

LOOK!

Zaměstnanecký časopis skupiny Bell Food

04 2019



—
**Co motivuje
generaci Z**

BELL
FOOD
GROUP



Generace budoucnosti

Milé zaměstnankyně, milí zaměstnanci,

Titulní článek tohoto vydání se zabývá tak zvanou generací Z. Do této generace patří ti, kdo se narodili po roce 1995. Je to tedy generace našich učňů i našich budoucích zákazníků. Je proto zásadní, abychom se s touto generací seznámili, chápali její přání a potřeby, a především, abychom ji zapojili do našich rozhodovacích procesů. Právě tato generace bude totiž v budoucnosti vytvářet obraz společnosti Bell Food Group.

Na podzim strávili všichni učni společnosti Bell Food Group tři společné dny a učili se vzájemné výměně zkušeností jak mezi sebou, tak také s osobami, které za ně nesou odpovědnost. V letošním roce se toto setkání konalo ve vzdělávacím centru pro mladé sportovce ve švýcarském Magglingenu, které slouží k podpoře mladých lidí při jejich cestě za kariérou špičkového sportovce. Magglingen je pro snaživou generaci Z, která své cíle sleduje s nezbytnou angažovaností a radostí, naprosto symbolické místo.

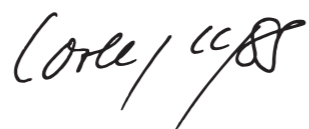
Heslem této akce pro učně bylo: „Postupovat společně a vzájemně se jeden od druhého učit“. V předem zadané projektové práci dostali učni za úkol vytvořit zlepšovací návrhy pro svoji pracovní oblast. V průběhu akce je pak dále rozpracovali a prezentovali před po-

rotou. Bylo zajímavé sledovat, kolik skvělých zlepšovacích návrhů učni předložili. Z tohoto důvodu porota vybrala a ocenila hned dva projektové návrhy, ve kterých se nyní bude dále pokračovat, a následně dojde k jejich realizaci: online síť pro učně a realizaci reklamních spotů pro nábor nových učňů.

„Postupovat společně a vzájemně se jeden od druhého učit“, to jsou dva zásadní předpoklady pro další sbližování v rámci skupiny a pro dosažení dalších úspěchů. Dalším krokem na této cestě je nová strategie v oblasti lidských zdrojů, která byla schválena v roce 2019 a poprvé platí pro všechny podniky společnosti Bell Food Group. V rámci nové strategie v oblasti lidských zdrojů dochází v současnosti k realizaci různých dílčích projektů. Jedná se o přepracování náborového procesu, zavedení jednotného systému řízení talentů a budování podnikového zdravotního managementu BGM. Jsem rád, že můžeme od 1. ledna 2020 přivítat nového vedoucího oddělení řízení lidských zdrojů ve společnosti Bell Food Group pana Bernharda Lengachera, který bude dále pokračovat v realizaci strategie v oblasti lidských zdrojů.

Vážené zaměstnankyně, vážení zaměstnanci, přeji vám krásné vánoční svátky a mnoho štěstí, úspěchů a především zdraví v celém příštím roce. Těším se na to, až spolu společně vstoupíme do napínavého roku 2020 plného nových výzev.

Lorenz Wyss
předseda managementu skupiny




Obsah

Ze společnosti

- 4 Všechny značky pod jednou střechou**
Na veletrzích se nyní společnost Bell Food Group prezentuje ve výstavní hale
- 6 Velký stavební projekt pro budoucnost**
Společnost Hilcona investuje do svého hlavního sídla v Schaanu
- 7 Zahájení provozu drůbežárny budoucnosti**
Slavnostní zahájení stavby drůbežárny „BTS+“

Stručně

- 8 Být transparentní znamená být na dosah**
Společnost Eisberg Rakousko na trhu práce pro žadatele o azyl
- 9 Inovativní zaměstnavatel**
Zlatá medaile pro společnost Hilcona jako „nejlepší v náboru pracovníků“
- 9 Společnost Bell zůstává „Friendly Work Space“ (příjemným pracovištěm)**
Značku obdrželi na další tři roky

Přímo na místě v...

- 10 To dělá směr koření**
V divizi Food Industry má kompetenci pro výrobu kořenících směsí společnost Hügli.

Tradice

- 12 150 let plných inovace**
Dějiny rozšiřování společnosti Bell na časové ose

Titulní stránka

- 14 Co motivuje generaci Z**
Život jako multimediální zážitek

Náš svět požitků

- 17 Zvedá se opona scény s novinkami sezóny**
Lahodné nápady pro chladné roční období
- 20 Čtyři klasiky v nové interpretaci**
Návrhy receptů s výrobky rychlé přípravy od společnosti Bell

Jak se pracuje u Bell Food Group

- 22 Sportu zdar**
Sportovní aktivity v rámci společnosti Bell Food Group
- 25 Zaměřeno na zaměstnance**
Zaměstnanecká aktivita pro Bell Food Group

- 26 Hledání zaměstnanců společnosti Bell pro zítřek**
Nová učňovská kampaň a další aktivity pro mládež

Trvalá udržitelnost a inovace

- 28 Důležitá věc vedlejší produkty**
Zaměřeno na: využití celého zvířete
- 30 Energie potřebuje řízení**
Implementace systému hospodaření s energií e3m ve společnosti Bell Food Group

Výročí

- 32 Výročí**
Časopis LOOK! gratuluje všem, kteří slaví jubileum v období od prosince 2019 do února 2020

Můj koníček

- 34 V divoké vodě se cítí jako doma**
Zvěrolékařka Birgit Harrer tráví téměř všechny svůj volný čas v kajaku

Tak se dělá kvalita

- 36 Spousta nápadů – a jedno překvapení**
Akce pro učně v roce 2019



Na veletrzích se nyní společnost Bell Food Group prezentuje ve výstavní hale

VŠECHNY ZNAČKY POD JEDNOU STŘECHOU

Stejně pestrá, jako je nabídka výrobků ve výstavní hale, je paleta výrobků společnosti Bell Food Group. Proto byl výstavní stánek – oblíbené místo kulinářského setkávání – navržen jako nový koncept výstavní haly společnosti. Nový stánek s mnoha kontaktními místy a ochutnávkami nyní dává prostor společně všem čtyřem strategickým značkám.

Nový stánek poskytuje místo k rozhovoru a možnost seznámit se s výrobky a značkami.

Nový koncept výstavní haly již byl tento podzim představen na dvou velkých veletrzích: V říjnu se společnost Bell Food Group se svou výstavní halou zúčastnila předního setkání potravinářského průmyslu na veletrhu Anuga v Kolíně nad Rýnem. V listopadu následoval veletrh Igeho v Basileji, což je nejdůležitější veletrh pro

At jde o šťávy, nebo polévky, špecle, nebo salámy – návštěvníci veletrhu mohou v nové výstavní hale skupiny Bell Food Group objevovat a ochutnávat pokaždé něco nového. Jedním z hlavních přitažlivých bodů konceptu stánku je výstavní kuchyně, ve které kuchaři ze společností Bell, Eisberg, Hilcona a Hügli koulí rozmanitá jídla téměř výhradně z vlastních surovin.

Dalším poutačem pro zvědavce, nebo lépe řečeno pro „zvědavé ochutnávače“, je stánek se šunkou. Zde Cortador, jak se španělský mistr v krájení šunky nazývá, ukazuje své dovednosti. Samozřejmě s tím, že kolemjdoucím nabízí vzorky čerstvě nařezaných specialit.

Nový koncept zároveň nabízí mnoho příležitostí k vzájemnému rozhovoru. Všude jsou stoly a židle, které návštěvníky zvou k posezení a rozhovoru. V případě schůzek se zákazníky nebo obchodními partnery je možnost odejít do oddělené oblasti pro hosty. Na požádání se zde také podává tříchodové menu sestávající z produktů značek společnosti Bell Food Group.

„Nový stánek má sloužit jak k seznámení s našimi produkty a značkami, tak i jako místo k dialogu,“ říká Davide Elia, korporátní vedoucí marketingu a komunikace společnosti Bell Food Group. „Kromě toho díky rozšířené doprovodné komunikaci na různých online kanálech zpřístupňujeme veletrhy těm, kteří se nemohou zúčastnit.“

Nový koncept výstavní haly již byl tento podzim představen na dvou velkých veletrzích: V říjnu se společnost Bell Food Group se svou výstavní halou zúčastnila předního setkání potravinářského průmyslu na veletrhu Anuga v Kolíně nad Rýnem. V listopadu následoval veletrh Igeho v Basileji, což je nejdůležitější veletrh pro

Hostům se je nabídnuto tříchodové menu z výrobků společnosti Bell Food Group.

oblast potravinářských služeb ve Švýcarsku. Zde výstavní tým také nově použil dokumentační a kategorizační systém Lead Tracking System, který byl navržen pro celou skupinu. V tomto systému se přímo pomocí iPadu zaznamenávají rozhovory se zákazníky, což usnadňuje další zpracování výsledků veletrhu. I v příštím roce bude společnost Bell Food Group se svou výstavní halou zastoupena na několika významných veletržních akcích různých výrobních a cílových skupin (viz kalendář veletrhů). • mr

Nejdůležitější veletrhy 2020

Fruit Logistica
5. až 7. 2. v Berlíně (Eisberg)

Intergastra
15. až 19. 2. ve Stuttgartu (Bell Food Group)

Internorga
13. až 17. 3. v Hamburku (Bell Food Group)

PUR
20. až 21. 4. v Salzburku (Bell Food Group)

SIAL
18. až 22. 10. v Paříži (Bell France)



ANUGA



IGEHO

Na serveru LinkedIn si prohlédnete nový výstavní stánek na veletrhu.

Společnost Hilcona investuje do svého hlavního sídla v Schaanu

Velký stavební projekt pro budoucnost

Hlavní sídlo společnosti Hilcona v Schaanu bude modernizováno a přizpůsobeno budoucímu vývoji trhu. V rámci celkového konceptu se realizují různé investice do modernizace a optimalizace. Pro první fázi od října 2019 bylo na výstavbu nové výrobní budovy uvolněno 15 milionů CHF.

Společnost Hilcona se může ohlížet za velmi úspěšnými roky a stabilním růstem tržeb. Aby bylo možné pokračovat v růstu i v budoucnu, je nezbytné přizpůsobit stávající zařízení současnému stavu techniky. V nadcházejících letech bude sídlo společnosti Hilcona v Schaanu v Lichtenštejnsku v rámci rozsáhlé celkové koncepce dlouhodobého rozvoje modernizováno a optimalizováno. Kromě nahrazení starších budov a zařízení se plánují

investice do moderní infrastruktury a výrobních ploch.

Pro první fázi výstavby byla schválena investice 15 milionů CHF.

Těžiště plánovaných investic leží ve výrobních budovách s logistickým prostorem

a příjmem zboží, vysokoregálových skladech, mrazárnách, budovách expedice a výrobních budovách včetně oblasti zajištění kvality a oblasti konzervace těstovin. Stavební práce jsou naplánovány na několik příštích let při nepřerušném provozu.

V rámci územního plánu byla schválena první fáze – další výrobní budova s investicí 15 milionů švýcarských franků. První fáze výstavby začala v říjnu 2019. Další projekty a související objem investic budou připraveny v sou-

ladu s budoucím vývojem trhu a po dokončení plánovacích prací budou předloženy správním radě skupiny Bell Food Group ke schválení.

Rozšíření provozu je pro společnost Hilcona důležitým krokem k optimalizaci její pozice na trhu. Kromě logistických vylepšení v areálu závodu společnost Hilcona modernizačními pracemi realizuje další kroky ve strategii udržitelnosti. Provoz v Schaanu je již dnes klimaticky neutrální díky využití dálkového vytápění ze spalovny odpadů Buchs a elektřiny z vodní energie. Územní plán počítá s dalšími investicemi do optimalizace využití zdrojů a do rozsáhlého ozelenění střešní plochy. Závod v Schaanu je postaven v souladu s nejnovějšími směrnici o ochraně životního prostředí a s nejnovějšími poznatky v oblasti preventivní bezpečnosti práce, je tedy skutečným vlajkovým projektem. • sh

hilcona

FÜR BESSERES.

Slavnostní zahájení stavby drůbežárny „BTS+“

Zahájení provozu drůbežárny budoucnosti

13. září 2019 se uskutečnilo slavnostní zahájení stavby nové drůbežárny „BTS+“ (Besonders tierfreundliche Stallhaltungssysteme – obzvláště ke zvířatům šetrné systémy ustájení) ve švýcarském Zimmerwaldu. Drůbežárna má být uvedena do provozu v květnu 2020. S novou drůbežárnou přebírá společnost Bell průkopnickou roli v „přizpůsobení“ klasického chovu drůbeže novým drůbežárnám BTS.

Nový projekt drůbežárny „BTS +“ ve švýcarském Zimmerwaldu slibuje kvalitnější životní podmínky zvířat, méně emisí a dodávku tepla bez fosilních paliv. Drůbežárna se staví na objednávku obou farmářů Heinze Nussbauma a Samuela Guggisberga. Společnost Bell významně podporuje plánování a vývoj. Drůbežárna by měla jednou povýšit standard BTS („obzvláště ke zvířatům šetrné systémy ustájení“), program Švýcarské konfederace, na novou úroveň,

Drůbežárna má zvýšit federální standard BTS na novou úroveň.

co se týká udržitelnosti a dobrých životních podmínek chovu zvířat. V květnu 2020 by měla být drůbežárna uvedena do provozu.

13. září 2019 se uskutečnilo slavnostní zahájení projektu. Kromě projektového manažera byli na místě přítomni také Stefan Werren, vedoucí služeb / plánování / technologie živočišné výroby ve společnosti Bell Švýcarsko a oba farmáři Heinz Nussbaum a Samuel Guggisberg, generální ředitel Lorenz Wyss a vedoucí kvality a udržitelnosti ve společnosti Bell Christoph Schatzmann a Adrian Waldvogel, předseda organizace dodavatelů drůbeže Mästerorganisation SEG (MOSEG) společnosti Bell Švýcarsko.

Nová drůbežárna bude postavena podle standardu Minergie a v budoucnu bude fungovat bez obsahu CO₂ tím, že bude sama vyrábět energii pro vlastní provoz. Současně projekt slibuje nižší emise prachu nebo pachů a nabízí lepší životní podmínky zvířat: V budoucnu by měla mít zvířata příjemnější stabilní klima a zimní zahradu s řízenou teplotou, díky níž je zajištěn čerstvý vzduch v kteroukoli roční dobu.

Christoph Schatzmann a Stefan Werren ze společnosti Bell prohlašují: „Drůbežárna v Zimmerwaldu je projektovým majákem pro rozvoj dobrých životních podmínek zvířat a důležitou investicí na cestě k dosažení klimatického cíle švýcarské vlády, která chce do roku 2050 dosáhnout nulových emisí.“

Také Adrian Waldvogel z organizace MOSEG přikládá projektu velký význam: „Švýcarská výroba drůbeže se vždy jasně odlišuje od výroby ostatních zemí. Nízká hustota chovu, vysoké zdravotní parametry a jasně definované cíle v oblasti dobrých životních podmínek zvířat již nyní dávají švýcarské výrobě nejvyšší známky. Společností Bell zpracovaný koncept „Drůbežárna BTS +“ nastavuje ještě vyšší cíle, co se týká udržitelnosti, energetické účinnosti a ekologie.“ • sh



Zleva: Christoph Schatzmann, Heinz Nussbaum, Samuel Guggisberg, Lorenz Wyss, Adrian Waldvogel, Stefan Werren

Společnost Eisberg Rakousko na trhu práce pro žadatele o azyl

Být transparentní znamená být na dosah

V květnu rakouská federální vláda uspořádala v Linci celostátní veletrh práce pro žadatele o azyl. Společnost Eisberg Rakousko měla na místě dva zástupce, kteří na akci vedli asi 300 rozhovorů. Na takovémto veletrhu práce může společnost Eisberg získat nejen kvalifikované zaměstnance, ale může také prezentovat značku Eisberg Rakousko jako atraktivního zaměstnavatele.

Veletrhy a burzy práce pomáhají uvádět značku společnosti Eisberg Rakousko jako zaměstnavatele.

„Trh práce se mění směrem k nízké dostupnosti pracovních sil, a to od vedoucích pozic po práci na výrobní lince, a proto je naším úkolem využívat všechny dostupné kanály pro nábor zaměstnanců,“ uvádí Manuel Kropfmüller, vedoucí personálního oddělení společnosti Eisberg Rakousko. Nejde přitom o kvantitu, ale především o používání různých platform pro značku zaměstnavatele, komunikaci společnosti jako zaměstnavatele s okolním světem.

Taková platforma se nabízel 9. května 2019 v Linci na celosvětovém veletrhu práce pro žadatele o azyl. Akce byla organizována rakouskou spolkovou vládou, před-

stavilo se zde 21 firem a asi 1000 uznávaných uprchlíků. Společnosti informovaly o pracovních příležitostech a vedly první pracovní pohovory. Také společnost Eisberg Rakousko zde byla zastoupena dvěma pracovníky. Jedním z nich byl Manuel Kropfmüller.

„Jednání na trhu práce sloužila jako úvodní rozhovor k objasnění společného zájmu a možného přizpůsobení se zaměstnání,“ vysvětluje Kropfmüller. „Vedli jsme v ten den asi 300 rozhovorů – tím jsme se v aktivitě rozhovorů dostali mezi 21 společnostmi přítomnými na veletrhu práce na druhé místo.“

Měli jsme přitom podporu pracovníků služeb trhu práce. Jinak by nebylo možné toto množství rozhovorů zvládnout.

Po ukončení veletrhu práce byly všechny rozhovory a životopisy znovu v týmu HR vyhodnoceny a společně s příslušným výrobním a skladovým managementem nebo odborným oddělením prodiskutovány. Nakonec bylo k dalšímu pohovoru pozváno 30 lidí, deset z nich bylo přijato.

Kromě náboru se Manuel Kropfmüller vždy na veletrzích a burzách práce zaměřuje na to, aby zviditelnil společnost Eisberg jako zaměstnavatele: „Společnost Eisberg od svého založení v roce 2017 není jako značka zaměstnavatele dosud příliš známa. Proto také takové akce pořádáme v našem sídle v Marchtrenku, tři akce již proběhly. Na těchto akcích zveme uchazeče k nám, ukazujeme jim výrobky, vysvětlujeme činnost jednotlivých pozic a činíme tak společnost Eisberg Rakousko „uchopitelnou“ nebo ji pro uchazeče/uchazečky činíme transparentnější.“ • sh

Zlatá medaile pro společnost Hilcona jako „nejlepší v náboru pracovníků“

Inovativní zaměstnavatel

V rámci každoroční studie, která má určit „nejlepší podnik v náboru zaměstnanců“, získala společnost Hilcona již počtvrté zlatou medaili.



Velká radost z vyznamenání: Christian Nigg a Ingrid Arroyo převzali za celý tým HR Hilcona zvláštní cenu.

V srpnu společnost Hilcona AG opět získala zlatou medaili v průzkumu „Nejlepší podnik v náboru zaměstnanců“ za rok 2018/2019.

V průzkumu se každý rok u zaměstnavatelů analyzuje asi 200 kritérií: jednání s uchazečkami a uchazeči o práci včetně online obrazové komunikace a online inzerce pracovních míst.

Společnost Hilcona AG si svou angažovaností v náboru zaměstnanců nadále udržuje pověst inovativního zaměstnavatele. „Jsme hrdí na to, že jsme v náboru pracovníků nejlepší,“ říká s uspokojením vedoucí personálního oddělení společnosti Hilcona Birgit Schmidinger. „Naším receptem na úspěch je kombinace akcí zaměřená na cílovou skupinu. Zaměřujeme se na nové trendy a věnujeme pozornost nástrojům pro přímé oslovení kandidátů. Dále hrají svou roli tradiční faktory – hesla: Ocenění při jednání s uchazečem je pro nás velmi důležité. K tomu patří například včasná zpětná vazba uchazeče a mnoho dalších věcí.“ • sh



V soutěži Friendly Work Space na slavnostním vyhlášení cen převzali Julia Peyer, Birgit Schmidinger, Daniel Strub a Sybille Walpert cenu pro Bell Švýcarsko a Hilcona.

Značku obdrželi na další tři roky

Společnost Bell zůstává „Friendly Work Space“ (příjemným pracovištěm)

Společnost Bell byla letos na podzim již podruhé jmenována vzorným zaměstnavatelem a dále smí nosit značku „Friendly Work Space“.

Společnost Bell ve Švýcarsku poprvé nechala svůj systém řízení ochrany zdraví přezkoumat před třemi lety podle kritérií soutěže „Friendly Work Space“. Na polovinu září tohoto roku bylo naplánováno tzv. přehodnocení pro pečeť kvality. Společnost navštívili dva zástupci organizace pro podporu ochrany zdraví a podrobně se zabývali současným stavem řízení ochrany zdraví při práci.

Kromě projektového týmu „Friendly Work Space“ v čele s vedoucím mzdového oddělení Danielem Strubem, který odpovídal na otázky hodnotitele, dále poskytovali informace o svých zkušenostech z praxe také Philipp Allemann, vedoucí výroby/nákupu, Noémie Windenberger, předsedkyně rady zástupců zaměstnanců, a Mathieu Ruolt, vedoucí oddělení balení klobás.

Na konci září obdržel tým dobrou zprávu: Společnost Bell Švýcarsko se v dalších třech letech může dále pyšnit zlatou pečeti. „Pečeť opět potvrzuje, že naši zaměstnanci jsou v centru naší pozornosti a že společnost Bell je spravedlivý zaměstnavatel, který podporuje své zaměstnance i v obtížných situacích,“ říká Julia Peyer, která společně s Danielem Strubem a Sybillou Walpert při slavnostním ceremoniálu koncem října v Bernu opět převzala tuto pečeť.

Kromě společnosti Bell Švýcarsko je Hilcona také první společností v Lichtenštejnsku, která od jara nese uznávanou pečeť řízení ochrany zdraví při práci. • mr



V divizi Food Industry má kompetenci pro výrobu kořenících směsí společnost Hügli.

To dělá směs koření

Co mají čipsy společného s nedělním pečením? Odpověď zná sotva kdo lépe, než experti divize Food Industry společnosti Hügli: Vše je ve správném koření. Tímto způsobem vždy najdou řešení šité na míru pro každou individuální chuť. K jejím zákazníkům mimo jiné patří sesterská divize společnosti Bell Food Group.

Ať suché, nebo tekuté, ať směs, nebo jednotlivé přísady – divize Food Industry společnosti zásobuje své zákazníky širokou škálou kořenících výrobků. „Směsi“ je odborný termín pro složky potravin, které se používají všude v potravinářském průmyslu.

Pro úspěšný výsledek je velmi důležité zákazníky dobře znát.

V módě jsou nyní tzv. „sezónní pochoutky“, které např. čipsy nebo ořechy vylepšují vůněmi. Také kořenící směsi pro masné výrobky patří mezi segmenty se slibným potenciálem růstu. Tým společnosti Hügli často obměňuje již dříve zavedené výrobky. Pro úspěšný výsledek je velmi důležité dobře znát zákazníky a jejich pomě-

ry. Je totiž důležité, na jakém zařízení se konečný produkt vyrábí, zda je při dalším zpracování hluboce zmrazen nebo zahřán, což může jeho chuť výrazně ovlivnit.

Kromě toho se divize Food Industry soustředí také na to, aby uplatnila na trhu vlastní nápady u výrobců. „Již nějakou dobu z vlastní iniciativy vyvíjíme na trendy silně zaměřené koncepty,“ uvádí Daliborka Dragojević, marketingová manažerka divize Food Industry u společnosti Hügli. „Velmi těsně se přitom držíme současných marketingových trendů, mezi něž patří například zdravá výživa nebo exotické vůně.“

Mezi nutriční témata, na nichž specialisté v oboru koření v současné době intenzivně pracují, patří snížení soli a cukru a nahrazení palmového tuku jinými tuky. „Nové ekologické nařízení EU, které vstoupí v platnost v roce 2021, pro nás také představuje výzvy, týkající se zprísňení požadavků na suroviny, jako jsou různé kategorie vůní a kvasnicové extrakty, i nařízení o kontaminaci potravin.“



Za určitých okolností některé složky, které jsou dnes ještě schváleny jako EU-Bio, již novému nařízení nevyhovují. Před našimi kolegy z oddělení vývoje a nákupu nyní stojí nanejvýš důležitý úkol najít vhodné alternativy,“ říká Daliborka Dragojević.

Jak inovativní je tato divize, se mimo jiné ukázalo letos v červnu na mezinárodním veletrhu pikantního občerstvení „Snackex“ v Barceloně. Jako nosný materiál pro kořenící směsi společnosti Hügli byly zvoleny nejen čipsy a ořechy, ale také pelety vyrobené z mouky z moučných červů. Tým výstavního stánku se setkal jak s údivem, tak i s mnoha pozitivními ohlasy.

Společnost Hügli má pro výrobu prášků, past a tekutin k dispozici nejmodernější míchací závod v Evropě. V závodě o rozloze 40 000 metrů čtverečních v Radolfzellu se nachází dvanáct vnějších a 30 vnitřních skladovacích sil, která jsou připravena na nejčastěji používané suroviny. Míchání daných receptur probíhá automatizovaným procesem. Závod tak může vyrobit jak vzorek šarže, tak dávku pro několik vagonů výroby.

Při dodávkách svým zákazníkům ve Food Industry těží společnost Hügli proti mnoha konkurentům ze dvou rozhodujících výhod: Společnost je sama uživatelem mnoha druhů potravinových složek a je v úzkém kontaktu s řadou zákazníků potravinářských služeb. Na základě těchto širokých a cenných zkušeností mohou experti společnosti jak stále vylepšovat existující výrobky, tak také vyvíjet požadované nové výrobky.

A nyní to činí také pro společnosti skupiny Bell Food Group. Společnost Hügli např. vyrábí dresinky pro společ-

nosti Eisberg a Hilcona nebo kořenící směsi pro masné výrobky od Bell. Díky této spolupráci v rámci skupiny mohla společnost Bell Food Group vlastními silami nahradit některé externí dodavatele. I zde tým našel řešení šité na míru, jako třeba tyčinkové balení dresingu na přílohový salát nebo přesně jednu dávku kořenící směsi pro jedno balení masného výrobku. Proto synergický efekt nebude ještě dlouho vyčerpán. A tak se již intenzivně pracuje na dalších projektech spolupráce. • mr

Synergické efekty zdaleka nejsou vyčerpány.

V nejmodernějším míchacím závodě v Evropě v Radolfzellu společnost Hügli vyrábí kořenící směsi pro své zákazníky divize Food Industry.





Na velikonoční pondělí, 29. března, otevřel Samuel Bell-Roth na Streitgasse v Basileji své „Ochsenmetzg“ – řeznictví. V příštích třech desetiletích se řeznictví nepřetržitě rozšiřuje a v roce 1897 je v Basileji otevřen první obchod s uzeninami.



1869

Díky nákupu různých budov vzniklo na přelomu let 1905/1906 na rohu Weisse Gasse / Streitgasse první „nákupní centrum“ ve Švýcarsku s řeznictvím Bell jako hlavní obchodní činností, nacházel se tam ale také obchod se zeleninou a ovocem, koloniální zboží, sýry, pekárna, květinářství, drogerie a prodejna nápojů.



1906

Firma Samuel Bell Söhne AG získává pozemky v dnešním hlavním sídle společnosti Bell v Basileji a staví v té době největší továrnu na zpracování masa ve Švýcarsku s přímým železničním spojením na vlakové nádraží St. Johann. V roce 1913 byla postavena velká chladicí věž, která po mnoho let přitahovala pozornost města a během obou dvou světových válek sloužila jako vojenský pozorovací bod na francouzské hranici. S novými výrobními zařízeními se do roku 1914 celá švýcarská síť poboček rozšířila na 130 prodejních míst.



1908

Na Štědrý den je ustavena Bell Alliance, spolupráce mezi Bell AG a Asociací švýcarských spotřebitelských sdružení – Verband Schweizerischer Konsumvereine – VSK (dnes Coop Gruppe). Na jaře 1914 přebírá VSK další akcie, a tím většinový podíl ve společnosti Bell AG, která do dnes funguje jako dceřiná společnost skupiny Coop. Více než 100letá spolupráce společností Bell a Coop je jedním z neúspěšnějších článků ve švýcarských hospodářských dějinách.



1913

Po první světové válce se Berlín stal důležitým centrem mezinárodního obchodu s masem. Od roku 1919 měla společnost Bell AG svůj podíl ve společnostech Faupel & Haake, EFHA-Werke, v Berlíně a v následujících letech tuto angažovanost neustále rozšiřovala. Po uchopení moci národními socialisty v roce 1933 se obchodní činnosti zahraničních společností komplikují a Bell přichází o velkou finanční částku. Společnost EFHA-Werke se však díky velké inovační síle a odvaze investovat po válce zotavila. Teprve v roce 1986 byly poslední účastnické podíly v Berlíně definitivně odkoupeny. Investice do EFHA Werke byla první významnou zahraniční aktivitou společnosti Bell AG.



1921

Je založena společnost GWI AG (Geflügel- und Wildimport – dovoz drůbeže a zvěřiny) v Zellu, nejpozději od roku 1960 navazuje styky se společností Bell AG, od roku 1996 poprvé s většinovým podílem. Tímto strategickým krokem vstoupil Bell do obchodní činnosti s drůbeží a mořskými plody. S pozdějším převzetím společnosti SEG Poulets AG se Bell dále soustředí na obchodní činnost v drůbežnictví.



1953

Již v roce 1964 získala společnost Bell AG firmu Born AG v Bielu, čímž si rozšířila svoji pozici v oblasti zpracování čerstvého masa. Tato strategie dále pokračovala převzetím společnosti Grieder AG v Balstahlu v roce 1969. V roce 1971 došlo k přesunu společnosti Grieder AG do jejího současného sídla v Oensingenu. V roce 1987 se Born AG a Grieder AG spojili do tzv. Gribo Gruppe. Do dnešního dne je centrum čerstvého masa společnosti Bell v Oensingenu průběžně modernizováno a rozšiřováno.



1969

Dějiny rozšiřování společnosti Bell na časové ose

150 LET PLNÝCH INOVACE

Od jednoduchého řeznictví k jednomu z předních poskytovatelů potravin v Evropě: 150letá historie společnosti Bell je také dějinami inovací, neustálého vývoje a ochoty přizpůsobit se potřebám a trendům a podnikatelsky uvažovat.



2017

V dubnu byla společnost Bell AG přejmenována na Bell Food Group AG a získala nový vzhled. Společnost Bell Food Group bere v úvahu nejen rozmanitost společnosti, ale také sdružuje různé oblasti skupiny pod jednou střešou. Dnes je společnost Bell Food Group jedním z předních výrobců masných výrobků a polotovarů v Evropě a pevně se drží zásad dobré chuti, kvality a udržitelnosti výroby.



2016

Prvního března 2016 přebírá Bell za 320 milionů švýcarských franků producenta drůbeže Hubers v Rakousku a Německu. Tak vstupuje Bell na rakouský trh s drůbeží – v podobném modelu jako ve Švýcarsku.



2011

Bell posiluje svou strategii v oblasti polotovarů, obchod s masovými konzervami a hotovými jídlami byl vždy součástí DNA společnosti. V roce 2011 začíná ve více krocích přebírat společnost Hilcona. V následujících letech je strategie oddělení polotovarů podporována dalšími holdingy jako jsou Hoppe, Gastro Star AG (2012), od 2019 Eisberg AG, Eisberg (2016), Frostag Food Centrum AG (2017), od 2019 Hilcona Taste Factory), Sylvain & Co. (2018) a Hügli Holding (2018).



2008

Aby společnost Bell mohla dále růst, provádí první kroky nové internacionalizační strategie. V roce 2008 byla převzata francouzská Groupe Polette (uzenářství) a německý výrobce uzenin a masných výrobků Zimbo, v roce 2009 firma Abraham GmbH, přední výrobce sušené šunky. Ke společnosti Abraham také patří španělská společnost „Sanchez Alcaraz“ v Casarrubios del Monte (Toledo). Po převzetí společnosti Zimbo přicházejí do dnes trvající aktivity v Polsku a Maďarsku.



2003

Společnost Bell se rozhodne zcela odstoupit od svých vlastních maloobchodních aktivit. Prvního ledna 2004 jsou čtyři ze zbývajících filiálek obchodů uzavřeny a 15 jich bude v rámci odkupu managementem externě zajištěno pod novým jménem. Síť filiálek společnosti Bell dosáhla v roce 1961 vrcholu s celkem 172 prodejny po celém Švýcarsku. V roce 2005 předává Bell divizi Gastro Service nově zřízené společně firmě transGourmet.



1999

Na valném shromáždění 21. dubna je založení společnosti Bell Holding AG jako holdingové společnosti uzavřeno. Bell převzal velký řeznický obchod Coop na Elsässerstrasse v roce 1991 a přestavěl jej na závod 2 a od roku 2001 Bell přebírá veškeré zásobování čerstvým masem od společnosti Coop. V roce 2003 jsou všechny podniky skupiny v rámci společnosti Bell AG sloučeny.



1998

Bell přebírá menšinový podíl ve společnosti SEG-Poulets AG a soustředí výrobu drůbeže v pracovišti Zell. V roce 2000 Bell zcela převezme společnost SEG Poulets. Díky této akvizici Bell masivně rozšiřuje obchodní činnost v drůbežnictví.

Daniel Schaub, autor s historickým zaměřením z Basileje, zpracoval pro 150. výročí společnosti Bell její historii.

Život jako multimediální zážitek

CO MOTIVUJE GENERACI Z

Jsou první, kdo žijí již od narození v našem digitálním světě. Hledají bezpečí a struktury. Jsou výborně informovaní a nepodléhají slibům z reklamy. Kdo je tato tolik diskutovaná generace Z a jak se na ni mohou firmy, jako je Bell Food Group, zaměřit? Magazín LOOK! provedl porovnání generací.



Smím představit? Generace Z! Bývá označována také jako „digital natives“ (digitální domorodci). Ale pozor: Neměli byste je redukovat pouze na jejich smartphony a aktivity na sociálních médiích. V každé generaci koneckonců existují nové technické vymoženosti, které časem považujeme v běžném životě za samozřejmé. Jen si vzpomeňte na televizor nebo telefon na pevnou linku. Je však jasné, že generace Z se od předchozích generací výrazně liší.

Zástupci této skupiny mají například zcela jiné představy o svém profesním životě, než měli jejich rodiče. Od prvního dne ve školce až

Generace Z odmítá směřovat svou práci s osobním životem.

po ukončení svého vzdělávání jsou zvyklí na jednoznačné struktury. Vyhledávají proto také pracoviště s jasnými pravidly, pokud jde o úkoly nebo pracovní dobu. Jsou připraveni podávat výkony, odmítají však směřovat svou práci s osobním životem, jak to často viděli doma u rodičů.

Jak uvádí 60 procent osob dotazovaných v rámci studie „Generace Z a její očekávání od budoucího zaměstnání“, kterou vypracovala vysoká škola Campus M21, hodljají

u přijímacích pohovorů diskutovat o možnostech slučitelnosti povolání a rodiny. Tomuto aspektu tak dávají vyšší prioritu než vyšší platu, která se umístila na druhém místě s 56 procenty. Jejich usilování o pocity pohody, jistoty a omezování stresu představují mnohem zdravější přístup, než preferovaly generace před nimi.

Rovněž v otázce konzumního chování se u generace Z výrazně liší od starších zákazníků. Průmysl a obchod dobře vědí, že se touto problematikou musí důkladně zabývat, protože mladá generace se čím dál více stává jejich hlavní zákaznickou skupinou.

Jedno je jisté: Generace Z je sice mladá, nikoli však naivní. Díky digitálním médiím je tato cílová skupina výborně informovaná – a to vždy a všude. Informace i produkty chce přitom nalézt co nejjednodušeji a nejrychleji. Dlouhé hledání na internetu nebo v prodejně ji nebaví. Firmy mohou tento poznatek využít

Generace – přehled

	Tradicionalové	Generace baby boomu	Generace X	Mileniálové (také: generace Y)	Generace Z
Ročník	před rokem 1955	1956 až 1968	1969 až 1980	1980 až 1995	od roku 1995
Formující události	2. světová válka, poválečná doba, obnova	hospodářský zázrak, studená válka, ženské hnutí	konec studené války, rozpad východního bloku, začátek digitalizace	digitální revoluce, globální terorismus	klimatická změna, migrace a politické konflikty
Povolání	po mnoha letech práce v důchodu	velmi angažovaní, první zástupci přicházejí do důchodového věku	důraz na kariéru	chtějí se sami realizovat	hledají jistou práci
Hodnoty	domov a rodina	profesní jistota	dobře vyvážený vztah práce-život	flexibilita a svoboda	jistota a stabilita
Konzum	důraz na cenu	věrnost značce, důraz na kvalitu	milují symboly společenského postavení, důraz na pokrok a komfort	vyhledávají udržitelné, férové, lokální výrobky	potřeba být online, vyhledávají online a offline mimořádné nákupní zážitky



a umožnit na různých kontaktních bodech snadný přístup ke spolehlivým informacím o výrobcích, způsobu výroby, cenách a dalších důležitá fakta.

Kromě toho vyhledává nová generace také nové nákupní zkušenosti, a to online i offline. Má radost, když může výrobky digitální formou personalizovat, a vytvořit tak něco vlastního, co pak může v analogovém světě využít. 60 procent dotazovaných osob z generace Z tak ve studii (Saro, můžeš doplnit název knihy atd.?) uvádí, že by si rádi vytvořili vlastní módní styl, zatímco u mileniálů cítí takovou potřebu pouze 45 procent. Oblíbená jsou u této generace rovněž místa, na kterých lze objevit výrobky, které se nevnucují k nakupování, a navíc přinášejí i další zážitky.

Pokud jde o stravování, prosazuje se na jedné straně stále silněji trend zdravého životního stylu. Dlouhodobě se uplatňují témata jako vegetariánství nebo biologické zemědělství. V porovnání s mileniály současně v této věkové skupině stoupá počet osob s nadváhou. U takového zobecňování totiž nikdy nesmíme zapomínat, že každá generace se skládá z různých osobností, které nelze házet do jednoho pytle.

Pokud jde o věrnost určité značce, nemáme pro firmy příliš dobré zprávy: Loajalita kurčité značce mezi mladými lidmi stále klesá. Zaměřují se spíše na smysluplný konzum. Výrobky by měly být funkční, autentické,

Dnešní mladí lidé preferují smysluplný konzum.

kvalitní, a pokud možno udržitelné. Jako první generace navíc vůbec nevěří reklamním slibům. Klasické reklamní kanály ji tak jako tak příliš neoslovují. Téměř vůbec nečte noviny ani časopisy. Nečte ani na televizi, upřednostňuje streamingové služby jako například Netflix.

Pokud je generace Z spokojená s novými botami nebo službami v restauraci na rohu, dá jim „like“. Jejich sociální síť se rychle dozví i to, že spokojeni nejsou. Při rozhodování

o koupi určitého výrobku navíc často diskutují s podobně smýšlejícími lidmi. Velkou roli přitom hrají také influenceři a další osobnosti formulující veřejné mínění na síti. Mladí lidé často dají na jejich doporučení, a to i přesto, že jejich příspěvky jsou často reklamního charakteru.

Ke kanálům sociálních médií, které generace Z preferuje, patří Youtube a Instagram. Firmy, které se zde prezentují, potřebují především jedno: atraktivní styl. Je třeba také vědět, že doba, po kterou tato nejmladší cílová skupina udrží pozornost, je s délkou osmi sekund výrazně nižší než u mileniálů, kteří nezajímavý obsah přestanou vnímat teprve po dvanácti sekundách.

To, jak důležitý je pro mladé lidi dialog, ukazuje služba WhatsApp, která se umístila na třetím místě. Obecně se velice rádi zapojují a iniciují změny. Preferují proti firmě, které jsou ochotné s nimi komunikovat.

A nejlepší zpráva nakonec: Ten, kdo přesvědčí generaci Z, získá automaticky i ostatní ročníky – v tom jsou si ekonomové jisti. • mr

Lahodné nápady chuti pro chladné roční období

Zvedá se opona scény s novinkami sezóny

Ať křupavé, nebo jemné, ať sladké, nebo kořeněné, ať na „večeři pro jednoho“, nebo na silvestrovskou párty – k velkému finále roku připravuje společnost Bell Food Group opět mnoho kulinářských novinek.

Eisberg: Salát již nemůže být čerstvější

„Pumpkin Power“, „Beetroot and Feta“, „Pasta Salad“, „Insalata con Pollo“ a „Veggie Power Salad“ – to jsou názvy nových salátových pokrmů společnosti Eisberg. Co je na nich zvláštního: V noci jsou zásobárny vitamínů vyrobeny a ráno v pět hodin se dodávají do jedenácti obchodů CoopToGo v oblasti Curychu. Vyrobí více svěží saláty je snad nemožné.



Bell Francie: Šunka jako dárek pro okamžiky s přáteli

Společnost Bell Francie vyvolává v zákaznických Carrefouru chuť na čerstvě nakrájenou šunku. Stylové dárkové balení s celou šunkou, držákem a nožem bude k dispozici do konce prosince ve francouzských pobočkách maloobchodníka, který patří k předním v zemi. Jako skvělý suvenýr pro přátele nebo pro vlastní silvestrovskou oslavu bude s touto soupravou sdílené potěšení dvojnásobné.

Šunková souprava od společnosti Bell Francie je milým dárkem.



Výrobek společnosti Bell od Hilcony: Podstatou je správná doba dušení

Moderní jsou pomalu vařená jídla. Ale ne vždy je dost času na hodiny dušení ve Vašem vlastním hrnci. Společnosti Hilcona a Bell chtějí tuto práci švýcarským zákazníkům ušetřit a společně vyvinuly čtyři vynikající pomalu vařené pokrmy. Krátké ohřátí v pánvi postačí k tomu, aby se „Dark Beer Beef“, „Indian Coco Chicken“, „Szegediner Gulasch“ a „Coq au Vin“ (v limitované edici) rozplynuly na jazyku. Dušené výrobky jsou nejen chutné, ale jsou také dobrým příkladem zvýšené spolupráce v rámci skupiny Bell Food Group: Pokrmy vyrábí společnost Hilcona v Schaau a prodávají se pod značkou Bell.



Bell Švýcarsko: Paštika pro slavnostní chvíle

S paštikou Samuel-Bell-Festpastete rozšiřuje společnost Bell Švýcarsko k oslavám konce roku svůj hodnotný sortiment uzenin o další specialitu. Paštika v elegantní krabičce s obsahem 500 gramů je vyrobena z nejkvalitnějších složek a s velkou péčí věnovanou detailům. Ať už pro aperitiv se sousedy nebo jako předkrm pro prázdninové menu s rodinou – tradiční výrobek přináší chvíle zážitků, které vytváří výjimečnost Vánoc.



Bell Německo: Nové zážitky se šunkou

Skutečnost, že šunka není jen šunka, opět dokazuje společnost Abraham se dvěma zajímavými novými výrobky. Šunka Serrano v kvalitě Reserva a lehká šunka s pouhými třemi procenty tuku přicházejí se čtyřmi aromatickými kořeními. Začátek letošního podzimu doprovázela společnost Bell Německo kupónovou akcí. Pro nadcházející léto je navíc naplánována soutěž, ve které je výhrou gurmánská cesta do Španělska.



Hügli: Med a hořčice pro chladné roční období

Křupavé saláty nemusí v žádném jídelníčku chybět ani na podzim, ani v zimě. Zákazníci společnosti Hügli nyní mohou své výtvary ochutit sladkou kořenitou omáčkou. Od poloviny října a jen na krátkou dobu je k prodeji nový sezónní dressing Honig-Senf von Stein's Best v praktickém kartonovém balení PurePak.



Hügli: Originálně okořeněno bez palmového tuku

Společnost Hügli nyní nepoužívá palmový tuk ani ve svých oblíbených kořenících pastách v oblasti Food Service. Jako náhradu používá deset jiných druhů tuků, s nimiž lze pokrmy dochutit, vylepšit a upravit, nyní zejména řepkový olej. Vynikající vlastnosti kořenících pasty se nezměnily: Dlouhá trvanlivost, jednoduché použití a především intenzivní chuť.

Hilcona: Polévky dobré nálady

Se čtyřmi klasickými polévkami poskytuje společnost Hilcona svým zákazníkům v chladných dnech teplý pocit uspokojení. Čerstvé bio polévky – rajská, minestrone, ječmenová a dýňová – jsou na trhu od října do konce dubna. Všechny varianty mají certifikát Bio-Knospe (švýcarská značka ekologického hospodářství), chutnají jako domácí a podporují zdravý životní styl. Bio rajská polévka je také vhodná pro veganskou stravu.



Klasická polévka vyvolává teplý pocit uspokojení.



Hilcona: Gnocchi-Klasik čerstvě kombinované

Nové Gnocchi s čerstvým sýrem od Hilcony přináší do kuchyně inspiraci. Tři druhy gnocchi „Provensálské bylinky“, „Pepřové chilli“ a „Olivová mořská sůl“ lze smažit na másle, nebo vařit ve slané vodě. Kombinace čerstvého smetanového sýra a pikantních bramborových nočků dokazuje svou kvalitu v celé řadě receptů – a nejen u vegetariánů. • mr

Návrhy receptů s výrobky rychlé přípravy od společnosti Bell

Čtyři klasiky v nové interpretaci



Pro milovníky lehkého občerstvení: Sendvič s teplou šunkou a sýrem (Hot Ham & Cheese Sandwich)

pro dvě osoby

Tento recept se skvěle hodí, když chceme využít zbytky z předchozího dne.

Přísady

- Plecko s rychlou přípravou od Bellu / mini plecko s rychlou přípravou od Bellu (nebo na trhu běžně dostupné plecko, popř. ploché vepřové ramínko)
- Plátky chleba
- Sýr Raclette (nebo tavený sýr)
- Vejce
- Máslo
- Hořčice

Příprava

1. Plecko s rychlou přípravou od Bellu ohřejeme ve vodní lázni.
2. Plecko nakrájíme na plátky.
3. Na jeden sendvič potřebujeme dva velké krajíce chleba, které potřeme trochou hořčice, poklademe plátky plecka a sýrem Raclette. Pak krajíce chleba přiložíme k sobě.
4. Sendvič po obou stranách ponoříme do vajíčka, v pánvi s dostatečným množstvím másla do zlatova a do křúpava opečeme a servírujeme.

Pro milovníky tradice: Šunka z „oříšku“ – druhu vepřového masa v italském chlebovém těstě (focaccia)

pro čtyři osoby

Přísady

- Šunka z oříšku s rychlou přípravou od Bellu (nebo z jiného, na trhu běžně dostupného vepřového masa – oříšku)
- Těsto na italský chléb (focaccia) se sušenými rajčaty, černými olivami a bylinkami (rozmarýn, oregáno)
- Olej

Příprava

1. Šunku z oříšku s rychlou přípravou od Bellu ohřejeme ve vodní lázni.
2. Připravíme těsto na chléb focaccia, jemně nasekáme sušená rajčata, černé olivy a bylinky a zapracujeme do těsta.
3. Šunku z oříšku zabalíme do těsta, potřeme olejem a podle chuti posypeme bylinkami a osolíme.
4. Pečeme v troubě asi jednu hodinu při teplotě přibližně 200 °C do zlatohněda, nakrájíme a servírujeme.



Pro labužníky: Carpaccio z hovězího jazyka s kapary a s hořčicovou zálivkou

pro dvě osoby

Přísady

- Hovězí jazyk od Bellu s rychlou přípravou (nebo běžně na trhu dostupný hovězí jazyk)
- Zálivka (z olivového oleje, bílého vinného octa, hořčice, soli a pepře)
- Kapary
- Klíčky
- Směs bylinek

Příprava

1. Hovězí jazyk od Bellu s rychlou přípravou stačí ohřát ve vodní lázni.
2. Jazyk nakrájíme na tenké plátky a narovnáme na talíř.
3. Na plátky syrového masa (carpaccio) lehce rozetřeme kapary, směs bylinek, klíčky, pokapeme zálivkou a servírujeme.

Pro fanoušky aperitivu: Plátky z šunkové rolky a sýr v těstě

pro čtyři osoby

Přísady

- Šunková rolka s rychlou přípravou od Bellu / mini šunka s rychlou přípravou (nebo na trhu běžně dostupná uzená šunková rolka)
- Obdélníkové těsto na pizzu
- Nahrubo nastrouhaný sýr
- 1 vajíčko
- Semena máku na posyp

Příprava

1. Šunkovou rolku s rychlou přípravou od Bellu ohřejeme ve vodní lázni.
2. Rolku nakrájíme na plátky.
3. Těsto na pizzu poklademe plátky šunkové rolky a posypeme strouhaným sýrem.
4. Těsto zarolujeme, nakrájíme na plátky asi dva prsty silné a hustě vedle sebe narovnáme do pečicí formy.
5. Potřeme vejcem, posypeme mákem, v troubě upečeme do zlatohněda a servírujeme.



Výrobky s rychlou přípravou od Bellu se obzvláště ve slavnostních dnech těší velké oblibě – a to již přes 45 let. Klasickému plecku na kysaném zelí se samozřejmě nedá nic vytknout, ale co třeba zkusit změnu v trochu modernější podobě? LOOK! se čtyřmi chutnými recepty ukazuje, že výrobky rychlé přípravy mohou také bez problémů konkurovat modernější kuchyni.

Sportovní aktivity v rámci společnosti Bell Food Group

SPORTU ZDAR

Pohyb dělá dobře, a když se vyváží s prací, je to jeden z nejlepších prostředků pro sladění soukromého a pracovního života. Tím lépe, když zaměstnavatel podporuje aktivní životní styl, a sport a povolání tak lze spojit mnohem snáz.

„Z tréninku odcházíme vždy s úsměvem!“

„Kdyby byl sport tabletkou, byl by to nejčastěji předepisovaný lék na světě“, říkali již profesori z Emory University. A nemýlili se. Pohyb totiž prospívá! Ten, kdo pravidelně alespoň trochu sportuje, měl by být celkově spokojenější, měl by mít jasnější mysl, lépe dobíjet energii a zůstat výkonný. Zkratka: Pohyb nejenže udržuje fit, ale zároveň pomáhá pročišťovat hlavu a umožňuje delší koncentraci.

Při našem běžném životě – ať ve výrobě nebo v administrativě – však dnes sportování přichází stále více zkrátka. Důvody mohou být různé – nedostatek času, příliš drahá permanentka do fitness studia nebo to, že běhání o samotě dlouhodobě většinu lidí moc nebaví.

Je proto mnohem lepší, když zaměstnavatel podporuje aktivní životní styl, a je tak možné sport a práci alespoň trochu propojit. Ať už se jedná o možnost získat zlevněné předplatné na fitness, doběhnout do cíle charitativního běhu s logem zaměstnavatele na tričku nebo přímo, když zaměstnavatel vytvoří sportovní skupiny, které mohou zaměstnanci navštěvovat.

Časopis LOOK! se poohlédl ve společnosti Bell Food Group a našel pár příkladů, jak společnost podporuje své zaměstnance při sportování. • sh



Dragan Leiler, vedoucí konzervárny HFC, Hilcona, Schaan a trenér sportovní skupiny

Pohyb a fitness na pracovišti: Sportovní skupina Hilcona v Schaanu

Ve společnosti Hilcona v lichtenštejnském městě Schaan vytvořil Dragan Leiler, vedoucí konzervárny HFC, společně se svými kolegyněmi a kolegy fitness skupinu – ta existuje dodnes a během let se rozrostla o další zaměstnance. Sportovní nadšenci se zde setkávají pravidelně, skupinu stále vede Dragan Leiler jako trenér. Ten na tréninku oceňuje nejen zdravotní přínosy, ale především i sociální složku: „Kromě cvičení jako zdravotní prevence je pro mne důležitý především sociální kontakt různých oddělení. Účastníci si mezi sebou vytváří dobré vztahy a ze cvičení odcházejí s úsměvem!“

K&H mozdulji! Biking Day



Dunakanyar Half Marathon



Zúzvara Half Marathon and Running Festival

Na cestách díky vlastní iniciativě: běh, cyklistika a fotbalová utkání jménem zaměstnavatele

V maďarské společnosti Eisberg vznikla skupina 10–20 sportovních nadšenců, kteří se společně účastní různých sportovních akcí. Je jedno, zda běží, nebo jedou na kole – prostě je to baví. Také v roce 2019 zastupovali společnost Eisberg na několika akcích. Mimo jiné se účastnili běžeckých závodů „Zúzvara Half Marathon and Running Festival“ a „Dunakanyar Half Marathon“ a cyklistického závodu „K&H mozdulji! Biking Day“, jehož trasa vedla kolem malého jezera, a dále závodu „McDonalds' Bringmania Biking Contes“. Maďarská společnost Eisberg podpořila své sportovní nadšence tričky a uhradila jim náklady na startovní poplatky.

Společnost Eisberg se rovněž v září angažovala na „Dni pro zdraví“ v místní obci a zorganizovala u příležitosti této akce mimo jiné i fotbalový turnaj „Eisberg Football Cup“, na který vyslala i vlastní fotbalový tým.

Také ve Švýcarsku se někteří zaměstnanci z okolí Basileje zapojili a v srpnu se stali účastníky basilejského firemního běhu B2RUN s logem společnosti Bell nad cílovou páskou. 18 běžců a běžkyň zvládlo trasu v délce téměř šesti kilometrů za vysokých teplot nad 30 °C.

Firemní běh B2RUN



„Multisport“ a „update Fitness“: Do fitness studia se slevou

Ve švýcarské společnosti Bell využívají zaměstnanci 10% slevu na celoroční předplatné u poskytovatele služby „update Fitness“, a mohou tak navštěvovat nejen všechna fitness studia v celém Švýcarsku, ale i různé kurzy a skupinová cvičení.

Stejně tomu je i ve společnosti Eisberg v Polsku, kde mohou zaměstnanci využívat předplatné u poskytovatele „Benefit Systems“. S tak zvanou MultiSport kartou mohou zaměstnanci využívat různá sportoviště jako fitness kluby, bazény nebo sauny a uplatňovat různé slevy. MultiSport karta má však ještě jednu další výhodu: Ten, kdo nechce využít sportovní nabídku karty, může si místo toho vybrat zdravotní kartu. Ta umožňuje bezplatnou návštěvu lékaře a možnost čerpání laboratorních vyšetření.



Zaměstnanecká aktivita pro Bell Food Group

Zaměřeno na zaměstnance

V roce 2019 byla poprvé odhlasována společná strategie v oblasti lidských zdrojů pro všechny podniky společnosti Bell Food Group. V rámci nové strategie v oblasti lidských zdrojů dochází k realizaci různých dílčích projektů. Celý projekt je přitom zaměřen na zlepšování pracovních podmínek a na podporu zaměstnanců.



QR kód a odkaz na náš nový film týkající se strategie v oblasti lidských zdrojů. Podívejte se!

www.bellfoodgroup.com/hr-videos

S novou strategií v oblasti lidských zdrojů vzniká od února 2019 poprvé společný strategický základ pro všechny podniky společnosti Bell Food Group. V rámci strategie v oblasti lidských zdrojů byla definována celá řada dílčích projektů a odpovídající opatření k jejich realizaci.

Na těchto dílčích projektech spolupracují zaměstnanci z různých oddělení pro lidské zdroje, kteří zodpovídají za co nejlepší zastoupení různých požadavků z různých podniků, zemí i pracovišť.

Co to znamená pro jednotlivé zaměstnance? Johannes Meister, vedoucí oddělení pro lidské zdroje společnosti Bell Food Group, nám na tuto otázku odpověděl: „Při vypracování strategie v oblasti lidských zdrojů pro nás bylo velice důležité, aby se nová opatření do-

tkla zaměstnanců. Momentálně optimalizujeme naše náborové procesy a program na začlenění nových zaměstnanců. Poslední zpětná vazba ze strany uchazečů

na kununu a další vítězství společnosti Hilcona na Best-Recruiters-Award jsou pro nás jednak pobídkou, jednak znamením, že kráčíme po správné cestě.“

Kromě náborového procesu aktuálně realizujeme i celou řadu dalších dílčích projektů. Systém řízení talentů směřující k individuální podpoře zaměstnanců se systematizuje, sjednocuje a v tomto roce poprvé realizuje v nové formě. Určitý přehled o možnostech dalšího individuálního rozvoje ve společnosti Bell Food Group poskytují zaměstnanci, kteří dostali na našich internetových stránkách slovo v rámci vyprávění o úspěších.

V letošním roce jsme také pokročili s realizací podnikového zdravotního managementu (BGM). To, že jsme na dobré cestě, naznačuje certifikace společnosti Bell Schweiz a Hilcona značkou „Friendly Workspace“ ze září 2019. Společnost Hilcona obdržela ocenění nadace Gesundheitsförderung Schweiz za příkladný BGM poprvé, společnost Bell Schweiz již podruhé.

To je jen pár příkladů toho, co se děje v rámci naší strategie v oblasti lidských zdrojů. Zaměstnanci společnosti Bell Food Group jsou pravidelně informováni o aktuálním stavu jednotlivých projektů. Podívejte se na film o naší strategii v oblasti lidských zdrojů, společnost Bell Food Group vám bude jistě hned sympatická. • jv

LA VIE EST BELL



Nová učňovská kampaň a další aktivity pro mládež

Hledání zaměstnanců společnosti Bell pro zítřek

Doba po zahájení vzdělávacích kurzů je i dobou před zahájením vzdělávacích kurzů.

Proto společnost Bell Švýcarsko nedávno zahájenou kampaní oslovila budoucí generaci uchazečů o zaměstnání. K tomu společnost Bell Food Group představuje svou kvalitu jako vynikající vzdělávací podnik i při dalších příležitostech.



Jsou to vlastně budoucí odborníci na maso, logistici nebo průmysloví informatici. Novou generaci učňů pověřil rolí fotomodelů na svých pracovištích. Vznikly tak skvělé snímky z pracovního života. „Při sestavování nové kampaně pro nás bylo důležité, abychom stále více zprostředkovali informace o profesních oborech pomocí obrázků a texty aby byly krátké,“ říká Andreas Begeré, vedoucí odborného vzdělávání. „Již na první pohled získají uchazeči dobrou představu o tom, co je zde čeká.“

S novým obrazovým materiálem vytvořilo personální oddělení společně s marketingem řadu materiálů, jako jsou letáky a plakáty. K tomu patří také nově vytvořený prostor pro budoucí učně na webových stránkách společnosti Bell Food Group. Nová kampaň se již mimo jiné prezentovala letos v listopadu na veletrhu vzdělávání „ZEBI“ – Zentral-schweizer Bildungsmesse, kde velký počet mladých lidí získal informace o společnosti Bell jako zaměstnavateli. Příští podzim se budou konat dva důležité veletrhy, na kterých se Bell představí mladé generaci: BIM (Bildungsmesse – veletrh vzdělávání) v Oltenu a basilejský veletrh odborného a dalšího vzdělávání.

Také společnosti Hilcona, Hügli a Bell Německo jsou velmi aktivní při získávání mladých pracovníků. Společnost Hilcona se v Schaunu účastní se svým „dalším krokem“ – „Učení místo prázdnoty“ v Buchsu a ve Flum-

su na „Flumseri“ – prostoru pro výstavy a setkávání v bývalé prádelně. „Po veletrzích se počet uchazečů skutečně zvyšuje,“ říká Günter Grabher, koordinátor odborného vzdělávání u společnosti Hilcona. Jistě to není jen proto, že žáky do výstavního stánku přitahuje „cool“ živá show, kde se vyrábí led s tekutým dusíkem.

Pro společnost Hügli je „Den kariéry Stockach“ dobrou příležitostí představit se mladým lidem. Zde společnost představuje návštěvníkům celkem devět pracovních profilů z administrativy a výroby. Společnost Bell Německo má se svými zástupkyněmi podnikového vzdělávání – Leou-Christinou Rieckmann a Madeleine Heilmann ještě další cestu, jak přímo žáky oslovit (viz Interview). Pokud se pilotní projekt ukáže jako úspěšný, mohl by být rozšířen na další místa a profesní oblasti. Kromě toho společnost Bell Deutschland se účastní každý rok tři až pěti regionálních vzdělávacích veletrhů s novým konceptem stánku, který rovněž vyvinula studentka Lea-Christine Rieckmann. Bell tak informuje o vzdělávacích možnostech v lokalitách Seevetal, Harkebrügge a Edeweicht. • mr

Odkaz:
<https://www.bellfoodgroup.com/en/careers/>



Tři otázky na Leou-Christinu Rieckmann, zástupkyni společnosti Bell Německo pro vzdělávání

Jak jste se připravovala na svou první úlohu zástupce? Nejprve jsme se zúčastnili dvou denního školení u Obchodní a hospodářské komory. Potom následovala příprava prezentace pro školy. V průběhu této přípravy jsme přemýšleli, jaké otázky by mohly být ve školách položeny. Protože se ale nedá na všechno připravit, je třeba také trochu spontánnosti.

Jak probíhá taková návštěva ve škole? Začínáme malým digitálním kvízem z oboru masného průmyslu. Je to dobrá věc jak otevřít téma, protože žáci mohou ve třídě výjimečně používat svůj mobil. Potom promítneme krátký film o společnosti Bell Food Group a představíme možnosti školení, které u nás v Seevetalu nabízíme – tedy obchodní profese. Nakonec se žáci naučí při ochutnávce rozlišovat mezi čtyřmi druhy šunky.

Jakou zpětnou vazbu dostáváte od žáků a od učitelů? Zpětné vazby byly zatím vždy velmi pozitivní. Domnívám se, že je to díky tomu, že se dovedeme vcítit do myšlení mladých lidí. Při kontaktu se starším partnerem by síla zábran byla jistě vyšší. To je vidět také na skutečnosti, že jakmile učitel opustí třídu, jsou žáci otevřenější.

Zaměřeno na: využití celého zvířete

DŮLEŽITÁ VĚC VEDLEJŠÍ PRODUKTY

Zavedením trendu „od čenichu po ocas“ (from nose to tail) dostal konzum v minulých letech nový impuls v podobě lehce zapomenutých druhů masa. Pro zpracovatele masa se však využití celého zvířete posunulo ještě o jeden krok dále. Co se vlastně děje s těmi částmi zvířat, které nejsou určeny pro lidskou spotřebu?

Moderním heslem „nose to tail“ se dnes označuje to, co bylo ještě za časů našich prarodičů samozřejmostí: Využití všech částí zvířete od čenichu až po ocas.

Se stoupajícím blahobytem a změnou zvyklostí ve stravování se tato bývalá samozřejmost zcela vytratila. Konzumovalo se to, co se dalo rychle připravit, nebo co bylo považováno za mimořádně delikatesní a luxusní: nejkvalitnější části jako svíčková, panenka nebo kýta. Z jídelniček vymizela dříve tak oblíbená vařená a dušená masa s tradičně dlouhou dobou přípravy nebo vnitřnosti.

Využití celého zvířete bylo dříve samozřejmostí.

Trend nose to tail vznikl na přelomu století v Anglii a přinesl s sebou změnu trendů. Špičkový kuchař Fergus Henderson jej převzal přímo do názvu své kuchařky „Nose to tail eating“ a odůvodňoval jím

globální návrat ke stravování našich babiček, který přetrval až dodnes.

Masný průmysl tento trend na straně konzumentů vděčně přijal a aktivně jej zapracoval do nabídky sortimentu, marketingových aktivit či iniciativ, jako je dlouhodobý projekt „Savoir-Faire“ společnosti Proviande, organizace švýcarského masného průmyslu. Projekt zahájila příručka „Special Cuts“, souhrn a popis různých částí hovězího, telecího, jehněčího a vepřového masa doplněný rozhovory zaměřenými na prodej a využití těchto speciálních produktů s osobnostmi švýcarského masného průmyslu a gastronomického odvětví.

Hlavní téma „nose to tail“, totiž využití pokud možno všech částí zvířete, však nezaměstnává producenty masa jen několik posledních let. U hovězího dobytka se ve formě porcovaného masa připraveného k prodeji dostane na talíř až 70 procent jateční hmotnosti, u prasat se jedná přibližně o 80 procent. Pro jatka z toho vyplývá následující otázka: co s celým tím zbytkem – kůžemi a kožešinami, krví, kostmi, tukem či vnitřnostmi? Tyto části zvířat, kte-

Rozmanité možnosti využití

Surovina živočišného původu pro přípravek Heparin

Heparin se využívá ke snížení srážlivosti krve, například po operaci zabraňuje vzniku trombózy nebo plicní embolie. Nejdůležitější surovinou při výrobě Heparinu je střevní sliznice z poražených prasat. Střevní sliznici shromažďuje Centravo přímo na jatkách, dále ji zpracovává a následně dodává farmaceutickému průmyslu. Dochází zde rovněž k úpravě stěv, která se dále používají jako přírodní střeva na uzeniny.



Margarín, pokrmové ruky nebo bionafta

Tuk je nositel chuti a na naše talíře se dostává jako důležitá součást masa a masných produktů. Ne všechny živočišné tuky jsou však vhodné k lidské spotřebě. Také se shromažďují a dodávají do společnosti Centravo, která z nich vyrábí různé produkty jako margarín, pokrmové tuky, tuky pro průmysl, a dokonce i bionaftu jako udržitelné palivo pro vozidla či strojní zařízení.



Výroba kůže

Poněkud bližší nám bude další využití kůže a kožešin hovězího dobytka, telat, jehňat a ovcí pro výrobu kůže. Kůže a kožešiny se v průběhu porážky shromažďují a odvázejí do společnosti Centravo. Centravo každoročně upraví zhruba 850 000 kůží a kožešin, které jsou jako kvalitní surovina pro výrobu kůže dodávány do koželužen po celé Evropě.

rým se v odborném názvosloví říká vedlejší produkty z porážky, nejsou vhodné k lidské spotřebě, jsou však zároveň důležitou surovinou pro výrobu mnoha dalších produktů.

Toto důležité téma je tedy zaktoveno také ve strategii udržitelnosti společnosti Bell Food Group. „Chceme snížit potravinové ztráty, vedlejší produkty z porážky využít co nejlépe s cílem vytvořit přidanou hodnotu“, říká Basil Mörikofer, vedoucí projektu pro udržitelnost ve společnosti Bell Schweiz AG a člen doprovodné skupiny projektu Savoir-Faire.

Ve Švýcarsku byl společně s firmou Centravo AG v roce 1990 založen podnik, který se specializuje na využití vedlejších produktů z porážky a který vlastní tři největší zpracovatelé masa. Myšlenka, která se za tím skrývá: Jen tehdy, když největší zpracovatelé masa spojí své síly, je možné se ziskem a ve velkém dále

zpracovávat ty části zvířat, které se nedostanou na naše talíře.

Společnost Centravo nabízí pro všechny produkty ze zabíjaček a bourání, které masný průmysl nedokáže využít, možnosti ekologického a hospodárného využití. Pro odvoz veškerých zvířecích vedlejších produktů a potravin poskytne Centravo potřebnou logistiku a zajistí dokonalý systém dohledatelnosti a hygienicky nezávadné shromažďování a zpracování. Díky společnosti Centravo se téměř 100% vedlejších produktů z porážky (z hovězího a vepřového) recykluje způsobem vytvářející přidanou hodnotu. Společnost Centravo je tak důležitým aktérem v oblasti udržitelného využití celého zvířete. • fv

Díky společnosti Centravo je možné vedlejší produkty z porážky smysluplně dále zpracovávat.

Implementace systému hospodaření s energií e3m ve společnosti Bell Food Group

Energie potřebuje řízení

Efektivní využívání přírodních zdrojů má ve společnosti Bell Food Group již řadu let vysokou prioritu. Z tohoto důvodu je součástí cílů udržitelného rozvoje ve společnosti Bell Food Group také snižování celkové spotřeby energie. Důležitým příspěvkem je zavedení jednotného systému hospodaření s energií ve všech výrobních závodech společnosti Bell Food Group.



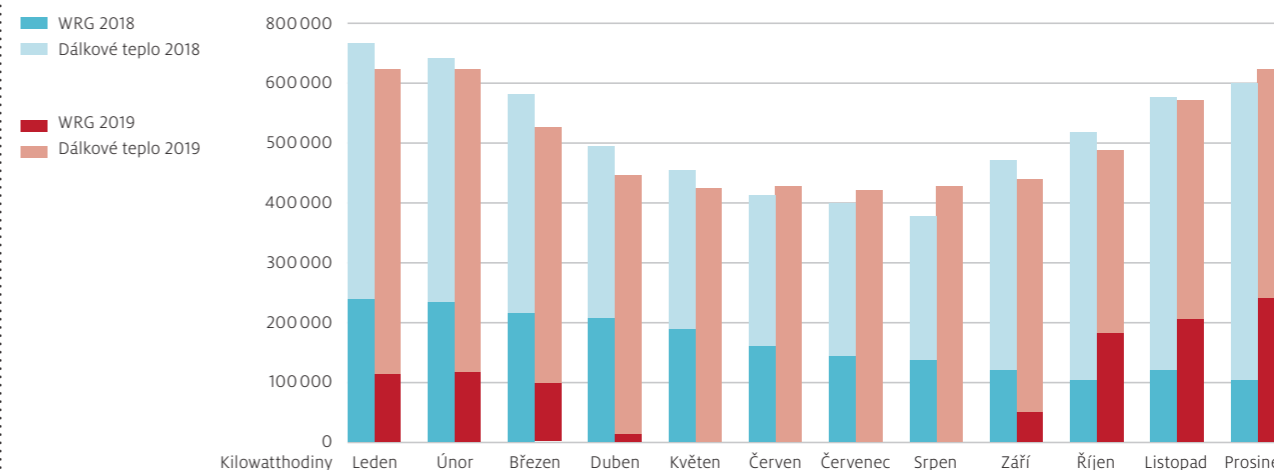
V dobách diskuzí o klimatické změně získává šetrné zacházení s přírodními zdroji zvýšenou mediální pozornost. Firmy jako Bell Food Group se však efektivním využíváním vody, elektrického proudu nebo tepla zabývají dlouhodobě – a to ze dvou důvodů: Za prvé dnes udržitelné řízení firmy na všech úrovních není pouhou třešničkou na dortu nebo způsobem, jak se odlišit od konkurence. U velkých firem kótovaných na burze ji různé zainteresované subjekty prostě předpokládají. Veřejnost, zákazníci, od politiků a spolků ochránců přírody až po zákonodárce i vlastní zaměstnance.

Za druhé existují také jasné důvody, proč by se firma měla v oblasti šetrného zacházení s přírodními zdroji angažovat. Navzdory obecnému mínění nejde jen o to udělat něco pro životní prostředí a společnost. Firma, která usiluje o dobré pracovní podmínky pro své zaměstnance, získává výhody při náboru dalších pracovníků sil, protože zaměstnanci přikládají stále větší význam jejím hodnotám a integritě.

Ještě zjevnější je u spotřeby přírodních zdrojů poměr nákladů a užitku. Využití odpadního tepla z chladicích zařízení a kontrola

V dnešní době se počítá s udržitelným způsobem vedení firmy.

Výpadek využití odpadního tepla (WRG) ve městě Basilej



Konkrétní zisk

V závodech, ve kterých je již systém e3m zaveden, generoval tento systém opakovaně konkrétní zisk. V Basileji došlo v roce 2019 k výpadku systému využití odpadního tepla. V důsledku toho bylo nutné dokupovat velké množství dálkového tepla, což přineslo měsíční náklady ve výši téměř 15 000 CHF. Díky systému e3m byl výpadek okamžitě odhalen a došlo k rychlé výměně vadných dílů (viz grafika výše).

i energeticky efektivní provoz výrobních zařízení mají přímý dopad na naše peněženky. Čím méně totiž spotřebujeme, tím méně zdrojů ve formě elektrické energie, vody nebo tepelné energie musíme nakoupit. Jedná se tak o důležitý nákladový faktor. Náklady na elektrický proud, teplo (topný olej, zemní plyn nebo dálkové teplo) a vodu se ve společnosti Bell Food Group každoročně pohybují v desítkách milionů eur. Z tohoto důvodu stanovuje strategie udržitelnosti společnosti Bell Food Group jako jeden z cílů neustálé snižování celkové spotřeby energie.

Ten, kdo chce snížit spotřebu energie, a tím také ušetřit náklady, musí nejprve přesně vědět, kolik energie se vůbec spotřebovává, a jaké jsou největší spotřebiče v jeho podniku. Zní to sice jednoduše, ale ve velké firmě s množstvím různých výrobních zařízení, jako je Bell Food Group, se jedná o komplexní výzvu. Spotřebu je nutné systematicky evidovat a analyzovat tak, aby

Systém e3m bude do roku 2024 zaveden ve všech závodech společnosti Bell Food Group.

bylo možné včas rozpoznat odchylky od běžných hodnot a provozovat zařízení co nejsporněji. To je možné pouze tehdy, pokud pracovníci v závodech odpovědné za hospodaření s energiemi podpoříme speciálním systémem zaměřeným právě na hospodaření s energiemi. Společnost Bell Food Group pracuje v této oblasti již od roku 2010 se systémem pro hospodaření s energiemi e3m a tento systém instalovala v jednotlivých závodech. Při přepracování strategie udržitelnosti v roce 2017 došlo k novému naplánování tohoto projektu. Jeho cílem

je rozšíření kontroly spotřeby energií pomocí systému e3m a jednotného, systematického a automatického systému evidence spotřeby do všech závodů společnosti Bell Food Group. Přinese to vyšší transparentnost, ukáže nám to, kde se v jednotlivých závodech skrývá nejvyšší potenciál pro snižování spotřeby, a poskytne důležitá východiska pro zavádění opatření ke zvýšení efektivity. Díky systematickému sledování spotřebičů také včas rozpoznáme odchylky ve spotřebě energie a výrazně zkrátíme reakční dobu, což umožní včasné zavedení příslušných opatření. Systematické evidence spotřeby energie a účinná kontrola energií jsou v neposlední řadě základem pro splnění požadavků úřadů v oblasti spotřeby energií.

Po úspěšném ukončení pilotního projektu bude systém pro hospodaření s energiemi e3m zaveden v roce 2019 do všech závodů společnosti Bell Food Group. Dokončení projektu se plánuje v roce 2024. • fv

Výročí

Časopis LOOK! gratuluje všem, kteří slaví jubileum v období od prosince 2019 do února 2020.

Bell Švýcarsko

20 let v pracovním poměru

Martine Blonde, 1. prosince, Bell, Basilej
Michael Doser, 1. prosince, Bell, Basilej
Reto Kaumann, 15. prosince, Bell, Zell
Thomas Abt, 1. ledna, Bell, Basilej
Gzimja Ferati, 1. ledna, Bell, Basilej
Emina Kaya, 1. ledna, Bell, Oensingen
Marco Leuenberger, 1. ledna, Geiser, Schlieren
Etienne Seingier, 1. ledna, Bell, Basilej
Thierry Maurin, 10. ledna, Bell, Cher-Mignon
Sonia Khoulafane, 17. ledna, Bell, Basilej
Sandrine Roesch, 17. ledna, Bell, Basilej
Lumturije Morina-Berisha, 21. ledna, Bell, Oensingen
Paulo Terrão, 27. ledna, Geiser, Schlieren
Bajram Dervisovski, 31. ledna, Bell, Zell
Uthayakumar Eliyathamby, 1. února, Bell, Zell
Manfred Erb, 1. února, Bell, Basilej
Luc Martin, 1. února, Bell, Basilej
Roger Schaub, 1. února, Geiser, Schlieren
Yves Studer, 14. února, Bell, Basilej
Katie Martin, 15. února, Bell, Basilej

25 let v pracovním poměru

Heinrich Beer, 1. ledna, Bell, Basilej
Guy Betzinger, 1. ledna, Bell, Basilej
Maria Nair Pires Dias, 23. ledna, Bell, Cheseaux-sur-Lausanne
Arif Ferati, 1. února, Bell, Basilej
Lorenz Wyss, 1. února, Bell, Basilej

30 let v pracovním poměru

Yves Brendlé, 1. ledna, Bell, Basilej
Pascal Furling, 1. ledna, Bell, Basilej
Monika Ritz, 1. ledna, Geiser, Schlieren
Huguette Ruchty, 1. ledna, Bell, Basilej
Klaus Sommer, 1. ledna, Bell, Basilej
Urs Schwegler, 23. ledna, Bell, Zell
Christophe Benrad, 1. února, Bell, Basilej

40 let v pracovním poměru

Danielle Lauffenburger, 7. ledna, Bell, Basilej

Odchody do důchodu

Michel Gast, 30. listopadu, Bell, Basilej (*dodatečně*)
Thierry Veya, 30. listopadu, Bell, Oensingen (*dodatečně*)
Eduard Zimmermann, 30. listopadu, Bell, Zell (*dodatečně*)
Beatrice Häppt, 31. ledna, Geiser, Schlieren

Předčasné odchody do důchodu

Rudolf Ehrsam, 31. prosince, Bell, Basilej
Haki Krasniqi, 31. prosince, Bell, Zell
Selim Kuqi, 31. prosince, Bell, Zell
Roberto Marafatto, 31. prosince, Bell, Basilej
Ismail Oezveren, 31. prosince, Bell, Basilej
Lisica Savic, 31. prosince, Bell, Oensingen
Slavko Savic, 31. prosince, Bell, Oensingen
Barbara Spies, 31. prosince, Bell, Basilej
Ljubomir Radukic, 31. prosince, Bell, Oensingen
Christian Röthlisberger, 31. prosince, Bell, Oensingen
Adem Beluli, 31. ledna, Bell, Zell
Klaus Holzleiter, 31. ledna, Bell, Basilej
Miguel Santos, 31. ledna, Bell, Cheseaux-sur-Lausanne
Beat Kurmann, 29. února, Bell, Zell
Michel Meister, 29. února, Bell, Basilej

Bell International

20 let v pracovním poměru

Javra Hodzic, 17. ledna, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Arif Baloglu, 10. ledna, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Josef Köchl, 18. února, Hubers Landhendl, Pfaffstätt

25 let v pracovním poměru

Karl-Heinz Beekmann, 21. listopadu, Bell Německo, Harkebrügge (*dodatečně*)
Markus Schicktanzt, 2. prosince, Bell Německo, Harkebrügge

45 let v pracovním poměru

Hajrudin Hodzic, 27. ledna, Hubers Landhendl, Pfaffstätt

Odchody do důchodu

Francis Seewald, 1. ledna, Bell Francie, Maison de Savoie
Te Vang, 27. ledna, Bell Francie, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Klaus Kaufmann, 31. ledna, Hubers Landhendl, Pfaffstätt
Florentino Sanchez, 8. února, Bell Španělsku, Casarrubios del Monte

Polotovary

20 let v pracovním poměru

Oliver Bindel, 1. září, Hilcona, Schaan (*dodatečně*)
Alija Salkic, 13. září, Hilcona, Orbe (*dodatečně*)
Fadil Hasanovic, 26. září, Hilcona, Orbe (*dodatečně*)
Pius Calzaferr, 1. prosince, Hilcona, Schaan
René Ruedisser, 1. prosince, Hilcona, Schaan
Christian Schmid, 1. prosince, Hilcona, Schaan
Ove Masekowsky, 3. prosince, Hügli, Radolfzell
Olaf Flügger, 1. ledna, Hügli, Radolfzell
Margarida Guimarães Pereira, 1. ledna, Hilcona, Schaan
Roland Siegl, 1. ledna, Hilcona, Schaan
Ulrike Sulger, 1. ledna, Hügli, Radolfzell
Adelino Jorge Velho da Rocha, 8. ledna, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent
Claudio Ravasi, 25. ledna, Ali Big, Brivio
Mahmut Hadzic, 26. ledna, Hilcona, Orbe
Christian Voelkl, 1. února, Hilcona, Schaan
Sevgi Cetingöz, 14. února, Hügli, Radolfzell
Bejsada Sehic, 26. února, Hilcona, Orbe
Hasa Sulic, 26. února, Hilcona, Orbe

25 let v pracovním poměru

Markus Wellm, 1. září, Inter-Planing, Langenhaslach (*dodatečně*)
Peter Schmidheiny, 1. listopadu, Hilcona, Schaan (*dodatečně*)
Fritz Ohrmann, 1. prosince, Hügli, Radolfzell
Wolfram Perle, 1. prosince, Hilcona, Schaan
Elena Engelmann, 7. prosince, Hügli, Radolfzell
Sylvain Agassis, 1. ledna, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent
Thorsten Mitze, 1. ledna, Hügli, Radolfzell
Martin Wehrle, 2. ledna, Hügli, Radolfzell
Zoran Grujic, 3. ledna, Hilcona, Orbe
Karin Wohler, 23. ledna, Hügli, Radolfzell
Andreas Maisch, 1. února, Hügli, Radolfzell
Sabine Kölzsch, 7. února, Hügli, Radolfzell
Ramona Balossi, 8. února, Ali Big, Brivio
Maja Böhler, 15. února, Hügli, Radolfzell
Erhan Kahraman, 16. února, Hügli, Radolfzell

30 let v pracovním poměru

Hanspeter Oberweger, 1. prosince, Hilcona, Schaan
Maria Alice Luis, 1. února, Sylvain & CO, Essert-sous-Champvent

35 let v pracovním poměru

Juergen Schwarz, 1. července, Hilcona, Schaan (*dodatečně*)
Slavisa Stojanovic, 24. ledna, Hügli, St. Gallen

40 let v pracovním poměru

Armin Reich, 5. července, Hilcona, Schaan (*dodatečně*)

Odchody do důchodu

Klara Schorer, 30. listopadu, Inter-Planing, Langenhaslach (*dodatečně*)
Liljana Dujmovic, 31. prosince, Hügli, Radolfzell
Dagmar Freischlag, 31. prosince, Hügli, Radolfzell
Willi Heussler, 31. prosince, Hügli, Radolfzell
Claudia Müller, 31. prosince, Inter-Planing, Langenhaslach
Brigitte Scheunemann, 31. prosince, Hügli, Radolfzell
Janet Shipway, 31. prosince, Hügli, Zäsmuky
Helena Valentová, 31. prosince, Hügli, Zäsmuky
Ingrid Vokřálová, 31. prosince, Hügli, Zäsmuky
Franz Kuhn, 29. února, Hilcona, Schaan

Úmrtí

Monica Hoogmoed-Spijker, 11. srpna, Besc, Werkendam (*dodatečně*)
Gottlieb Wernli, 23. srpna, Hügli, Steinach (*dodatečně*)
Jurek Lewanowski, 22. srpna, Hügli, Redditch (*dodatečně*)

Zvěrolékařka Birgit Harrerová tráví téměř
všechn svůj volný čas v kajaku

V divoké vodě se cítí jako doma

Už když Birgit Harrerová poprvé sledovala sjíždění jezu v kajaku, úplně ji to nadchlo. Uplynulo však ještě mnoho let, než se s úzkou lodí vrhla do divoké vody. To jí už bylo 40 let a do té doby vyzkoušela řadu outdoorových a vodních sportů. Nyní, o 11 let později, je úřadující švýcarskou seniorskou vicemistryní ve vodním slalomu kajaků a tráví téměř každou volnou minutu na vodě.



Jednou z jejích
oblíbených řek
jeslavná Raundal-
selva v Norsku.



Osobnost

Jméno: Birgit Harrerová

Činnost u společnosti Bell Schweiz:

zástupkyně vedoucího zdravotní služby

U společnosti Bell od roku: 2011

Věk: 51

„Ze začátku byla pro mě ještě každá malá vlna výzvou,“ vzpomíná si Birgit Harrerová na svou první jízdu na kajaku. „Ale když jsem zjistila, jak se to dělá, docela rychle se dostal překvapivý úspěch.“

Ke svému mokrému koníčku se zvěrolékařka a zástupkyně vedoucího zdravotní služby ve společnosti Bell v Zellu dostala náhodou. Její první zaměstnavatel poté, co ukončila studium veterinární medicíny na univerzitě v Curychu, nabízel širokou škálu sportovních aktivit, včetně kajaku. Tehdy poprvé nastoupila do štíhlé lodě – a téměř již nikdy nevystoupila.

„Čím je člověk v něčem lepší, tím mu to přináší více radosti,“ zní motto pracovnice společnosti Bell. Proto je na vodě tak často, jak jen to je možné. O večerech po práci na sla-

lomových tratích svých dvou kajakových klubů na Limmatu, o víkendech někdy v Graubünden nebo Ticinu. Nezapomeňme na dovolené: Na jaře pádluje na Korsice, v létě v Norsku a na podzim v Ötztalu.

Jedním z jejích oblíbených míst je Raundalselva v Norsku. Kombinace malebné krajiny a vzrušení z této mezi zasvěcenými nechvalně proslulé řeky na ni působí zvláštním kouzlem.

Ačkoli ve své lodi sedí každý sám, je jízda na kajaku přece jen skupinovým sportem. „Jezdíme alespoň ve dvou, na obtížnějších trasách také se třemi nebo více přáteli,“ říká Birgit Harrerová. „Protože riziko to je vždy. Proto by měl vždy být v blízkosti někdo, kdo může pomoci, když se něco stane.“ Může se například stát, že se loď zasekne mezi dvěma kamennými blo-

ky a vlastními silami se z toho nedostanete. V nehorším případě kajakář uváže s hlavou pod vodou. Potom je životně důležité, aby byli kolegové rychle po ruce.

Také Birgit Harrer již zažila jednu nebo dvě nehody. Jednou přistála po skoku v pádové linii vody, která ji tiskla pod vodou. „Zkoušela jsem systematicky vše, co v takových situacích může pomoci, ale sama bych se nahoru již nedostala,“ vypravuje. Kolega mě nakonec zachránil. „Byla jsem již dlouho pod vodou a téměř bez dechu.“ Ale ani takové situace nesnižují její vášně pro tohoto náročného koníčka. Spíše ji tato zkušenost naučila, že když jde do tuhého, je třeba si zachovat chladnou hlavu. „Ze zpětného pohledu to je dobrá zkušenost,“ shrnuje Birgit.

Jako ambiciózní rekreační 51letá sportovkyně se pravidelně účastní kajakářských soutěží. Například na švýcarských mistrovstvích nebo v závodě King of the Alps, evropského mistrovství v extrémní jízdě na kajaku. Úspěch ji v lodi doprovází: Pracovnice společnosti Bell je úřadující vicemistryní Švýcarska ve své věkové skupině. • mr

Jízda na kajaku

Slovo kajak je odvozeno od grónského slova Qajaq. Původně se loď vyráběla ze dřeva, kostí a zvířecích kůží a sloužila Inuitům jako rychlé a obratné lovecké plavidlo. Moderní kajaky jsou většinou vyrobeny z uhlíkových kompozitů nebo různých plastů. Úzký člun je – kromě části se sedadlem – uzavřen. Kajakář k utěsnění tohoto otvoru také používá ochranný kryt (špicdeku). Při jízdě sedí a pohyb ve směru pohledu řídí dvojitým pádlem. Kajak a otevřená kánoe (tzv. canadier) tvoří dvě hlavní podkategorie kánoe.

Akce pro učně v roce 2019

Spousta nápadů – a jedno překvapení



V říjnu se ve švýcarském městečku Magglingen konala akce pro učně ze společnosti Bell Food Group. Po dobu tří dnů se všichni učni scházeli a vypracovávali v rámci soutěže množství návrhů projektů, které poslední den této akce prezentovali vrcholovému vedení a vedení skupiny. Jako odměna za nejlepší projekt čekala na výherce prohlídka města.

Ve švýcarském městečku Magglingen, vysoko nad městem Biel a s nádhernými výhledy na Alpy, se nachází vzdělávací a školicí centrum pro mladé švýcarské sportovce. Místo sportovců však v říjnu Magglingen přivítal na tři dny učně ze společnosti Bell Food Group.

Pod heslem „Tradice versus budoucnost“ nahlédli učni v rámci honby za pokladem na iPadu a hádankové hry připravené speciálně pro tuto akci do historie společnosti Bell Food Group. Na budoucnost pak zaměřili svou pozornost v rámci skupinové práce. Hledali chytré nápady na téma „vzdělávání“ nebo „masný a potravinářský průmysl“ – ať už z hlediska běžného pracovního dne, profesního vzdělávání nebo

produktů. Učni měli za úkol vytvořit návrhy projektů, které považují za inspirující a které by rádi zrealizovali. Během akce jim s vypracováním návrhů pomáhal školitel, a poslední den akce je pak prezentovali před devíti členy vrcholového vedení a vedením skupiny. Nejlepší nápad měl být oceněn výletem v hodnotě 1000 CHF pro každého člena vítězné skupiny.

A jak se ukázalo, akce byla velice úspěšná. Pro členy poroty bylo tak obtížné vybrat z té spousty dobrých nápadů jen jeden, že nakonec k překvapení všech vyhlásili hned dva vítěze.

Radost měli nejen vítězové, ale také Andreas Begré, vedoucí odborného vzdělávání ve švýcarském

Bellu a hlavní organizátor celé akce: „Jsem rád, že se nápady učňů pohybují na tak vysoké úrovni, že porota vybrala hned dva projekty. Vnímám to jako znamení dobré práce učňů a respektu managementu. Mimořádná angažovanost během studia se prostě vyplatí. Nyní budeme pokračovat v přípravě a realizaci projektových návrhů.“ •