

LOOK!

Mitarbeitermagazin der Bell Food Group

01 2020



**Industrie vier
Punkt was?**

Erfolgreich auf den zweiten Blick

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Für die Bell Food Group war 2019 ein schwieriges Jahr: Warenumsatz und Absatzvolumen lagen leicht unter Vorjahr, und der Jahresgewinn hat sich mit CHF 49,6 Millionen im Vorjahresvergleich fast halbiert. Allerdings ist dieses Ergebnis durch eine Reihe von Sondereffekten belastet, die einen wesentlichen Einfluss auf den Geschäftsgang der Bell Food Group hatten. Die Reorganisation von Bell Deutschland mit dem Verkauf des Wurstwarengeschäftes, der massive Preisanstieg für Schweinefleisch in Europa aufgrund der Afrikanischen Schweinepest sowie Anlaufkosten für die neu eröffneten Produktionsbetriebe in Marchtrenk und Fuensalida haben uns 2019 insgesamt über CHF 53 Millionen gekostet.

Positiv waren die operativen Fortschritte, die wir in allen Geschäftsbereichen erzielen konnten. Im Geschäftsbereich Bell Schweiz konnten wir die Ertragslage dank einem effektiven Kostenmanagement und den im Vorjahr eingeleiteten Massnahmen zur Prozessoptimierung verbessern. In diesem Jahr wollen wir uns bei Bell Schweiz darauf konzentrieren, im Retail und im Food Service Marktanteile zu gewinnen.

Durch die Rohmaterialsituation und die Reorganisation in Deutschland hat der Geschäftsbereich Bell International ein schwieriges Jahr hinter sich.

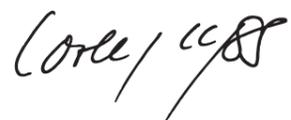
Wir sind aber überzeugt, dass wir mit der Fokussierung auf deutsche und internationale Rohschinkenspezialitäten gut aufgestellt sind, um unsere bereits starke Marktposition in diesem Segment weiter auszubauen. Zudem dürfen uns die operativen Fortschritte in den Divisionen West-/Osteuropa sowie Hubers/Süttag positiv stimmen.

Der Geschäftsbereich Convenience hat den Wachstumstrend 2019 dank einem innovativen Produktsortiment fortgeführt und konnte seine Präsenz in Europa ausbauen. Im laufenden Jahr wollen wir diesen Weg weitergehen und mit den neuen Produktionskapazitäten in Marchtrenk (AT) und Bad Wünnenberg (DE) weitere Marktanteile im europäischen Convenience-Markt dazugewinnen.

Besonders positiv stimmt mich, dass wir nach einem eher verhaltenen Jahresbeginn immer besser in Fahrt kamen und vor allem in der zweiten Jahreshälfte zulegen konnten. Das zeigt uns, dass wir mit unseren strategischen Massnahmen auf dem richtigen Weg sind.

Das ist nicht zuletzt Ihr Verdienst, geschätzte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ich möchte Ihnen auf diesem Weg für den geleisteten Einsatz danken. Ich bin zuversichtlich, dass wir in diesem Jahr weitere Fortschritte erzielen werden und freue mich sehr darauf, die bevorstehenden Herausforderungen gemeinsam mit Ihnen zu meistern.

Lorenz Wyss
Vorsitzender der Gruppenleitung




Inhalt

Aus dem Unternehmen

- 4 Jahresergebnis im Zeichen von Sondereffekten**
Interview mit CFO Xavier Buro
- 6 Der grösste Tiefkühler der Bell Food Group**
Neues Tiefkühlager am Standort Oensingen
- 8 Think, act, be safe!**
Cyber Security Awareness: Die zehn Regeln für einen sicheren Umgang in der digitalen Welt

Im Überblick

- 10 Das Beste aus zwei Welten**
Markenrelaunch bei Hügli
- 11 Mehr Platz für mehr Produkte**
Eisberg erweitert seine Kapazitäten in Ungarn

Vor Ort in ...

- 12 Grosse Sorgfalt in kleinen Beuteln**
Hügli in Redditch: Experten für «Functional Food» seit fast 40 Jahren

Titelstory

- 14 Industrie vier Punkt was?**
Auf dem Weg zur Smartfactory

Unsere Genusswelt

- 18 Frisch aufgetischt?**
Bell-Neuheiten für einen genussvollen Frühling
- 21 Eine saftige Familie**
Neue Säfte und Smoothies von Eisberg
- 22 Da haben wir den Salat**
Von der Nebenrolle zum Hauptdarsteller

Arbeiten bei der Bell Food Group

- 24 «Eine gute Ausbildung ist für mich sehr wichtig!»**
Bell-Lernender steht für U-17-Team des EHC Basel auf dem Eis
- 26 Hinsehen statt weg- oder übersehen**
Sensibilisierung zum Thema Frühintervention

Jubiläen

- 28 Jubiläen**
LOOK! gratuliert den Jubilaren von März bis Mai 2020

Unser Hobby

- 30 Eine bewegende Gemeinschaft**
Den Hügli Sportclub in Steinach gibt es schon mehr als 40 Jahre

So geht Qualität

- 32 Hilcona gibt umweltfreundlich Volldampf**
Hilcona in Schaan produziert CO₂-neutral dank Abwärmenutzung

Wie gefällt Ihnen unser Mitarbeitermagazin?

Nehmen Sie an der Umfrage teil und sagen Sie uns Ihre Meinung!



www.bellfoodgroup.com/look

Impressum Zeitschrift für die Mitarbeitenden der Bell Food Group, 4 Ausgaben pro Jahr, Nr. 1/2020, März 2020, 26. Jahrgang.
Herausgeber: Bell Food Group AG, Elsässerstrasse 174, 4056 Basel, Schweiz. Adresse: Bell Schweiz AG, Redaktion LOOK!, Postfach 2356, 4002 Basel, Schweiz.
Tel. +41 58 326 2257, Fax +41 58 326 2114, bell.news@bellfoodgroup.com, www.bell.ch. Redaktionsteam: Fabian Vetsch (fv), Leitung, Sara Heiniger (sh), Jana Lazar (jl), redaktionelle Unterstützung: Michaela Rosenbaum (mr), Gilles Mauron (gm). Gestaltung: oblografik, Olten, Schweiz. Bildbearbeitung: Proacteam AG, Allschwil, Schweiz.
Druck: Druckerei Riebelmann, Lohne, Deutschland, Werner Druck & Medien AG, Basel, Schweiz. Gedruckt auf FSC-Papier.

Interview mit CFO Xavier Buro

Jahresergebnis im Zeichen von Sondereffekten

Xavier Buro ist seit Juli 2019 CFO der Bell Food Group. Im Interview mit LOOK! erklärt er, wie er das erste Jahresergebnis der Bell Food Group in seiner Amtszeit einschätzt und inwiefern Sondereffekte im vergangenen Jahr eine wesentliche Rolle spielten.

Herr Buro, wie beurteilen Sie das Jahresergebnis der Bell Food Group? Von den Zahlen her muss man sagen, dass das Ergebnis nicht zufriedenstellend ausgefallen ist. Allerdings gab es 2019 eine Reihe von Sondereffekten, die das Ergebnis negativ beeinflusst haben.

Sie sprechen die Sondereffekte an, welche waren diese? Das Ergebnis der Bell Food Group wurde 2019 von drei wesentlichen Sondereffekten belastet: Die Reorganisation in Deutschland mit dem Verkauf des Wurstwarengeschäfts und der Umnutzung des Werkes in Bad Wünnenberg, den stark gestiegenen Preisen für Schweinefleisch in Europa sowie den Anlaufkosten für die 2019 neu eröffneten Betriebe, insbesondere in Marchtrenk.

Inwiefern haben diese das Ergebnis beeinflusst? Sie spielen neben den nackten Zahlen eine wesentliche Rolle für die Einordnung des Jahresergebnisses. Wir haben 2019 einen Jahresgewinn von knapp CHF 50 Millionen ausgewiesen. Damit lagen wir deutlich unter Vorjahr. Die erwähnten Sondereffekte haben uns im vergangenen Jahr fast CHF 54 Millionen gekostet, wobei die Reorganisation in Deutschland mit rund CHF 38,5 Millionen der grösste Brocken war. Das heisst, ohne diese Sondereffekte hätte der Jahresgewinn etwa CHF 104 Millionen betragen und wäre damit höher ausgefallen als 2018.

Wie kommen solche Sondereffekte zustande? Wenn wir auf das letztjährige Geschäftsjahr schauen, muss man zwischen internen und externen Einflüssen unterscheiden. Der Rohmaterialpreisanstieg beim Schweinefleisch ist beispielsweise ein Phänomen, auf das wir keinen direkten Einfluss haben. Grundsätzlich gehören volatile Rohmaterialpreise bei uns zum Geschäft und wir sind entsprechend darauf vorbereitet. Durch den Ausbruch der Afrikanischen Schweinepest in China hat die Nachfrage aus Fernost nach europäischem Schweinefleisch aber so stark zugenommen, dass die Preise regelrecht in den Himmel geschossen sind. Darauf zu reagieren, ist in einem umkämpften Markt nur zeitversetzt möglich und hat deshalb Spuren in unserem Jahresergebnis hinterlassen.

Wie sieht das bei den anderen Sondereffekten aus? Die anderen Sondereffekte sind sozusagen hausgemacht. Die Reorganisation in Deutschland und der Bau von neuen Produktionsbetrieben sind strategische Entscheidungen des Unternehmens mit mittel- bis langfristiger Perspektive. Das Beispiel der Reorganisation in Deutschland zeigt, dass solche Entscheidungen schmerzhaft sein können

und kurzfristig leider auch unerwünschte negative Effekte wie einen Personalabbau oder höhere Kosten haben. Mit dem Verkauf eines Unternehmensteils fällt zum Beispiel auch der dazugehörige Umsatz weg. Das ist auch der Fall, wenn ein Betrieb umgebaut wird wie in Bad Wünnenberg. Und neue Produktionsbetriebe brauchen trotz grossem Einsatz der Mitarbeitenden vor Ort einfach immer eine gewisse Zeit, bis sie das vorgesehene Produktivitätsniveau erreichen.

Welche Schlussfolgerungen ziehen Sie daraus? Man kann daraus folgern, dass die ausgewiesenen Zahlen am Jahresende nicht immer der alleinige Gradmesser dafür sind, ob wir gut gewirtschaftet haben oder nicht.

Das heisst, das Ergebnis 2019 war besser als es den Anschein macht? Das kann man definitiv so sagen, ja. Wenn wir die Sondereffekte mal ausser Acht lassen, sind wir in allen Geschäftsbereichen besser geworden. Wir konnten den Wachstumskurs im Geschäftsbereich Convenience halten und wir waren auch in unserem angestammten Geschäftsfeld mit Fleisch und Charcuterie gut unterwegs. Zudem konnten wir im zweiten Halbjahr deutlich zulegen. Das stimmt mich positiv, auch wenn wir 2020 noch ein paar Hausaufgaben haben.

Welche Erwartungen haben Sie an das laufende Geschäftsjahr? Wir haben jetzt einige wichtige strategische Entscheidungen getroffen, die uns in Zukunft weiterbringen werden. Ich denke da an den Verkauf des Wurstwarengeschäfts und die Fokussierung auf Rohschinken in Europa, den Ausbau der Produktionskapazitäten für Convenience in Deutschland und Österreich, die Anpassung der Organisationsstruktur der Bell Food Group und nicht zuletzt auch die Massnahmen zur Stärkung unserer Führungsposition in der Schweiz. Ich bin deshalb zuversichtlich, dass wir auf dem richtigen Weg sind und 2020 unsere gesteckten Ziele erreichen werden. • fv

Neues Tiefkühlager am Standort Oensingen

DER GRÖSSTE TIEFKÜHLER DER BELL FOOD GROUP

Das Investitionsprogramm für die Produktionsstandorte von Bell Schweiz nimmt weiter Fahrt auf. Am Standort Oensingen befinden sich mehrere Bauprojekte in der Pipeline. Den Anfang macht der Spatenstich für ein neues Tiefkühlager im April 2020.

Nachdem 2018 mit dem Parkhaus in Basel ein erstes Bauprojekt realisiert worden war, ist weiter intensiv an der Umsetzung der anderen Projekte des Investitionsprogramms für die Erneuerung der Produktionsstandorte von Bell Schweiz gearbeitet worden. Im Fokus stand dabei der Standort Oensingen, an dem nun einiges in Bewegung ist.

Der Bau eines neuen Tiefkühlagers wird in Kürze beginnen. Der Spatenstich erfolgt im Frühjahr 2020. Mit dem hochmodernen Tiefkühlager werden die in die Jahre gekommenen Anlagen der

Frigo in Basel abgelöst. Zudem werden die Tiefkühlkapazitäten, die heute aus Platzgründen an mehreren

Am Standort Oensingen ist einiges in Bewegung.

externen Standorten verteilt sind, in Oensingen zentralisiert. Neben dem eigentlichen Tiefkühlager mit 35 000 Palettenplätzen sind im Neubau auch verschiedene Anlagen für vor- und nachgelagerte Prozesse

wie beispielsweise das Schockfrosten oder die Akklimatisierung der Rohwaren integriert. Damit erfüllt der Neubau nicht nur höchste Ansprüche an die Wirtschaftlichkeit und Effizienz, sondern reduziert auch den Ressourcenverbrauch. Die Umweltverträglichkeit wird dadurch markant verbessert und der CO₂-Fussabdruck um die Hälfte reduziert.

Neben dem neuen Tiefkühlager befinden sich in Oensingen weitere Bauprojekte in Planung. Auf dem Areal Holinden sind neben einem Parkhaus auch ein Slicer-Zentrum sowie eine nationale Verteil- und Logistikplattform geplant. An der Dünnerstrasse ist vorgesehen, den bestehenden Schlacht- und Verarbeitungsbetrieb mittelfristig zu erneuern. Über den Fortschritt dieser Projekte wird zu gegebener Zeit berichtet werden. • de



- Holinden**
- 1 | Slicer-Zentrum
 - 2 | Verteilplattform
 - 3 | Parkhaus
 - 4 | Tiefkühlager

- Dünnerstrasse**
- 5 | Rinderschlachthof

Visualisierung
des neuen
Tiefkühlagers
in Oensingen.





Cyber Security Awareness: Die zehn Regeln für einen sicheren Umgang in der digitalen Welt

Think, act, be safe!

Cyber Security hat zum Ziel, Computer, Server, Mobilgeräte, elektronische Systeme, Netzwerke und Daten vor böswilligen Angriffen zu schützen. Als Mitarbeitende können wir einen wichtigen Beitrag leisten: Indem wir uns an die zehn Regeln der Cyber Security halten, schützen wir nicht nur unsere Unternehmen, sondern immer auch unsere persönlichen Daten. • sh

1. Passworthandhabung ✕



Ihre Passwörter sind streng vertraulich. Ändern Sie Initialpasswörter nach Erhalt ab und nutzen Sie sichere Wort- und Zahlenkombinationen. Verwenden Sie das Bell-Food-Group-Passwort NIE für private Dienste im Internet. Ändern Sie bei Verdacht auf Missbrauch umgehend Ihr Passwort.

2. Cyberkriminalität ✕



Betrüger versuchen oft, durch zwischenmenschliche Kontakte firmeninterne Informationen zu erschleichen (Social Engineering). Dies passiert meist unbemerkt via Telefon, Social Media oder E-Mail. Stellen Sie ungewöhnliche (E-Mail-)Anfragen stets infrage.

3. Identitätsdiebstahl ✕



Angriffe auf Ihre Privatsphäre, sogenanntes Phishing, geschehen heutzutage professionell und möglicherweise ohne dass Sie es bemerken. Behandeln Sie E-Mails von unbekanntem Absender oder zweifelhafter Herkunft mit grösster Vorsicht. Öffnen Sie keine fremden Links oder Dateien, deren Absender Sie nicht kennen oder die Sie nicht erwartet haben.

4. Datenschutz ✕



Daten müssen immer angemessen geschützt sein – egal ob in Papier- oder elektronischer Form. Private Speicherdienste wie Cloud-Dienste (z. B. Google Drive) entsprechen nicht den Bell-Food-Group-Sicherheitsvorschriften, weshalb die Verwendung dieser Art von Speichermedien untersagt ist.

5. Datenverkehr ✕



E-Mails sind wie Postkarten und können von Drittpersonen mitgelesen werden. Dies gilt auch für die versendeten Anhänge. Verwenden Sie für den Versand vertraulicher Informationen deshalb stets die von Bell Food Group zur Verfügung gestellten Dienste (z. B. SharePoint oder FTAPI).

7. Schadsoftware ✕



Verwenden Sie externe Speichermedien (z. B. USB-Sticks) nur, wenn deren Herkunft bekannt ist. Nutzen Sie ausserdem stets die von Bell Food Group zur Verfügung gestellte Software. Geräte von Besucherinnen und Besuchern sollten nur über das von Bell Food Group zur Verfügung gestellte WLAN auf das Internet zugreifen.

10. Unsicherheit ✕



Fühlen Sie sich unsicher bezüglich eines oder mehrerer dieser Punkte? Zögern Sie nicht und wenden Sie sich direkt an Ihren lokalen IT-Helpdesk – lieber einmal zu viel als einmal zu wenig.

6. Datensicherheit ✕



Speichern Sie Ihre Daten auf den von Bell Food Group zur Verfügung gestellten Diensten (z. B. SharePoint), die zur Sicherheit synchronisiert werden.

8. Diebstahl ✕



Notebooks, Smartphones und Tablets sind besonders diebstahlgefährdet und dürfen nicht unbeaufsichtigt liegen gelassen werden. Schützen Sie diese vor einem unerwünschten Zugriff mit einer PIN, einem Fingerprint oder Ähnlichem.

9. Smartphone ✕



Auf Ihrem Smartphone befinden sich sensible Daten, die durch Apps systematisch ausgelesen werden können. Laden Sie nur Apps aus den offiziellen App Stores herunter. Erteilen Sie den Apps möglichst wenige Berechtigungen und verwenden Sie nur vertrauenswürdige WLAN-Verbindungen mit Verschlüsselung.



INFINITELY SWEET



Markenrelaunch bei Hügli

Das Beste aus zwei Welten

Mit einem frischen Auftritt und neu organisierten Sortimenten präsentieren sich die Produktmarken Hügli und Vogeley seit diesem Frühjahr ihren Kunden. Damit sind die beiden Erfolgsmarken von Hügli gut für die Zukunft aufgestellt.

Wie kriert man einen frischen Look und bleibt trotzdem wiedererkennbar? Hügli macht es vor: Der vertraute Suppentopf auf den Produkten hat sich bei gleicher Farbgebung in ein modernes rundes Logo verwandelt. Hingucker dabei ist die zentrale Flamme, welche die Kochflammen in den Grossküchen der Welt sowie die Leidenschaft von Hügli für seine Produkte und seine Kunden symbolisiert.



Gleichzeitig mit der Überarbeitung des Aussentritts der Produktmarke strukturierte Hügli zudem das Sortiment um. Dazu gehörte auch die Verschmelzung mit der bisherigen Marke «Supro». «Dafür haben wir uns alle Rezepturen vorgenommen und das Beste aus beiden Welten ausgewählt», berichtet Carolin Garbe, Leiterin Internationales Marketing Food Service bei Hügli.

Entstanden sind so vier Linien, die genau an die Anforderungen der verschiedenen Zielgruppen angepasst sind. Das hochwertige «Premium»-Sortiment zielt dabei auf die Gastronomie mit gehobenen Ansprüchen ab. «Selektion» ist die abwechslungsreiche Range für die gutbürgerliche Küche, während sich «Menu» mit hoher Funktionalität und gutem Preis-Leistungs-Verhältnis an Kantinen, Caterer und grosse Restaurants richtet. Und auch für die Versorgung von Gästen mit speziellen Bedürfnissen, etwa in Krankenhäusern und Seniorenheimen, gibt es mit den «Pure»-Produkten ein eigenes Angebot.

Ebenfalls mehr Übersicht bei der Wahl des gewünschten Desserts bietet das neue Vogeley-Sortiment. Beim Logo legten die Verantwortli-



chen eher zurückhaltend Hand an. «Wir sind sehr stolz auf die lange Tradition der Marke. Daher hat das Gründungsjahr 1892 einen Ehrenplatz im neuen Logo erhalten», erzählt Carolin Garbe.

Der frische Auftritt und die neue Sortimentsstruktur unterstützen ab sofort nicht nur den Aussendienst von Hügli beim Vertrieb der Produkte. Das Unternehmen richtet sich damit auch optimal auf das sich ändernde Verhalten der Kunden aus, die es vermehrt schätzen, den Einkauf möglichst vieler Waren an einem Ort zu erledigen. So erhält der Grosshandel immer mehr Bedeutung als Absatzkanal. Die einheitliche Optik und der Fokus auf einige wenige Marken sorgen dabei für eine einfache Orientierung und eine hohe Wiedererkennbarkeit der Produkte im Regal.

Ein Jahr lang arbeitete das internationale Category-Management-Team, das den Relaunch verantwortete, an den neuen Designs und an der Straffung der Sortimente. Unterstützung erhielt es dabei unter anderem vom Brand Management, von den Culinary Advisors und den Produktentwicklern.

Das Ergebnis konnten die Besucher der Intergastra Mitte Februar in Stuttgart erstmals live erleben. Jetzt wird der neue Auftritt, begleitet von Marketingmassnahmen, Zug um Zug auch bei den Kunden sichtbar. Eine grosse Launch-Kampagne gibt es zudem für Vogeley in Österreich, wo die Marke aktuell ganz neu eingeführt wird. • mr

Eisberg erweitert seine Kapazitäten in Ungarn

Mehr Platz für mehr Produkte

Um den wachsenden Bedürfnissen der ungarischen Konsumentinnen und Konsumenten gerecht zu werden, erweitert Eisberg den Standort im ungarischen Gyál. Mitte 2020 soll das zusätzliche Nebengebäude in Betrieb genommen werden.



Im deutschsprachigen Raum sind Convenience-Produkte längst zum Trend geworden – zu einem Trend, der auch auf den ungarischen Markt überschwappt, wo sich die Konsumentinnen und Konsumenten zusehends Produkte mit einem erhöhten Zubereitungsgrad wünschen.

Als Marktführer für frisch geschnittenen Salat in Ungarn will Eisberg nun sein Produktportfolio erweitern, um den wachsenden Bedürfnissen gerecht zu werden. Bis Mitte 2020 wird daher der Produktionsbetrieb in Gyál um ein zusätzliches Nebengebäude erweitert, das Platz bietet für neue Produktionslinien wie Salatschalen, Obstbecher und Salatgerichte. In dem Anbau

sind unter anderem ein moderner Verpackungsbereich, ein erweitertes Produktlager und mehr Fläche für Labor- und Büroräumlichkeiten eingeplant. Eine Umgestaltung der älteren Produktionsbereiche ist ebenfalls vorgesehen. So können die neuen Convenience-Linien nahtlos in die Abläufe eingebunden und die bestehenden Prozesse gestrafft und effizienter gestaltet werden. Darüber hinaus sinken dank der neuen Betriebsfläche externe Lagerkosten, und es eröffnen sich neue Möglichkeiten für LEAN und Industrie 4.0. Der Betrieb im Anbau soll Mitte 2020 anlaufen. • sh

Hügli in Redditch: Experten für «Functional Food» seit fast 40 Jahren

Grosse Sorgfalt in kleinen Beuteln

57 Millionen Einzelartikel stellte der Hügli-Standort im britischen Redditch im letzten Jahr her. Der Grund für die hohe Anzahl: Der Betrieb hat sich vor allem auf Portionsbeutel spezialisiert. In ihnen stecken neben Suppen und Gewürzmischungen auch viele «Functional Food»-Produkte, also Lebensmittel, die einen zusätzlichen Nutzen haben.

Seit 2008 gehört der Betrieb in Redditch zur Hügli-Gruppe.

«Würden wir alle Portionspackungen aneinanderlegen, die wir in einem Jahr herstellen, führte die Beutelstrasse theoretisch von unserem Werkstor in Redditch bis zum Hollywood-Schriftzug in Los Angeles», berichtet Chris Hurt scherzhaft. Der Managing Director bei Hügli im Vereinigten Königreich kennt aber natürlich deutlich bessere Verwendungsideen für die Lebensmittel, die in seinem Betrieb entstehen. Während Suppen, Saucen und Gewürze dem reinen Genuss dienen, erfüllt

ein Grossteil der Mixturen zudem zusätzliche Funktionen bei der Ernährung. Sei es, dass sie beim Gewichtsverlust helfen, krankheitsbedingte Mangelerscheinungen ausgleichen oder Sportler bei ihrer Ernährungsergänzung unterstützen. Die praktischen Portionsbeutel, auf die sich der Betrieb dabei spezialisiert hat, unterstützen den hohen Convenience-Grad der Produkte.

Ob konventionelle Lebensmittel oder «Functional Food» – die meisten Produkte stellt das rund 100-köpfige Team hier für die Eigenmarken seiner britischen Kunden her. Ein kleiner Anteil kommt zudem unter den Marken Hügli und Granovita, der Hügli-Marke für vegetarische und vegane Lebensmittel, in den Gross- und den Einzelhandel.

Gegründet wurde der Betrieb bereits 1981. Seit 2008 gehört er zu Hügli, die von Beginn an stetig in den Standort investierte. So liess sie beispielsweise 2010 einen Anbau an das bestehende Gebäude errichten, mit dem die Fläche auf das Doppelte zunahm.

«Functional Food»-Produkte waren von Anfang an Teil des Sortiments in Redditch und machen heute ungefähr die Hälfte der Produktionsmenge aus. Ihre Herstellung ist sehr komplex und erfordert eine besondere Sorgfalt.

«Das Nährwertprofil, der Geschmack und die Textur müssen in jeder einzelnen Verpa-



Zu den Zukunftstrends gehören Produkte mit Hanf oder Collagen.

ckung einheitlich sein», erläutert Richard Bailey, Commercial Director bei Hügli im Vereinigten Königreich. «Um das sicherzustellen, überprüfen wir die enthaltenen Mikronährstoffe jeweils zunächst bei der ersten Charge im Labor. Die nachfolgenden Produktionsläufe

werden dann ebenfalls überwacht, um die konstant gleiche Qualität zu gewährleisten.»

Zudem gelten für «Functional Food»-Erzeugnisse besondere Standards. So unterliegen Shakes, die als Mahlzeitenersatz dienen, bestimmten EU-Normen, während die Zusammensetzung von Sportpulvern die Vorschriften der Welt-Anti-Doping-Agentur (WADA) erfüllen müssen. «Oft stellen auch unsere Kunden bestimmte Anforderungen an die Produkte, die wir für sie herstellen. Sie wünschen sich beispielsweise vegane oder proteinreiche Varianten sowie Zutaten, bei denen bestimmte Tierwohlstandards eingehalten wurden», berichtet Richard Bailey.

Beim Blick in die Zukunft sieht der «Functional Food»-Experte zudem weitere Trends auf sich zukommen. Dazu gehören unter anderem Inhaltsstoffe wie Hanf, Canabidiol oder Collagen. Darauf, die steigende Nachfrage nach Lebensmitteln mit einem Zusatznutzen zu bedienen, ist Hügli in Redditch jedenfalls gut vorbereitet. Den 9000 Quadratmeter grossen Betrieb verliessen im vergangenen Jahr etwa 3800 Tonnen der verschiedenen Mixturen. Dabei hat der Standort noch Luft nach oben: Bis zu 5000 Tonnen Pulvermischungen könnten hier pro Jahr über die Linien laufen.

Und auch für ein weiteres wichtiges Thema trifft der Standort bereits seit längerem Vorkehrungen: «Was der Brexit für uns bedeutet, werden wir vielleicht erst in letzter Minute erfahren. Daher arbeiten wir bereits seit zwei Jahren daran, uns auf verschiedene mögliche Szenarien einzustellen», sagt Chris Hurt. • mr

Auf dem Weg zur Smartfactory

INDUSTRIE VIER PUNKT WAS?

Hinter sperrigen Titeln lauern oft spannende Geschichten. Das beweist das Thema «Industrie 4.0». Kurz gesagt steht der Begriff für die Digitalisierung und Vernetzung von Anlagen. Klingt immer noch langweilig? Ist es nicht! LOOK! machte sich auf smarte Spurensuche und fand heraus, welche tollen Möglichkeiten die 4. industrielle Revolution bietet.

Bei Familie Kluge geht es morgens oft hektisch zu, bis alle aus dem Haus sind. Beim ersten Kaffee im Büro hat sich Herr Kluge früher regelmässig gefragt, ob der Letzte im Bad wohl die Heizung abgedreht hat und ob auch alle Dachfenster geschlossen sind.

Bei «Industrie 4.0» steht das «Internet der Dinge» im Mittelpunkt.

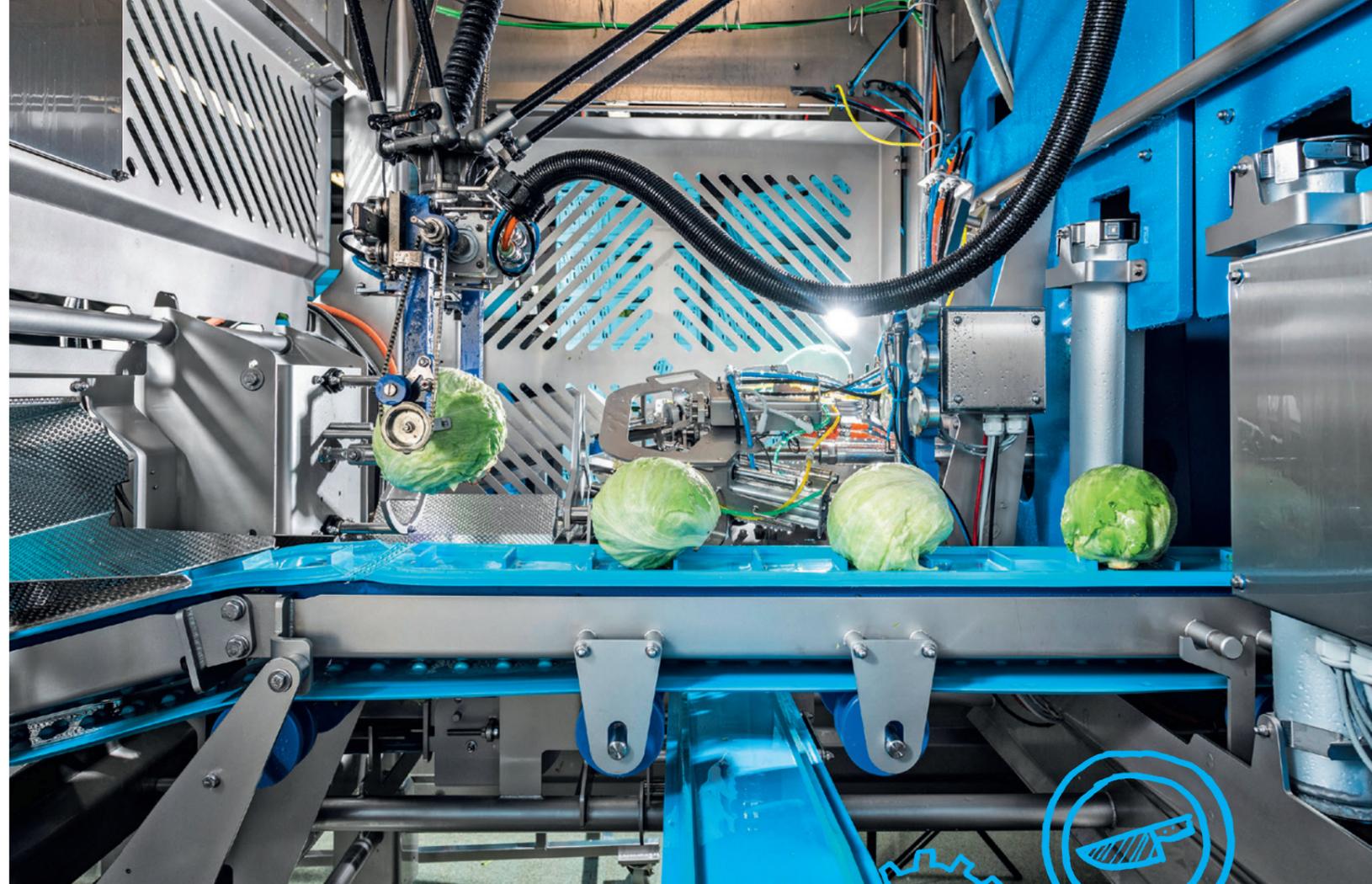
Heute beantwortet ihm die Smart-home-App auf seinem Mobiltelefon solche Fragen. Und nicht nur das: Mit ihrer Hilfe hat er von unterwegs schon des Öfteren unnötige Energiefresser ausgeschaltet und Pfützen auf dem Parkett verhindert.

Auch Frau Kluge hat neuerdings eine Sorge weniger: Seit die Familie die Wohnung ihrer Mutter im Nachbarort smart umgerüstet hat, bekommt sie eine Nachricht aufs Mobiltelefon, wenn bei der schon etwas gebrechlichen Seniorin morgens die Rollläden nicht hochgefahren wurden oder die ganze Nacht das Licht

brannte. In einem Notfall kann sie so schnell reagieren und ihrer Mutter helfen.

Die Kluges und die Bell-Food-Group-Familie haben einiges gemeinsam. Beide setzen auf smarte Lösungen, um sich den Alltag zu erleichtern. Für die Industrie spricht man dabei von der vierten industriellen Revolution. Ging es bei der dritten Phase noch um die Automatisierung, steht in Zeiten von «Industrie 4.0» nun das «Internet der Dinge» im Mittelpunkt. Es erlaubt die breite Vernetzung von Anlagen und sogar ihre eigenständige Kommunikation untereinander. Hinzu kommen immer intelligentere Technologien, die sogar in der Lage sind, eigenständig dazuzulernen.

«Die Digitalisierung in unserer Produktion voranzutreiben ist kein Selbstzweck, sondern bietet uns einen echten Mehrwert», erläutert Markus Ettlin, Leiter Industrie 4.0/Automatisierung bei Bell Schweiz. «Automatisierte und vernetzte Abläufe können uns in der Produktion an vielen Stellen unterstützen sowie die Effizienz und die Flexibilität erhöhen. Dabei geht es beim Einsatz neuer Technologien immer darum, den Menschen die Arbeit zu erleichtern und nicht darum, sie zu ersetzen.»



Die Schneideanlage «CoreTakt – Eisberg Schweiz» entfernt die Strünke von Salatköpfen automatisch.

Anlage entfernt Salatstrünke

Eisbergssalatköpfe haben naturgemäss verschiedene Grössen und Formen. Um sie trotzdem vollautomatisch zu bearbeiten, gibt es bei Eisberg im österreichischen Marchtrenk eine innovative Anlage. Mithilfe von 3D-Kameras positioniert ein Roboterarm den Kopf so, dass das Schneidewerkzeug den Strunk herauschneiden kann. Das Messer wird dabei nach jedem Vorgang automatisch desinfiziert, wodurch sich die Hygiene im Vergleich zur Handarbeit erhöht.

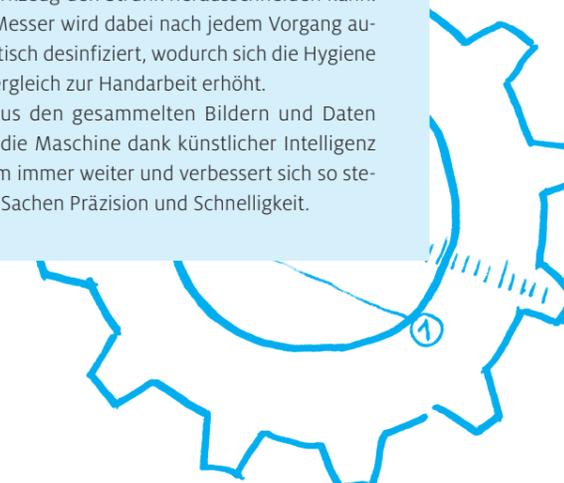
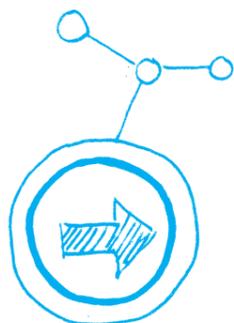
Aus den gesammelten Bildern und Daten lernt die Maschine dank künstlicher Intelligenz zudem immer weiter und verbessert sich so stetig in Sachen Präzision und Schnelligkeit.

Vor zwei Jahren hat sich Bell auf den Weg zur Smartfactory gemacht. Eine der ersten Herausforderungen dabei war, die bestehenden Anlagen zu harmonisieren. Denn wie im Smarthome erlaubt auch hier nur ein einheitlicher Standard, die Einzelkomponenten einzubinden und zentral zu steuern.

«Für Bell in der Schweiz haben wir diesen Standard festgelegt und inzwischen eine Integrationsplattform implementiert, die von allen Werken genutzt werden kann», berichtet Markus Ettlin. Diese Plattform bietet den Nutzern nun eine Vielzahl von Möglichkeiten bei der Überwachung der Anlagen und der Analyse von Herstellungsprozessen.

Nur ein einheitlicher Standard erlaubt die Vernetzung.

Gibt es etwa einen Stillstand bei einer Burger-Patty-Linie oder einen plötzlichen Temperaturanstieg in





MES erhöht Qualität und Nachverfolgbarkeit bei Hilcona

Seit Ende letzten Jahres führt Hilcona ein Manufacturing Execution System (MES) ein. Dabei handelt es sich um ein IT-System, das den Produktionsprozess präziser macht, die Mitarbeiter entlastet und die Nachverfolgbarkeit der Produkte erhöht. So automatisiert es unter anderem die Bestellung des Materialnachschiebs sowie die Konfiguration der Anlage für das zu fertigende Produkt.

Darüber hinaus sorgt es durch clevere Feinplanung für kurze Rüstzeiten zwischen den einzelnen Aufträgen. Den Mitarbeiter an der Anlage führt das MES zuverlässig durch den Produktionsprozess und zeigt ihm alle Vorgänge und Daten zum Auftrag am Bildschirm an – damit unterstützt es auch die papierlose Fertigung.

Erste Erfahrungen mit dem neuen System sammelte die zentrale Füllungsherstellung in Schaan. Jetzt folgen sukzessive weitere Bereiche und Standorte. Daher wird nun auch bei jeder Neubeschaffung einer Anlage darauf geachtet, dass sie sich in das MES integrieren lässt.

Künstliche Intelligenz sortiert Bündnerfleisch

Charcuteriewaren müssen bestimmten Anforderungen entsprechen. So ist eine möglichst geringe Maserung ein Qualitätsmerkmal von Bündnerfleisch. In einem Pilotprojekt hat Bell Schweiz im vergangenen Jahr ausprobiert, inwieweit künstliche Intelligenz bei der optischen Bewertung des Aufschnitts helfen kann. Dafür wurde eine Testlinie mit entsprechender Kamertechnologie ausgestattet. Ein Mensch brachte der Maschine zunächst bei, zwischen vier verschiedenen Maserungsstufen zu unterscheiden. Die künstliche Intelligenz lernte dabei bei jeder Entscheidung dazu. Anschliessend sortierte sie zu stark durchgezogenes Bündnerfleisch zuverlässig aus. Die neue Methode, die sich auch auf andere Produkte übertragen lässt, wird demnächst bei weiteren Projekten zum Einsatz kommen.

Apps treiben die Entwicklung zur papierlosen Fertigung voran.

einem Tiefkühlager, kann der jeweilige Abteilungs- oder Werksleiter das in der Onlineplattform sehen und alles Nötige veranlassen, um die Störung zu beheben. Und das nicht nur von seinem Schreibtisch aus, sondern auch, wenn er gar nicht selbst im Betrieb vor Ort ist.

Zudem speichert das System eine grosse Datenmenge in Echtzeit. Daraus lassen sich viele wertvolle Erkenntnisse ableiten. So beispielsweise, warum es zum Ausfall einer Anlage gekommen ist und wie sich das in Zukunft vermeiden lässt oder auch, wo es in einem Werk Energiesparpotenziale gibt, die das Budget entlasten und die Nachhaltigkeit steigern. Solche Informationen kommen nicht zuletzt auch dem TOP BPM zugute und unterstützen es dabei, die Geschäftsprozesse bei Bell zu optimieren.

«Wir erhalten auf Basis der gespeicherten Daten Antworten auf Fragen, die wir uns noch gar nicht gestellt haben», erklärt Markus Ettl. «Dabei ist es wichtig, die Daten, die der verantwortliche Mitarbeiter gerade benötigt, schnell und einfach herausfiltern zu können.»

Neben der Vernetzung der Anlagen arbeitet Markus Ettl gemeinsam mit seinem Engineering-Team auch an neuen Technologien, die Arbeitsabläufe verbessern oder erleichtern. So entstehen beispielsweise Apps für Tablets, um die Entwicklung zur papierlosen Fertigung voranzutreiben. Ein weiteres Feld, mit dem sich die Digitalisierungsexperten beschäftigen, ist zudem die künstliche Intelligenz, die etwa beim Putzen von Salat oder bei der Bewertung von Charcuteriewaren zum Einsatz kommt (siehe Beispiele).

Dabei trägt die 4. industrielle Revolution natürlich nicht nur bei Bell in der Schweiz erste Früchte. In der gesamten Bell Food Group wird die Digitalisierung vorangetrieben. Hier wird

Hochmoderne Verpackungsanlage für Schinken

Seit Februar schneidet, portioniert und verpackt eine innovative Verpackungsanlage Rohschinkenprodukte in der Faltpackung für Bell Deutschland in Harkebrügge. Vorteile gegenüber Vorgängermodellen bietet dabei beispielsweise der Slicer, der jetzt trotz zweispuriger Beladung mittels Portionsdesigner verschiedene Legemuster erlaubt.

Ebenfalls hochmodern sind die Pickroboter, die automatisch die Position des abgelegten Schinkens kontrollieren und wenn nötig nachjustieren, was manuelles Eingreifen minimiert. Hier wäre es in Zukunft auch möglich, mithilfe von künstlicher Intelligenz die Abläufe weiter zu optimieren, indem zum Beispiel der Fettgehalt der Schinkenportion mittels Bildauswertung bestimmt wird und eine künstliche Intelligenz entscheidet, ob diese Portion verpackt oder ausgeschleust wird. Darüber hinaus sind die Picker mit der Verpackungsmaschine auf synchronisiert, was zusätzlich die Leistung steigert. Die Produktionslinie, die von Weber Maschinenbau, dem führenden Anbieter in diesem Bereich, stammt, ist in dieser Konstellation die erste in der gesamten Bell Food Group.

es nun in Zukunft darum gehen, die Standards in der gesamten Gruppe zu vereinheitlichen, um ein noch grösseres Mass der Vernetzung zu erreichen.

Neue Technologien sollen Arbeitsabläufe verbessern.

Gleichzeitig wird das Thema «Industrie 4.0» demnächst auch in den Werken einen höheren Stellenwert erhalten. So ist der Aufbau der Operational Technology in der Umsetzung mit Personen, die sich vor Ort mit den Systemen beschäftigen.

Zudem spielt die Kompatibilität mit dem bestehenden smarten System ab sofort auch bei Neuanschaffungen eine entscheidende Rolle. Auch das haben die Familien Bell und Kluge gemeinsam. • mr

Bell-Neuheiten für einen genussvollen Frühling

Frisch aufgetischt

Von verfeinerter Salami über saftige Burger und ausgefallene Pastakreationen bis hin zu erfrischenden Aufgüssen – die Bell Food Group läutet das neue Jahrzehnt mit ganz vielen Leckerbissen ein. Wer da keine kulinarischen Frühlingsempfindungen bekommt, ist selbst schuld.

Bell Schweiz: Fleischkäse hot&cold

Mal heiss mit Kruste, mal kalt auf einem Brötchen – der neue Fleischkäse hot&cold macht alles mit. Für Fans dieser Spezialität hat Bell zu Jahresbeginn zwei Sorten in den Schweizer Detailhandel gebracht: den Klassiker aus Schwein und Rind sowie eine Variante aus Poulet. Wer sie heiss geniessen möchte, kann sie im Ofen erwärmen und nach Wunsch mit einer Backkruste krönen.



Der neue Fleischkäse hot&cold von Bell Schweiz macht alles mit.

Bell Schweiz: Pouletbruststreifen mit Salz und Pfeffer

Ab Mitte April sind bei den Bell-Toppings aller guten Dinge drei: Mit den Pouletbruststreifen «Salt & Pepper» steht den Schweizer Kunden jetzt eine neue leckere Variante zum Verfeinern von Suppen, Salaten oder Pizzas zur Verfügung. Die zarten Streifen aus bestem Schweizer Fleisch sind ebenso wie die beiden bereits etablierten Produkte des Sortiments «Herbs» und «Honey» sowohl kalt als auch warm ein Genuss.



Bell Schweiz: Premium Beef Burger von Schweizer Rasserindern

Erlasene Fleischstücke von Schweizer Rindern verleihen den neuen «Beef Burger»-Varianten von Bell ihr besonderes Aroma. Dazu tragen vor allem die tierfreundliche Auslaufhaltung sowie die natürliche Fütterung vorwiegend mit Muttermilch, Gras und Heu der Rinder bei. Ungewürzt und grob gewolft bieten die beiden Sorten «Angus» und «Simmentaler» puren Burgergenuss aus dem Tiefkühlregal.



Hilcona: neue Pastakreationen für Foodservice-Kunden

Mit zahlreichen Neuheiten unterstützt Hilcona seit Kurzem seine Foodservice-Kunden. Dazu gehören unter anderem Varianten in aussergewöhnlichen Formen wie die neuen Spinat-Ravioli-Herzen. Sie sind nicht nur echte Hingucker, sondern auch komplett vegan. Das gilt ebenso für die Neuheiten Agnolotti Linsen Curry, Tortelli all'arrabiata, Gnocchi und Spätzli. Sie alle sprechen die wachsende Kundengruppe an, die bei ihrer Ernährung auf tierische Produkte verzichten möchte. Gleichzeitig baut Hilcona mit verschiedenen Pastavarianten sein Biosortiment aus. Alle Neuheiten dieser Range erfüllen dabei die strengen Kriterien des Bio-Knospe-Siegels.

Die neuen Spinat-Ravioli-Herzen von Hilcona sind echte Hingucker.



Sylvain&CO: leichte Erfrischung mit Botanic Waters

Die neuen Botanic Waters von Sylvain&CO haben alle guten Argumente auf ihrer Seite: Sie enthalten weniger als 20 Kilokalorien und nicht mal vier Gramm Zucker. Für ihr feines Aroma sorgen regionale Kräuter mit Biolabel. Und sogar die Flasche stammt von lokalen Produzenten in der Schweiz. Die innovativen Aufgüsse in den Sorten «Brennnessel-Linde», «Rosmarin-Hagebutte-Melisse» und «Zitronenverbene-Minze» kommen pünktlich zum Start in den Frühling in den Schweizer Handel und sorgen so für köstliche Erfrischung an warmen Tagen.

Die neuen Botanic Waters von Sylvain&CO sind besonders kalorienarm.



Bell Deutschland: Steaks von Gourmet naturel in nachhaltiger Verpackung

Mit vier zarten Steak-Varianten macht Gourmet naturel seit Ende letzten Jahres neben seinen Foodservice-Kunden auch Endverbrauchern Appetit auf das Fleisch der französischen Charolais-Jungbullen. Neu ist dabei zudem die nachhaltige «FlatSkin-Verpackung». Dabei fällt 75 Prozent weniger Kunststoff an als bei herkömmlichen Fleischverpackungen. Zudem lassen sich Folie und Karton einfach voneinander lösen und getrennt entsorgen. Zum Launch der Steak-Linie präsentiert sich Gourmet naturel auch auf der neu gestalteten Homepage im edlen Look der Premium-Marke.



Link:
www.gourmet-naturel.com

Bell Deutschland: Abraham Serrano Reserva in hauchfeinen Scheiben

Zwölf Monate reift der «Serrano Reserva»-Schinken von Abraham. In dieser Zeit kann er sein einzigartiges Aroma und seinen zarten Biss entwickeln. Besonders gut kommt diese Kombination bei der neuen hauchfein geschnittenen Version zur Geltung, die Bell Deutschland 2020 neu auf den Markt bringt. Für eine ansprechende Präsentation sorgt die transparente Produktgestaltung mit viel Sicht auf die locker gelegten, hauchfeinen Scheiben.



Bell Polen: neue Salamikreationen

Umfragen belegen: Die polnischen Kunden mögen Abwechslung auf dem Brot. Da kommen die neuen Salamivariationen, die Bell Polen aktuell in die Supermärkte bringt, gerade recht. Fünf Sorten gehören zur Linie, darunter Salamis mit Oliven, grünem Pfeffer, Nüssen und Rindfleisch sowie eine Salami, die ebenfalls Rind enthält, nach italienischer Art mit mediterranen Gewürzen. Alle Sorten haben einen hohen Fleischanteil und sind glutenfrei.

Bresc: angepasste Rezepturen für Tomatenprodukte

«Pomodori Marinati» und «Tomaten-Bruschetta» von Bresc unterscheiden sich seit Anfang des Jahres deutlicher voneinander. Die Becher mit den marinierten Tomaten enthalten jetzt grössere Stücke und eignen sich damit perfekt für Salatbars oder italienische Gerichte. Die Bruschetta mit der etwas feineren Struktur lässt sich dagegen gut auf Brot verstreichen. Zudem präsentieren sich alle Produkte der niederländischen Hügli-Tochter den Foodservice-Kunden seit Kurzem in einem neuen einheitlicheren Packungsdesign. • *mr*



Neue Säfte und Smoothies von Eisberg

Eine saftige Familie



Ist es ein grosser Aufwand, ausreichend Obst und Gemüse zu essen? Nicht mehr, seit es die neuen Säfte und Smoothies von Eisberg gibt. Die sechs abwechslungsreichen Sorten schmecken wie frisch gepresst – und das fast einen ganzen Monat lang. Dafür sorgt ein innovatives Verfahren, das ganz ohne Hitzeeinwirkung auskommt.

Bei Eisberg werden jetzt Geschmack und Vitamine in Flaschen abgefüllt. «Green Boost», «Tropical Charge», «Chia Burst», «Orange Crush», «Purple Power» und «Veggie Bomb» heissen die neuen Smoothies und Säfte aus dem Hause des Frische-Spezialisten. Sie enthalten ausschliesslich bestes Obst und Gemüse, sind also zu hundert Prozent natürlich und vegan. Dabei ist ihre Haltbarkeit mit 28 Tagen mehr als fünfmal so lang wie bei frisch gepressten Säften oder Smoothies.

Der Grund dafür ist das clevere Verfahren, das bei der Herstellung der neuen Eisberg-Kreationen zum Einsatz kommt. Dafür werden Obst und Gemüse zunächst kalt gepresst und in Flaschen gefüllt. Im zweiten Schritt kommen diese Flaschen in einen Hochdruckbehälter. In ihm entsteht ein Wasserdruck, der mit dem von 60 Kilometern unter der Meeresoberfläche vergleichbar ist. Auf diese Weise werden Keime abgetötet, während die empfindlichen Inhaltsstoffe erhalten bleiben.

«High Pressure Processing» oder kurz «HPP» heisst diese Methode, mit der Lebensmittel haltbar gemacht werden können. Im Gegensatz zu pasteurisierten Säften, bei denen Hitze eingesetzt wird, haben Geschmack und Vitamine hierbei keine Chance, zu entweichen.

«Bei «HPP» handelt es sich um ein bereits etabliertes Verfahren im Bereich der Fruchtsäfte», erläutert Martin

Wohlwend, Leiter Business Development/Communication. «Die Technologie ist aber auch für diverse weitere Convenience-Produkte wie für Suppen, Saucen, Hummus oder auch für Schinken und Wurstwaren interessant.»

Seit Ende letzten Jahres führt Eisberg seine neue Saft-Familie ein. Erster Markt ist die Schweiz, Österreich könnte bei einem erfolgreichen Start demnächst folgen. Präsentationen und Verkostungen der fruchtigen Vitaminbomben auf Messen sowie bei bestehenden und potenziellen Kunden begleiten den Launch.

Mit dem neuen Konzept spricht Eisberg zunächst vor allem Gastronomiebetriebe an. Für sie haben die Getränke unter anderem den hohen praktischen Nutzen, dass keine Saftmaschine benötigt wird, um den Gästen ein Geschmackserlebnis wie frisch gepresst zu bieten. Die oft aufwendige Reinigung und Wartung der Maschine entfällt so. Die Produkte sind aber natürlich auch für den Einzelhandel und die Systemgastronomie interessant.

Damit geht der Preis für die leckerste und einfachste Möglichkeit, sich mit der täglichen Ration Obst und Gemüse zu versorgen, eindeutig an Eisberg. • *mr*

Mit dem neuen Konzept spricht Eisberg Gastronomiebetriebe an.



Die Salat-Bestseller von Eisberg

Von der Nebenrolle zum Hauptdarsteller

Da haben wir den Salat

Das Blatt für Salat hat sich gewendet: Gehörte er noch vor 50 Jahren zu den wenig beachteten Beilagen, hat er sich inzwischen zum beliebten Hauptgericht gemausert. Ein Trend, den auch Eisberg mitgestaltet hat. Schliesslich war das Unternehmen Vorreiter für küchenfertige Salate im Beutel.

Salat liefert mehr Folsäure als andere Gemüsearten.

Mit Käse auf dem Frühstücksbrötchen, mit Hähnchenbrust in der Lunch-Bowl oder mit Vinaigrette und Croutons auf dem Vorspeiseteller – Salat geht immer. Denn die knackigen grünen Blätter passen perfekt in den aktuellen Lifestyle. Wer aber glaubt, Salat zu essen sei eine Modeerscheinung des 21. Jahrhunderts, irrt gewaltig. Schon in der Antike assen die Menschen rohes Gemüse, das häufig mit Öl, Essig und Salz angemacht wurde. Und so stammt auch das Wort Salat vom Lateinischen «salus» für «gesalzen» ab. Gezielt gezüchtet und angebaut wurden Blattsalate in Mitteleuropa etwa ab dem achten Jahrhundert

nach Christus. Wie bei vielen anderen Lebensmitteln waren auch hier die Mönche in den Klöstern die Vorreiter. Bis Mitte des 20. Jahrhunderts galt Salat eher als Beilage, während er heute als abwechslungsreiches Hauptgericht von vielen Speisekarten nicht mehr wegzudenken ist.

Was als «Salat» gilt, hat sich dabei über die Jahre stark gewandelt. Stand im Mittelalter noch häufig Giersch auf dem Speiseplan, wird es heute als lästiges Unkraut bekämpft. Umgekehrt hat sich Rucola, der wegen seiner Schärfe lange verschmäht wurde, inzwischen zur Trendsorte entwickelt. Ganz präzise ist der Salatbegriff zudem nicht. Schliesslich gibt es auch Wurst- oder Obstsalat.

Blattsalate lassen sich in zwei Gruppen unterteilen: Lattich- und Zichoriengewächse. Sonderfälle sind Feldsalat und Rucola, die aus anderen Familien stammen. Zu den Lattichar-

Schon in der Antike assen die Menschen Salat.

ten gehören beispielsweise Kopf- und Eichblattsalat, zu den Zichorien Chicorée und Endivien. Gemeinsam haben alle Sorten, dass sie etwa zu 95 Prozent aus Wasser bestehen und daher sehr kalorienarm sind.

Der Nährstoffgehalt von Salat ist von Sorte zu Sorte verschieden. Vor allem Chicorée, Endivien und Radichio gelten als vitamin- und mineralstoffreich. Zahlreiche Varianten liefern zudem mehr Folsäure als andere Gemüsearten. Die sekundären Pflanzenstoffe aus Salat sollen zudem dazu beitragen, Bluthochdruck zu senken sowie Diabetes und manchen Krebsarten vorzubeugen.

Ob vom Marktstand oder aus dem praktischen Eisberg-Beutel – verzehrt wird Salat am besten so schnell wie möglich nach dem Kauf. Sollte ein Salatkopf aber doch einmal im Kühlschrank vergessen worden sein, gibt es einen einfachen Trick: In einer Schüssel mit kaltem Wasser und einem Esslöffel Zucker werden welke Blätter schon nach wenigen Minuten wieder knackig. • *mr*

Im Sommer



Eisberg

Wer es bei Salat besonders knackig mag, liebt diese grünen Kugeln, die auch dem Unternehmen Eisberg ihren Namen gaben. Im Gegensatz zu empfindlicheren Vertretern der Gattung lässt sich dieser Salat gut transportieren und übersteht auch einige Tage im Gemüsefach des Kühlschranks unbeschadet.



Frisée

Sein Aussehen und sein bitterer Geschmack lassen es schon ahnen: Er gehört zur Endivien-Familie. Besonders der Verzehr seiner Aussenblätter ist zu empfehlen, denn sie enthalten viele Bitterstoffe, die den Stoffwechsel ankurbeln.



Kopfsalat

Früher war er der Inbegriff von Salat, und auch heute haben seine zarten Blätter vor allem Ernährungsbewussten viel zu bieten: nämlich einen hohen Ballaststoffanteil bei wenig Kalorien. Da er sehr empfindlich ist, sollte er am besten so schnell wie möglich auf den Tisch kommen.

Im Winter



Feldsalat

Er ist der Klassiker für die kalte Jahreszeit, hält er doch problemlos bis zu minus 15 Grad aus. Zudem belegt er in Sachen Vitamin-C-Gehalt den Spitzenplatz unter allen Blattsalaten.



Zuckerhut

Mit seiner bitteren Note rundet er häufig den Geschmack von Salatmischungen ab. Zudem wird der lagerfähige Zuckerhut wegen seiner positiven Wirkung auf Magen und Darm geschätzt.



Winterendivien

Die robusten Pflanzen können bis in den Dezember hinein geerntet werden. Mit ihrem bitteren Aroma eignen sie sich nicht nur als Salat, sondern auch als gedünstetes Gemüse oder Zutat für Suppen.

Bell-Lernender steht für U-17-Team des EHC Basel auf dem Eis

«Eine gute Ausbildung ist für mich sehr wichtig!»

Jan Reist spielt Eishockey, seit er sechs ist. Zehn Jahre später hat er es in das Elite-Nachwuchsteam des EHC Basel geschafft und besitzt eine «Swiss Olympic Talent Card», die besonders förderungswürdige Talente erhalten. Seit letztem Sommer macht er zudem eine Ausbildung im IT-Bereich bei Bell. Im LOOK!-Interview berichten er und Andreas Begré, Leiter Berufsbildung bei Bell Schweiz, wie sich Lehre und Leistungssport vereinbaren lassen.



Herr Begré, wie kam es dazu, dass Sie mit Herrn Reist erstmals einen jungen Leistungssportler als Auszubildenden eingestellt haben? Wir hatten schon länger die Idee, Sporttalente mit Ausbildungsangeboten zu fördern. Das gehört für uns zur sozialen Verantwortung, die wir als grosses Unternehmen gegenüber der Gesellschaft haben. Mit Jan Reist hat sich dieser Wunsch aber eher unverhofft erfüllt. Beim Vorstellungsgespräch erzählte er uns nämlich noch gar nichts über das Ausmass seines sportlichen Engagements.

Was hat Sie davon abgehalten, Herr Reist? Für mich war es zuerst einmal wichtig, eine gute Ausbildung zu machen. Der Sport kam erst an zweiter Stelle. Daher habe ich ihn im Bewerbungsverfahren noch nicht erwähnt. Wir haben dann erst nach der Zusage ausgemacht, dass ich auch weiterhin spielen und trainieren kann.

Herr Begré, mussten Sie die Einstellung von Herrn Reist besonders vorbereiten? Wir haben uns vorab mit seinen Eltern, seinem Trainer und dem Sportamt abgestimmt, um alle Eckpunkte festzulegen. Dann haben wir eine Zusatzvereinbarung zum Lehrvertrag getroffen. Darin ist beispielsweise festgelegt, dass er jeweils am Dienstagvormittag für das Training freigestellt wird.

Wie hoch empfinden Sie die doppelte Belastung aus Ausbildung und Leistungssport, Herr Reist? Es ist schon sehr anstrengend. Manchmal möchte ich auch gerne nach der Arbeit nach Hause gehen und Zeit mit meinen Freunden verbringen. Aber es macht auch sehr viel Spass. Toll ist vor allem, dass alle Kollegen so nett sind und mir auch mal helfen, wenn die Zeit knapp wird. Ich habe mich von Anfang an gut aufgehoben gefühlt – und das, obwohl ich mit 16 Jahren der Jüngste im Team bin.

Jan Reist zusammen mit Andreas Begré, Leiter Berufsbildung bei Bell Schweiz



Herr Begré, was ist Ihr erstes Fazit etwas mehr als ein halbes Jahr nach Ausbildungsstart? Wir sind alle sehr überrascht, wie gut und schnell sich Jan bei uns integriert hat. Ich glaube, er bringt viele Voraussetzungen vom Sport mit, die auch am Arbeitsplatz wichtig sind. Er ist beispielsweise sehr gut organisiert und weiss, dass man sich einsetzen muss, wenn man erfolgreich sein will. Ausserdem merkt man gleich, dass er ein guter Teamplayer ist.

Bietet sich die Ausbildung von Leistungssportlern bei Bell in jedem Berufsfeld an, Herr Begré? Im administrativen Bereich ist die Umsetzung sicherlich einfacher, da wir dort durch die Gleitzeitregelung mehr Spielraum bei den Arbeitszeiten haben.

Herr Reist, was ist Ihr grösstes sportliches Ziel? Es wäre toll für mich, irgendwann in der National League spielen zu dürfen.

Und was passiert, wenn er wirklich mit dem Nationalteam an den Olympischen Spielen teilnehmen würde, Herr Begré? Dann würden wir uns sehr freuen und ihn dabei unterstützen, sodass seine Ausbildung nicht darunter leidet. • mr

«Man merkt gleich, dass Jan ein guter Teamplayer ist.»

Bell ist ein «Leistungssportfreundlicher Lehrbetrieb»

Dass Jan Reist ein vielversprechender Eishockey-Newcomer ist, beweist die «Swiss Olympic Talent Card», die er seit August letzten Jahres besitzt. Sie wird von «Swiss Olympic», dem Dachverband des Schweizer Sports und Nationalen Olympischen Komitee, an talentierte Athleten vergeben. Die Karte zeigt Gemeinden, Schulen und auch potenziellen Arbeitgebern, dass der Inhaber im Hinblick auf eine erfolgreiche Sport-Karriere besonders förderungswürdig ist.

Unternehmen wie Bell, die solchen Talenten Ausbildungsplätze anbieten, unterstützen sie dabei, sich neben der sportlichen Karriere auch ein berufliches Standbein aufzubauen. Für sie hat «Swiss Olympic» das Label «Leistungssportfreundlicher Lehrbetrieb» lanciert. Wer es trägt, muss verschiedene Voraussetzungen erfüllen. Dazu gehört beispielsweise ein flexibles Programm, das Athleten ermöglicht, ihre Arbeitszeiten auf das sportliche Training und die Wettkämpfe abzustimmen.

Erfahrungen mit der Beschäftigung von Leistungssportlern hatte Bell übrigens auch schon vor der Einstellung des jungen Eishockey-Spielers. Seit zwei Jahren arbeitet der Profi-Bobfahrer Simon Friedli als Koch im Personalrestaurant in Oensingen. Im Zuge dessen erhielt Bell bereits das Siegel «Leistungssportfreundlicher Arbeitgeber», das ebenfalls von «Swiss Olympic» vergeben wird.





Sensibilisierung zum Thema Frühintervention

HINSEHEN STATT WEG- ODER ÜBERSEHEN

Schwierige berufliche Situationen oder private Herausforderungen frühzeitig anzusprechen, um rechtzeitig gemeinsam Lösungen finden zu können, ist das Kernziel der Frühintervention im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements. Hinsehen statt weg- oder übersehen und lösungsorientiertes Handeln zum Nutzen von allen.

Erhebliche, andauernde Belastungen können gesundheitliche Folgen haben.

Unsere geistige und körperliche Verfassung hat einen grossen Einfluss auf unsere Leistungsfähigkeit im Beruf.

Wenn wir schlecht schlafen, kämpfen wir uns einen Tag lang müde durch die Arbeit – dafür gehen wir am nächsten Abend einfach etwas früher zu Bett. Nicht alle Probleme lassen sich allerdings mit einer ausgiebigen Müttze Schlaf aus

der Welt schaffen. Erheblichere Belastungen wie gesundheitliche Einschränkungen, ungünstige Arbeitssituationen, finanzielle Sorgen oder Schwierigkeiten im sozialen Umfeld sind oftmals nicht so einfach in den Griff zu kriegen und können zudem unsere Gesundheit beeinträchtigen, insbesondere wenn die Belastungen über längere Zeit anhalten.

Das bleibt meist auch nicht ohne Konsequenzen für unseren beruflichen Alltag. Im schlimmsten Fall können wir unserer Arbeit nicht mehr nachgehen, und es kommt zu ei-

nem Unterbruch. Nach einem Arbeitsunterbruch von mehr als sechs Monaten ist eine erfolgreiche Rückkehr an den letzten Arbeitsplatz allerdings nur in knapp der Hälfte der Fälle noch möglich, sagt die Statistik. Nach einem Unterbruch von mehr als einem Jahr liegen die Reintegrationschancen gar nur noch bei 20 Prozent.

Umso wichtiger ist es also, solche Belastungen frühzeitig zu erkennen und anzugehen. Das betriebliche Gesundheitsmanagement legt daher grossen Wert auf die sogenannte Frühintervention, das frühzeitige Erkennen und vertrauliche Ansprechen von belastenden Umständen bei Mitarbeitenden. So können solche Situationen gemeinsam rechtzeitig angegangen werden und Ergebnisse sind oft einfacher und mit mehr Zeit zur Lösungsfindung zu erreichen.

Das bewusste Wahrnehmen

Beobachtete Auffälligkeiten oder persönliche Interpretationen können als Anhaltspunkt einer möglichen Frühintervention dienen: Ist eine Person im Team offensichtlich stark unmotiviert und es kommt zu Leistungsschwankungen? Mitarbeitende ziehen sich während der Arbeit oder während des Mittagessens immer stärker zurück und scheuen den sozialen Austausch? Ein Teammitglied benötigt plötzlich immer wieder Unterstützung bei Aufgaben, die früher selbstständig erledigt wurden? Sowohl körperliche und persönliche Veränderungen oder Fakten als auch häufige Fehlzeiten können Indikatoren sein für eine schwierige Situation.

Ein Zeichen der Wertschätzung

Den ersten Schritt zu tun und ein Teammitglied um ein vertrauliches Gespräch zu bitten, erfordert immer etwas Überwindung – schliesslich ist es möglich, dass die betroffene Person die gebotene Unterstützung ablehnt oder das Gespräch gar als Kontrolle wahrnimmt. Es ist auch möglich, dass eine Situation falsch eingeschätzt wird und gar kein Problem vorliegt.

Es ist nicht immer einfach, eine schwierige Situation anzugehen und individuelle Lösungen zu finden. Entscheidend ist aber, dass eine Situation angegangen wird, denn

Ihre Ansprechpartner

Ihre Vorgesetzten

BGM ist eine wichtige Führungsaufgabe als Teil des täglichen Arbeitsprozesses. Wenden Sie sich mit Ihrem Anliegen wenn möglich an Ihren Führungsverantwortlichen oder an den nächst höheren Vorgesetzten.

Human Resources

Ihre HR-Verantwortlichen haben ein offenes Ohr für Ihre Anliegen und unterstützen Sie bei der Lösungsfindung. Gemeinsam mit Ihnen koordiniert das HR die weiteren Schritte, vermittelt Sie an die Fachstellen und begleitet Sie bei der Arbeitsplatzanpassung oder bei der Wiedereingliederung.

Mitarbeitervertretung Bell Schweiz

Hier können Sie Ihre Situation besprechen, z. B. mit ähnlichen Situationen vergleichen, die die Mitarbeitervertretung schon unterstützt hat. Anschliessend werden gemeinsam weitere Möglichkeiten geprüft.

Sozialdienst Coop

Externe Hilfe durch ausgebildete Sozialarbeiter, um gemeinsam neue Perspektiven zu schaffen.

Krankentaggeld-Versicherung/ Case-Management

Die Krankentaggeld-Versicherung SWICA kann situativ bei physischen oder psychischen Problemen mit Case-Managern unterstützen, deren Kernaufgabe den Verbleib in der bzw. die Reintegration in die Arbeitswelt umfasst. Gleichzeitig findet zu gegebenem Zeitpunkt die wichtige Koordination mit den verschiedenen weiteren Beteiligten wie Ärzten, private und öffentliche Versicherungen, Human Resources und Vorgesetzten statt.

auch eine nicht ganz perfekte Lösung ist besser als keine Lösung. Mögliche Probleme heute anzusprechen, ist zwar schwierig – noch viel schlimmer ist es allerdings, kompetente Mitarbeitende und Teammitglieder aufgrund verpasster Massnahmen zu verlieren. Und dass wir uns um unsere Mitmenschen kümmern und uns aufmerksam mit ihnen auseinandersetzen, ist immer auch ein Zeichen der gegenseitigen Wertschätzung. • sh

Aktuelle Jobangebote
finden Sie unter:
bellfoodgroup.com/karriere

Jubiläen

LOOK! gratuliert den Jubilaren von März bis Mai 2020

Bell Schweiz

20 Dienstjahre

Francisco Fernandes Terrao, 3. Januar, Geiser AG, Schlieren (*Nachtrag*)
Doendue Balbay, 1. März, Bell Schweiz AG, Basel
Adamah Djagoue, 1. März, Bell Schweiz AG, Basel
Geneviève Douve, 1. März, Bell Schweiz AG, Basel
Emmanuel Ensminger, 1. März, Bell Schweiz AG, Basel
Arnaud Fleurigeon, 1. März, Bell Schweiz AG, Basel
Simon Ketterlin, 1. März, Bell Schweiz AG, Basel
Janine Mermoud, 1. März, Bell Schweiz AG, Basel
Daniel Schmid, 1. März, Bell Schweiz AG, Oensingen
Huguette Zufferey, 1. März, Bell Schweiz AG, Cheseaux
Fadime Aslan, 1. April, Bell Schweiz AG, Basel
Roland Litzler, 1. April, Bell Schweiz AG, Basel
Ludovic Pasquini, 1. April, Bell Schweiz AG, Basel
Satheeskumar Arunthavarajah, 1. Mai, Bell Schweiz AG, Zell
Martin Birrer, 1. Mai, Bell Schweiz AG, Zell
Bernhard Ernst, 1. Mai, Geiser AG, Schlieren
Prapahary Yogeswaran, 8. Mai, Bell Schweiz AG, Zell
Krist Gjoka, 10. Mai, Bell Schweiz AG, Zell
Revathy Valentine, 29. Mai, Bell Schweiz AG, Zell

25 Dienstjahre

Gunabalasingam Sinniah, 2. März, Bell Schweiz AG, Zell
Franz Fellmann, 18. April, Bell Schweiz AG, Basel
Ranjitham Rajeswaran, 18. April, Bell Schweiz AG, Oensingen
Huseyin Temel, 18. April, Bell Schweiz AG, Basel
Philippe Devidal, 1. Mai, Bell Schweiz AG, Cheseaux
Tarkan Günes, 2. Mai, Bell Schweiz AG, Basel
Christophe Hugel, 8. Mai, Bell Schweiz AG, Basel
Mark Milici, 8. Mai, Bell Schweiz AG, Zell
Eric Eckert, 22. Mai, Bell Schweiz AG, Basel

30 Dienstjahre

Jean-Claude Senn, 1. März, Bell Schweiz AG, Basel
Josef Brunner, 1. April, Bell Schweiz AG, Zell
Christophe Glasser, 1. April, Bell Schweiz AG, Basel
Hélène Stackler, 1. April, Bell Schweiz AG, Basel
Othmar Zettel, 1. April, Bell Schweiz AG, Zell
Saiyut Niyomdee, 9. April, Bell Schweiz AG, Oensingen
Marco Ghidini, 24. April, Bell Schweiz AG, Oensingen
Philippe Haeflinger, 1. Mai, Bell Schweiz AG, Basel
Roland Tschirhart, 1. Mai, Bell Schweiz AG, Basel
Frederic Vonesch, 1. Mai, Bell Schweiz AG, Basel
Alain Weingartner, 1. Mai, Bell Schweiz AG, Basel
Serge Guerrero, 17. Mai, Bell Schweiz AG, Basel
Zahia Goudjil, 21. Mai, Bell Schweiz AG, Basel
Christophe Thiebo, 28. Mai, Bell Schweiz AG, Basel

35 Dienstjahre

Herbert Krucker, 1. März, Bell Schweiz AG, Oensingen
Dragan Simic, 2. April, Bell Schweiz AG, Basel
François Bodein, 2. Mai, Bell Schweiz AG, Basel
Daniel Grand, 6. Mai, Bell Schweiz AG, Cher-Mignon

40 Dienstjahre

Hansjörg Mathys, 14. April, Bell Schweiz AG, Basel

45 Dienstjahre

Ferdinand Schärer, 12. Mai, Bell Schweiz AG, Zell

Pensionierungen

Rudolf Hess, 31. Januar, Bell Schweiz AG, Oensingen (*Nachtrag*)
Gueluezar Kranc-cedin, 31. Januar, Bell Schweiz AG, Oensingen (*Nachtrag*)
Vait Asani, 29. Februar, Bell Schweiz AG, Basel (*Nachtrag*)
Monika Büetiger, 29. Februar, Bell Schweiz AG, Basel (*Nachtrag*)
Hasan Sirin, 29. Februar, Bell Schweiz AG, Oensingen (*Nachtrag*)
Rolf Boss, 20. April, Bell Schweiz AG, Oensingen
Manfred Erb, 30. April, Bell Schweiz AG, Zell
Ramazan Dervisovski, 31. Mai, Bell Schweiz AG, Zell
Gustin Shala, 31. Mai, Bell Schweiz AG, Zell

Frühpensionierungen

Theres Fazekas, 29. Februar, Bell Schweiz AG, Oensingen (*Nachtrag*)
François Schicklin, 29. Februar, Bell Schweiz AG, Basel (*Nachtrag*)
Hansruedi Schneider, 29. Februar, Bell Schweiz AG, Oensingen (*Nachtrag*)

Almerinda Anastacio, 31. März, Bell Schweiz AG, Cheseaux
Sabine Fritz, 31. März, Bell Schweiz AG, Zell
Zef Musaj, 31. März, Bell Schweiz AG, Zell
Markus Balmer, 31. Mai, Geiser AG, Schlieren
François Bodein, 31. Mai, Bell Schweiz AG, Zell
Roza Dushi, 31. Mai, Bell Schweiz AG, Zell
Römy Magnin, 31. Mai, Bell Schweiz AG, Cheseaux
Aimé Masson, 31. Mai, Bell Schweiz AG, Cheseaux

Todesfall

Uthayakumar Eliyathamby, 25. Dezember, Bell Schweiz, Zell

Bell International

20 Dienstjahre

Maria Dell, 1. Januar, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht (*Nachtrag*)
Katharina Drefs, 1. Januar, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht (*Nachtrag*)
Nadeschda Schlegel, 1. Januar, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht (*Nachtrag*)
Claudia Waterkamp, 1. Januar, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht (*Nachtrag*)
Olaf Polinski, 1. März, Bell Production Services GmbH & Co. KG, Harkebrügge
Brigitte Guyot, 6. März, Bell France, Val de Lyon
Edith Amouroux, 20. März, Bell France, Val de Lyon
Wolfgang Kunz, 1. April, Bell Schwarzwälder Schinken GmbH, Schiltach
Hartmut Schmidt, 1. April, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Seevetal
Frédéric Rivoire, 3. April, Bell France, Val de Lyon
Rolf Renz, 17. April, Bell Schwarzwälder Schinken GmbH, Schiltach
Saif Koljic, 19. April, Frisch Express GmbH, Pfaffstätt
Hélène Ballet, 25. April, Bell France, Val de Lyon
Evelyne Thizy, 25. April, Bell France, Val de Lyon
Arifa Nesimovic, 2. Mai, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Jose Vilela, 8. Mai, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Seevetal
Séverine Rivoire, 9. Mai, Bell France, Val de Lyon

Convenience

20 Dienstjahre

Alexander Ternovski, 3. Januar, HFC GmbH, Bad Wünnenberg (*Nachtrag*)
Izabela Ryszka, 13. Januar, Eisberg Polen, Legnica (*Nachtrag*)
Gertrud Engler, 1. März, Hilcona AG, Schaan
Martina Traub, 1. März, Hügli, Radolfzell
Winfried Keller, 1. März, Hügli, Radolfzell
Svetlana Schierling, 2. März, HFC GmbH, Bad Wünnenberg
Muniba Nukic, 9. März, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Giuseppe Gerometta, 13. März, Hügli, Radolfzell
Christian Guggisberg, 13. März, Eisberg AG, Dällikon
Ralf Lichtenberg, 1. April, Hügli, Radolfzell
Eva Unterberger, 1. April, Hilcona AG, Schaan
Raffaele Gagliardi, 3. April, Hügli, Radolfzell
Michael Ruber, 17. April, Hilcona AG, Schaan
Stefan Cautillo, 1. Mai, Hügli, Steinach
Comi Mauro, 22. Mai, Hügli, Brivio

25 Dienstjahre

Manuel Riveiro Romero, 1. Januar, Hilcona AG, Schaan (*Nachtrag*)
Ramona Balossi, 8. Februar, Hügli, Brivio (*Nachtrag*)
Heike Lettau, 1. März, Hügli, Radolfzell
Jürgen Heichele, 13. März, Hügli, Radolfzell
Manuel Castro Fialho, 27. März, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Lynne Chew, 30. März, Hügli, Redditch
Ingrid Bingger, 1. April, Hügli, Radolfzell
Beate Sailer, 3. April, Hügli, Radolfzell
Eva Dan, 3. April, Hügli, Radolfzell
Irene Hinz, 3. April, Hügli, Radolfzell
Thomas Bodenmann, 1. Mai, Hügli, Steinach
Isolde Bäuerle, 1. Mai, Hügli, Radolfzell
Nizama Talovic Selimovic, 8. Mai, Hilcona Gourmet SA, Orbe

30 Dienstjahre

Johannes Kraessig, 1. März, Hilcona AG, Schaan
Frank-Michael Hins, 1. April, Hügli, Radolfzell
Andreas Pasqualini, 1. April, Hilcona AG, Schaan
Robert Reber, 1. April, Hügli, Steinach

25 Dienstjahre

Irina Richert, 14. Februar, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge (*Nachtrag*)
Petra Schwolow, 6. März, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge

30 Dienstjahre

Doris Schulte, 1. Januar, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Haselünne (*Nachtrag*)
Walter Kegel, 1. Februar, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edewecht (*Nachtrag*)
Jürgen Blancke, 5. März, Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge

35 Dienstjahre

Anke Kleemann, 1. Januar, Bell Production Services GmbH & Co. KG, Harkebrügge (*Nachtrag*)

Pensionierung

Erich Berghammer, 30. April, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

Todesfall

Thomas Vorlicek, 28. Dezember, Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

Annemarie Kroiss, 2. April, Hügli, Radolfzell

Rene Kennecke, 1. Mai, Hügli, Radolfzell
Ulrike Wiedenbauer, 2. Mai, Hügli, Hard
Stéphane Goy, 7. Mai, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Mario Kuschny, 14. Mai, Hilcona AG, Schaan

35 Dienstjahre

Christian Lerch, 1. März, Hilcona AG, Schaan
Torsten Rix, 1. März, Hügli, Radolfzell
Klaus Steppacher, 18. März, Hügli, Radolfzell
Bernard Ruppenner, 4. April, Sylvain & Co, Essert-sous-Champvent
Sieglinde Riester, 29. April, Hügli, Radolfzell
Bernd Wurster, 1. Mai, Hilcona AG, Schaan

40 Dienstjahre

Bruno Jud, 1. März, Hilcona AG, Schaan

Pensionierungen

Miroslaw Fugiel, 6. Januar, Eisberg Polen, Legnica (*Nachtrag*)
Żak Danuta, 27. Januar, Eisberg Polen, Legnica
Oscar Bel, 31. Januar, Granovita SAU, La Vall d'Uixó
Irina Wagner, 31. Januar, Hügli, Radolfzell
Christian Otte, 31. Januar, Hilcona AG, Schaan
Franz Kuhn, 29. Februar, Hilcona AG, Schaan
Zymrije Berisha, 31. März, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Frank-Jürgen Müller, 31. März, Hügli, Radolfzell
Johannes Krässig, 30. April, Hilcona AG, Schaan
Jürgen Schwarz, 30. April, Hilcona AG, Schaan
Pius Calzaferrri, 31. Mai, Hilcona AG, Schaan
Werner Hofmänner, 31. Mai, Hilcona AG, Schaan
Margreth Huber, 31. Mai, Hilcona AG, Schaan
Karin Papenfuss, 31. Mai, Hügli, Radolfzell
Klaus Steppacher, 31. Mai, Hügli, Radolfzell

Frühpensionierungen

Catherine Zahirovic Chauvin, 8. März, Hilcona Gourmet SA, Orbe
Bernhard Erni, 31. März, Hügli, Steinach
Manuel Jorge De Matos Fernandes, 31. März, Hügli, Steinach

Den Hügli Sportclub in Steinach gibt es schon mehr als 40 Jahre

Eine bewegende Gemeinschaft

Wenn nicht nur ein Mitarbeiter aus der Bell Food Group einer spannenden Freizeitbeschäftigung nachgeht, sondern gleich 90, bleibt der LOOK!-Redaktion nichts anderes übrig, als die Rubrik «Mein Hobby» kurzerhand in «Unser Hobby» umzubenennen. Den Anlass dazu gibt der Hügli Sportclub in Steinach. Mehrmals im Jahr treffen sich seine Mitglieder, um gemeinsam aktiv zu werden – oder auch, um einen geselligen Abend zu verbringen. Und das bereits seit über 40 Jahren.

Zum Club

Name: Hügli Sportclub
Standort: Steinach
Gegründet: 1976
Mitgliederzahl: ca. 90

Mal besteigen sie Töfflis – oder Mo-fas, wie die Nichtschweizer sagen – und tuckern durchs Appenzellerland. Ein anderes Mal lassen sie sich von der mehrfachen österreichischen Landesmeisterin Daniela Müller die besten Tischtennistricks zeigen. Oder sie schwingen die Stecken beim «Hornussen», einem Schweizer Nationalsport, bei dem die eine Mannschaft eine kleine Kunststoffscheibe, den «Hornuss», ins Feld schlägt und die andere mit Holzschau-feln

verhindern muss, dass die Scheibe den Boden berührt.

Aussergewöhnliche Aktivitäten wie diese sind das gemeinsame Hobby des Hügli Sportclubs in Steinach. Rund 90 Mitglieder zählt der Verein aktuell. Dazu gehören nicht nur Kollegen der Hügli-Standorte Steinach und St. Gallen, sondern auch deren Angehörige sowie ehemalige Beschäftigte und Pensionäre.

Welche neuen Sportarten sie ausprobieren möchten, dürfen die Mitglieder selbst entscheiden. Dafür sammelt der Club zu Anfang eines Jahres immer Ideen. Bei der Jahreshauptversammlung im März wird dann darüber abgestimmt, was die aktive Truppe in den kommenden Monaten gemeinsam unternimmt.

«Bei der Vorauswahl der Vorschläge achten wir darauf, dass es eine gute Mischung aus Sommer- und Winteranlässen gibt», berichtet Clubpräsident Rolando Vidi der gemeinsam mit dem Vorstandsteam die Veranstaltungen organisiert. Sechs- bis siebenmal pro Jahr kommt die Truppe

donnerstags oder freitags nach 16 Uhr zusammen, um etwas zu unternehmen. Und da Sport bekanntlich Hunger macht, gibt es im Anschluss zumeist noch ein gemeinsames Abendessen. Natürlich wenn möglich bei Hügli-Kunden aus der Gastronomie, die auf diese Weise ebenfalls vom Sportclub profitieren.

Neben den eher schweisstreibenden Events gibt es auch gesellige Anlässe, wie das alljährliche «Chlaus-Lotto» in der Nikolaus-Zeit. «Der Abend, bei dem man beim Lottospielen viele tolle Lieferantengeschenke gewinnen kann, ist jedes Jahr wieder ein Highlight für uns», erzählt Rolando Vidi.

Gegründet wurde der Hügli Sportclub bereits 1976. In den Anfängen standen vor allem Laufen und Fussball auf dem Programm. Der Club nahm sogar an Fussballländerspielen zwischen Hügli-Teams aus der Schweiz, Deutschland und Österreich teil. Im Winter wurde zudem einmal pro Woche gemeinsam in einer Turnhalle «geturnt», wie es damals noch hiess.

Nach rückläufigen Mitgliederzahlen änderten die Verantwortlichen in den vergangenen Jahren das Konzept grundlegend. «Heute probieren wir vor allem Sportarten aus, die nicht alltäglich sind», erläutert Rolando Vidi das Konzept. Das Ergebnis: Die Mitgliederzahlen haben sich in den letzten zehn Jahren mehr als verdoppelt, und der Club hat sich stark verjüngt.

Was aber geblieben ist: Die gemeinsamen Aktivitäten fördern das Miteinander quer durch alle Abteilungen und Hierarchieebenen. Und das wirkt sich positiv auf das gesamte Betriebsklima in Steinach aus. • mr

Firmensport

In Deutschland entstanden die ersten Betriebs-sportangebote zum Ende des 19. Jahrhunderts, in der Schweiz in den 1920er-Jahren, als aus den informellen Kickgemeinschaften bei Ciba, Geigy und Sandoz offizielle Firmensportclubs wurden. Schon damals erhofften sich die Unternehmen von der sportlichen Betätigung positive Auswirkungen auf die Gesundheit und die Leistungsfähigkeit der Belegschaft. Heute ist Betriebs-sport zu einer festen Grösse im betrieblichen Gesundheitsmanagement geworden. Dabei gehen die Angebote inzwischen weit über Klassiker wie Fussballspielen oder Laufen hinaus.

Welche neuen Sportarten sie ausprobieren möchten, entscheiden die Mitglieder selbst.



Hilcona in Schaan produziert CO₂-neutral dank Abwärmenutzung

Hilcona gibt umweltfreundlichen Volldampf

Bei der klimaneutralen Herstellung von Lebensmitteln setzt Hilcona seit zehn Jahren auf umweltfreundliche Energienutzung: Dank der Nutzung der Abwärme aus der nahe gelegenen Kehrichtverbrennungsanlage über eine eigens dafür gebaute Dampfleitung produziert der Standort Schaan CO₂-neutral.

Nachhaltigkeit ist keine Modeerscheinung, sondern ein Ausdruck des Respekts.

Seit gut zehn Jahren gibt es die Energiebrücke bei der Kehrichtverbrennungsanlage im schweizerischen Buchs. Seither werden sowohl die Hilcona als auch zwei weitere Unternehmen in Schaan über eine Fernleitung mit Dampfenergie versorgt. Allein im Jahr 2019 wurden im Hilcona-Werk damit sechs Millionen Liter Heizöl eingespart, was dem Bedarf von 4200 Haushalten entspricht. Dank dem Bau der Dampfleitung kann Abwärme, die bei der Verbrennung von Abfall im benachbarten Buchs entsteht, als Energie zur Verarbeitung von Lebensmitteln verwendet werden.

16 000 Tonnen CO₂ weniger

Durch die Verwendung von Dampf ergibt sich somit eine Einsparung von 16 000 Tonnen CO₂. «Wir sind angetreten, um gerade wegen unseres wirtschaftlichen Wachstums unsere Anstrengungen im Bereich Nachhaltigkeit weiter zu verstärken», erklärt CEO Martin Henck, «Dazu gehören beispielsweise der bewusste Einsatz von sorgfältig angebauten und regio-

nalen Rohstoffen, neue Produkte mit verbesserter Ökobilanz, umweltfreundliche Verpackungen und eine laufende Optimierung unserer Prozesse. Wir sehen diesen Prozess als Weg der kontinuierlichen Verbesserung. Der Bau der Dampfleitung hat uns einen sehr grossen Schritt weitergebracht und ermöglicht uns nun schon seit bereits zehn Jahren, klimaneutrale Abwärme als Energiequelle einzusetzen».

Genuss, Gesundheit, Umwelt

Auch die Hilcona-Kunden ändern sich. Konsumenten wollen sich genussvoll und gesund ernähren und die Umwelt dabei wenig belasten. Früher stand der Genuss im Vordergrund. Heute werden eine gesunde Ernährung und die Nachhaltigkeit deutlich stärker bewertet. Es ist der Hilcona-Anspruch, einen messbaren Beitrag zum Ressourcenschutz zu leisten. Martin Henck betont: «Wir sehen Nachhaltigkeit nicht als Modeerscheinung, sondern als Ausdruck des Respektes gegenüber Mitmenschen und der Natur, von der wir schliesslich abhängig sind.» • Markus Amann ist Kommunikationsverantwortlicher bei Hilcona in Schaan