

LOOK!

A Bell Food Group dolgozói újsága

03 2020

**Elkötelezetten
a jövőért**

BELL
FOOD
GROUP





Tartalom

Vállalati események

- 4 Fő tevékenységünk fellendülében**
Jó féléves eredmények a Bell Food Groupnál
- 5 Legyen részesedése a Bell Food Groupban**
Dolgozói részvények
- 5 Perbál és Saint-André**
Üzemeladás Magyarországon és Franciaországban

Áttekintés

- 6 A PrimaVita indulása az Amazonon**
A Hügli új termékcsaládja
- 6 Nagy a zümmögés a Hilconánál**
Méhék otthona
- 7 Hasznos együttműködés Ausztriában**
A Hügli együttműködése a TOP-TEAM Zentraleinkauffa
- 7 A televízióban**
Új reklámszpot a Bell France-től
- 7 «Superbrand» lett az Eisberg**
Magyarországi díjak

Ahogy a Bell Food Groupnál dolgoznak

- 8 Helló, minden jót és viszlát!**
Tanulók a Bell Food Group soraiban
- 10 Párbeszéd egyenlő alapokon**
Az első kollektív szerződés a svájci kényelmi-termék-szektorban
- 12 A mi «veteránjaink»**
Interjú régi dolgozókkal

Helyszínen ...

- 16 «Itt mindenki ingyenc a javából»**
Tészták és vegetáriánus termékek a manufaktúrából
- 18 Change of Colours**
A Bell támogatja az urbánus művészetet Baselben

Címlapsztori

- 22 Elkötelezetten a jövőért**
Fenntarthatóság a Bell Food Groupnál

Fenntarthatóság és innováció

- 27 Nem csak gyorsan, hanem igazán jól is**
Interjú a Mosa Meat alapítójával, Mark Posttal

Mi, emberek jelentjük a különbséget

- 28 Értünk és a bolygónkért**
A Bell Food Group dolgozói a fenntarthatóság témájáról

Évfordulók

- 30 Évfordulók**
A LOOK! gratulál a 2020. szeptember és november között munkahelyi évfordulójukat ünneplő munkavállalóinak!

Verseny

- 33 Nyerjen egy napot csak saját magának!**
Kérdés

Ízvilágunk

- 34 Szárnyalt ma már?**
Csirke, pulyka, gyöngytyúk a baráti társaságban
- 36 Savoyától Ázsiáig**
Az utazás életérzése otthonában a Bell Food Group újdonságaival

Így működik a minőség

- 40 A legjobbakat keressük**
Sybille Walpert és Christian Nigg munkaerőt toboroznak a gyártásba

Vállaljuk a felelősséget

Kedves Munkatársak

Az elmúlt hónapok látványos bizonyítékát adták annak, hogy csak akkor tudunk megbirkózni a globális kihívásokkal, ha mindannyian teszünk valamit a társadalomért, és nem csak a saját boldogulásunkat tartjuk szem előtt.

Mi, a Bell Food Group felelősséget vállalunk a társadalomért és a környezetért. Kezkeskedünk a fenntartható szolgáltatásokért. Akár mint az Önök tisztességes munkáltatói, kedves Munkatársaink, akár mint felelősségteljes gazdasági szereplők, akik odafigyelnek a vállalat egészséges fejlődésére.

Egy hosszú és széles értéklánc részei vagyunk, és így különös felelősséget viselünk. Értékeink, döntéseink és cselekedeteink révén közvetlenül vagy közvetve számos szereplőt befolyásolunk, a szállítóktól a kereskedelmi partnereken és a vásárlókon át, egészen a gyártókig és a gazdáikig.

Ehhez tehát az is hozzátartozik, hogy üzletfeleinknek megbízható és stabil partnerei vagyunk. Az elmúlt fél évben megmutattuk, hogy ebben a rendkívüli válsághelyzetben is végig fenn tudtuk tartani szállítási készségünket. Ezt a sikert Önöknek köszönhetjük, kedves Munkatársak! Az Önök részvétele nélkül mindez nem lett volna lehetséges.

A motivált és rátermett munkavállalók jelentik a sikeres vállalat alapját, és a Bell Food Group 150 éves történetének sarokkövét. Ily módon a fenntartható fejlődéshez nem csupán a stabil számok és a környezetünkkel való felelősségteljes bánásmód tartozik hozzá, hanem a munkatársak ösztönzése és fejlesztése is.

Ezért is örülök annak különösen, hogy idén nyáron 54 tanuló kapcsolódott be az oktatásba a Bell Food Groupnál, és 44-en fejezték be eredményesen szakmai képzésüket, illetve tanulmányaikat. Büszke vagyok arra, hogy a szakember- és szakmunkástanuló-hiány ellenére ilyen sok fiatal lelkesedését tudjuk felkelteni munkánk iránt és gondoskodhatunk képzésükről. A fiatal szakemberek jövőnk bázisát – és fenntartható fejlődésünk fontos részét képezik.

Három vállalati küldetésünk egyikeként a minőség és az élvezet mellett a fenntarthatóság szervezeti kultúránk központi alkotóeleme. Új fenntarthatósági jelentésünkkel ezt most a külvilág felé is megmutatjuk. Ezáltal tűnünk ki versenytársaink közül, és akarunk példát mutatni ágazatunkban.

Célunk eléréséhez mindennap ennek szellemében kell élnünk, és felelősségünket tudatosan gyakorolnunk.

Lorenz Wyss
az igazgatóság elnöke

Jó féléves eredmények a Bell Food Groupnál

FŐ TEVÉKENYSÉGÜNK FELLENDÜLŐBEN

2020 koronavírus-világjárvány által meghatározott első félévében a Bell Food Group jó eredményt ért el. Örömteli fejlődés jellemezte a hús- és hentesáruhoz kapcsolódó fő tevékenységünk kiskereskedelmi értékesítési csatornáját. Ebből különösen a Bell Svájc és a Bell International üzletág profitált.

Üzletmenet	2019	2020	+/-	Ebből:			
				Valuta	Felvásárlás/ Tőkekivonás	Működési	%
Bell Food Group							
Értékesítési volumen, millió kg	266,7	259,8	-6,9	-	-7,5	0,6	0,2%
Áruforgalom, millió CHF	2023,0	1995,3	-27,7	-45,1	-41,9	59,3	2,9%
Bell Svájc							
Értékesítési volumen, millió kg	61,7	62,6	1	-	-	1	1,6%
Áruforgalom, millió CHF	982,0	1019,7	37,7	-	-	37,7	3,8%
Bell International							
Értékesítési volumen, millió kg	107,7	102,4	-5,3	-	-7,5	2,2	2,0%
Áruforgalom, millió CHF	513,7	481,9	-31,8	-31,5	-42,1	41,8	8,1%
Convenience							
Értékesítési volumen, millió kg	99,4	96,9	-2,4	-	-	2,4	-2,5%
Áruforgalom, millió CHF	548,9	515,2	-33,7	-14,0	-	-19,7	-3,6%

2020 első félévében a koronavírus-világjárvány tartotta feszültségben a világot, a Bell Food Groupot is példátlan kihívás elé állítva, és minden munkatárstól komoly erőfeszítést követelve. Ezért is rendkívül öröndetes, hogy a Bell Food Group meg tudott küzdeni ezekkel a kihívásokkal, és jó működési eredményt ért el. Nagy köszönet illet minden munkatársat, akik rugalmasságuknak és elkötelezettségüknek köszönhetően jelentősen hozzájárultak a sikerhez.

A Bell Food Group üzletmenetére komoly hatást gyakoroltak a minden országra kiterjedő többhetes korlátozások és ezzel összefüggésben az összes vendéglátóipari egység bezárása. Emellett a korlátozott mozgásszabadság a vásárlási és étkezési viselkedést is befolyásolta. Az emberek többet főztek otthon, és kevesebbet fogyasztottak útközben. Emiatt a Food Service értékesítési csatorna forgalma erősen visszaesett. Ugyanakkor a kiskereskedelmi értékesítési csatorna profitált a helyzetből.

Ezek a fejlemények különböző következményekkel jártak a Bell Food Groupra nézve. A Bell Food Group hús- és hentesáruhoz kapcsolódó fő tevékenységi köré-

ben egyértelmű növekedést könyvelhetett el a kiskereskedelmi értékesítési piacon, amely képes volt kompenzálni a Food Service területén tapasztalt visszaesést. Ez különösen a hazai, svájci piacon volt érzékelhető, mivel a határzárás miatt átmenetileg szünetelt a bevásárlóturizmus. A tavaly indult nyerssonka-központúságnak és a hatékonyságnövelést célzó intézkedések következtetés végrehajtásának köszönhetően a Bell International üzletágban is egyértelmű fejlődést értünk el, függetlenül a külső tényezőktől.

A Convenience üzletágot erőteljesebben érintették a koronavírus-világjárvány negatív hatásai. Ez elsősorban a Food Service értékesítési csatornán, valamint a kiskereskedelemben az elviteles árucikkeknél volt érzékelhető. Ezeket a forgalomkieséseket – a másik két üzletággal ellentétben – nem lehetett ugyanolyan mértékben kompenzálni a kiskereskedelmi csatornán.

A féléves eredményekről további információk a féléves jelentésben és a www.bellfoodgroup.com oldalon találhatóak. • fv

A karanténnak jelentős hatása volt az üzletmenetre.



Dolgozói részvények

Legyen részese- dése a Bell Food Groupban

2020. november 1. és 30. között kedvező feltételekkel juthat hozzá a Bell Food Group részvényeihez. A részvényt a www.myshares.bellfoodgroup.com címen lehet elérni.

November 1. és 30. között idén is kedvező áron juthat hozzá a Bell Food Group AG részvényeihez («dolgozói részvények»), és így közvetlenül részese lehet a társaságnak. A Bell Food Group munkatársai a vásárlási időszakban minimum 1, maximum 100 részvényt vásárolhatnak. A dolgozói részvények értékesítése 20 százalékos kedvezményel és 4 éves zárolási határidővel történik.

A www.myshares.bellfoodgroup.com oldalon megtalálja

- a hozzáférést a Bell Food Group részvényportáljához, melyen keresztül részvényeket vásárolhat,
- az összes információt az ez évi dolgozói részvénytörvény programról és
- november 1-től a dolgozói részvények jegyzését.

A dolgozói részvények vásárlására a dolgozói részvénytörvény szabályzat érvényes.

További információért forduljon a Bell Food Group részvényirodájához (+41 58 326 20 20, share.registry@bellfoodgroup.com). • sh

Üzemeladás Magyarországon és Franciaországban Perbál és Saint-André

A Bell Food Group folytatja a szerkezetátalakítást a hentesáruval kapcsolatos nemzetközi tevékenysége területén, és elad két gyártóüzemet Magyarországon és Franciaországban. Az új tulajdonosok minden munkatársat átvesznek.



Perbál



Saint-André

A Bell Food Group eladja a Magyarországon, Perbálon és a Franciaországban, Saint-Andréban található üzemait. A következő tulajdonosok minden munkatársat átvesznek. Ily módon a Bell Food Group megváltik két, csekély stratégiai perspektívával rendelkező telephelyétől, és folytatja a szerkezetátalakítást a nemzetközi húsáru üzletágban. A vállalat már az előző üzleti évben kivonult a veszteséges német kolbászüzletből. A két tranzakciónak nincs jelentős hatása a csoport működési eredményére, csak jelentéktelen egyszeri hatásuk van.

Perbáli telephely, Magyarország

A hentesáru előállítására szakosodott perbáli (HU) gyártóüzem előreláthatólag 2020. október 31-én kerül eladásra a magyar Spar részére. Az alig 200 dolgozót foglalkoztató üzem éves forgalma 20 millió euró volt. A Spar Magyarország a vásárlás révén bővíti meglévő gyártókapacitását, és ezzel biztosítja a munkahelyeket. A vásárlás feltételeit illetően a felek

titoktartásban állapodtak meg. A tranzakció végrehajtásához a nemzeti versenyhatóságok jóváhagyása szükséges.

Saint-André-i telephely, Franciaország

A Saint-André-sur-Vieux-Jonc-ban található üzem a francia Isla Délice részére kerül eladásra. Ezt a telephelyet elsősorban hústermékek szelvényezésére és csomagolására, valamint logisztikai központ céljára használták. Az átadást 2021. február végére tervezik. Az Isla Délice átveszi a telephelyen dolgozó összes, kerekén 70 munkatársat. A vásárlás feltételeit illetően a felek titoktartásban állapodtak meg. A Bell Food Group Franciaországban a Saint-André-in kívül további öt gyártóüzemet tart fenn, ahol kiváló minőségű nyerssonka- és szalámi-különlegességek készülnek. A tervek szerint a Saint-Andréban végzett tevékenységeket a teilhède-i központ veszi át. • sh

A Hügli új termékcsaládjá

A PrimaVita indulása az Amazonon

A PrimaVita révén a Hügli olyan saját márkát fejlesztett a Health & Nutrition termékek területén, amely májustól kizárólag az Amazonon kapható.



Virágzik a fitnesz, a súlycsökkentést és az 50 év felettiek táplálkozását szolgáló italok és shake-ek piaca. Hogy eközben az ízek se szenvedjenek csorbát, a Hügli egy ideje olyan, táplálkozástudományi szempontból hozzáadott értékkel rendelkező kényelmi termékek fejlesztésével foglalkozik, amelyek a kulináris igényeket is kielégítik.

A vállalat most exkluzív Health & Nutrition kínálatot állított össze kifejezetten az Amazon számára, amely május óta PrimaVita néven kapható az online kereskedőnél. Mégpedig mindjárt hét országban.

A kínálatban jelenleg 20-féle, a diéta, a sport-táplálkozás és a jó közérzet területéhez kapcsolódó termék szerepel. Ezek között klasszikus italok és shake-ek, levelek, zabkásák és készételek egyaránt megtalálhatók. «Teljes kínálatunk a kiváló íz mellett a sós és édes reggelik, ebédek és vacsorák sokféleségével tűnik ki», – mondja Lankananda Perera, a Hügli Health & Nutrition Business Development Managere.

A Radolfzellben és Langenhaslachban gyártott termékek mindegyikét joggal dicsérik többek között a fehérjék, a vitaminok, az ásványi anyagok és a telítetlen zsírsavak hozzáadásának eredményeképpen.

És mit mondanak a vásárlók? Az Amazonon bőkezűen osztják az értékeléshez használt csillagokat a PrimaVita-változatok jó ízeért, egyszerű elkészíté- séért és optimális adagnagyságáért. • **mr**



Méhek otthona

Nagy a zümmögés a Hilconánál

A Hilcona csapata kereken 40 ezer új munkatárssal bővült. Hat lábuk és két szárnyuk van, és nyár óta vidáman zümmögnek a Schaanban található központ körül.

A «Bee Hilcona» projekt keretében a liechtensteinek júliusban két méhcsaládnak adtak otthont a területükön. Ennek köszönhetően a Hilcona a Bell Food Group fenntarthatósági szemléletével teljes összhangban aktívan hozzájárul a biológiai sokféleség támogatásához és a rovarpusztulás megakadályozásához.

Az akciót néhány dolgozó hívta életre, akik az ötletet közös munkával fenntartható koncepcióvá fejlesztették. A szorgalmas pollen- és nektárgyűjtők gondozására egy szakértőt is meghívtak magukhoz: Marco Jehle-Radkohl az egyetlen méhészt Liechtensteinben és Kelet-Svájcban, aki a Demeter-módszer szerint dolgozik.

A méhészetnek ez a formája a méhek természetes igényeihez igazodik. Ehhez tartozik például, hogy a család a lépeket teljesen önállóan építi fel – a gyakran használt műlép alkalmazása

nélkül. A családok szaporítása pedig a mesterséges királynőnevelés helyett természetes rajzotatással történik. Ennek során a család egy része elhagyja a méhkast, hogy saját kolóniát alapítson.

«Ez a projekt a gyakorlatban megvalósított fenntarthatóság sikeres példája», – mondja a Hilcona vezérigazgatója, Martin Henck. «A méhek ökoszisztémánk nélkülözhetetlen építőkövei. A természetes sokféleség és életünk alapjainak biztosítását szolgálják.»

Így a méhek a növények beporzása révén nemcsak a többi rovar támogatják, hanem a mezőgazdaságot is. Abból pedig bőséggel akad Schaanban, a két új hilconai méhcsalád körül. Az új «munkatársakat» tehát gazdagon terített asztal várja. • **mr**

A Hügli együttműködése a TOP-TEAM Zentraleinkauffal

Hasznos együttműködés Ausztriában

A Hügli sokszínű termépalettáján más gyártók áruai is megtalálhatók. A vállalat új beszerzési partnere Ausztriában mostantól a TOP-TEAM Zentraleinkauf.

Hogy miként aknázhatók ki ésszerűen egy nagy vállalatcsoport szinergiahatásai, azt jól példázza a Hügli Österreich és a TOP-TEAM Zentraleinkauf nemrég elindult együttműködése. A trauni székhelyű beszerzési társaság 50%-ban a Transgourmet tulajdona, és így szintén a Coop-csoport része.

«A Foodservice szektorban kereskedelmi árukkal egészítjük ki a saját termékeinket, hogy minél szélesebb választékot kínálhassunk vásárlóinknak», – fejteti ki Thomas Kofler, a Hügli Österreich ügyvezetője. «Mivel a TOP-TEAM Zentraleinkauf kiterjedt gyártói és szállítói hálózattal rendelkezik a különböző minőségű márkás és sajátmárkás áruk piacán, az együttműködés révén növelhetjük hatékonyságunkat ezen a területen.»

Az első ütemben a Hügli mélyhűtött-áru-szortimentjének gondozását veszi át a TOP-TEAM Zentraleinkauf. Ezt közös kiírások követik majd a paradicsom- és burgonyatermékek, valamint a tészta-áruk. A következő lépésben pedig további területek, például egyes non-food termékek beszerzését tervezzük.

Ugyanakkor a Hügli a jövőben beszerzéseket végez majd a Transgourmet számára a DACH-régióban olyan termékcsoportokban, amelyekben sokéves tapasztalattal rendelkeznek. Így mindkét fél profitál az együttműködésből. • **mr**

Új reklámszpot a Bell France-tól

A televízióban

A Bell France a France 2 tévécsatornán futó, népszerű aukciós show, az «Affaire Conclue» alatt júniusban végig sugározta a reklámfilmet. A Bell Food Group növekedést mutatott a láthatóság, az eladások és az ismertség területén egyaránt.

Egy őszülő szakállú hentes mosolyogva közelít a kamerához, és inycsiklandozó felvágottakkal teli tálat kínál a tévénézőknek. A háttérben egy köhász falu szívében megbújó piacot látni és hallani; szól a templom harangja ... Csak a nyár illatai és a finom ételek hiányoznak! «A szpotot az auvergne-i Montpeyroux-ban, röviddel a kijárási korláto-



A reklámszpot forgatási munkálatai Franciaország egyik legszebb falujában, az auvergne-i Montpeyroux-ban zajlottak.

zás után, kizárólag auvergne-i lakosok részvételével forgattuk. A forgatás után a termékeket a Francia Vöröskeresztnek ajándékoztuk, – magyarázza Marguerite Martin, a Bell France termékmenedzser.

A megjelenés hatására a Bell Food Group ismertsége 9%-ra nőtt Franciaországban (2015-ben ez 4% volt). A szpot sugárzásának időszakában a szárazkolbászok bolti eladása a válság ellenére 18,44%-kal nőtt az előző év hasonló időszakához képest. • **gm**

Magyarországi díjak

«Superbrand» lett az Eisberg

Mind a magyarországi vásárlók, mind a szektor szakemberei úgy vélik, hogy az Eisberg autentikus és sikeres márka. Ezért a vállalat nemrég kétszeresen is «Superbrand» minősítést kapott.

Hogy az Eisberg szegmensének kiváló márkája, azt két újabb kitüntetés bizonyítja Magyarországon. A «Superbrands Award» olyan díj, amelyet a fogyasztók ítélnék oda annak jelzésként, hogy a vásárlók nagyra értékelik az Eisberg márkát. «Úgy véljük, hogy az emberek egyrészt a minőségi termékeinket és az átlátható kommunikációnkat díjazták. Másrészt biztosak vagyunk abban, hogy a társadalmi felelősségvállalási programunk is fontos szerepet játszik», – mondja Szalai Judit, az Eisberg Magyarország kereskedelmi vezetője.

A közönségdíjhoz hasonlóan nagy örömmel töltötte el a magyar kollégákat a szakmai zsűri által odaítélt «Business Superbrands Award» is. Ezzel ismét azon márkák közé tartoznak az országban, amelyek kiváló üzleti teljesítményükkel tűnnek ki, és amelyeket az ágazat megbízható partnernek tekint.

«A díjak a termékeink minőségét és frissességét garantáló csapatunk egészének munkáját dicsérik. Számunkra azt is jelenti, hogy a fogyasztók és a zsűri tagjai egyaránt a nekünk fontos értékekre szavaztak: a természetességre, az egyenességre, az emberek



Laura Spielmann, az Eisberg Magyarország Key Account Managere (b.) és Szalai Judit, a cég értékesítési vezetője (j.), örülnek a díjnak.

tiszteletére és mások segítségére», – magyarázza Szalai Judit.

Az Eisberg Magyarország a «Superbrands Award»-ot már a tizedik, a «Business Superbrands Award»-ot negyedik alkalommal nyerte el idén. • **mr**

Tanulók a Bell Food Group soraiban

HELLÓ, MINDEN JÓT ÉS VISZLÁT!

Noha az elmúlt hónapokban minden a feje tetejére állt, ne hagyja magát félrevezetni: ebben az évben is 44 tanuló fejezte be tanulmányait kiváló eredménnyel, és 54 új tanuló tett szert képzési helyre. Az öreg rókák minden jót kívánnak a szakmai előmenetelhez, a fiatal rókákat pedig örömmel üdvözljük!

A Bell Food Group gratulál a tanulmányok sikeres befejezéséhez

BELL SVÁJC

Bell Schweiz AG, Bazel:

Lena Antenbrink, DHBW HR tanuló
Andres Banoza, húsfeldolgozó szakember
Christine Kerwin, DHBW gazdasági informatikai tanuló
Patrick Gysin, automatizálási szakember
Tina Jauch, húsfeldolgozó szakember
Shawali Kamawal, húsipari szakasszisztens
Noah Li Wan Po, rendszertехnikai informatikus
Ian Martins de Souza, húsipari szakasszisztens
Yasmin Peter, szakács
Vigilent Sheholli, kereskedelmi ügyintéző
Christopher Taveras, létesítmény-üzemeltetési szakember
Manuel Würsten, alkalmazásfejlesztési informatikus

Bell Schweiz AG, Oensingen:

Karima Nassar Harambasic, élelmiszeripari szakmunkás

Bell Schweiz AG, Zell:

Princ Aliu, logisztikai szakember
Denis Milici, létesítményvezető

BELL INTERNATIONAL

Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge:

Dennis Ritscher, raktárlogisztikai szakmunkás

Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Seevetal:

Madeleine Heilmann, nagy- és külkereskedelmi szakember
Jonas Prüss, ipari és kereskedelmi ügyintéző
Lea-Christine Rieckmann, közgazdász hallgató (B.A.) / ipari és kereskedelmi ügyintéző

CONVENIENCE

Eisberg AG, Dällikon:

Iman El Berdiji, élelmiszer-technológiai szakember

Hilcona AG, Schaan:

Zehra Kilic, kereskedelmi ügyintéző
Karl Kuser, élelmiszer-technológiai szakember
Valeria Labandeira, logisztikai szakember
Stefan Lazzeri, élelmiszer-technológiai szakember
Daniel Ljubic, automatizálási szakember
Ivan Nägele, kereskedelmi ügyintéző
Luca Randazzo, élelmiszer-technológiai szakember
Luisa Walsler, élelmiszeripari szakmunkás
Mehmet Yildirim, létesítményvezető

Hilcona Taste Factory, Landquart:

Andrea Baselgia, logisztikai szakember
Mitko Gjoresvki, kereskedelmi ügyintéző
Baburaj Thurairaja, élelmiszeripari szakmunkás

Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach:

Francesco Bonessi, logisztikai szakember
Emanuel Gubic, kereskedelmi ügyintéző
Alisa Murtezi, kereskedelmi ügyintéző
Daniels Sapoznikovs, informatikus
Manuel Tobler, logisztikai szakember
Alessio Wirth, élelmiszer-technológiai szakember

Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell:

Lioba Drosdek, DHBW duális képzésben részt vevő közgazdász hallgató
Fitim Fetaj, ipari és kereskedelmi ügyintéző nemzetközi gazdaságmenedzsment kiegészítő szakiránnyal
Theresa Seel, DHBW duális képzésben részt vevő közgazdász hallgató
Hannah Wenger, ipari és kereskedelmi ügyintéző nemzetközi gazdaságmenedzsment kiegészítő szakiránnyal

Hügli Nahrungsmittel AG, St. Gallen:

Zidane Rauterkus, élelmiszeripari szakmunkás

Inter-Planing GmbH, Langenhalsach:

Kilian Kustermann, élelmiszertехnikai szakmunkás

Üdvözet a Bell Food Group soraiban

BELL SVÁJC

Bell Schweiz AG, Bazel:

Faizullah Asinzai, húsipari szakasszisztens
Stojanoski Blagojce, húsipari szakasszisztens
Valerio Capizzi, húsipari szakember
Nikita Gankov, szakács
Arcangelo Grandazzo, DHBW HR tanuló
Tarik Hadzic, kereskedelmi ügyintéző
Stefan Horvath, húsipari szakember
Isabelle Kerwin, élelmiszer-technológiai szakember
Miguel Kestenholtz, alkalmazásfejlesztési informatikus
Lars Kreis, kereskedelmi ügyintéző
Lucas Kück, automatizálási szakember
Yannick Morgenthaler, rendszertехnikai informatikus
Florian Nyffenegger, automatizálási szakember
Lena Pogalzyk, DHBW gazdaságinformatikai tanuló
Lukas Schmid, üzemgépész
Rafey Shehzad, üzemgépész
Alessandro Sommer, kereskedelmi ügyintéző

Bell Schweiz AG, Oensingen:

Dawid Bereket, logisztikai szakember
Aron Debesay, húságazati integrációs képzés
Maria Godino, húsfeldolgozó szakember
Luka Ristanovic, élelmiszer-technológiai szakember
Aurel Selmani, élelmiszer-technológiai szakember
Hadish Teumzgi, húságazati integrációs képzés

Bell Schweiz AG, Zell:

Guido Marti, logisztikai szakember
Raphael Meier, szárnyasfeldolgozó szakember
Vanessa Voehringer, üzemgépész

BELL INTERNATIONAL

Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge:

Daniel Butau, gép- és létesítményvezető
Fynn Noormann, gépszerelő
Justin Schelte, üzemi villanyszerelő

CONVENIENCE

Eisberg AG, Dällikon:

Tim Werner, élelmiszer-technológiai szakember

Hilcona AG, Schaan:

Pedro Goncalo Das Neves, létesítményvezető
Dominic Dürr, élelmiszeripari szakmunkás
André Gal, élelmiszer-technológiai szakember
Manuel Jörg, logisztikai szakember
Michelle Kranz, kereskedelmi ügyintéző
Amira Shakjiri, kereskedelmi ügyintéző
Ilias Theodorakoudis, élelmiszeripari szakmunkás

Hilcona Taste Factory, Landquart:

Aleksandar Grujic, élelmiszer-technológiai szakember
Belmin Hodzic, logisztikai szakember
Baburaj Thurairaja, élelmiszer-technológiai szakember

Hügli Nahrungsmittel AG, Steinach:

Berat Altundemir, logisztikai szakember
Sarah Despotakis, kereskedelmi ügyintéző
Albion Duraku, logisztikai szakember
Christian Rolle, élelmiszer-technológiai szakember
Sebastian Sabo, élelmiszeripari szakmunkás
Noah Serafini, kereskedelmi ügyintéző

Hügli Nahrungsmittel GmbH, Radolfzell:

Yasemine Brooks, élelmiszer-technológiai szakember
Lucie Martini, ipari és kereskedelmi ügyintéző nemzetközi gazdaságmenedzsment kiegészítő szakiránnyal
Joschka Messmer, élelmiszer-technológiai szakember
Friederike Schultz, DHBW Food Management
Kim Straub, DHBW Food Management
Pascal Thönes, ipari és kereskedelmi ügyintéző nemzetközi gazdaságmenedzsment kiegészítő szakiránnyal
Jannik Walz, ipari és kereskedelmi ügyintéző nemzetközi gazdaságmenedzsment kiegészítő szakiránnyal
Michelle Zwochner, ipari és kereskedelmi ügyintéző nemzetközi gazdaságmenedzsment kiegészítő szakiránnyal

Az első kollektív szerződés a svájci kényelmi termék-szektorban

Párbeszéd egyenlő alapokon

2020. június 4-én jött létre Svájcban először kollektív szerződés a kényelmi termékek területén: a Bell Food Group együttműködésbe kezdett a Hentesipari Dolgozók Egyesületével (Metzgereipersonal-Verband – MPV), és ezzel Svájcban első alkalommal kötött kollektív szerződést a kényelmi termékek ágazatában.

A maga nemében első

Ilyen még nem volt: 2020. június 4-étől a Bell Food Group összes svájci vállalata első alkalommal kötött kollektív szerződést a Hentesipari Dolgozók Egyesületével. A változás a Bell, Eisberg, Hilcona és Hügli vállalatok telephelyeit érintette, ahol összesen 21 gyártóüzemben több mint 5200 dolgozót alkalmaznak. A húsipari üzemek számára ez a meglévő kollektív szerződés új változatát jelentette, a kényelmi termékeket gyártó üzemek azonban most először kötöttek kollektív szerződést. A társadalmi partnerség kiépítésével a kényelmi termékek területén, Svájcban most először került sor kollektív szerződés aláírására az élelmiszergyártás ezen feltörekvő ágazatában.

Felkészülve a jövőre

«A kollektív szerződés megerősíti a munkavállalók jogait és pozícióját» – fejt ki Johannes Meister, a Bell Svájc személyzeti részlegének vezetője, aki vezető szerepet vállalt a kollektív szerződés kidolgozásában és aláírásában. «A Bell Schweiz AG és az MPV közötti több éves kapcsolatnak köszönhetően együtt támaszkodhatunk a folyamatosságra, stabilitásra és tapasztalatra, hogy tovább erősítsük a kialakult sikermodellt.» Giusy Meschi, az MPV ügyvezető igazgatója szerint a kollektív szerződés ideális feltételeket teremt a konstruktív együttműködésre: «Egy társadalmi partnerség akkor működő- és fejlődőképes, ha mindkét fél megfelelően képviselheti magát, és a párbeszéd során egyenlő alapokon állnak.»

Középpontban a dolgozók érdekei

Egy úgynevezett belső egyesület megalapításával biztosítjuk a párbeszéd széles körű támogatottságát. A belső egyesület, amelynek munkatársaink automatikusan

tagjai lesznek – kivéve, ha kifejezetten elutasítják ezt – a dolgozók érdekeivel foglalkozik. Rendszeresen folytat párbeszédet a vállalat vezetésével és a vezetésért felelős személyekkel különböző témákról, például a munkaerő-ráfordítás megtervezéséről, a munkaidőről, a javadalmazásról, vagy éppen a dolgozókat érintő szabályozásokról. A belső egyesületi tagság nem jár a dolgozók számára semmilyen pénzügyi vagy egyéb kötelezettséggel. Cserében egy erős partnerre tesznek szert, aki aktívan bevonja őket a Bell Food Grouppal való társadalmi kapcsolatba. • sh

Ez az első kollektív szerződés svájci kényelmi szektorban.

Hentesipari Dolgozók Egyesülete (MetzgereipersonalVerband – MPV)

Svájcban 1899-ben alapították meg a Hentesipari Dolgozók Egyesületét, amely a húsipari szakemberek önszerveződésének kezdte meg működését. Nagy múltú, egyszerűsített jövőorientált személyzeti egyesületként a svájci húsipar közel 3900 dolgozóját képviseli, illetve 2020 júniusa óta emellett még a Bell Food Group svájci, kényelmi termékeket előállító ágazatának csaknem 5200 munkavállalóját is.



«Dolgozóink szócsöveként képviselni szeretnénk érdekeiket a vállalatvezetéssel szemben, és probléma esetén minden lehetséges módon támogatjuk őket.»

Seline Blum, az Eisberg belső egyesületének elnöke

«Célunk, hogy felelősségünk felismerésével közös megoldásokat találjunk dolgozóink számára. A belső egyesületek közötti és a Bell Food Groupon belüli egyeztetés további lehetőségeket és szempontokat fog megnyitni előttünk.»



Vincenzo Giaffreda, a Hügli belső egyesületének elnöke

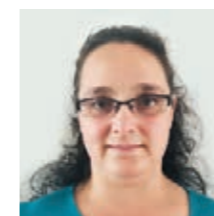


«Minden nap azon dolgozunk, hogy megteremtjük és fenntartsuk a kellemes munkahelyi környezetet. A tárgyalások során a lehető legjobban képviseljük a munkavállalók érdekeit. Békés egymás mellett élés, az alkalmazottak érdekképviselete, fair kommunikáció a munkavállaló és a munkáltató között, illetve segítség a problémamegoldásban. Belső egyesületként ezek a feladataink.»

Benjamin Fülleemann, a Hilcona Landquart belső egyesületének elnöke

«Nagy örömmel működünk együtt a menedzsmenttel a munka- és bérfeltételek javításán. A munkakörnyezetre vonatkozó döntéseknél, illetve a vállalaton belüli együttéléshez nyújtott segítség és támogatás a lehető legfontosabb.»

Romain Callier, a Hilcona Orbe belső egyesületének elnöke



«A belső egyesületek elnökeiként büszkék vagyunk arra, hogy kollégáinkat képviselhetjük, és köszönjük nekik, hogy megtiszteltek a bizalmunkkal, amikor ezt a szerepet elvállaltuk.»

Adriana Aleardi, a Geiser belső egyesületének elnöke

Interjú régi dolgozókkal



A mi «veteránjaink»

A munka mai világában néhány évenként új munkahelyet kell keresni – legalábbis sokan így gondolják.

Aki azonban rendszeresen megnézi a Bell Food Group jubilálóinak listáját, megállapíthatja: a már önmagában is figyelemre méltó 20 és 25 éves munkaviszonyok mellett mindig felbukkannak dolgozók, akik 35 vagy még több éves jubileumot ünnepelnek. A LOOK! interjúra hívott néhányat ezek közül a «veteránok» közül, akikkel együtt tekint vissza a kezdetekre.

«A sonkahegyek» – idézi fel Hermann Lüken az első munkanapjára visszagondolva – «tették rám a legnagyobb benyomást!» Bő 36 éve kezdett dolgozni az akkori «Helmut Hubacher» vállalatnál, egy kis sonkafüstölőnél, Harkebrügge-ben. «Kis kézműves üzem volt,» – meséli Hermann Lüken – «körülnézve az egészet beláttam.» Időközben az üzem nőtt valamicskét, kétszer váltott nevet és tulajdonost, mára pedig a Bell Food Group része lett.

Hermann Lüken végigkövette a teljes fejlődési folyamatot. Ezzel a képzett hentes azon dolgozók közé tartozik, akik csak ritkán, vagy éppen soha nem váltanak munkahelyet.

Csakúgy, mint kollégája, Alfred Czombera, aki nagyjából ugyanekkor kezdett dolgozni a Bell Deutschland GmbH & Co KG vállalatnál Edewechtben. «Végig Edewechtben maradtam – tulajdonképpen a vállalatok jöttek hozzám, és nem fordítva» – utal mosolyogva a többszöri tulajdonosváltásra, majd hozzáteszi: «Szerintem viszont a változások csak előnyökkel jártak: nagyobb rendelési mennyiség, több munkahely, több dolgozó.»

Alfred Czombera egy közvetítő cégen keresztül kezdett el Edewechtben hentessegédként dolgozni, ahol darabérben dolgozta fel a hátsó combokat. Mivel apja szénbányász volt, aki a napi betevő falatért is keményen küzdött – és eközben halálra dolgozta magát, amit Alfred Czombera külön hangsúlyoz – az ő célja az volt, hogy pénzt keressen és vezető pozícióba kerüljön. Fél évvel később már jó úton járt a cél felé: főnöke

Hűségesek voltak – és megéltek számos változást.

kérésére átvette a húsbontó részleget, majd röviddel ezután, 1985. március 18-án megkapta a mesterlevelet. Ekkor mindössze 22 éves volt. Azóta nem váltott munkahelyet.

Ma üzemvezetőként az egész telephelyért ő felel.

Hasonló történetről számol be Joaquin Maroco és Emeterio Robles is a spanyolországi Bell vállalatnál. Mindketten a nyers sonkák sózásánál kezdték szakmai karrierjüket.

Joaquin Maroco még pontosan emlékszik: «Hideg volt és nedvesség – és amikor este hazaértem, az összes ruhám teljesen át volt ázva.» Miután 18 évesen megszerezte a jogosítványt, onnantól az ügyfeleket célzó kiszállítással foglalkozott. De nem ez volt a végső cél. A termelési területen továbblépett a sonkacsontozás területére



Hermann Lüken,
a Bell Németország hentesé Edewechtben, pontosan tudja, hogy vannak jobb napok, és vannak olyanok, amikor az ember nem szívesen dolgozik – ez semmit nem változott 36 év alatt. De alapvetően fontos az, hogy a naponta elvégzett munka örömet szerezzen – ezt tanácsolja a fiatalabb generációnak.



Alfred Czombera,
a Bell Németország üzemvezetője
Edeweichtben, 37 éves karrierje
során alaposan bedolgozta magát
a hússzakmába. Különösen fontos
a képzettség – hangsúlyozza –,
hiszen ez nyitja meg a kapukat
a szakmai előrelépések előtt.

– ez a lehető legnehezebb feladat volt, mivel senki nem mondta el neki pontosan, hogyan is kellene csinálni. Ezzel párhuzamosan az irodában eladóként is dolgozott, végül teljesen átlépett az irodai alkalmazottak közé. «Csaknem minden részlegen dolgoztam – ma már teljesen más munkát végzek, mint 42 évvel ezelőtt.»

Emeterio Robles munkaköre is megváltozott az évek során: «Most a nyers sonka minőségbiztosítási részlegénél dolgozom. Munkánkban egyre nagyobb szerepet kapnak a számítógépek, de maradt még számos szempont, ami ma sem változott semmit: például a sonka «szaglászása» a minőség ellenőrzése céljából. Ezt egy «cala», egy kis fapálcika segítségével csinálom, amit a sonkába szúrok. Ez a módszer még mindig pontosan ugyanúgy működik, mint 40 éve.»

A munkavégzés összességében kevesebb fizikai munkát igényel, ezt minden dolgozó hangsúlyozza az interjúban. A komoly erőfeszítést igénylő feladatoknál emelési segédleteket lehet igénybe venni. A folyamatok optimalizálása, bizonyos lépések automatizálása, illetve



Isabel Guerreiro,
alig pár szót beszélt németül, amikor több mint 40 éve Svájcban, az akkori Gastro Starnál kezdett dolgozni. A nyelv, az időjárás, a salátaszetelelés napi munkája mind új és szokatlan volt számára. Ő azonban mindent megtett azért, hogy feltalálja magát az új helyzetben. Ma már csoportvezető az Eisbergnél, és tapasztalatból tudja: küzdeni kell azért, hogy olyan munkát találjunk, amely boldoggá tesz bennünket!



Joaquín Maroco,
aki 1978-ban a sonkák sózásával tette meg első lépését a munka világába – akkoriban még szinte «gyerek» volt! –, számos változást követett végig a spanyolországi Bell életében. A termékek és a munkatársak lecserélődtek, de ő minden nap a legjobb teljesítményt nyújtotta, hogy jó munkája mellett az üzem jó hangulatáról is gondoskodjon.

gépek és technológiák könnyítik meg a nehéz fizikai munkát. A dolgozók egészsége is sokkal nagyobb hangsúlyt kap manapság.

Ezt a véleményt osztja Isabel Guerreiro is. Valami azonban egyáltalán nem változott, jegyzi meg, mégpedig: «Az igyekezet, amellyel ügyfeleinknek mindig a legjobb minőséget állítjuk elő, még mindig a régi. Még akkor is, ha ezért néha új dolgokat kell kitalálnunk.» Isabel Guerreiro már komoly tapasztalatokra tett szert az új helyzetekkel való megküzdésben. Amikor 1980-ban Dällikonban dolgozni kezdett a Gastro Star vállalatnál, a portugál hölgy még alig beszélt németül.

«Amikor az első munkanapom után hazaértem» – emlékezik vissza – «azt kérdeztem magamtól, hogy fogom én ezt bírni. Ez a hideg, és ez az új nyelv, amit még meg kell tanulnom – és megcsináltam!» – fejezi be büszkén. Ma csoportvezetőként több mint 30 dolgozóért felel.

Így nemcsak csoportja számára példakép, hanem gyermekeinek is: «Mindig azt mondtam nekik: «Minden munka értékes, amíg becsületesen végzik!»» • sh



Emeterio Robles,
aki 1981-ben kezdte karrierjét Cassarubios del Monte városában, szívből kívánja, hogy a mai fiatal dolgozók tekintettel legyenek saját egészségükre a kemény munka során, és elkötelezetten vállalják a továbbképzéseket. De mindeközben arról se feledkezzenek meg, hogy a «veteránok», az «öreg mesterek» éppolyan fontosak egy vállalat számára.



Tészták és vegetáriánus termékek a manufaktúrából

«ITT MINDENKI ÍNYENC A JAVÁBÓL»

A tészta olyan, mintha az olasz nagymama készítette volna. A vegetáriánus kényelmi termékek a csökkentett húsfogyasztás trendjét lövögolják meg. A landquarti Hilcona Taste Factory a manufakturális karakterrel rendelkező, korszerű ételek otthona.

A Hilcona Taste Factory gyártóüzeme Graubünden impozáns hegyei között fekszik. A dolgozók figyelmét azonban a kis Landquart körül emelkedő bámulatos dísztet sem vonhatja el ízekkel kapcsolatos küldetésükről.

Nagy gondossággal – és gyakran sajátkezűleg – állítják itt elő a tésztákat, a vegetáriánus termékeket, és többek között a capuns nevű helyi specialitást. Utóbbi név hús- vagy zöldségpogácsával töltött mángoldleveleket takar.

«Manufaktúraként definiáljuk magunkat, ahol kis mennyiségben és sok kétkézi munkával hozunk létre kiváló minőségű termékeket» – hangsúlyozza Sinuhe Hofstetter üzemvezető. «A Hilcona Csoport legkisebb vállalatoként azonban nagyon rugalmasak és dinamikusak vagyunk.»

A Hilcona Taste Factory egyik legdinamikusabban növekvő ágazatát a vegetáriánus kényelmi termékek jelentik. Míg a tofu itt már inkább a klasszikusok közé tartozik, a humusz – az arab konyhából származó csicseriborsó-krém – gyártása még kezdeti stádiumban van.

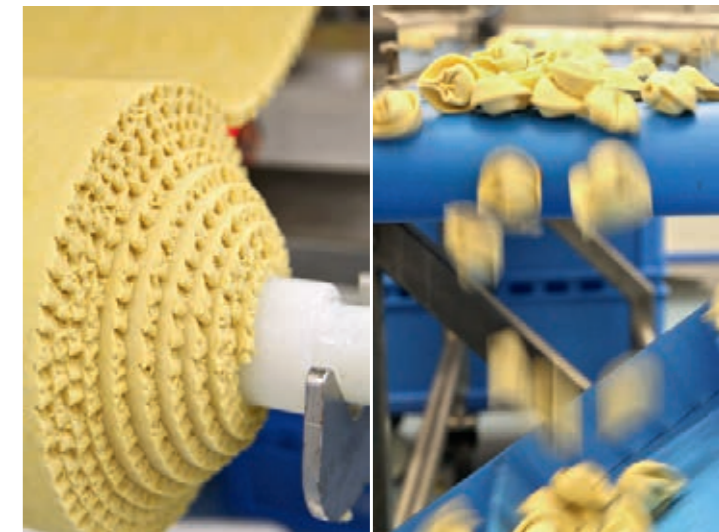
«Az ilyen új, trendi termékeknel profitálunk elsősorban abból, hogy kis mennyiségeket gyártunk» – magyarázza Sinuhe Hofstetter. «Így mindig új ízváltozatokat és összetételeket dobhatunk piacra, és megfigyelhetjük, hogy mi ízlik a vásárlóknak.»

A telephely egyik gyermeke, amely nem panaszkodhat a népszerűség hiányára, a «Green Mountain Burger». A «The Green Mountain» márka most a következő nagy bemutatkozás előtt áll: októberben érkezik a piacra az első húsalternatíva a húspástétom helyett – besüthető, vegán, és még kalóriaszegényebb, mint az elődje.

A «The Green Mountain» készül a következő nagy bemutatkozásra.

Ahogy ez már megszokott a Bell Food Group berkeiben, a minőségre Landquartban is nagy hangsúlyt fektetnek. Az itt gyártott termékek nagy része biominőségben készül. Ilyen például a tofu: az alapanyagául szolgáló szójababok biotanúsítvánnyal rendelkeznek és száz százalékban Svájcban származnak – vagyis rövid szállítási útvonalon érkeznek a gyárba.

Noha a Hilcona Taste Factory csak másfél éve működik ezen a néven, a vállalat gyökerei egészen 1841-re nyúlnak vissza, amikor Churban megalapították Svájc egyik legelső tésztagyárát. Ebből lett azután a Frostag Food-Centrum AG, amely 1998-ban a jelenlegi telephelyen, Landquartban építette fel friss és mélyhűtött termé-



A Hilcona Taste Factory négy gyártósort szentel a tésztagyártásnak.

keket gyártó üzemét. 2017 óta tartozik a Hilcona vállalathoz, és fokozatosan alakult át a tészta- és vegetáriánus termékek kompetenciaközpontjává.

A bő 5000 négyzetméterre nőtt gyártási területen ma évszaktól függően 130–150 dolgozót alkalmaznak. Javaslatuk Sinuhe Hofstetternél mindig nyitott fülekre találnak. «Eredményeinket együtt érzjük el. Végtére is mindannyian inyencek vagyunk» – jelenti ki az üzemvezető.

A kilenc gyártósorból négyet a tésztáknak szentelnek, amelyeket itt félig szárason, pasztörizálva, lisztezve és – külön a vendéglátó-ipari ügyfelek igényeinek megfelelően – mélyhűtve állítanak elő. A másik öt gyártósoron készülnek a kényelmi termékek, amelyek egy ideje már a Hilcona Taste Factory kínálatának több mint felét teszik ki.

És mi történik, ha egy termék fogadtatása nagyon jó a vásárlók körében? Akkor a landquartiak átviszik a gyártást egy másik telephelyre. Erre példa a «Pasta Traditionale»: sikerének köszönhetően néhány fajtáját év eleje óta már Schaanban gyártják – óránként négy-ötösörös mennyiségben. • mr

A Bell támogatja az urbánus művészetet Baselben

Change of Colours

Basel újabb látványossággal gazdagodott: Svájc legnagyobb graffitijével. És ebben a Bell is komoly szerepet játszott. A «Change of Colours» mottóval rendezett vándorkiállítás a Frigo hűtőház homlokzatán található.

2020. augusztus 20. és 30. között a Bell baseli központjában egy körülbelül 1800 m²-es szürke betonfalból színpompás műalkotást varázsoltak. Svájc legnagyobb fali műalkotásának központi eleme egy nagy, három részből álló falikép a Frigo hűtőház homlokzatán, a Neudorfstrassén, amelyet a nemzetközi hírnévnek örvendő street art-művészek, Mr. Cenz, Bustart, illetve Chromeo és Bane készítettek. A bal oldalon a helyi utcaművész, Bustart szín-



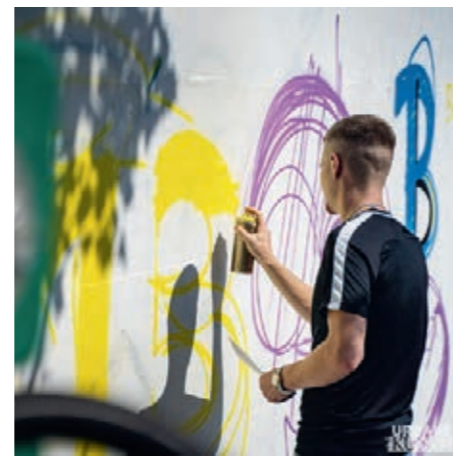
1. nap: Ready to go

Kezdődik a munka. A művészek elkezdik a nagy fal alapozását.



2. nap: Be prepared

Az alapozás után a hátterek megfestése következik. A falra rajzolt jelek támpontként szolgálnak a művészeknek a későbbi képhez.



3. és 4. nap: Workshop Time

Bustart street art-művész bevezeti a Bell Svájc vezetését és a Bell dolgozóit a festékszóró művészi használatába.



5-7. nap: Getting there

Jóval 30 fok feletti hőmérsékletben a művészek teljes gőzzel dolgoznak képeiken.



8. nap: Finishing Touches

A nagy faliképek már csaknem teljesen elkészültek. Ezek az utolsó simítások...



9. és 10. nap: The Jam

A nagy faliképek után a jam során egy több mint 200 méter hosszú felületen húsznál is több másik alkotás születik helyi és nemzetközi graffitiművészek közreműködésével.

pompás képe látható, a rá jellemző pop art- és képregényelemek vegyítéséből. A középső kép, a brit Mr. Cenz munkája egy kifejező női portré kavargó, kozmikus hatású formákkal. A jobb oldalon a két svájci street art művész, Chromeo és Bane egy fotorealisztikus, színes 3D-képet készített, amely egy virágtól körülvevett festékszóró-flakont ábrázol. A nagy falikép mellett a Neudorfstrasse és a Schlachthofstrasse sarkán több mint 20 helyi és nemzetközi graffitiművész új alkotásai díszítik a falat.

Színváltás

A fali műalkotás mottója: «Change of Colours». A vidám színekben pompázó alkotások az újrakezdést szimbolizálják egy mindenki számára

nehéz időszak után, amikor a társadalmi és a kulturális élet csaknem teljesen megbénult. A falikép elkészítését a baseli Urbánus Művészetért Egyesület (Verein Urbane Kunst) szervezte és bonyolította le. A Bell bocsátotta rendelkezésre a szükséges falakat, és az alkotóknak technikai támogatást nyújtott a megvalósításban. • fv

Link:
urbanekunst.ch

A fényképeket az Urbánus Művészetért Egyesület bocsátotta rendelkezésünkre.



GVFI

Bell

Belle Chromo

Fenntarthatóság a Bell Food Groupnál

ELKÖTELEZETTEN A JÖVŐÉRT

A fenntarthatóság a Bell Food Group három vállalati küldetésének egyike. És ez nem véletlen. Az elmúlt években a fenntarthatóság a vállalaton belül és kívül is egyre nagyobb jelentőségre tett szert. Ennek köszönhetően idén nyáron először tett közzé a Bell Food Group fenntarthatósági jelentést.

A fenntarthatóság átfogó koncepció.

A fenntarthatóság a 21. század egyik központi koncepciója. Ennek megfelelően a fogalom mindenhol jelen van: a hétköznapi életben, a médiában és a nyilvános diskurzusban is. A népszerűségnek azonban vannak árnyoldalai is. A közbeszédben a fenntarthatóság szó nem jelöl jól körülhatárolt fogalmat, és hiányzik az általános érvényű jelentése is.

Gyakran tekintik például a környezetvédelemmel egyenértékűnek. Ez azonban csak részben fedti a valóságot. Miről van szó tehát pontosan, ha ma a fenntartható fejlődést vagy a fenntartható termékeket emlegetik?

A fenntarthatóság három dimenziója

Erre a kérdésre valóban nem egyszerű pontos választ adni. Alapvetően a ma uralkodó felfogás szerint a fenntarthatóság átfogó koncepció, és a fenntartható fejlődés csak minden releváns társadalmi tényező figyelembe vételével lehetséges. Ezen a feltevésen alapul az ún. háromszlopos modell. Eszerint csak akkor lehetséges a fenntartható fejlődés, ha egyidejűleg valósulnak meg az ökológiai, társadalmi és gazdasági célok.

A Bell Food Group fenntarthatósági stratégiája is a háromszlopos modellt követi. Ez 2017 óta jelenti a Bell Food Group minden üzleti területe számára a fenntarthatóság iránti elköteleződés alapját. A felelősségi körök a «Termékek és beszerzés» (gazdasági dimenzió), a «Környezet és források» (ökológiai dimenzió), illetve a «Dolgozók és társadalom» (társadalmi dimenzió) területekre vannak felosztva.



«A fenntarthatóság azt jelenti, hogy szerződést kötünk a generációk között. Célunk olyan gazdálkodás megvalósítása, amely a következő generációkra nem ró nagy terheket, és vállalkozásunkat, de természetesen saját Földünket is jó állapotban hagyja az utánunk jövő nemzedékre.»

Volker Baltés

a kényelmi termékek ágazatának vezetője



«A Svájcban kívüli országokban és piacokon a fenntarthatóság területére meghatározott stratégiának megfelelően működünk. Például támogatjuk a fenntartható szárnyashúsgyártást, és pillanatnyilag Európa egyik legnagyobb bioelőállítói vagyunk. Célunk, hogy optimalizáljuk a csomagolóanyagokat, csökkentjük a gyártásban felhasznált energia és víz mennyiségét, és számos további intézkedést is végrehajtunk.»

Marco Tschanz

a Bell International üzletágának vezetője

Növekvő jelentőség

A fenntarthatóság a Bell Food Group egyik vállalati küldetése. Amikor bevezettük a fenntarthatósági stratégiát minden üzleti területen, egyszerre meghatároztuk az egységes fenntarthatósági normákat, illetve egy, az egész csoportra kiterjedő fenntarthatósági szervezetet is. Stratégiai és koncepcionális szinten a fenntarthatósági csoportban húzóó szálak Christoph Schatzmann kezében futnak össze. A csoportot támogatják az egyes részlegek fenntarthatósági felelősei is,

A fenntarthatósági jelentéssel a Bell Food Group átláthatóságot teremt.

akik emellett a különböző projektek és kezdeményezések megvalósításáért is felelnek.

A fenntarthatósági szervezet közvetlenül a vállalatvezetés alá van rendelve. Ez is hangsúlyozza, hogy a téma időközben milyen fontosságra tett szert a vállalatban belül.

Nagyobb átláthatóság

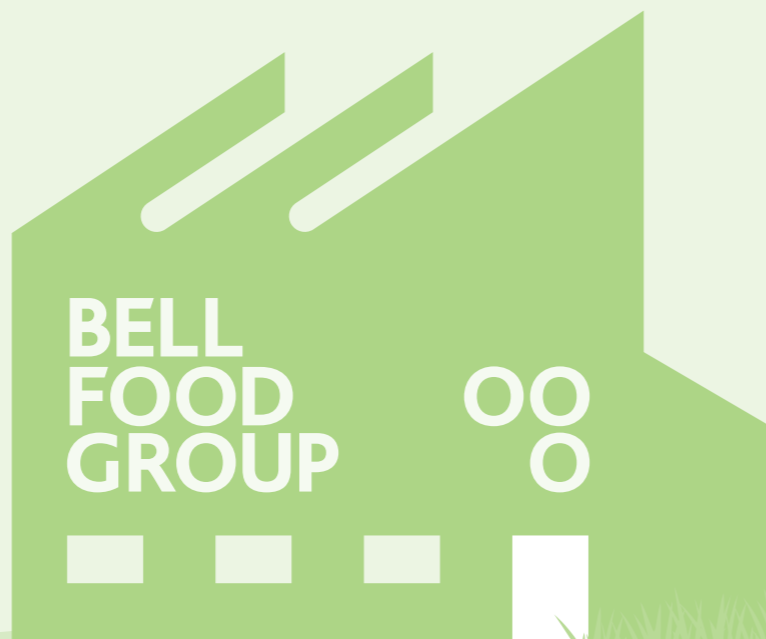
A média, a befektetők és más érdekelt felek ma már szinte elvárják, hogy az olyan vállalatok, mint a Bell Food Group, kiemelt jelentőséget tulajdonítsanak a fenntarthatóságnak, illetve hogy megfelelő struktúrákkal rendelkezzenek. Éppen ezért van különös jelentősége annak, hogy a Bell Food Group az első fenntarthatósági jelentés idei közzétételével a fenntarthatóság kommunikációjában is fontos lépést tett. A Bell Food Group fenntarthatósági jelentésében több mint 50 oldalon keresztül számol be a szervezetről, stratégiáról, központi kérdésekről, célkitűzésekről és mutatószámokról a fenntarthatóság témakörében, és ezzel átláthatóságot teremt a külső és belső részvényesek számára. A tervek szerint a fenntarthatósági jelentés állandó helyet kap majd a Bell Food Group éves jelentésében is. • fv



«A fenntarthatóság számomra azt jelenti, hogy nemcsak egy célcsoport, hanem minden célcsoport érdekeit egyformán figyelembe vesszük, és ezzel biztosítjuk vállalatunk hosszú távú sikerét. Legyen szó akár a dolgozók támogatásáról, akár a környezetvédelemről vagy az állatok jólétéről – fenntarthatóan gondolkodunk és cselekszünk, és komolyan vesszük társadalmi felelősségünket.»

Bernhard Lengacher

a Bell Food Group HR-részlegének vezetője



Interjúalanyunk Christoph Schatzmann, a fenntarthatósági/minőségirányítási csoport vezetője

«Szemléletváltásra került sor»

Christoph Schatzmann a minőségirányítási/fenntarthatósági stáb vezetője. Közvetlenül a csoportvezetés alá tartozik, és csapatával a Bell Food Group stratégiai irányvonalainak koncepciójáért és megvalósításáért felel a minőségirányítás és a fenntarthatóság területein.

Milyen jelentőséggel bír ma a fenntarthatóság a Bell Food Groupon belül? Határozottan nagyobb jelentőséggel, mint néhány évvel ezelőtt. A fenntarthatóság ma a Bell Food Group három vállalati küldetésének egyike, és idén először hoztunk nyilvánosságra az egész csoportra vonatkozó fenntarthatósági jelentést. A fenntarthatóság témája ma mindenesetre sokkal inkább jelen van, mint korábban, és számos dolgozónál érzek nagyobb nyitottságot a fenntarthatósági témákkal kapcsolatban.

Mi volt ennél a döntő pont? A középpontban egy fenntarthatósági stratégia meghatározása állt az egész Bell Food Group számára 2017-ben, amely minden funkcionális stratégiára hatást gyakorló alapstratégiaként szolgált. Ezzel először definiáltunk egy egységes irányvonalat. Egyszersmind ennek megfelelően módosítottuk a szervezeti struktúrát, és bevezettük a fenntarthatósági CC-t. Ezzel a témát minden részleg dolgozóiban tudatosítottuk.

Melyek a legfontosabb témák? A kibocsátás csökkentése és az erőforrások optimalizálása két fontos téma, még az ország klímastratégiájához kapcsolódóan is, ami megfelelő célokat irányoz elő 2050-re. Ide tartozik például a fosszilis tüzelőanyagok elhagyása. Ebben jó úton járunk, és számos projektet valósítottunk meg a cél elérése érdekében. De ez nem máról holnapra történik, és fontos, hogy mindenki kivegye részét

a közös erőfeszítésekből. Úgy gondolom, az elmúlt években szemléletváltás történt nálunk. Ez lemérhető például az új épületeken, így az oensingeni telephely új építésű létesítményein is. Itt már az erőforrások optimalizálását és a kibocsátás csökkentését is a kezdetektől fogva figyelembe vettük.

Mi a szerepe a fenntarthatósági csoportnak? Alapjában véve a megfogalmazott fenntarthatósági célok megvalósításáért felelünk a Bell Food Groupon belül. Ezt azonban nem tudjuk és nem is akarjuk egymagunk megcsinálni. Sokkal inkább motivátorokként tekintek magunkra. A Bell Food Groupon belüli partnereinket akarjuk arra motiválni, hogy a fenntarthatósági témákkal megismerkedjenek és foglalkozzanak. Segítséget nyújtunk, projekteket koordinálunk és gondoskodunk a tapasztalatcseréről a fenntarthatósági CC-n belül. Emellett pedig fogadjuk a kapcsolódó kérdéseket, és örömmel bocsátjuk rendelkezésre szakértelmünket is. A fenntarthatósági témák iránt nagy elfogadást és elkötelezettséget érzek, és ez nagy örömmel tölt el. Azt hiszem, sok munkatársunk számára fontos, hogy egy fenntartható vállalatnál dolgozzon.

Fontos, hogy mindenki kivegye részét a közös erőfeszítésekből.





A Bell energiasemleges baromfiistállója

Az istálló minden, csak nem hétköznapi.

2020 júliusában a Bell egy új baromfiistállót helyezett üzembe a Bern közelében lévő Zimmerwaldban. Ebben nincs semmi különös, és első pillantásra a csinos új épület kifejezetten hasonlít egy átlagos baromfiistállóra. Második pillantásra azonban gyorsan felmérhető: ez a baromfiistálló minden, csak nem szokványos. Egy Minergie-A tanúsítvánnyal rendelkező, teljesen energiasemleges, BTSplus elnevezésű prototípus, amely a közeljövőben új mércét fog jelenteni.

A BTSplus koncepció a bevált svájci BTS-tartás (Besonders Tierfreundliche Stallhaltungssysteme – különösen állatbarát istállózási rendszerek) továbbfejlesztése a brojlercsirke energiahatékony tenyésztésére CO₂-kibocsátás nélkül. «A BTSplus esetében az energiahasználati forrás optimalizálás áll a középpontban» – magyarázza Stefan Werren, a BTSplus projektvezetője a Bellnél.

A központi elem a tetőn elhelyezkedő napelemes berendezés, amely csaknem kétszer annyi energiát szolgáltat, mint amennyire az istálló működtetéséhez szükség van. A fennmaradó energia más üzemágakhoz használ-

ható, vagy betáplálható a nyilvános áramhálózatba. Egy hővisszanyerő berendezés telepítésével az állatok által leadott hő is használhatóvá válik. A leadott hő felmelegíti a friss levegőt, amelyet kívülről vezetnek be az istálló és a télikertek klimatizálására. Így a szükséges hőenergia körülbelül 80 százaléka megtakarítható. A fennmaradó 20 százalékot a hőszivattyú biztosítja, amelyet a saját napelemes berendezésből származó áram működtet.

Kevesebb kibocsátás és kellemesebb klíma az istállóban

A BTSplus baromfiistálló elhasznált levegőjét egy bioszűrő tisztítja meg. Ez gondoskodik arról, hogy a por- és szagkibocsátás működés közben csökkenjen, és így kevesebb terhelés érje a közvetlen környezetet. Az istállót és a télikerteket mindig előmelegített friss levegővel látjuk el. Ezzel a kizárólag a BTSplus számára kifejlesztett rendszerrel az istállóban és a télikertben mindig az állatok számára kellemes klíma uralkodik. A télikertek a külső hőmérséklettől függetlenül egész évben használhatók, emellett az állatok már néhány napos koruktól használhatják azokat.

Jövőbe mutató kísérleti projekt

A BTSplus koncepcióval a Bell tovább kívánja fejleszteni a bevált svájci BTS-tartást, és hozzá akar járulni Svájc energiahatékony, CO₂-semleges szárnyastenyésztéséhez. A Zimmerwaldi BTSplus istállót a kísérleti projekt keretében egy éven keresztül tesztelik. A tesztidőszak lezárultával kiértékelik, hogy a BTSplus koncepció milyen mértékben alkalmazható a Bell további új épületeire és a már meglévő BTS-istállókra. • fv



Interjú a Mosa Meat alapítójával, Mark Posttal

Nem csak gyorsan, hanem igazán jól is

A Bell Food Group növeli részesedését a Mosa Meat vállalatban, és további 5 millió eurót investál a hollandiai startupba. Az új tőkeinjekció a mesterséges marhahús kereskedelmi célú gyártására és forgalmazására irányul. A LOOK! interjút készített Mark Posttal, aki a cég társalapítója és a kutatás vezetője egy személyben.



«A Mosa Meat különlegessége a minőségre való összpontosítás.»

Hogy áll most a kutatás a Mosa Meat berkeiben?

Jelenlegi kutatásaink középpontjában két terület áll: egyrészt első termékünk, a hamburger optimalizálásán dolgozunk. A zsír- és izomszövetet úgy próbáljuk tökéletesíteni,

hogy többé ne lehessen megkülönböztetni a hagyományos hústól.

Másrészt pedig a gyártásnövelés izgalmas fázisába lépünk. Ez alatt a gyártás kibővítését kell érteni, az 1 literes bioreaktorok grammos adagjaitól a tonnában mérhető húsmennyiségig, amit 5000 literes bioreaktorokban gyártunk. Ahhoz, hogy ezt az elkövetkező években elérhessük, hihetetlen mennyiségű kutatásra és fejlesztésre van szükség.

Mi különbözteti meg a Mosa Meat vállalatot a versenytársaitól?

Úgy vélem, amiben a Mosa Meat különleges, az a minőség előtérbe helyezése. Hiszünk abban, hogy a fogyasztók többsége csak akkor vált mesterséges húsrá, ha az ízletes, és szerkezetében sem tér el a hagyományos hústól. Ennek elérését tűztük ki célul – még akkor is, ha ez nehéz feladat, és megvalósítása sokáig fog tartani. A feladat egyik fontos része az «érett» izom- és zsírszövet létrehozása. Ez olyan sejteket jelent, amelyek szervezett struktúrát alkotnak, nem csupán sejtek «laza» szerkezetét.

Úgy tűnik, néhány versenytársunk inkább arra összpontosít, hogy gyorsan betörjön a piacra, azonban olyan termékekkel, amelyek sejteket tartalmaznak, de tényle-

ges szövetet nem. A Mosa Meat azonban más irányt követ: megpróbálunk zsírt és izmot létrehozni, amely tényleg ugyanolyan, mint a hagyományos hús.

Mit vár leginkább a következő két évben?

Nagyon várom már, hogy a pilotberendezésünk üzemelni kezdjen. A berendezés kis mennyiségben gyárt majd húst az első értékesítésekhez. Kutatóként pedig alig várom, hogy a következő nagy tudományos kihívással foglalkozhassak, amit a darált húsról a háromdimenziós szerkezetekre (vagyis a steakekre) való átállás jelent. Célunk, hogy a következő két évben kifejlesszük első steak-prototípusunkat. Ez igazán érdekes kihívásokat hoz magával, például egy úgynevezett perfúziós rendszer kialakítását, amely a vastag steakszerkezetet alkotó sejtekhez szállítja az oxigént és a tápanyagokat. • sh

A Mosa Meat vállalatban belüli nagyobb részese-déssel kapcsolatos további információkat a 2020. július 9-én a www.bellfoodgroup.com oldalon megjelent sajtóközleményben találja.



A Bell Food Group dolgozói a fenntarthatóság témájáról

Értünk és a bolygónkért

Mit jelent egy olyan vállalatnál dolgozni, amelyik a minőség és az ízek mellett a fenntarthatóságot is zászlajára tűzte? A LOOK! megkérdezte a Bell Food Group dolgozóit.

Ulrich Freund

a schaani Hilcona stratégiai beszerzési vezetője



«A fenntarthatóság biztosítása érdekében a megfelelő megoldások keresése során nemcsak a költségekre vagy a minőségre kell tekintettel lenni, hanem a fenntarthatóság szempontjait is figyelembe kell venni az értékelés során. Ez azt jelenti, hogy csapatommal mindig új, ökológiai szempontból jobb megoldásokat kell keresnünk, legyen szó akár a szállítási út lerövidítéséről, akár a csomagolóanyagok vagy a veszteség csökkentéséről, vagy éppen a helyi nyersanyagok tudatos alkalmazásáról. Ezért következetesen arra szólítjuk fel beszállítóinkat, hogy fenntartható megoldásokat kínáljanak számunkra, vagy pedig célzottan a fenntarthatóság kritériuma alapján hozunk döntéseket. A fenntarthatóságra való törekvést már a génjeinkbe kódolva kellene és kell is hordoznunk – bolygónk csak így maradhat hosszú távon is élhető.»

«Mindig ökológia-
ailag jobb megoldásokat keresünk.»



Matthias Wagner

az IT Project Management vezetője a baseli Bell Svájcánál

«A bolygó, amelyen élünk, véges forrásokkal rendelkezik. A fenntarthatóság témája épp ezért lényeges, és valamennyiünket egyformán érint. Döntő fontosságú, hogy mindenki hozzájáruljon – akár csak a háztartási hulladék napi szétválogatásával. A privátszférában a fenntarthatóság nekem a források lehető leghatékonyabb kezelését jelenti minden tevékenység során. Ha például nincs feltétlenül szükség autóra, akkor másként teszem meg az adott utat. Ha lehet napenergiából származó áramot használni, akkor azt használom.»

A munkahelyen is napi szinten végig kell gondolni, hogy milyen javító intézkedéseket tehetnénk még. Az intelligens technológiák támogatást nyújthatnak ebben. Az én területemen számos dolog járul hozzá a fenntarthatósághoz: kezdve az intelligens számítógép-rendszerekkel, amelyek kevesebb energiával érik el az átlagosnak megfelelő vagy annál jobb teljesítményt, egészen a «Cultured Meat», vagyis az összejétekből előállított hús gyártásának informatikai támogatásáig. Ez egy olyan innováció, amely a közeljövőben egyre nagyobb szerepet játszik majd a húsiparban, miközben egyrészt védi az erőforrásokat, másrészt új üzleti modelleket tesz lehetővé.

Örömmel tölt el, hogy az ilyen projektekkel fenntartható, és ezért sikereiben gazdag jövő kialakításában vehetek részt a Bell Food Group-pal. Nagyon fontos számomra, hogy olyan vállalatnál dolgozzam, amely központi feladatának tekinti a fenntarthatóság témakörét, és ezen értékeknek megfelelően él nap mint nap.»

«Véges erőforrásokkal rendelkező bolygón élünk.»



Dorothea Poppele

személyi referens a seevetali Bell Németországnál

«Éppen a mi sokat vitatott ágazatunkban tartom fontosnak, hogy komolyan vegyük a fenntarthatóság témakörét. Így a húsiparban elért legújabb eredményektől függetlenül is megkülönböztethetjük magunkat számos versenytársunktól. Mi a személyzeti részlegnél döntő érvként tekintünk a fenntartható cselekvésre, amivel meggyőzhetjük a pályázókat, hogy vállalatunkat válasszák. A Bell Food Group vállalati értékei között fontos helyet foglal el a fenntarthatóság. Ez a kritérium éppen a fiatalabb generációnál jelent jó pontokat. Ez sokat segít nekünk, mivel egyre nehezebb utánpótlást találni a húsipari pályára.»

«A munkavállalók védelme szintén nagy szerepet játszik.»

A fenntarthatóság nemcsak a környezet és az erőforrások védelméről szól, hanem a munkavállalók védelme is fontos szerepet játszik. Legyen szó akár a gyártásban alkalmazott egészségvédelmi segédanyagokról, akár a szabadidős sporttevékenység támogatásáról a Hansefit-programban való részvétellel kedvezményes árú fitness- és sportlehetőségekkel, vagy épp az üzemi nyugdíjpénztárról – különféle intézkedések széles skálája fokozza vonzerónket munkaadóként. Nekem személy szerint a fenntarthatóság emellett még azt is jelenti, hogy fair módon viselkedem másokkal, illetve a jövő generációkkal szemben is. Mert ha már most az erőforrásokat kímélve működünk, akkor a világ a jövőben is élhető hely marad.»

Sandra Schaad

Senior Group Accountant a baseli Bell Svájcánál

«Véleményem szerint a «fenntarthatóság» szónak számos jelentésrétege van. Számomra azt jelenti, hogy előrelátóan és kíméletesen bánunk a természettel és az emberekkel. A Földünkön fellelhető források nem kimeríthetetlenek, ezért tudatosan és nagy gondossággal kellene kezelnünk azokat. Ezért én személy szerint megpróbálok például mindenekelőtt szezonális, helyi árukat vásárolni a szállítási útvonalak minimalizálása és a helyi gazdaság figyelembe vétele érdekében. Emellett ügyelek arra is, hogy csökkentsem az általam felhasznált műanyag mennyiségét, és használati tárgyaimat a lehető legtovább megtartsam.»

Munkavállalóként fontosnak tartom, hogy jövőorientált vállalatnál dolgozzam. A fenntarthatóság témaköre szorosan idetartozik. Nagyszerűnek találom, hogy augusztusban megjelent a Bell Food Group első fenntarthatósági jelentése. Ezzel átláthatóvá válik a cég elkötelezettsége ezen a területen. Mindannyian hozzájárulhatunk egy kis lépéssel a fenntarthatósághoz, ami együttesen komoly eredményeket hoz. Irodánkban például odafigyelünk arra, hogy este eloltsuk a villanyt, többször kikapcsoljuk a nyomtatót, csökkentjük a papírfogyasztásunkat, újrahasznosítjuk a kávékapszulákat, valamint kávésbögrékből iszunk egyszer használatos poharak helyett. A fenntarthatóság mindazonáltal azt is jelenti, hogy kellemes hangulat uralkodik a csapatban, kölcsönösen megbecsüljük és továbbképzések szervezésével támogatjuk egymást, hogy csoportként, együtt tudjunk fejlődni.»

«Személy szerint elsősorban regionális és szezonális jelleggel próbálok vásárolni.»



Évfordulók

A LOOK! gratulál a 2020. szeptember és november között munkahelyi évfordulójukat ünneplő munkavállalóinak!

Bell Svájc

20 szolgálati év

Harry Bechler, szeptember 1., Bell Schweiz, Bazel
Manuel Brand, szeptember 1., Bell Schweiz, Bazel
Ivan Filipovic, szeptember 1., Bell Schweiz, Oensingen
Moulay Omar Libourki, szeptember 1., Bell Schweiz, Oensingen
Frédéric Wilhelm, szeptember 1., Bell Schweiz, Bazel
Bruno Ruckstuhl, szeptember 4., Bell Schweiz, Zell
Michael Lohner, szeptember 11., Bell Schweiz, Bazel
Jean-Christophe Dobrocki, szeptember 18., Bell Schweiz, Bazel
Marie-Christine Groell, szeptember 25., Bell Schweiz, Bazel
Philippe Lejal, szeptember 25., Bell Schweiz, Bazel
Alain Stoffel, szeptember 25., Bell Schweiz, Bazel
Nasrije Avziu, október 1., Bell Schweiz, Bazel
Jens Henger, október 1., Bell Schweiz, Bazel
Qazim Ramaj, október 2., Bell Schweiz, Oensingen
Sriranjan Kandiah, október 9., Bell Schweiz, Zell
Vera Vujic, október 16., Bell Schweiz, Oensingen
Max Knoblauch, november 1., Geiser AG, Schlieren
Sivanandagunaseelan Nalliah, november 1., Bell Schweiz, Zell
Beat Roth, november 1., Bell Schweiz, Oensingen
Ibrahim Suener, november 1., Bell Schweiz, Bazel
Roland Rufener, november 27., Bell Schweiz, Bazel

25 szolgálati év

Denis Schwartz, szeptember 1., Bell Schweiz, Bazel
Luis Jorge Pacheco Martins, szeptember 18., Bell Schweiz, Cher-Mignon
Levent Ersel Oeztuerk, október 2., Bell Schweiz, Bazel
Edouard Borluzzi, november 1., Bell Schweiz, Bazel
Johannes Meister, november 1., Bell Schweiz, Bazel
Khalil Kalso, november 20., Bell Schweiz, Zell

30 szolgálati év

Dominique Klinzig, szeptember 1., Bell Schweiz, Bazel
Maurice Kohler, szeptember 1., Bell Schweiz, Bazel
Philippe Salomon, szeptember 1., Bell Schweiz, Bazel
Roland Thiaville, szeptember 1., Bell Schweiz, Bazel
Urs Wechsler, szeptember 24., Bell Schweiz, Zell
Jean-Luc Laurency, október 1., Bell Schweiz, Bazel
Christiane Bentzinger, október 8., Bell Schweiz, Beszerzés
Didier Hugel, november 1., Bell Schweiz, Bazel
Christine Meyer, november 1., Bell Schweiz, Bazel
Andre Godel-Kumschick, november 2., Bell Schweiz, Bazel
Hermann Häfliger, november 13., Bell Schweiz, Zell

35 szolgálati év

Remo Chapuis, október 1., Bell Schweiz, Bazel
Christophe Kleiber, október 14., Bell Schweiz, Bazel

40 szolgálati év

Isabelle Lancelot, november 3., Bell Schweiz, Bazel
Didier Gallay, november 10., Bell Schweiz, Cheseaux

45 szolgálati év

Nicoletta Lisi, október 5., Bell Schweiz, Bazel

Nyugdíjazás

Rosario Donato Gagliarde, szeptember 30., Bell Schweiz, Cher-Mignon
Mrika Toplanaj-Mrijaj, szeptember 30., Bell Schweiz, Oensingen

Korai nyugdíjazás

Heidy Grässlin, szeptember 30., Bell Schweiz, Bazel
Patricia Renevey, október 31., Bell Schweiz, Cheseaux
Claudia Fiorillo, november 30., Bell Schweiz, Bazel
Armin Heeb, november 30., Bell Schweiz, Gossau

Halálozás

Mladen Haban, június 17., Geiser AG, Schlieren
Hansruedi Schneider, július 24., Bell Schweiz, Oensingen

Bell International

20 szolgálati év

Marco Müller, szeptember 18., Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Harkebrügge
Isabelle Maussang, október 2., Bell France, Salaison Polette & Cie Sas
Petra Rögl, október 9., Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt
Wjatscheslaw Strasser, november 1., Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edeweicht
Ilmije Kelmendi, november 8., Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

25 szolgálati év

Pascal Perret, október 2., Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Barbara Pęczek, október 25., Bell Poland, Niepołomice
Christian Relave, november 6., Bell France, Val de Lyon

30 szolgálati év

Catherine Vigier, október 1., Bell France, Salaison Polette & Cie Sas
Jean-Marc Clair, október 8., Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Isabelle Chagneux, október 9., Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc
Laurent Blanchet, november 12., Bell France, Saint-André-sur-Vieux-Jonc

40 szolgálati év

Manfred Thölken, október 16., Bell Deutschland GmbH & Co. KG, Edeweicht

Nyugdíjazás

Stanisława Węgrzyn, szeptember 2, Bell Poland, Niepołomice
Rasema Plavotic, szeptember 30., Hubers Landhendl GmbH, Pfaffstätt

Convenience

20 szolgálati év

František Truchlý, február 1., Hügli Food s. r. o., Zásmuky (*kiegészítés*)
Eduardo Jorge Correia Costa, szeptember 1., Hilcona AG, Schaan
Moritz Haefliger, szeptember 1., Hilcona AG, Schaan
Michael Landenberger, szeptember 1., Eisberg AG, Villigen
Axel Loebach, szeptember 1., Hilcona AG, Schaan
Philippe Petter, szeptember 1., Hilcona AG, Schaan
Trmalová Věra, szeptember 7., Hügli Food s. r. o., Zásmuky
Alben Haziraj, szeptember 11., Hügli DE, Radolfzell
Barbara Vallorini, szeptember 19., Ali Big Industria Alimentare Srl, Brivio
Jérôme Terreaux, szeptember 26., Hilcona Gourmet SA, Orbe
Carmelina Nesci, szeptember 28., Hügli DE, Radolfzell
Martin Manhart, október 1., Hilcona AG, Schaan
Roland Heber, október 4., Hügli DE, Radolfzell
Binali Özdemir, október 4., Hügli DE, Radolfzell
Erik Sproll, október 4., Hügli DE, Radolfzell
Vildan Tutzschke, október 4., Hügli DE, Radolfzell
Norbert Raatz, október 9., Hügli DE, Radolfzell
Tatjana Tarakina, október 16., Inter-Planing, Langenhaslach
Bianchi Roberto, november 1., Hügli CH, Steinach
Podnecký Václav, november 1., Hügli Food s. r. o., Zásmuky
José Ferreira Sergio, november 6., Hilcona Gourmet SA, Orbe
Beata Nowak, november 6., Hügli DE, Radolfzell
Eva Raatz, november 7., Hügli DE, Radolfzell
Mara Barjasic, november 8., Hügli DE, Radolfzell

Aktuális állásajánlatainkat a következő oldalon találja:
bellfoodgroup.com/karriere

25 szolgálati év

Sandra Joos, szeptember 1., Hügli DE, Radolfzell
Ulrich Leitenmayer, szeptember 1., Hügli DE, Radolfzell
Andrea Ziegler, szeptember 1., Inter-Planing, Langenhaslach
Slavica Mitrovic, szeptember 4., Hilcona Gourmet SA, Orbe
Ferit Citir, szeptember 7., Eisberg AG, Dällikon
Marius Kozak, szeptember 20., Hügli DE, Radolfzell
Alexandra Carreiras Anacleto, szeptember 25., Hügli DE, Radolfzell
Roland Kalberer október 1., Hilcona AG, Schaan
Lothar Mehl október 1., Hügli DE, Radolfzell
Simone Raschke, október 1., Inter-Planing, Langenhaslach
Klaus Schatzmann, október 1., Hilcona AG, Schaan
Martin Kassel, október 4., Hügli DE, Radolfzell
Wilhelm Konopada, október 6., HFC, Bad Wünnenberg
Hans Hilmer, október 10., Hügli DE, Radolfzell
Ahmija Hasanovic, október 16., Hilcona Gourmet SA, Orbe
Sabina Hasanovic, október 16., Hilcona Gourmet SA, Orbe
Irene Konopada, október 16., HFC, Bad Wünnenberg
Maria Teixeira De Sousa, október 24., Hilcona Gourmet SA, Orbe
Aleksandrija Miletic, november 21., Hügli DE, Radolfzell

30 szolgálati év

Richard Trithaler, szeptember 12., Hügli DE, Radolfzell
Andreas Heyne, október 1., Hügli DE, Radolfzell
Baumann Jimmy, október 1., Hügli CH, Steinach
Elisabeth Mutschler, október 9., Hügli DE, Radolfzell
Virginia Michelbach, november 3., Hügli DE, Radolfzell
Seref Yildiz, november 12., Hilcona AG, Schaan
Jens Streichardt, november 19., Hügli DE, Radolfzell

40 szolgálati év

Maria Celestina Pereira Leitao Carvas, október 21., Eisberg AG, Dällikon

Nyugdíjazás

František Truchlý, július 31., Hügli Food s. r. o., Zásmuky (kiegészítés)
Manfred Kohlen, szeptember 30., Hilcona AG, Schaan
Gertrud Engler, október 31., Hilcona AG, Schaan
Ramos Quintans Santos, október 31., Hilcona AG, Schaan
Yvonne Hirt-Mathis, november 30., Eisberg AG, Dällikon

Korai nyugdíjazás

Mirostawa Świerczyk, szeptember 30., Eisberg Poland, Legnica
Urszula Betleja, október 18., Eisberg Poland, Legnica

KÉRDÉS**Nyerjen egy napot csak saját magának!**

Ha a fenntarthatóságról van szó, Önök is a figyelem középpontjában vannak, kedves Munkatársak! És hogy a munka mellett a szükséges pihenést is élvezhessék, ebben a számban kisorsolunk egy «relaxációs napot» 300,- euró értékben. Szaunázzanak, kényeztessék magukat egy masszázsszal, költsenek el egy romantikus vacsorát kettesben, vagy egyszerűen csak töltsenek el egy léleksimogató napot a wellnessben. Szívvel kívánjuk, hogy érezzék jól magukat!

**Kérdés**

Hogy hívják a Bell új baromfiistállójának prototípusát?

Play & Win!

- A) BTSplus**
- B) A jövő istállója**
- C) Bell-Istálló 2.0**

Díjak

1 × relaxációs nap 300,- euró értékben.

10 × vásárlási utalvány 30,- euró értékben, egy helyi supermarketben.

Részvétel

A megoldást küldje el neve, (korábbi) munkahelye és munkáltatója megadásával a look@bellfoodgroup.com címre.

A részvételi lehetőség 2020. december 18-ig él.

A nyerteseket a helyes megfejtést beküldők közül sorsoljuk ki. Többszörös jelentkezéseket nem fogadunk el.

A nyerteseket közvetlenül értesítjük. A sorsolásról sem írásban, sem telefonon nem áll módunkban felvilágosítást adni.

Csirke, pulyka, gyöngytyúk a baráti társaságban

SZÁRNYALT MA MÁR?

A tyúkhúsleves csodát tesz megfázás esetén. A pulykacsíkokkal készült saláta nem hiányozhat egyetlen diétás étlapról sem. És milyenek lennének az ünnepek egy jó libasült nélkül? A szárnyashúsok minden helyzetben megállják a helyüket. A LOOK! mostani számában behatóbban foglalkozik a kedves tollas jószágokkal.



Pulyka

Latin neve: Meleagris gallopavo

Mérete: kb. 100 cm

Súlya: max. 13 kg

A pulykák a haszonmadarak nehézsúlyú bajnokai. A sütésre kész tyúkok három–öt kilóval mérlegelnek, a kakasok akár tizenkét kilóval vagy annál többel is. Éppen ezért általában bontva dolgozzák fel őket. A pulykahús zsír- és kalóriaszegény, és szinte egyáltalán nem tartalmaz szénhidrátot. Mivel könnyen emészthető, ideálisan illeszkedik a kímélő és diétás étrendekbe. Az intenzív aromájú comb és szárny viszont erőteljesebb receptekben is helyet kaphat. És aki már volt valaha Hálaadás ünnepén az Egyesült Államokban, az biztosan tudja, hogy szükség esetén egy egész pulyka is befér a sütőbe.

Liba

Latin neve: Anser

Mérete: kb. 85 cm

Súlya: 5–7 kg

Igazi kalóriabomba a szárnyasok között: más fajtához viszonyítva a libahús zsírtartalma a legmagasabb. A sütés során a zsír egy része kiolvad. Ha tehát a mártás készítése előtt leföli a zsírt, akkor valamivel csökkentheti a kalóriatartalmát. A libahús önmagában persze nem egészségtelen. Többek között sok értékes magnéziumot és vasat tartalmaz. És végül is karácsony csak egyszer van egy évben.

Kacsa

Latin neve: Anas platyrhynchos

Mérete: kb. 40 cm

Súlya: 3–5 kg

A sötét és aromás kacsahús általában vagy házi-, vagy pekingi kacsától származik. Mivel a házikacsák eredetileg fán laktak, testük zsírtartalma alacsonyabb, szárnyizomzatuk erőteljesebb, és mellük húsosabb. A ritkább vadkacsákat szintén soványabb hús, és fűszeres aroma jellemzi. Ezzel szemben a pekingi kacsák húsa, amelyet a hasonló nevű hagyományos kínai étel elkészítéséhez is használnak, magasabb zsírtartalmú. Ez a ropogós végeredmény titka.

Gyöngytyúk

Latin neve: Numididae

Mérete: kb. 60 cm

Súlya: 2–3 kg

A gyöngytyúkot elsősorban Franciaországban fogyasztják csemegeként. Eredetileg Afrikából származik, ahol ma is élnek vad populációi. Omlós, nagyon jellegzetes ízű húsa van. A gyöngytyúkot gyakran készítik egyben sütve. A mellehúsa azonban sokoldalúan felhasználható párolva vagy sütve is.

Házityúk

Latin neve: Gallus gallus domesticus

Mérete: kb. 30 cm

Súlya: 800–1200 g

Tyúkhús vagy csirke – ugyanazt a szárnyashúst értjük alatta. Felhasználása igen sokoldalú. Az egész állat, például sült csirke vagy tyúkhúsleves formájában, ropogósra sült comb vagy zsírszegény mell – a csirkehús világszerte a legnépszerűbb szárnyas. Minden régió rendelkezik saját recepttel – a bécsi sült csirkétől az ázsiai csirkecurryn át Chile nemzetieledélig, a «Cazuela de Ave» zöldséges csirkelevesig terjed a repertoár.

Fürj

Latin neve: Coturnix

Mérete: 18 cm

Súlya: kb. 200 g

A szárnyasok családjának legapróbb tagja. Nem nagyobb, mint egy seregély, és mindössze 200 grammot nyom, így ő a legkisebb tyúkféle. A francia konyha egyik klasszikusa a töltött fürj. Omlós húsa azonban töltelék nélkül is élvezetes enyhe vadíz miatt.

Robbanás a szárnyashúsok piacán: 2006 óta Európa-szerte több mint 30%-os növekedés volt tapasztalható. A csirke, pulyka és tsai. iránti kereslet azonban nem újkeletű. Már az ókori egyiptomiak is tartottak szárnyasokat háziállat gyanánt, nem beszélve az antik görögökről és rómaiakról, elhíresült bőséges lakomáikkal.

Állattani szempontból a «szárnyas» mindazon madárfélék gyűjtőneve, amelyeket házi- és haszonállatként tartanak, és fogyasztási célra alkalmasak. Mint például a tyúkok, libák, kacsák és fürjek. Ezek húsanak népszerűségéhez bizonyára hozzájárul, hogy oly sokféleképpen készíthetők el. Kevés kivétellel zsír- és kalóriaszegények is, illetve bőségesen tartalmaznak fehérjét és más, fontos tápanyagokat is. • *mr*

Az utazás életérzése otthonában a Bell Food Group újdonságaival

Savoyától Ázsiáig

Sokan vannak, akik a nyár utazási korlátozásai miatt nagyon vágnak a távoli tájak után. A Bell Food Group a világ minden tájáról származó specialitásaival megpróbálja enyhíteni a kedvenc országok utáni vágyat. Emellett számos újdonság érkezik a saját régióból – egy esetben maguk az ügyfelek is kibontakoztathatták kreativitásukat.

Bell Svájc: szalámi új csomagolásban

A Bell klasszikus választékában szereplő négy új szalámitermék június közepe óta új, vevőorientált csomagolást kapott. A «Salametti Tradizionale» és a «Salame Artigianale», amelyeket korábban nyitott hálóban és szalámigyűrével értékesítettek, mostantól higiénikus teljes csomagolásban érkeznek a pultba. A «Salame Originale» és a «Salame Spianata» esetében a Bell emellett csökkentette a műanyagfelhasználást is az eddigi csomagoláshoz képest. Ez olyan szempont, amit egyre több vásárló vesz figyelembe. Az újratervezett csomagolással azonban nemcsak a higiéniát és a fenntarthatóságot támogatjuk. Az új, barna csomagolópapíros külső a hagyományos olasz hentesmesterséget idézi fel, illetve azokat a kiváló minőségű összetevőket, amelyek ezeket a kolbászokat alkotják.



Bell Lengyelország: három új felvágottfajta krakkói módra

Kedvenc szendvicsek változatos elkészítéséhez a Bell Lengyel vásárlói most három új felvágottfajtából válogathatnak. A krakkói sonkakolbász, illetve a krakkói pulykás vagy csirkés kolbász füstöléssel, párolással és szárítással készül, és mindegyik magas hústartalommal rendelkezik. A csirkés variáció emellett nagyon alacsony, mindössze három százalékos zsírtartalmával tűnik ki a kínálatból. Az újdonságok bevezetéséről a vásárlók többek között a Facebookon is értesülhettek.



Bell Németország: minisonkák à la «Bella Italia»

Az Abraham márka kis Serrano-szeletei pillanatok alatt meghódították a német sonkarajongók tapasz-tárait. Ezen a nyáron megérkezett az olasz változat is: a Prosciutto mini. Az alapjául szolgáló sonkát először tizenegy hónapig hagyományosan érlelik Olaszországban, majd antipasta-stílusban szeletelik. Az elválasztó fóliáknak köszönhetően a szeletek egyszerűen kivehetők a csomagolásból, így az előételes tálon is könnyen elrendezhetők.

Bell Franciaország: savoyai különlegességek környezetbarát csomagolásban

A francia vásárlók körében trendi minden környezetbarát csomagolásban érkező helyi termék. Erre épít most a Bell savoyai hentesáru-választéka is. Akár natúr, akár mogyorós, Beaufort-sajtos vagy füstölt – a «Saucisson sec de Savoie» minden változata a legjobb franciaországi húsból készül a Bell aime-i telephelyén. A csapat emellett az új választéknál komoly hangsúlyt fektetett az újrahasznosítható csomagolásra is. A savoyai szárazkolbászok minőségét és ízét a közelmúltban ismét kitüntetéssel díjazták: a nagy múltú «Saucisson sec recette à l'ancienne» ezüstérmét nyert a «Concours Général Agricole» versenyen.



Az új csomagolásoknál a Bell Franciaország nagy hangsúlyt fektetett az újrahasznosíthatóságra.



Eisberg Magyarország: Saláta a vevők kívánsága szerint

Miért mindig a szakértőket kérdezzük, ha arról van szó, hogy mi kerüljön a salátás táliba? Az Eisberg fordított egyet a dolgon: a magyar vásárlók július végétől kezdve hétről hétre szavazhattak «az ország salátájára» Facebookon vagy Instagramon, amelyet augusztus 20-án mutattak be. Az akció teljes sikerrel zárult: csak a Facebookon több ezer rajongó vett részt kedvenc salátájuk összeállításában.

A magyarországi vásárlók maguk választhatták meg a saláta hozzávalóit.

Végül egy jégsalátából, római és fodros salátából, sárgarépbából és kukoricából álló kombinációra esett a választás. A termék már elérhető az ország nagyobb élelmiszerüzleteiben.



Hilcona: foodservice-újdonságok Bad Wünnenbergből

A Hilcona Németország első friss kényelmi termékeket gyártó üzeménél is csúcsra járatották a termékfejlesztést az elmúlt hónapokban. Az új müzli- és humusz-kínálat augusztusban további újdonságokkal töltte be a piacra a Bad Wünnenberg-i Foodservice-ágazatból. A Hilcona ezzel két gasztronómiai trendhez is kapcsolódik: mivel a zabkása és a zabpehely mostanában robbant be a köztudatba, az «egészséges reggeli» témája kimondottan aktuális. A humusz különféle kreatív fajtái pedig éppen most hódítják meg az étlapokat. A csicseriborsókrém így nemcsak rendkívüli ízéről, de magas fehérjetartalmáról is hamar ismertté válik.

Hilcona: közel-keleti ízek minden Levante-Bowl mélyén

A közel-keleti konyha sokoldalúságát mutatja be az öt új Levante-Bowl, amelyet a Hilcona orbeai telephelyén naponta frissen és sok szeretettel készítenek a svájci kiskereskedelmi és elviteles üzletek számára. A levantei konyha szokásai szerint a tálak olyan hozzávalókat tartalmaznak, mint például a csicseriborsó, kuskusz, karfiol vagy padlizsán. A két pulykás változat mellett három, vegetáriánusok számára is megfelelő fajta szerepel a kínálatban.



Hilcona: távol-keleti ízek az Asia Meals kínálatában

A Hilcona az ázsiai konyha rajongóit sem hagyja éhesen: szeptember óta kapható a Hilcona új Asia Meals kínálata. Az ázsiai tésztabatyuk teriyaki szósszal, vagy az ázsiai tészta csirkehússal a melegítés után azonnal fogyasztható fogások közé tartoznak, vagyis néhány perc alatt készenre melegíthetők serpenyőben vagy a mikrohullámú sütőben. Szabadalmaztatott gyártási eljárásunk gondoskodik arról, hogy eközben a zöldség friss és ropogós maradjon. A bambusz párolóedényre emlékeztető megjelenés vonzó külsőt kölcsönöz a termékeknek, és már vásárláskor meghozza az étvágyat.

Az ázsiai ételek a melegítés után fogyasztható közé tartoznak.



Hilcona: Fresh Break Sandwiches átdolgozott választékkal

«Most, hogy a választék változatosabb lett, megint több szendvicset rendelünk.» Vagy: «Amióta új a csomagolás, szendvicset is rendelünk.» Ez csak kettő a Hilcona «Fresh Break Sandwich»-sorozatára adott számos pozitív visszajelzés közül. A 38 fajtát felsorakoztató friss és ultrafriss választék májusban mutatkozott be Svájcban. A Hilcona ehhez görcső alá vette a meglévő kínálatot, és egyrészt javított a receptúrákon, másrészt újratervezte a csomagolást. Az új külső tükrözi a szendvicsek frissességét, természetességét és kiváló minőségét, és jó étvágyat csinál hozzájuk.

Hügli: most saját gyártású fűszerek

A Hügli vendéglátó-ipari ügyfeleinek szállított összes fűszer mostantól saját, hipermodern radolfzei töltőberendezésünkből származik. A kulinária szakértői emellett a területen nyújtott kínálatukat egyes piacokon olyan új fajtákkal is bővítik, mint például a vaníliarúd, az őrölt szerecsendió vagy a provence-i fűszerkeverék.

Míg a svájci és osztrák vásárlók már régóta megrendelheték fűszereiket a Hüglinél, Németországban most először válik elérhetővé a fűszerkínálat.



Mert nem minden bio egyforma

2021 január 1-jétől szigorúbb előírások vonatkoznak a biocímkével ellátott élelmiszerekre. A Hügli felkészítette három biomárkját («Hügli», «Vogeley» és «Stein's Best») az EU új biorendeletére. A vendéglátó-ipari ágazat azon csekély számú beszállítója közé tartozó vállalat, amely a kényelmi termékek terén átfogó választékot kínál, az elmúlt hónapban felülvizsgálta mintegy 30, biocímkével ellátott termékét.

Itt elsősorban számos aroma helyettesítéséről kellett gondoskodni, ezekre ugyanis ezentúl többek között az a szabály is vonatkozik, hogy csak a névadó kiinduló termékből állíthatók elő – az eperaroma például eperből.

A receptúrák átdolgozását a Hügli egyben arra is kihasználta, hogy a termékeket kulinárisan naprakész állapotba hozza. Az átfogó termékkóstoló után Brigitte Jauch, a Hügli senior termékmenedzsere biztos benne: «Az átdolgozások következtében termékeink ismét nagyot léptek előre, és íz tekintetében most rendkívül magas színvonalat értek el.» • mr



**A HÜGLI BIO-
TERMÉK-KÍNÁ-
LATA MÁR MOST
MEGFELEL AZ EU
RENDELETEINEK**



Sybille Walpert és Christian Nigg munkaerőt toboroznak a gyártásba

A legjobbakat keressük

Ha a HR-menedzserek kívánságlistát írnának, a lista élén állnának minden bizonnyal az «elégedett dolgozók, akik sokáig hűségesek maradnak a vállalatukhoz». Sybille Walpert, az oensingeni Bell HR-részlegének vezetője, és Christian Nigg, Supply Chain HR-menedzser a Hilcona schaan-i telephelyén – ők foglalkoznak azzal, hogy megfelelő embereket találjanak a gyártásban megüresedett pozíciókra. A LOOK! interjújában elmesélik, hogyan is zajlik ez a folyamat.

Egységes normák mentén végzik a toborzást a gyártóüzemekbe?

Sybille Walpert: «Természetesen. Például egységes megjelenésű hirdetéseket alkalmazunk, az állásinterjúkat egy megadott forma szerint vezetjük, és ellenőrzőlistát használunk a belépési folyamatnál.»

Christian Nigg: «Nálunk is hasonlóan működik. Például legtöbbször ugyanazt a folyamatot követjük az állás meghirdetésétől a munkaerő alkalmazásáig, és mi is egy vezérfonal mentén vezetjük az állásinterjút, amelynek során érintjük a minket leginkább érdeklő témákat.»

Az íróasztalán rengeteg pályázati anyag tornyosul. Hogyan végzi az előválogatást?

Christian Nigg: «Először azt határozzuk meg, hogy milyen tulajdonságokat várunk el egy pályázótól. Ezután az ABC-rendszer szerint szelektálunk. A betűvel azokat a pályázókat jelöljük, akiket nagyon szívesen alkalmaznánk. A B jelentése: szóba jöhetnek. A C kategóriába kerülnek azok, akiket elutasítottunk.»

Sybille Walpert: «Mi is már előre meghatározzuk az állás profiljához tartozó «szükséges és lehetséges feltételeket». Ennek alapján hajtjuk végre a pályázatok előválogatását. Ha még mindig túl nagy a választék, akkor behívunk mindenkit, aki a követelményeken felül a legtöbb «lehetséges feltételnek» is megfelel.»

Mire ügyelnek különösen az ez után következő állásinterjú során?

Christian Nigg: «Számomra nagyon fontos, hogy érezzem, a pályázó tudja-e, milyen szerepet szánunk neki, illetve hogy valóban akarja-e ezt az állást. Ezért többek között az új munkájával kapcsolatos elvárásokra is rá szoktam kérdezni.»



Sybille Walpert: «Én személy szerint nagyon lényegesnek érzem a pályázó hiteles és motivált fellépését. Ezenkívül figyelem a közte és a vezetőségi felelős közötti interakciót.»

A pályázati beszélgetések után hogyan választják ki a megfelelő új dolgozót?

Sybille Walpert: «Miután lezajlott az összes állásinterjú, és a pályázók sikeresen túl vannak a próbanapon is, még egyszer megbeszéljük benyomásainkat a vezetőségi felelőssel, aki ezután meghozza a végső döntést.»

Christian Nigg: «Mi is ugyanígy járunk el. Számomra még a próbaidő is a toborzáshoz tartozik. Ebben az időszakban még mindig odafigyelek egy kicsit az új munkatársra, hogy lássam, vajon mindkét fél megfelelő döntést hozott-e.» • *mr*