september, Bell, Basel  
**Dritim Sadiku**, 27 september, Bell, Basel  
**Arsim Asani**, 1 oktober, Bell, Basel  
**Ceryani Can**, 1 oktober, Bell, Basel  
**Giuseppe De Marco**, 1 oktober, Bell, Cheseaux-sur-Lausanne  
**Gerald Kueny**, 1 oktober, Bell, Basel  
**Jessica Rapp-Hermann**, 1 oktober, Bell, Basel  
**Sivasutha Tharmalingam**, 1 oktober, Bell, Basel  
**Rajiny Thiyagarajah**, 1 oktober, Bell, Basel  
**Philippe Collonge**, 4 oktober, Bell, Cher-Mignon  
**Christine Messmer**, 4 oktober, Bell, Oensingen  
**Alain Le Faou**, 11 oktober, Bell, Basel  
**Ursula Bachmann**, 1 november, Geiser, Schlieren  
**Philippe Furst**, 1 november, Bell, Basel  
**Elvira Meyer**, 1 november, Bell, Oensingen  
**Jean-Pierre Mouglin**, 1 november, Bell, Basel  
**Ilyas Oezcan**, 1 november, Bell, Basel  
**Harald Baumann**, 15 november, Bell, Oensingen  
**Pilar Pérez**, 16 november, Geiser, Schlieren  
**Dragoslav Ivanović**, 22 november, Bell, Cheseaux-sur-Lausanne

## 25 Dienstjaren

**Giai Tat**, 19 september, Bell, Basel  
**Christian Haenggi**, 1 oktober, Bell, Cher-Mignon  
**Aferdita Mehmeti-Avdiu**, 1 oktober, Bell, Oensingen  
**Sandra Ndione**, 3 oktober, Bell, Basel  
**Borce Stojanoski**, 3 oktober, Bell, Basel

## 30 Dienstjaren

**Claudia Fiorillo**, 1 september, Bell, Basel  
**Joaquín Flores**, 1 september, Bell, Cheseaux-sur-Lausanne  
**Laurent Bachmeyer**, 11 september, Bell, Basel  
**Andreas Hurni**, 16 oktober, Bell, Oensingen  
**Thomas Müller**, 30 oktober, Bell, Zell  
**Gabriel Ifrid**, 1 november, Bell, Basel  
**Mario Ramseier**, 2 november, Bell, Oensingen  
**Bertrand Kaiser**, 13 november, Bell, Basel

## 35 Dienstjaren

**Jean-Luc Rasser**, 1 oktober, Bell, Basel  
**Nadine Groell**, 8 oktober, Bell, Basel  
**Rosario Donato Gagliarde**, 15 oktober, Bell, Cher-Mignon

## 40 Dienstjaren

**Catherine Becoye**, 10 september, Bell, Basel  
**Monika Wyss**, 1 oktober, Bell, Basel

## Pensionering

**Beatrice Contarato**, 30 november, Bell, Basel

## Voortijdige pensionering

**Yoganathan Kanapathipillai**, 31 augustus, Bell, Zell (*aanvulling*)  
**Marc Pelletier**, 30 september, Bell, Basel  
**Pierrot Pennestri**, 30 september, Bell, Basel  
**Marcello Tocci**, 31 oktober, Bell, Basel  
**Antonio Leite**, 30 november, Bell, Cher-Mignon

## Sterfgeval

**Frank Honold**, 26 mei, Bell, Basel (*aanvulling*)

Bell International

## 20 Dienstjaren

**Stefan Höter**, 1 september, Bell Duitsland, Seevetal  
**Lilija Mass**, 6 september, Bell Duitsland, Harkerbrügge  
**Elvira Rissling**, 6 september, Bell Duitsland, Harkerbrügge  
**Claudia Hartwich**, 13 september, Bell Duitsland, Seevetal  
**Larissa Eirich**, 1 oktober, Bell Duitsland, Harkerbrügge  
**Tatjana Fedotov**, 1 oktober, Bell Duitsland, Harkerbrügge  
**Wilfried Kramer**, 1 oktober, Bell Duitsland, Edewecht  
**Annick Robert**, 2 november, Bell Frankrijk, Val de Lyon  
**Isabelle Desayes**, 15 november, Bell Frankrijk, Saint-André-sur-Vieux-Jonc  
**Marlies Sahr**, 16 november, Bell Duitsland, Seevetal

## 25 Dienstjaren

**Alicja Romanek**, 31 juli, Bell Polen, Niepolomice (*aanvulling*)  
**Silvia Bronn**, 29 augustus, Bell Duitsland, Harkerbrügge (*aanvulling*)  
**Emma Benz**, 31 augustus, Bell Duitsland, Harkerbrügge (*aanvulling*)  
**Elke Kahrels**, 19 september, Bell Duitsland, Harkerbrügge  
**Andreas Röben**, 10 oktober, Bell Duitsland, Edewecht  
**Gabriele Rassbach**, 17 oktober, Bell Duitsland, Suhl  
**Gennadi Konnow**, 2 november, Bell Duitsland, Edewecht  
**Albert Benz**, 7 november, Bell Duitsland, Harkerbrügge

## 30 Dienstjaren

**Gerold Schulte**, 6 juli, Bell Duitsland, Harkerbrügge (*aanvulling*)  
**Henry Bauroth**, 1 september, Bell Duitsland, Suhl  
**Michael Bienek**, 1 september, Bell Duitsland, Suhl  
**Olivera Andrejic**, 16 oktober, Hubers Landhendl, Pfaffstätt  
**Hans-Dieter Wester**, 6 november, Bell Duitsland, Börger  
**Brigitte Konermann**, 27 november, Bell Duitsland, Börger

## 35 Dienstjaren

**Ralf Körte**, 16 juli, Bell Duitsland, Edewecht (*aanvulling*)  
**Mike Günther**, 1 september, Bell Duitsland, Suhl  
**Egbert Groeneweg**, 20 september, Bell Duitsland, Harkerbrügge

## 40 Dienstjaren

**Ramona Droese**, 1 september, Bell Duitsland, Suhl  
**Dominique Bernard**, 17 september, Bell Frankrijk, Saint-André-sur-Vieux-Jonc

## Pensioneringen

**Georg Hattinger**, 31 augustus, Frisch Express, Pfaffstätt (*aanvulling*)  
**Brigitte Rezongle Laty**, 31 oktober, Bell Frankrijk, Salaison Polette  
**Rosemarie Seywald**, 30 november, Hubers Landhendl, Pfaffstätt

Convenience

## 20 Dienstjaren

**Szabó Gáborné**, 15 maart, Eisberg Hongarije, Gyál (*aanvulling*)  
**Paulo Dos Amjos Goncalves**, 1 september, Hilcona, Schaan  
**Ronald Gisinger**, 1 september, Hilcona, Schaan  
**Stefan Heim**, 1 september, Hilcona, Schaan  
**Gjergj Noshi**, 1 september, Eisberg, Dänikon  
**Nazmi Basöz**, 20 september, Hügli, Radolfzell  
**Ali-Haydar Turan**, 27 september, Hügli, Radolfzell  
**Abraham Ess**, 1 oktober, Hilcona, Schaan  
**Adelina Fenoy**, 1 oktober, Hilcona Taste Factory, Landquart  
**Andreas Krenn**, 1 oktober, Hilcona, Schaan  
**Angelika Koch**, 1 oktober, Hilcona, Schaan  
**Juan Alonso Mouzo**, 1 oktober, Hilcona, Schaan  
**Oemer Suicmez**, 1 oktober, Hilcona, Schaan  
**Sonja Zueger**, 4 oktober, Hilcona, Schaan  
**Maria Allenspach**, 1 november, Hügli, Steinach  
**Susanne Bochsler**, 1 november, Eisberg, Dällikon  
**Bernd Gaechter**, 1 november, Hilcona, Schaan  
**Albert Gotzmann**, 1 november, Hügli, Radolfzell  
**Ulrike Studer**, 1 november, Hilcona, Schaan  
**Ali Tedik**, 1 november, Hilcona, Schaan  
**Markus Tusch**, 1 november, Hilcona, Schaan  
**Wolfgang Mayer**, 15 november, Hügli, Radolfzell

## 25 Dienstjaren

**Endrik Dallmann**, 1 september, Hügli, Radolfzell  
**Claudia Rotter**, 1 september, Hügli, Radolfzell  
**Brigitte Ruh**, 1 september, Hügli, Radolfzell  
**Maria Torre-Kleer**, 6 september, Hügli, Radolfzell  
**Manuel Francisco Calvo Lago**, 1 oktober, Hilcona, Schaan  
**Marilia Teixeira Carvalho**, 1 oktober, Hilcona, Schaan  
**Gabriele Sander**, 10 oktober, Hügli, Radolfzell  
**Maria Marques Mendes**, 1 november, Hilcona, Schaan  
**Heinz Walther**, 1 november, Hügli, Radolfzell  
**Norbert Hajesch**, 8 november, Hügli, Radolfzell

## 30 Dienstjaren

**Fiore Franca**, 14 september, Hügli, Radolfzell  
**Beat Bayer**, 1 oktober, Hügli, Steinach  
**Brigitta Benz**, 1 oktober, Hügli, Steinach  
**Michael Ogriseck**, 2 oktober, Hügli, Radolfzell  
**Monika Hiller**, 23 oktober, Hügli, Radolfzell

## 35 Dienstjaren

**Benno Eggenschwiler**, 1 oktober, Eisberg, Dällikon  
**Eva Mayer**, 5 november, Hügli, Radolfzell  
**Margreth Huber**, 15 november, Hilcona, Schaan

## Pensioneringen

**Ivanka Samardzic**, 30 juni, Hügli, Radolfzell (*aanvulling*)  
**Stefka Marija Breuss**, 30 september, Hilcona, Schaan  
**Maria Mumbi Gossen-Kameri**, 30 september, Eisberg, Dällikon  
**Martha Kiener**, 31 oktober, Eisberg, Dällikon  
**Riccardo Alexandre Biaggi**, 30 november, Eisberg, Dällikon

## Voortijdige pensionering

**Helen Heeb**, 31 oktober, Hilcona, Schaan

## Sterfgeval

**Szellár Tamás**, 17 maart, Eisberg Hongarije, Gyál (*aanvulling*)  
**Karl Michalka**, 11 mei, Inter-Planing, Langenhaslach (*aanvulling*)

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



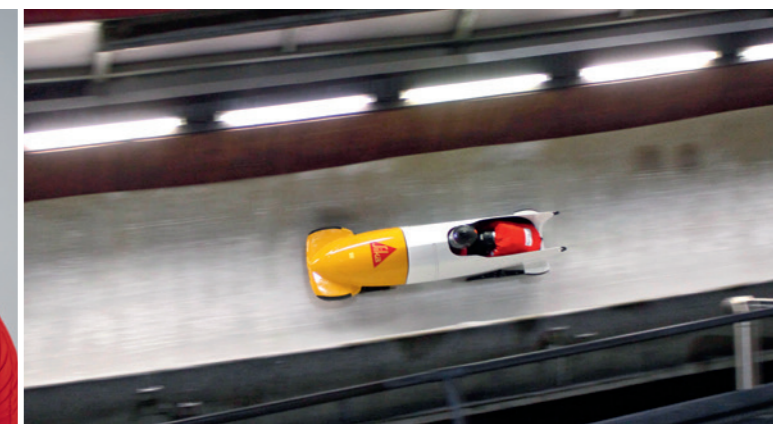
Voor de topsporter Simon Friedli is zijn baan eerder zijn hobby

## IN DE ZOMER RUILT HIJ DE BOB VOOR DE POLLEPEL

*Als Simon Friedli in oktober zijn koksjas ophangt, weten de collega's bij Bell in Oensingen, dat ze de 28-jarige in de komende maanden niet meer in de keuken, maar slechts op de televisie zullen zien. Want dan raast de professionele bobsleeër opnieuw door de ijskanalen van de wereld. Aangezien het team van het personeelsrestaurant goed is georganiseerd, betekent zijn maandenlange afwezigheid geen probleem. Voor de ongecompliceerde omgang met de olympiër heeft Bell zelfs het label "Topsportvriendelijke Werkgever" ontvangen.*

### Over de persoon

**Naam:** Simon Friedli  
**Werkzaamheid bij Bell:** Kok  
**Bij Bell sinds:** 2018  
**Leeftijd:** 28



Het feit dat Simon Friedli vandaag tot de beste bobsleeërs van Zwitserland behoort, is aan een toeval toe te schrijven. Als jongere trainde hij succesvol in een atletiekclub. Op een dag kwam de bobsleeër Rico Peter langs. Hij was op zoek naar nieuwe duwers voor zijn team – en vond Simon Friedli. "Alles klopte voor me vanaf het begin: de prestatietest was net zo leuk als het eerste trainingskamp", aldus de reusachtige man uit Derendingen.

En zo werd hij in 2011 een vaste duwer in het team van Rico Peter en heeft met hem een groot aantal successen gevierd. Onder meer belandden ze met hun viersmansbob op de wereldkampioenschap van 2016 in Igls op de derde en op de Olympische Spelen van 2018 in Pyeongchang op de vierde plaats.

Vanaf oktober tot april is Simon Friedli met trainingen en wedstrijden volop bezig. Tot onlangs moest hij er in deze periode ook nog voor zorgen, om een baan voor de zomermaanden te vinden. Vandaag kan hij zich dankzij Bell volledig op het bobsleeën concentreren. Want sedert afgelopen augustus behoort de opgeleide kok tot het team van het personeelsrestaurant in Oensingen.

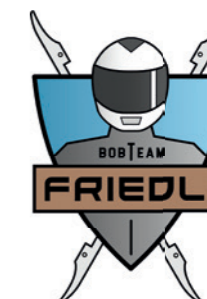
Ook al lijkt het er een beetje op, dat zijn baan als kok voor Simon Friedli eerder een hobby is, vindt hij het werk bij Bell erg belangrijk. "Het is geweldig dat het is gelukt", beweert de sporter. "De baan betekent voor

me aan de ene kant financiële zekerheid. Aan de andere kant kan ik op het werk echt goed ontspannen en denk niet voortdurend aan mijn sport."

Toch laat hij bobsleeën ook tijdens het warme seizoen niet helemaal los. Na het werk heeft hij elke dag nog twee tot drie uur kracht- en duurtraining op zijn programma staan. Sinds afgelopen winter zijn er bovendien organisatorische taken bijgekomen. Toen stapte hij naar de bestuurderspositie over en hij leidt nu zijn eigen tweemansbobteam. "Het lijkt er een beetje op, alsof ik een klein bedrijf zou leiden", legt de 28-jarige uit. "Ik moet bijvoorbeeld sponsors zoeken of jonge talenten tot het bobsleeën overhalen."

Voor zijn loopbaan als bestuurder heeft Simon Friedli natuurlijk ook grote doelen gesteld: Samen met de duwer Gregory Jones gaat het er nu om, verder topprestaties te blijven leveren en op het internationale toneel bijkomende ervaring op te doen. Over twee en een half jaar vinden immers al de volgende Olympische Winterspelen plaats en enkel de beste twee teams van Zwitserland mogen naar Beijing toe. "Al mijn eerste deelname aan de Olympische Spelen was een absoluut hoogtepunt, dat ik nooit meer zal vergeten. Dat wil ik graag in 2022 nogmaals meemaken", vertelt Simon Friedli.

Binnenkort neemt hij dus afscheid van het hete fornuis en werpt zich in het ijskanaal. De taakverdeling gedurende zijn afwezigheid kan dankzij de vastgelegde tijden ruim van tevoren goed gepland worden. Zijn collega's in Oensingen duimen intussen voor hem voor de televisies en hopen op veel succesverhalen na zijn terugkeer in de lente. • mr



**Onlangs stapte hij naar de bestuurderspositie over en hij leidt nu zijn eigen team.**

### Topsportvriendelijke Werkgever

Om topsporters zoals Simon Friedli een eerlijke kans op de Zwitserse arbeidsmarkt te geven, hebben de organisatie van Swiss Olympic en de personeelsdienstverlener The Adecco Group Switzerland het label "Topsportvriendelijke Werkgever" ontwikkeld. De ondernemingen die het label dragen, stellen de sporters in staat om werkervaring op te doen en op deze wijze een tweede pijler op te bouwen. De werkgevers worden in ruil voor de aangeboden flexibiliteit, bijvoorbeeld in de werktijden, met gemotiveerde, vastberaden en volhardende werknemers beloond.



Een blik achter de schermen van de bedrijfsreiniging bij de Bell Food Group

# ***Pas schoongemaakt – zuiver geproduceerd***

*De hygiënisch onberispelijke voorwaarden in de productieruimten zorgen ervoor, dat we van uitstekende en veilige producten kunnen genieten. Of het nu gaat om sla, pasta, vlees of specerijen, overal wordt er schoongemaakt – afhankelijk van het bedrijf zijn er echter enkele verschillen herkenbaar.*



Voor de vervaardiging van kwalitatief hoogwaardige en veilige producten is een grondige reiniging en desinfectie van de productiefaciliteiten en -ruimten onontbeerlijk.

## **De juiste reiniging zorgt voor de hygiënisch onberispelijke voorwaarden.**

Ook wanneer het om sla, pasta, vlees of specerijen gaat, vermindert de juiste reiniging het risico op microbiologische besmetting en zogenoemde kruisverontreiniging, bijvoorbeeld door allergenen. Bij het gebruik van verse grondstoffen, zoals vruchten of groenten moeten echter ook de vreemde materialen, zoals zand of aarde uit de ruimten verwijderd worden.

In de reinigingsschema's wordt bepaald, wanneer welke reiniging plaatsvindt en welke installatie hoe en met welke middelen gereinigd moet worden. Met name

bij de natte reinigingsprocessen staat het gecombineerde effect van reinigingsmiddel, contacttijd, watertemperatuur en reinigingstechnologie in het middelpunt. Afhankelijk van de complexiteit van de installaties kan de reiniging tussen een en zes uur duren. Hiervoor is veel kennis vereist, vooral omdat bepaalde installaties voor de juiste reiniging gedemonteerd moeten worden.

Afhankelijk van het bedrijf zijn er bij de reiniging echter enkele verschillen. Bij Bell worden de grote installaties vooral na het einde van de productie, 's nachts gereinigd, wat met talrijke tussentijdse reinigingen overdag wordt aangevuld – aangezien Bell, net als Hilcona, over geen zelfreinigende installaties beschikt, worden de meeste installaties handmatig gereinigd.

Bij Eisberg daarentegen leidt de dagverse productie ertoe, dat het einde van de productie afhankelijk van het productieproces sterk varieert en de reiniging vlot daaraan aangepast moet worden. Het reinigingsteam werkt daarom erg flexibel.

Bij Hilcona en Hügli zijn er vanwege de frequente recept- en productwisselingen talrijke tussentijdse reinigingen noodzakelijk. Hierdoor wordt gegarandeerd, dat de recepten niet met elkaar worden gemengd. In tegenstelling tot Hilcona worden bij Hügli de reinigingen grotendeels niet met water, maar met de stofzuiger gedaan. • sh

**Een meer uitgebreid artikel is beschikbaar op:**

[www.bellfoodgroup.com/stories/clean](http://www.bellfoodgroup.com/stories/clean)